



**Ministerstwo Gospodarki i Pracy**

**Projekt Strategii Rozwoju Turystyki  
na lata 2007-2013**

DOKUMENT RZĄDOWY  
przyjęty przez Radę Ministrów  
w dniu 21 czerwca 2005 r.

Warszawa, czerwiec 2005 r.

## SPIS TREŚCI

<b>WSTĘP</b> .....	<b>3</b>
<b>STRESZCZENIE</b> .....	<b>4</b>
<b>I. UWARUNKOWANIA FORMALNO – PRAWNE STRATEGII</b> .....	<b>6</b>
<b>II. UWARUNKOWANIA ROZWOJU TURYSTYKI</b> .....	<b>11</b>
<b>III. ANALIZA SWOT</b> .....	<b>30</b>
<b>IV. MISJA POLSKIEJ TURYSTYKI ORAZ CELE I DZIAŁANIA SŁUŻĄCE JEJ REALIZACJI</b> .....	<b>32</b>
Obszar priorytetowy I - Rozwój produktów turystycznych .....	32
Obszar priorytetowy II – Rozwój zasobów ludzkich.....	38
Obszar priorytetowy III –Wsparcie marketingowe .....	43
Obszar priorytetowy IV – Kształtowanie przestrzeni turystycznej .....	47
Obszar priorytetowy V – Wsparcie instytucjonalne .....	53
<b>V. ŹRÓDŁA FINANSOWANIA STRATEGII</b> .....	<b>63</b>
<b>VI. SYSTEM EWALUACJI STRATEGII</b> .....	<b>64</b>
<b>MATERIAŁY I ŹRÓDŁA</b> .....	<b>79</b>
<b>SŁOWNIK</b> .....	<b>82</b>

## WSTĘP

Turystykę, z uwagi na jej złożony charakter, należy postrzegać wielopłaszczyznowo. Jest bowiem sferą aktywności gospodarczej i ważnym instrumentem zharmonizowanego rozwoju gospodarek narodowych państw Unii Europejskiej, ale też sferą działalności społecznej. Aktywność turystyczna oraz podróże są jednym z mierników poziomu życia mieszkańców i wskaźnikiem rozwoju cywilizacyjnego kraju i Wspólnoty Europejskiej.

Dla wielu społeczeństw turystyka stała się źródłem dobrobytu oraz instrumentem walki z bezrobociem i wspierania przedsiębiorczości. Rozwój usług dla turystów poprawia wyniki bilansu płatniczego kraju, a turystyka lokalna pozwala na redystrybucję dochodów z regionów bogatszych do biedniejszych. Jednocześnie turystyka wykorzystywana jest w edukacji młodego pokolenia, w przekazywaniu systemów wartości, pomaga w zachowaniu kulturowego i przyrodniczego dziedzictwa narodowego.

Polska ma duże szanse na zajęcie dobrej pozycji w coraz ostrzejszej rywalizacji o pozyskanie turystów. 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 zagranicznych jak i krajowych.

Turystyka jest znaczącym elementem rozwoju miast i regionów. Integrując szereg dziedzin gospodarki pozwala na wyeksponowanie i promocję wyjątkowych walorów, charakteryzujących określone obszary geograficzno – administracyjne. Dlatego tak ważne jest umiejscowienie mocy sprawczej kształtowania turystyki w Polsce na poziomie regionalnym i lokalnym, zgodnie z planami i dokumentami strategicznymi województw i powiatów. Jednak dla spójnego rozwoju turystyki konieczne jest nie tylko strategiczne ukierunkowanie, ale wręcz prowadzenie szeregu działań na poziomie krajowym.

Wyzwanie związane z rozwojem turystyki zaznacza się w jej specyfice jako działalności horyzontalnej – międzysektorowej. Wartość produktu turystycznego, która mierzona jest atrakcyjnością oferty bezwzględnie uzależniona jest od poszczególnych elementów składowych, których jakość, dostępność i bezpieczeństwo pozostaje w gestii działań szeregu resortów. W związku z tym niezbędna jest wielostronna współpraca, która na zasadzie wzajemności zostanie w odpowiednio spójny sposób zaznaczona w strategicznych dokumentach sektorowych. W tym miejscu warto wskazać na potrzebę przyjęcia i koordynacji działań zapisanych w ww. dokumentach przez Radę Ministrów, wskazując tym samym jasny podział kompetencji pomiędzy Ministrem właściwym ds. turystyki, a innymi ministrami.

*Strategia rozwoju turystyki na lata 2007-2013* stanowi koncepcję modernizacji polskiej turystyki, z uwzględnieniem jej uwarunkowań, źródeł finansowania i systemu ewaluacji. Proponowane w *Strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013* cele i priorytety będą sprzyjać budowaniu silnych podstaw gospodarki turystycznej, której rola i znaczenie w gospodarce narodowej wzrasta. W skali makroekonomicznej realizacja *Strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013* wyraźnie wpisuje się w realizację celów strategicznych UE określonych w Strategii Lizbońskiej, a także celów rozwoju społeczno gospodarczego Polski kreślonych w Projekcie *Narodowego Planu Rozwoju na lata 2007-2013*, a mianowicie: utrzymanie gospodarki na ścieżce wysokiego wzrostu gospodarczego, wzmocnienie konkurencyjności regionów i przedsiębiorstw oraz wzrost zatrudnienia, a także podniesienie poziomu spójności społecznej, gospodarczej i przestrzennej.

## STRESZCZENIE

1. 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 miejsc pracy), jak i w równie istotnych wartościach niepolityczalnych związanych m.in. z przeciwdziałaniem wykluczeniu społecznemu, wychowaniem i edukacją oraz usuwaniem wzajemnych niechęci i uprzedzeń.
2. Punktem wyjścia dla opracowania *Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007-2013* oraz wyznaczenia kierunków rozwoju i strategicznych obszarów jest interdyscyplinarność oraz regionalny charakter turystyki. Na współczesnych rynkach turystycznych dominującą rolę pełnią produkty, zespalaające różne elementy i składniki oferty (atrakcje, infrastruktura, dostępność komunikacyjna, informacja, usługi etc.), realizowane przez profesjonalne i wykwalifikowane kadry. 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 wskazała również, iż jej harmonijny rozwój nie jest możliwy bez badania i 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.
3. Szczegółowa diagnoza stanu polskiej turystyki, zestawiona z trendami światowymi i europejskimi, doprowadziła do określenia priorytetowych obszarów wzmacniania dynamiki i harmonijnego rozwoju turystyki. Obejmują one:
  - **Rozwój produktów turystycznych,**
  - **Rozwój zasobów ludzkich,**
  - **Wsparcie marketingu,**
  - **Kształtowanie przestrzeni turystycznej,**
  - **Wsparcie instytucjonalne.**
4. W zakresie produktu turystycznego rekomendowane są działania na rzecz kształtowania innowacyjnych i konkurencyjnych produktów odpowiadających wymogom zrównoważonego rozwoju, stymulowania inwestycji w obszarze infrastruktury turystycznej oraz działań mających na celu wdrażanie i upowszechnianie nowoczesnych rozwiązań projakościowych.
5. W zakresie zasobów ludzkich rekomendowane są działania ukierunkowane na przygotowanie wysoko wykwalifikowanych kadr turystyki, podnoszenie kwalifikacji kadr zarządzających oraz personelu operacyjnego, wprowadzenie systemu kwalifikacji zawodowych oraz kształcenie kadr społecznych.
6. 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.

7. W zakresie kształtowania przestrzeni turystycznej rekomendowane są działania na rzecz zrównoważonego rozwoju regionalnego poprzez kształtowanie przestrzeni turystycznej w zgodzie z zasadami ochrony środowiska oraz zwiększania dostępności komunikacyjnej regionów turystycznych.
8. W zakresie wsparcia instytucjonalnego rekomendowane są działania na rzecz wzmocnienia i zintensyfikowania współdziałania i współpracy pomiędzy poszczególnymi podmiotami turystyki. Zwrócono również uwagę na budowanie relacji z innymi sektorami, a także rozwój otoczenia gospodarczego i właściwego wykorzystania środowiska naturalnego.
9. Realizacja celów poszczególnych obszarów ma za zadanie rozwój przemysłu turystycznego, opartego na nowoczesnych, konkurencyjnych i wysokiej jakości produktach i usługach turystycznych, respektującego zasady zrównoważonego rozwoju. Misja polskiej turystyki zakłada ponadto, że turystyka będzie narzędziem społeczno-gospodarczego rozwoju regionów poprzez uczynienie z Polski kraju atrakcyjnego dla turystów krajowych i zagranicznych.
10. Wypełnianie misji następować będzie nie tylko poprzez zaproponowaną strukturę celów i działań *Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007-2013*, ale także poprzez realizację zapisów dotyczących rozwoju turystyki w *Projekcie Narodowego Planu Rozwoju 2007-2013* wraz z uzupełniającymi programami operacyjnymi oraz innych równoległych dokumentów strategicznych m.in. z zakresu rozwoju regionalnego, kultury, transportu, obszarów wiejskich i innych.
11. Zbieżność dokumentu z *Projektem Narodowego Planu Rozwoju na lata 2007-2013* zaznacza się w spójności działań w płaszczyznach: gospodarczej, społecznej i przestrzennej, a także rozszerzeniu działań w *Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007-2013* w odniesieniu do przedsięwzięć przewidzianych w *Projekcie Narodowego Planu Rozwoju na lata 2007-2013* oraz jednolitego okresu programowania. Jako priorytetowe traktowane będą przedsięwzięcia systemowe - mechanizmy, których skuteczność oddziaływania obejmować będzie całość gospodarki turystycznej.
12. Priorytetyzacja działań oraz ich finansowanie i monitorowanie określiły rodzaj i zakres współpracy instytucji wszystkich szczebli administracji państwa, a także partnerów społecznych i prywatnych. Koordynacja realizacji odbywać się będzie na szczeblu rządowym, jednak jej skuteczność uzależniona będzie od dostępności środków na poszczególnych szczeblach funkcjonowania państwa. Wśród źródeł finansowania wskazano te, które korespondują zarówno z horyzontalnym charakterem przedsięwzięć, jak i z szerokim gronem instytucji wdrażających ten dokument.
13. Analiza źródeł finansowania opiera się na ogólnych założeniach, które nie mogą być w chwili obecnej doprecyzowane ze względu na toczącą się ogólnoeuropejską debatę dotyczącą przyszłości skali i kształtu polityki spójności, o które w znacznej mierze opierałoby się finansowanie strategii. Z powyższych powodów nie jest możliwe dokonanie wiążącej oceny w zakresie wysokości możliwych do pozyskania z danego źródła środków finansowych, gdyż nie ma nawet przybliżonych alokacji kwot w *Projekcie Narodowego Planu Rozwoju na lata 2007-2013* na poszczególne cele.

## I. UWARUNKOWANIA FORMALNO – PRAWNE STRATEGII

14. Podstawę prac nad *Strategią rozwoju turystyki na lata 2007-2013* stanowiła ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o *Narodowym Planie Rozwoju* oraz ustalenia Międzyresortowego Zespołu do przygotowania *Narodowego Planu Rozwoju na lata 2007-2013*, że zapisy zawarte w *Narodowym Planie Rozwoju na lata 2007-2013* muszą wynikać ze strategii sektorowych.
15. Wypracowanie strategicznych kierunków dalszego rozwoju turystyki było niezbędne dla konsekwentnego ich utrzymania w dokumentach, które w istotny sposób decydować będą o rozwoju społeczno-gospodarczym kraju, w tym turystyki. Zgodnie ze schematem 1. turystyka wpisuje się w cele i działania: *Narodowego Planu Rozwoju na lata 2007-2013*, strategii sektorowych i strategii regionalnych.
16. W projekcie *NPR 2007-2013* określono rozwój turystyki poprzez następujące działania w kierunku:
  - rozwoju regionalnych produktów turystycznych - tworzenie odpowiedniej infrastruktury turystycznej z poszanowaniem zasady zrównoważonego rozwoju;
  - wspierania zatrudnienia w obszarach gospodarki wymagających dużych nakładów pracy, w tym w obszarze usług turystycznych;
  - tworzenia sprzyjających warunków dla zatrudnienia w małych i mikro-przedsiębiorstwach;
  - identyfikacji i promocji produktów tradycyjnych - produktów lokalnych i regionalnych, szczególnie będących istotnymi elementami oferty turystycznej i tożsamości regionalnej;
  - budowy zintegrowanego systemu promocji produktów turystycznych dla turystów zagranicznych - kompleksowa skoordynowana promocja turystyczna Polski oraz regionalnych produktów turystycznych;
  - promowania „przyjaznych dla środowiska” produktów i usług: m.in. turystyki, ze szczególnym uwzględnieniem ekoturystyki i agroturystyki oraz promocji systemów zarządzania środowiskowego;
  - kreacji oraz rozwoju konkurencyjnych produktów turystycznych m.in. dzięki wprowadzeniu systemu badań w obszarze turystyki w celu dostosowania produktów turystycznych do oczekiwań klientów i wymogów rynku;
  - wspomagania systemów rozwijających turystykę – uruchamianie rozwiązań projakościowych, działań podnoszących poziom bezpieczeństwa i in.;
  - doskonalenia zawodowego i kształtowania kadr, w tym społecznych;
  - rewitalizacji zdegradowanych obszarów zurbanizowanych m.in. poprzez rewitalizację dziedzictwa kulturowego na tych obszarach, nadanie im funkcji turystycznej;
  - wspierania rozwoju nowoczesnego transportu miejskiego i podmiejskiego tj. budowę dróg rowerowych, poprawę dostępności do miejsc i obiektów atrakcyjnych turystycznie, kulturowo i rekreacyjnie;
  - poprawy jakości środowiska wodnego na terenach rekreacyjnych;
  - rozwoju zrównoważonej turystyki.
17. W przyjętej przez Radę Ministrów *Narodowej Strategii Kultury na lata 2004-2013* rozwój dziedzictwa kulturowego, zwłaszcza w ujęciu regionalnym i lokalnym potraktowano jako atut wzmacniający atrakcyjność turystyczną, a tym samym jako impuls do wzrostu gospodarczego i zwiększenia liczby miejsc pracy. Kultywowanie i promocja szczególnie wartościowych zjawisk kultury lokalnej (sztuki ludowej,

oryginalnych i nie występujących w innych miejscach zawodów, rękodzieła ludowego) traktowane jest w dokumencie w wymiarze podstawowego czynnika rozwoju regionu w odniesieniu do kapitału intelektualnego, wyrównywania szans, rozwoju ekonomicznego - inwestycji i turystyki.

Należy zauważyć, iż rosnące znaczenie powiązania kultury z rozwojem gospodarczym i dochodami regionów jest w tym dokumencie podstawą dla podjęcia działań w zakresie kształtowania zintegrowanych produktów turystycznych (w tym markowych produktów turystyki kulturowej), większego wykorzystania elementów dziedzictwa kulturowego także zabytków oraz aktywności instytucji kultury w rozwoju przedsiębiorczości, w tym turystyki.

Wśród propozycji rozwiązań systemowych wskazano także możliwość wprowadzenia tzw. „opłaty kulturowej”, która w 50% przeznaczona byłaby na rozwój produktów turystycznych, a w 50% na ochronę zabytków. Zwrócono także uwagę na możliwe wykorzystanie sieci punktów bibliotecznych jako uzupełnienia systemu informacji turystycznej w Polsce.

18. W projekcie *Strategii Rozwoju Obszarów Wiejskich i Rolnictwa 2007-2013* turystyka postrzegana jest jako szansa nie tylko dywersyfikacji działalności ekonomicznej, ale przede wszystkim podniesienia jakości życia na obszarach wiejskich. W dokumencie zaznaczono, iż polskie obszary wiejskie posiadają korzystne warunki dla rozwoju turystyki wiejskiej i agroturystyki. Dla większości gospodarstw rolnych rozwój działalności agroturystycznej stwarza miejscowej ludności wiejskiej dodatkowe możliwości pracy, wykorzystania istniejących zasobów mieszkaniowych, zagospodarowanie bezpośrednio w gospodarstwie produkowanej żywności o wysokiej jakości, przy jednoczesnym podnoszeniu poziomu kultury, infrastruktury otoczenia, ochrony zabytków i środowiska oraz walorów przyrodniczo-krajobrazowych.

Turystyka wiejska i agroturystyka przynosi znaczne dochody w tych regionach, które potrafią wykorzystać atrakcyjność swojego położenia. Dlatego w ramach działań przewidziano wsparcie dla tworzenia wszelkich form małej przedsiębiorczości na terenach wiejskich, usług dla gospodarki oraz mieszkańców wsi, inicjatyw lokalnych na rzecz odnowy i rozwoju wsi oraz zachowania i poprawy dziedzictwa kulturowego poprzez rozwijanie i popularyzację turystyki wiejskiej w nawiązaniu do lokalnej specyfiki i lokalnych tradycji oraz przez kształtowanie zintegrowanych produktów turystycznych.

19. Natomiast w poddanych konsultacjom *Założeniach Narodowej Strategii Rozwoju Regionalnego na lata 2007-2013* wskazano na nieliczne obszary atrakcyjne (znane) turystycznie w skali międzynarodowej w Polsce. Taka sytuacja może prowadzić w konsekwencji do peryferializacji określonych regionów. Wśród kierunków stanowiących szansę rozwoju wskazano m.in. wsparcie dla rozwoju infrastruktury turystycznej, także infrastruktury ekologicznej służącej tworzeniu warunków dla rozwoju turystyki i przeciwdziałającej zagrożeniom wynikającym z degradacji środowiska naturalnego oraz instytucji rozwijających usługi turystyczne.
20. W projekcie *Strategii rozwoju transportu na lata 2007-2013* jako element rozwoju nowoczesnego rynku transportowego w zakresie transportu morskiego i śródlądowego – wodnego wskazano za celowe ożywienie przewozów pasażerskich i ruchu turystycznego na wybranych szlakach wodnych, a także promowanie rozwoju turystyki, jako stymulatora popytu na usługi transportowe. W odniesieniu do transportu miejskiego wśród celów wskazano także wspieranie budowy dróg rowerowych.

Należy ponadto zaznaczyć, iż w pracach nad dokumentem pochodnym, powiązany z *projektem Narodowego Planu Rozwoju 2007-2013*, tj. *Sektorowym Programem Operacyjnym - TRANSPORT na lata 2007-2013* zaznaczono w szerszy sposób działania w zakresie rozwoju infrastruktury transportowej, uwzględniając specyfikę turystyki.

21. W dokumencie *Polityka ekologiczna państwa na lata 2003-2006 z uwzględnieniem perspektywy na lata 2007-2010*, zatwierdzonym przez Radę Ministrów w grudniu 2002 roku, określono naczelną zasadę rozwoju poprzez zrównoważony rozwój, a w odniesieniu do określonych sektorów, w tym turystyki, potrzebę uwzględniania celów ekologicznych na równi ze społecznymi i gospodarczymi. Ponadto zwrócono uwagę na potrzebę wspierania powstawania „zielonych miejsc pracy” w agro- i ekoturystyce, ekologizacji systemu planowania zagospodarowania przestrzennego, w szczególności obszarów ochrony uzdrowiskowej i kopalni leczniczych oraz kształtowania postaw konsumenckich poprzez podnoszenie świadomości ekologicznej.

W związku z podnoszeniem wiedzy o kwestiach ochrony dziedzictwa przyrodniczego w społeczeństwie przyjęto w 1997 roku *Narodową strategię edukacji ekologicznej*, w której przewidziano działania w zakresie włączenia do programów nauczania w szkołach i uczelniach kształcących na potrzeby turystyki tematyki proekologicznej, promocji szkoleń dla instruktorów, strażników i opiekunów przyrody integrowania edukacji ekologicznej w krajowe i regionalne programy rozwoju turystyki.

22. W obszarze powiązań turystyki ze *Strategią rozwoju Policji na lata 2007-2010* można wskazać m.in. działania w ramach celu funkcjonalnego – Wprowadzenie skutecznych mechanizmów ograniczania skutków występowania katastrof, poważanych wypadków, klęsk żywiołowych i innych wydarzeń nadzwyczajnych, zwłaszcza będących wynikiem aktów terroryzmu tj.:

- efektywne wykorzystanie środków technicznych, będących w dyspozycji własnej lub innych podmiotów współpracujących (lotnictwo, sprzęt pływający, systemy monitoringu wizyjnego, nowoczesne systemy łączności)
- współuczestniczenie w tworzeniu lokalnych programów bezpieczeństwa na poziomie gminy i powiatu
- inspirowanie do wdrażania najnowszych rozwiązań technicznych (np. zintegrowane systemy modelowania przestrzennego, prognozowania zagrożeń)
- uczestnictwo w ćwiczeniach sztabowych prowadzonych przez centra zarządzania kryzysowego.

23. Należy jednak zaznaczyć, iż *Strategia rozwoju turystyki na lata 2007-2013* koresponduje w większości z tymi dokumentami, których zapisy nie zostały jeszcze w ostateczny sposób przesądzone. W szczególności chodzi tu o *NPR 2007-2013*, którego formuła i treść podlega ciągłej ewolucji, w celu efektywniejszego ukierunkowania rozwoju Polski.

24. *Strategia rozwoju turystyki na lata 2007-2013* jest kontynuacją *Strategii Rozwoju Turystyki w latach 2001 – 2006. Rządowego programu wsparcia rozwoju turystyki w latach 2001-2006* - dokumentu ujmującego turystykę jako sektor gospodarki narodowej. Nowy dokument uwzględnia także zadania wynikające z *Międzyresortowego Programu rozwoju turystyki i wypoczynku dzieci i młodzieży na lata 2001-2006*.

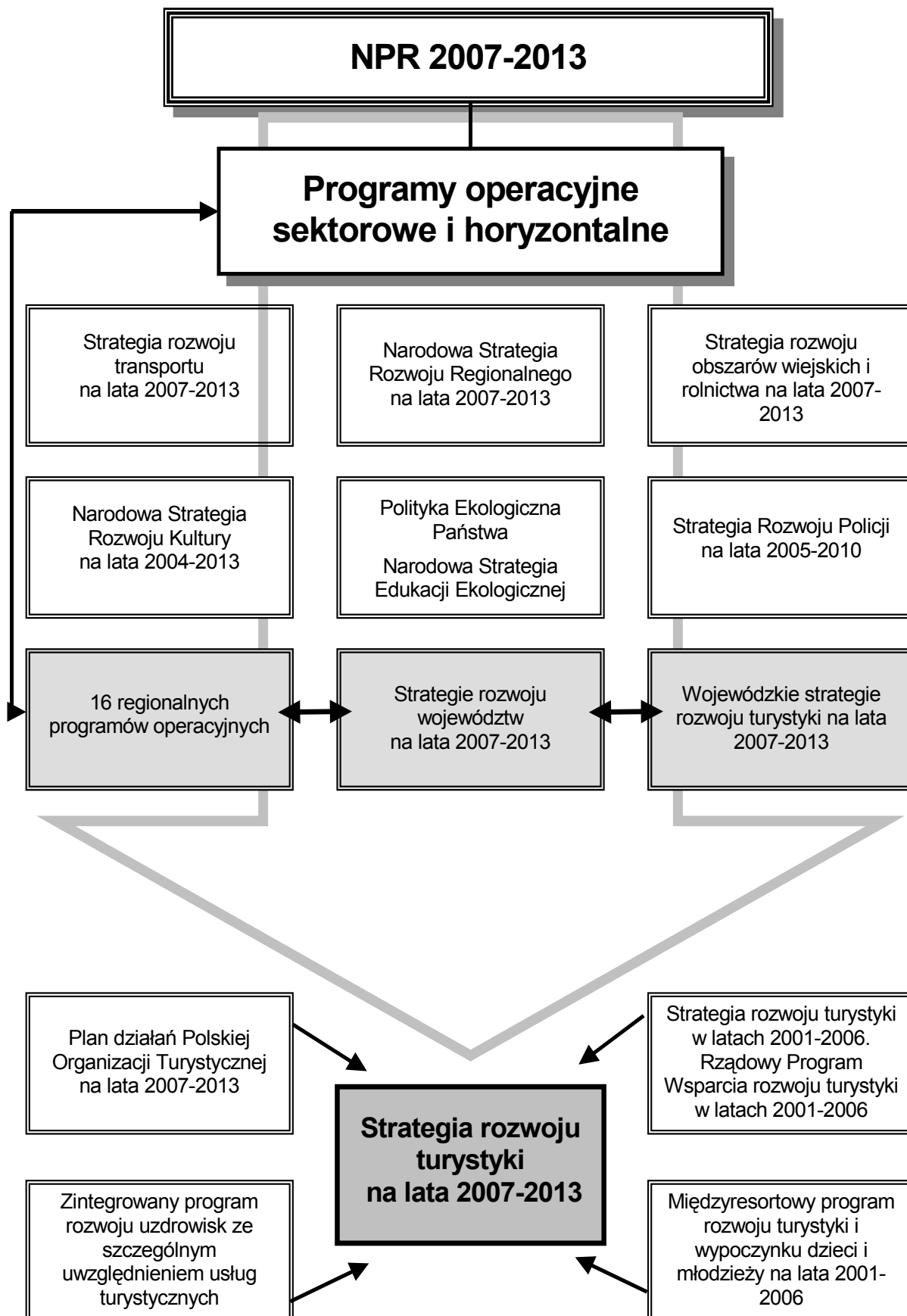
25. W polityce państwa na lata 2001-2006 przyjęto, iż w *gospodarce turystycznej celem głównym (...) będzie poprawa konkurencyjności polskiej oferty turystycznej*



na rynku międzynarodowym i krajowym. Zostały także określone cele pośrednie, narzędzia realizacji celów *Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007-13* wśród których wskazano:

- utrzymanie wysokiego tempa wzrostu gospodarczego,
  - tworzenie nowych miejsc pracy,
  - stymulowanie przekształceń strukturalnych i nowoczesnych form działalności związanych z formowaniem się społeczeństwa informacyjnego,
  - umożliwienie rozwoju i zaspokojenie potrzeb życiowych mieszkańców wszystkich regionów Polski.
26. Turystyka w Polsce znajduje bezpośrednie i trwałe umocowanie dla realizacji postawionych celów strategicznych – z zakresu funkcjonowania organów centralnych zajmujących się rozwojem turystyki, mechanizmów regulacji rynku turystycznego oraz promocji turystycznej Polski - w następujących aktach prawnych:
- Ustawa o działach administracji rządowej,
  - Ustawa o usługach turystycznych,
  - Ustawa o Polskiej Organizacji Turystycznej.
27. Turystyka nie była i nie jest objęta wspólną polityką Unii Europejskiej. Jednak jest ona ważnym elementem rynku wewnętrznego usług, dlatego Unia dysponuje instrumentami pozwalającymi oddziaływać na jej rozwój. Cele i kierunki tych działań określone są w następujących dokumentach:
- Komunikat Komisji dla Rady, Parlamentu Europejskiego, Komitetu Ekonomiczno - Gospodarczego i Społecznego i Komitetu Regionów z dnia 13 listopada 2001 r. - *Wspólnie pracując dla przyszłości turystyki europejskiej*,
  - Uchwała Rady z dnia 21 maja 2002 r. w sprawie przyszłości turystyki europejskiej,
  - Komunikat 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*
  - Konkluzje Rady z 18 kwietnia 2005 r. w sprawie trwałego rozwoju turystyki europejskiej;
  - Wzrost i Zatrudnienie – zintegrowane wytyczne na lata 2005-2008 wraz z zaleceniem Komisji w sprawie ogólnych wytycznych dla polityk gospodarczych państw członkowskich oraz Wspólnoty oraz wnioskiem dotyczącym decyzji Rady w sprawie wytycznych dla polityk zatrudnienia państw członkowskich.
28. Przewidziane w ww. dokumentach zadania dla Państw Członkowskich znajdują swoje odzwierciedlenie w zapisach *Strategii*, a w szczególności:
- uczestniczenie we wdrażaniu koncepcji współpracy między zainteresowanymi podmiotami z sektora turystyki za pomocą otwartej metody koordynacji,
  - wyłonienie organów specjalizujących się w prowadzeniu badań w dziedzinie turystyki oraz zachęcania ich do wzajemnego łączenia się na szczeblu europejskim,
  - promowanie należytego wykorzystywania instrumentów finansowych i niefinansowych Wspólnoty z korzyścią dla sektora turystyki,
  - wdrożenie rachunku satelitarnego,
  - propagowanie zrównoważonych wzorców produkcji i konsumpcji,
  - popieranie dobrowolnego wykorzystywania przez przedsiębiorstwa i miejscowości turystyczne wskaźników trwałego rozwoju w dziedzinie turystyki.

**Schemat 1. Powiązanie strategii rozwoju turystyki z Narodowym Planem Rozwoju na lata 2007-2013 i innymi dokumentami strategicznymi**



## II. UWARUNKOWANIA ROZWOJU TURYSTYKI

### Podstawowe dane charakteryzujące gospodarkę turystyczną w Polsce

29. Światowa Rada Podróży i Turystyki (WTTC) wprowadza pojęcie gospodarki turystycznej i przemysłu turystycznego. Według szacunków udział szeroko rozumianej gospodarki turystycznej w PKB w 2005 w Polsce wyniósł 7,63%. Udział przemysłu turystycznego w polskim PKB w 2005 r. szacowany jest na 1,63%.
30. Turystyka przyjazdowa do Polski odgrywa ważną rolę w eksporcie. W roku 2004 jej udział w eksporcie wyniósł 6,1% i uległ zwiększeniu o 4 punkty procentowe w stosunku do roku poprzedniego. Udział turystyki w imporcie wyniósł 3,9% i uległ zwiększeniu o 2 punkty procentowe w stosunku do roku 2003. W 2004 roku saldo bilansu płatniczego państwa w pozycji towary i usługi było ujemne i wynosiło 17,5 mld USD, natomiast saldo bilansu turystycznego Polski w 2004 r. było dodatnie i wyniosło +7,0 mld PLN.
31. Według szacunków Instytutu Turystyki łączne przychody z turystyki przyjazdowej i krajowych podróży turystycznych w 2004 roku wyniosły 39,0 mld PLN i były wyższe o 4% w stosunku do ich poziomu w 2003 roku. W roku 2004 wydatki cudzoziemców w Polsce uległy zwiększeniu o 33,5 i wyniosły 21,1 mld PLN. Z kolei wydatki Polaków na krajowe wyjazdy turystyczne w 2004 roku uległy zmniejszeniu w ujęciu rocznym o 17,5% i wyniosły 17,9 mld PLN. Udział wpływów z turystyki w produkcie krajowym brutto w 2004 r. wyniósł 4,4% (o 2 punkty procentowe mniej niż w 2003 r.), co mogło być spowodowane szybkim tempem wzrostu produktu krajowego brutto. Wielkość wpływów z turystyki w latach 2001-2004 przedstawia tabela 1.

**Tabela 1. Wpływy z turystyki w Polsce i ich udział w PKB w latach 2001-2004**

Wyszczególnienie	2001	2002	2003	2004
Wpływy z turystyki w mld zł*	37,9	40,3	37,5	39,0
Wartość PKB w mld zł	750,8	772,2	804,7	884,2
Wzrost PKB w %	1,0	1,4	4,76	5,4
Udział wpływów z turystyki w PKB (w %)	5,1**	5,2	4,6	4,4

\* Wpływy oznaczają sumę wydatków cudzoziemców w Polsce (bez przekazów z zagranicy na konta polskich podmiotów turystycznych) oraz wydatków mieszkańców Polski (razem z dziećmi) na wyjazdy krajowe.

Źródło: oszacowania Instytutu Turystyki, PKB 2001, 2002 – GUS, 2003 – szacunki GUS

32. W 2004 roku przeciętne wydatki turystów zagranicznych poniesione na terenie Polski wyniosły około 160 USD na osobę i blisko 34 USD dziennie (średnie ważone). Oznacza to bardzo istotny wzrost w stosunku do 2003 roku (odpowiednio: o 40,4% i 41,7%). Przychody dewizowe z tytułu przyjazdów cudzoziemców do Polski są szacowane przede wszystkim na podstawie wydatków turystów i odwiedzających jednodniowych, deklarowanych w badaniach granicznych Instytutu Turystyki. Dodatkowym źródłem weryfikacji danych są niepublikowane szacunki Narodowego Banku Polskiego, a zwłaszcza ta ich część, która pozwala oszacować sumy wpływające z zagranicy na konta polskich

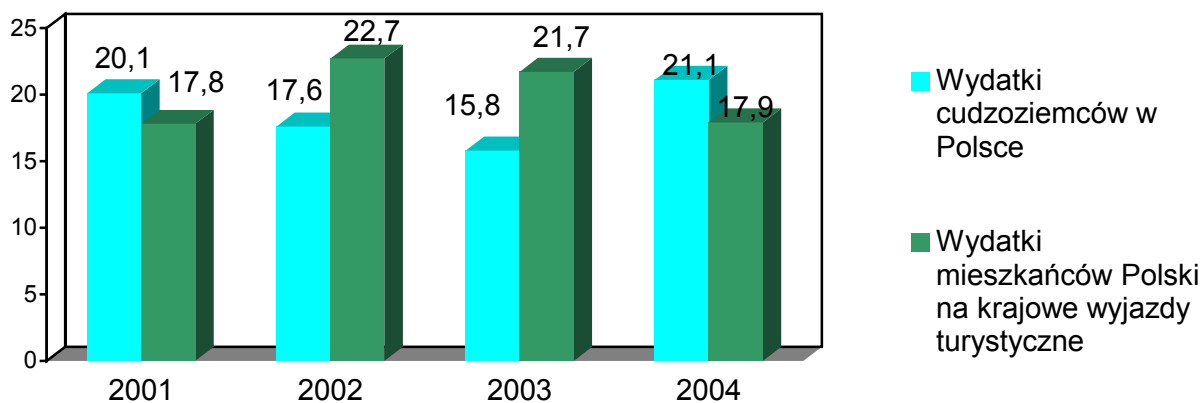
podmiotów gospodarczych. Z takiej metody szacowania wynika, że w 2004 roku łączne przychody wyniosły 5 786 mln USD, z czego 2 902 mln USD (tj. 50,2%) to wpływy od turystów, pozostała część – od odwiedzających jednodniowych.

33. Sytuacja na międzynarodowym rynku turystycznym w latach 2001-2003 nie była korzystna. Po wielu latach prosperity, od 2001 roku na światowym rynku turystycznym trwało osłabienie koniunktury. Według ekspertów, kryzys w turystyce międzynarodowej spowodowany był ogólnym spadkiem koniunktury we wszystkich ważniejszych dziedzinach gospodarki w tym samym czasie, wydarzeniami będącymi następstwem ataków terrorystycznych, wojny w Iraku, epidemii, a także zagrożeniem dalszymi atakami terrorystycznymi.

W polskiej turystyce oznaki kryzysu zaczęły się nasilać w 1998 roku. Zahamowany został wzrost liczby przyjazdów turystów zagranicznych i wpływów dewizowych. Chociaż coraz więcej zagranicznych biur turystycznych w swojej ofercie zamieszczało wyjazdy do Polski, liczba cudzoziemców obsługiwanych przez polskie biura podróży nie wzrastała. Dane dotyczące turystyki przyjazdowej w 2004 r. wskazują na odwrócenie się tendencji i wzrost liczby przyjazdów turystów zagranicznych oraz na możliwość zdecydowanej poprawy na rynku turystyki przyjazdowej w następnych latach.

34. Średnia wielkość wydatków w 2004 r. mieszkańców Polski na krajowe podróże turystyczne wyniosła 311 zł na osobę i była o 18% mniejsza niż w roku poprzednim. Przeciętne wydatki Polaków na podróże zagraniczne uległy zwiększeniu w stosunku do roku poprzedniego o 29% i wyniosły 1713 zł na podróż.

**Rys. 1. Wydatki turystów w Polsce w latach 2001-2004 (w mld PLN)**



\* W latach 2002 i 2003 do wydatków turystów krajowych w Polsce dodano wydatki na wypoczynek dzieci.

Źródło: oszacowania Instytutu Turystyki

## Produkt turystyczny

### Ruch turystyczny

35. W 2004 roku odnotowano 61,9 milionów przekroczeń granicy przez cudzoziemców – o 18,8% więcej niż w 2003 roku. Stopniowo słabnie notowana od roku tendencja spadkowa na granicach z Białorusią i Ukrainą (liczba przyjazdów spadła w analizowanym okresie odpowiednio o 9,1% i 5,7%). Na granicy z Federacją Rosyjską liczba przyjazdów wzrosła o 8,4%.

Według oszacowań Instytutu Turystyki w 2004 roku było około 14,3 mln przyjazdów turystów zagranicznych, tj. o 4,2% więcej niż w 2003 roku. Dynamika zmian jest zróżnicowana: więcej przyjazdów zanotowano z krajów „dłatej piętnastki” UE i krajów pozaeuropejskich, mniej zaś - z Rosji, Białorusi i Ukrainy. W 2004 roku średnia długość pobytu wzrosła w porównaniu z poprzednim rokiem do 4,6 nocy. Niemcy i turyści z pozostałych krajów UE (15) skorzystali w Polsce średnio z 4,8 noclegów.

36. Uczestnictwo mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych w latach 2001-2003 spadło do poziomu 54-57%. Podkreślić należy, iż jest to znacznie niższy poziom niż zakładano w prognozach na lata 2001-2006. Liczba wyjazdów turystycznych mieszkańców Polski w 2004 r. utrzymała się na podobnym poziomie co w 2003 r. i wyniosła 57,5 mln (wzrost 0,3% w stosunku do roku poprzedniego). W 2004 r. w krajowych podróżach turystycznych uczestniczyło o ponad 10% mniej osób niż w 2003 roku. Obserwowano spadek uczestnictwa mieszkańców Polski w wieku 15 i więcej lat w krajowych wyjazdach (podróżach) turystycznych (co najmniej z jednym noclegiem poza miejscem zamieszkania). Spadek w nieco większym stopniu objął wyjazdy krótkookresowe (na 2-4 dni) niż długookresowe (na 5 i więcej dni).

#### *Organizatorzy, pośrednicy i agenci usług turystycznych w Polsce*

37. Podmioty prowadzące działalność w zakresie organizacji imprez turystycznych oraz pośredniczenia na rzecz klientów w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych miały obowiązek posiadania zezwolenia na prowadzenie działalności.

W 2003 roku wzrosła liczba biur podróży, które uległy likwidacji z powodu wygaśnięcia zezwolenia, cofnięcia zezwolenia lub innych przyczyn, np. upadłości. Łącznie, według danych z Centralnego Rejestru Zezwoleń (CRZ)<sup>1</sup>, na koniec 2003 roku zezwolenie posiadało 2.255 podmiotów, podczas gdy na koniec 2004 roku – 2.762 podmioty.

Poza organizatorami turystyki i pośrednikami turystycznymi w 2003 roku funkcjonowało w Polsce około 2.500 podmiotów gospodarczych prowadzących działalność agentów turystycznych i działających w imieniu organizatorów turystyki. Ponadto na rynku usług turystycznych działała trudna do oszacowania liczba agend organizacji społecznych, instytucji kościelnych itp., których działalność nie podlega ustawie o usługach turystycznych.

38. Organizatorzy i pośrednicy byli zainteresowani przede wszystkim turystyką grupową (72,2%). Turystyką indywidualną zajmowała się niecała połowa ogółu podmiotów – (46,6%). Około 68% podmiotów zajmowało się organizacją imprez turystycznych na terenie kraju, a 64% - turystyką zagraniczną wyjazdową. Mało popularna była wśród organizatorów turystyka zagraniczna przyjazdowa (24% ogółu podmiotów). Najwięcej podmiotów organizowało bądź sprzedawało imprezy dla dzieci i młodzieży – 65,8% oraz prowadziło obsługę firm – 40,3%. Pozostałe rodzaje działalności turystycznej, w których specjalizowały się analizowane podmioty to: usługi transportowe (24%), usługi hotelarskie (20,6%), szkolenia (13,1%), organizacja kongresów i konferencji (12,7%), przyjazdy do określonej miejscowości (12,2%), turystyka motywacyjna (10,8%), obsługa podróży służbowych (10,4%).
39. Z roku na rok maleje liczba średnich i dużych podmiotów, dla których działalność turystyczna jest działalnością podstawową, i które prowadzą pełną

<sup>1</sup> Obecnie Centralny Rejestr Zezwoleń nosi nazwę Centralna Ewidencja Organizatorów i Pośredników Turystycznych

sprawozdawczość. Pomimo to przychody z całokształtu działalności tych podmiotów w latach 2001-2003 systematycznie rosły.

Szacuje się, że w 2003 roku przychody z całokształtu działalności biur podróży w Polsce wyniosły 4,8 mld zł (o 3,7% więcej niż w 2002 roku i o 9,1% więcej niż w 2001 roku). Na polskim rynku zdecydowaną większość stanowią biura podróży zatrudniające do 9 osób. Ich przychody stanowią 54% całości przychodów osiąganych na polskim rynku turystycznym przez wszystkie biura podróży. Udział ten systematycznie spada. W 2001 roku wynosił 61,5%, a w 2002 roku - 57,8%.

Kondycja finansowa biur podróży w dużej mierze zależy od tego jak wielkie jest zainteresowanie ich usługami. W 2003 roku, pomimo, że przyjechało do Polski 13,7 mln turystów zagranicznych, tylko 8,1% z nich korzystało z usług biur podróży, z tym, że 5,6% turystów korzystało z całego pakietu, a 2,5% tylko z pojedynczych usług. W tym samym roku Polacy odbyli 48,4 mln krajowych podróży turystycznych. Tylko 4% krajowych podróży długookresowych i 1% krajowych podróży krótkookresowych zostało zorganizowanych całkowicie lub częściowo przez biura podróży. W wyjazdach zagranicznych Polaków udział wyjazdów zorganizowanych całkowicie przez biuro podróży wyniósł 23%, a częściowo - 10%.

### *Obiekty noclegowe*

40. W latach 2001-2003 spadła zarówno liczba obiektów, jak i liczba miejsc noclegowych. Największy spadek (o 15,8%) odnotowano w grupie pozostałych niesklasyfikowanych obiektów zakwaterowania zbiorowego. Zjawisko to związane było zarówno z procesem kategoryzacji obiektów hotelarskich, jak i wyłączeniem z rynku obiektów najtańszych. Dla zmiany struktury bazy noclegowej największe znaczenie miał duży spadek liczby ośrodków wczasowych (o 13,8%). Tylko część z nich została przekształcona w hotele, większość uległa likwidacji. W 2004 r. nastąpił dalszy spadek liczby ośrodków wczasowych o 7,1%. Pozytywnym zjawiskiem był wzrost udziału miejsc całorocznych w bazie noclegowej ogółem. W latach 2001-2003 w Polsce liczba hoteli wzrosła o 19,6% (189 obiektów). Liczba ta nie obejmuje wszystkich oddanych do użytku hoteli, a jedynie obrazuje zmiany (różnicę między nowo oddawanymi i zamykanymi obiektami). W 2004 r. liczba obiektów spadła o 2% i wyniosła 6972 obiekty. Liczba hoteli wzrosła o 4% (1202).
41. W latach 2001-2003 z obiektów zakwaterowania zbiorowego skorzystało odpowiednio 14,2 mln, 14,2 mln i 14,6 mln osób. Wśród korzystających odnotowano odpowiednio 3,2 mln, 3,2 mln, 3,3 mln cudzoziemców. Zdolność recepcyjna bazy noclegowej w 2001 roku wynosiła 134,6 mln nominalnych noclegów, a w 2003 roku - 134,9 mln, pozostała więc na niezmiennym poziomie. W 2004 r. z obiektów zakwaterowania zbiorowego korzystało 15,8 mln osób, tj. nastąpił wzrost o 8,2%.

Niekorzystnym zjawiskiem był spadek wykorzystania bazy noclegowej, który obniżył się w prawie wszystkich rodzajach obiektów. Największy spadek wykorzystania miejsc noclegowych w latach 2001-2003 zanotowano w zakładach uzdrowiskowych (z 72,8% do 65,5%), chociaż były one nadal najlepiej wykorzystane. Następne pod względem wykorzystania miejsc w 2003 roku były ośrodki kolonijne – 47,6%.

Wykorzystanie bazy noclegowej w ciągu roku charakteryzuje się dużymi wahaniami. Decyduje o tym zarówno popyt, jak i nominalna podaż noclegów, najmniejsza w styczniu, lutym, marcu, listopadzie i grudniu. Najwyższe wykorzystanie miejsc noclegowych zarejestrowano w III kwartale (43,7%), a najniższe w I kwartale (24,1%). Ogółem wykorzystanie zdolności recepcyjnej

obiektów noclegowych w 2003 roku wyniosło 33,6% i obniżyło się o 1,1 punktu procentowego w porównaniu z rokiem 2001 roku.

W latach 2001-2003 obserwowano spadek wykorzystania hoteli. W 2003 roku wykorzystanie hoteli ogółem spadło o 2,5 %, do poziomu 36%, i było najwyższe w obiektach pięciogwiazdkowych (49,5%) oraz czterogwiazdkowych (43,3%).

42. W 2001 roku przychody z całokształtu działalności hoteli i pozostałych obiektów noclegowych turystyki i innych miejsc krótkotrwałego zakwaterowania wyniosły 3.308,5 mln zł, a w kolejnym roku spadły do 3.256,4 mln zł. Szacuje się, że w 2003 roku przychody z całokształtu działalności hoteli i pozostałych obiektów noclegowych turystyki i innych miejsc krótkotrwałego zakwaterowania w Polsce spadły do 3.204,3 mln zł (o 1,6% mniej niż w 2002 roku), natomiast wzrosły przychody obiektów mikro.
43. Na polskim rynku dominują podmioty mikro (tj. zatrudniające do 9 osób), należące do grupy hoteli i pozostałych obiektów noclegowych turystyki i innych miejsc krótkotrwałego zakwaterowania. Stanowią one zdecydowaną większość wszystkich podmiotów należących do tych grup funkcjonujących na polskim rynku. Jednakże przychody z całokształtu ich działalności stanowią zaledwie 28% całości przychodów osiąganych przez wszystkie podmioty z grupy hoteli i pozostałych obiektów noclegowych turystyki i innych miejsc krótkotrwałego zakwaterowania na polskim rynku turystycznym. W poprzednich latach stanowiły one: w 2001 roku – 15,2%, w 2002 roku – 24,2% całości przychodów.
44. Od kilku lat udział hoteli w polskiej gospodarce turystycznej rośnie. Hotelarstwo uważane jest za najbardziej rentowną część branży turystycznej. Pomimo spadku wskaźników rentowności, sektor ten przyniósł relatywnie największe zyski. Spowodowane to było wysoką dynamiką nakładów inwestycyjnych, co pozwoliło na zajęcie korzystnej pozycji rynkowej i wcześniejsze dostosowanie się do zmian popytu na usługi turystyczne.

#### *Przewodnicy i piloci wycieczek*

45. Od momentu wejścia w życie ustawy o usługach turystycznych do końca 2003 roku w Polsce łącznie potwierdzono i nadano 43.783 uprawnienia do wykonywania zawodu pilota wycieczek lub przewodnika turystycznego, z czego 60,2% stanowiły uprawnienia do wykonywania zawodu pilota wycieczek. W 2004 r. liczba uprawnień wzrosła do 44 444, przy czym zwiększył się udział uprawnień do wykonywania zawodu pilota wycieczek do 67%.
46. Biorąc pod uwagę liczbę uprawnień, w badanym okresie wśród przewodników turystycznych największą grupę stanowili przewodnicy terenowi, a najmniejszą - miejscy. W latach 2001-2004 wzrastała liczba uprawnień we wszystkich analizowanych grupach. Największe roczne wzrosty liczby uprawnień nastąpiły w populacji pilotów wycieczek (25,3% w 2001 roku, 15,5% w 2002 r., 10,4% w 2003 roku) i przewodników miejskich (odpowiednio 20,5%, 19%, 6,1%, 9,9%).

## **Zasoby ludzkie**

### *Rynek pracy*

47. Zatrudnienie w turystyce liczone według PKD jako zatrudnienie dla sekcji H dział 55 Hotele i Restauracje oraz sekcji I dla grupy 63.30 – działalność związana z turystyką, w 2003 roku wynosiło 226,4 tys. osób. Zatrudnienie w tych grupach w

latach 2001-2003 systematycznie ulegało zmniejszeniu. Natomiast udział ww. grup w zatrudnieniu ogółem zmalał tylko w 2002 roku (z 1,62 do 1,53%), natomiast w 2003 roku utrzymał się na takim samym poziomie (1,53%) jak w roku poprzednim.

W 2003 r. zatrudnienie w biurach podróży wyniosło 17,1 tys. osób i było niższe niż w 2002 r. (w 2002 r. wyniosło 17,3 tys.). W hotelach i restauracjach w 2003 r. pracowało 209,3 tys. osób, zatrudnienie uległo zmniejszeniu w stosunku do roku poprzedniego o 1,6 tys. osób.

48. Liczba osób bezrobotnych zarejestrowanych w zawodach turystyczno-hotelarskich i gastronomicznych w 2004 r. zmniejszyła się w stosunku do 2003 r. o 2,3%. Liczba ofert pracy zgłoszonych w 2004 r. w zawodach turystyczno-hotelarskich i gastronomicznych wyniosła 26 844 i była o 9% większa w stosunku do odnotowanej w roku poprzednim.

### *Kształcenie*

49. Proces kształcenia kadr dla turystyki jest systematycznie monitorowany i wspomagany badaniami. Jak wynika z tych badań, 55% absolwentów szkół średnich „turystycznych” kontynuuje naukę, zaś w przypadku szkół wyższych ponad 40% absolwentów zgłosiło chęć kontynuacji nauki (95,3% na studia magisterskich, 4,7% na studiach podyplomowych). Ponad 60% absolwentów szkół wyższych znalazło zatrudnienie, z czego niespełna połowę stanowią zatrudnieni w sektorze usług turystycznych. Na podkreślenie zasługuje fakt, iż blisko 85% absolwentów potwierdziło słuszność wyboru kierunku kształcenia.<sup>2</sup>

W roku akademickim 2003/2004 w wyższych szkołach zawodowych kształciło się 166,7 tys. studentów, z czego na specjalnościach związanych z turystyką, hotelarstwem i rekreacją 11,2 %, co stanowiło liczbę 18 670 studentów. Należy przy tym zauważyć znaczący wzrost studentów pierwszego roku (+3,2 tys.) na kierunku turystyka i rekreacja. W porównaniu z rokiem akademickim 1999/2000 w wyższych szkołach zawodowych na specjalnościach związanych z turystyką i rekreacją odnotowano wzrost liczby studentów pierwszego roku o 6,8 tys.<sup>3</sup>

W świetle powyższych danych można stwierdzić, że specjalności związane z turystyką cieszą się dużym i rosnącym zainteresowaniem. W związku z dalszym rozwojem z zakresu kształcenia zawodowego kadr dla turystyki działania powinny zmierzać do:

- nowelizowania zawodów i profili kształcenia oraz standardów kwalifikacji zawodowych;
- aktualizowania zakresu wiadomości i umiejętności dla poszczególnych zawodów turystycznych, w tym podstaw programowych i organizacji praktyk zawodowych;
- permanentnego dostosowania programów kształcenia turystyczno – hotelarsko - gastronomicznych szkół średnich do potrzeb branży turystycznej;
- zacieśniania stałej, roboczej współpracy ze środowiskami zatrudniającymi absolwentów;
- ustawicznego podnoszenia poziomu kwalifikacji zawodowych nauczycieli;
- utrzymania jednego makrokierunku studiów o nazwie „Turystyka”.

<sup>2</sup> Źródło: dane PENTOR S.A. Badanie losów absolwentów szkół średnich i wyższych kształcących kadry dla turystyki - Katowice 2003

<sup>3</sup> Źródło: analiza MENiS dot. liczby studentów pod kątem kierunków studiów i specjalności kształcenia w roku akademickim 2003/2004.



## Marketing turystyczny

50. Podstawą realizacji zadań promocyjnych podejmowanych przez Polską Organizację Turystyczną (POT) na rynkach zagranicznych, jak również na rynku krajowym są plany działania organizacji na dany rok.

Znaczne zmniejszenie budżetu w 2002 roku spowodowało zmniejszenie działań promocyjnych POT, szczególnie w targach, warsztatach turystycznych, imprezach promocyjnych, reklamie i wydawnictwach.

Wydatki Polskiej Organizacji Turystycznej kształtowały się w latach 2000-2004 w sposób następujący (w tys. zł):

Rok	Wykonanie	w tym	
		Dotacja budżetowa państwa	Pozostałe środki
2001	40.612	39.432	1.180
2002	27.001	24.953	2.048
2003	34.301	31.107	3.194
2004	38.880	35.949	2.931

51. W 2001 roku podjęto działania na rzecz wzbogacenia wizerunku Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie. Przyjęto następujące priorytetowe produkty turystyczne: turystykę miejską i kulturową, turystykę aktywną i ekoturystykę, turystykę wypoczynkową i zdrowotną. W 2002 roku w działaniach na rynku krajowym główny nacisk położony został na promocję regionów oraz turystyki weekendowej i pozasezonowej. Polski System Informacji Turystycznej powstał w oparciu o opracowanie przygotowane przez Polską Organizację Turystyczną. Zostały zorganizowane szkolenia przedstawiające zasady działania Systemu, pozwalające na dążenie do ujednoczenia działań jednostek „it”, które to ujednoczenie i unowocześnienie konieczne jest dla sprawniejszego i wspólnego działania wspomnianych jednostek.
52. Do najważniejszych inicjatyw POT w latach 2003-2004 na rynku krajowym było stworzenie Banku Produktów Turystycznych, Certyfikatów Polskiej Organizacji Turystycznej, programów dotyczących niszowych produktów turystycznych, Karty Polskiej i powołanie Biura Konferencji i Kongresów.

Ponadto w roku 2004 Polska Organizacja Turystyczna (POT), kontynuowała działania na rzecz zapewnienia funkcjonowania i rozwijania polskiego systemu informacji turystycznej. W ramach tych działań wykonano następujące zadania:

- utrzymywano strony POT na portalu internetowym - na bieżąco publikowane były informacje o działalności POT i najważniejszych wydarzeniach w polskiej turystyce,
- udzielano bieżącej konsultacji przedstawicielom regionów dotyczących budowy i funkcjonowania systemu „it”,
- podjęto współpracę z Departamentem Promocji Ministerstwa Spraw Zagranicznych oraz rozpoczęto konsultacje na temat integracji na wielu płaszczyznach serwisów Internetowego Systemu Informacji Turystycznej i Promocji Polski Panorama Polski,
- zakończono inwentaryzację centrów i punktów informacji turystycznej w Polsce. W 2004 roku funkcjonowało ponad 280 centrów i punktów „it”;
- udostępniono turystom krajowym i zagranicznym Internetowy System Informacji Turystycznej i Promocji Polski – ISIT. Pierwszy rok funkcjonowania

serwisu ma charakter pilotażowy – w dalszym ciągu prowadzone są prace nad jego aktualizacją oraz dostosowaniem do potrzeb potencjalnych użytkowników. Jak wynika z rejestracji danych, serwis odwiedza dziennie ok. 2000 osób;

- z inicjatywy Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad uczestniczono w trzech spotkaniach poświęconych problemowi oznakowania atrakcji turystycznych przy autostradach i drogach ekspresowych w Polsce. Rozpoczęto prace nad jednolitymi zasadami kwalifikacji atrakcji turystycznych przy drogach oraz zasadami finansowania, ustawiania i utrzymywania znaków drogowych.

## **Przestrzeń turystyczna**

### *Infrastruktura lotnicza*

53. Od wielu lat rola transportu lotniczego w turystyce rośnie. W Polsce w latach 2001-2003 następował wzrost zainteresowania władz samorządowych rozbudową lotnisk i zwiększeniem liczby połączeń lotniczych, szczególnie międzynarodowych. Pierwsze regularne loty nowych „tanich” przewoźników rozpoczęły się w IV kwartale 2003 roku.

Dla oceny rozwoju pasażerskiego transportu lotniczego kluczowe znaczenie mają informacje o liczbie pasażerów przyjętych i odprawionych w polskich portach lotniczych. Podkreślić należy, że w latach 2001-2003 łączna ich liczba wzrosła o 12,2%, z czego w ruchu krajowym odnotowano wzrost o 25%, a w międzynarodowym – o 8,7%. Warto odnotować jest duży wzrost przewozów pasażerskich w ruchu krajowym. Liczba pasażerów obsługiwanych przez polskich przewoźników lotniczych wzrosła o 15,8%.

Dla sektora biur podróży szczególne znaczenie mają informacje nt. przewozów pasażerskich międzynarodowymi lotami czarterowymi. W latach 2001-2003 ich liczba wzrosła o 14,6%. Jednakże ograniczenie popytu krajowego na wyjazdy zagraniczne spowodowało, że liczba klientów biur podróży korzystających z przewozów czarterowych wzrosła jedynie o 7,9%.

### *Infrastruktura kolejowa*

54. Rola przewozów kolejowych w transporcie pasażerskim systematycznie maleje. Ich miejsce w coraz większym stopniu przejmuje transport samochodowy. W latach 2001-2003 liczba pasażerów w komunikacji krajowej zmniejszyła się z 332,1 mln do 283,4 mln, tj. o 14,7%, a w komunikacji międzynarodowej - o 30,3%.

Dla gospodarki turystycznej szczególne znaczenie mają przewozy w komunikacji krajowej po odliczeniu przewozów na podstawie biletów miesięcznych oraz przewozy w komunikacji międzynarodowej.

W latach 2001-2003 przewozy pasażerów z biletami jednorazowymi zmniejszyły się o 3,2%. Spadki odnotowano zarówno w komunikacji krajowej (3%), jak i międzynarodowej (aż 30%). Niepokojące są spadki w grupie przewozów pociągami pospieszными i ekspresami.

### *Infrastruktura wodna*

55. W latach 2001-2003 ruch pasażerski w morskich portach i na przystaniach zmniejszył się o 27,8%. Podstawową przyczyną był spadek ruchu w portach województwa zachodniopomorskiego. W portach województwa pomorskiego

odnotowano natomiast niewielki wzrost przewozów. W strukturze przewozów dominuje żegluga promowa.

W 2002 roku Gdynię i Gdańsk odwiedziło łącznie 67 statków pasażerskich (wycieczkowych), a w 2003 roku - 102 statki. Poza przewozami pasażerskimi, w turystyce morskiej istotną rolę odgrywa żegluga jachtowa. W 2001 roku do 15 polskich portów jachtowych zawinęło 7 762 jachtów polskich i 6 051 jachtów zagranicznych, a w 2002 r. odpowiednio: 5.375 i 2.542 jednostki.

Flota pasażerska żeglugi przybrzeżnej w 2003 roku liczyła 26 statków, w tym 6 wodolotów. Wszystkie statki miały ponad 5 lat. W latach 1999-2003 nie przybył ani jeden statek.

56. Polska dysponuje niewielką liczbą 3,6 tys. km śródlądowych dróg wodnych, z czego 3 tys. km jest eksploatowanych. Wykorzystywanych jest 75% (1,8 tys. km) dróg rzecznych, 98% (0,9 tys. km) sztucznych dróg wodnych i 100% (0,26 tys. km) jezior żeglownych. W 2003 roku po wodach śródlądowych pływało 87 statków pasażerskich, które dysponowały 9 300 miejscami pasażerskimi. W latach 2001-2003 wybudowano i oddano do użytku tylko 3 statki dysponujące 132 miejscami. W latach 2001-2003 spadek liczby pasażerów w przewozach żegluga śródlądową wyniósł 38,3%, w tym w komunikacji międzynarodowej - aż 52,9%. Przewozy pasażerów żegluga śródlądową w Polsce w porównaniu z przewozami w innych krajach europejskich są bardzo niskie.

#### *Infrastruktura drogowa*

57. W 2003 roku z transportu samochodowego zarobkowego (bez przewozów miejskich) skorzystało 822,9 mln pasażerów, w tym 2,4 mln w komunikacji międzynarodowej. Po wyłączeniu przewozów na podstawie biletów miesięcznych (366,3 mln pasażerów) i przewozów pracowniczych (103,2 mln pasażerów) otrzymano liczbę 322,3 tys. pasażerów przewiezionych liniami regularnymi i 31 mln przewozów wycieczkowych i kolonijnych.

W 2003 roku średnia długość przewozów w regularnej komunikacji krajowej na podstawie biletów jednorazowych wyniosła 47 km, co oznacza, że większość z nich miała charakter lokalny. Średnia długość przewozów międzynarodowych wyniosła 1.483 km. Były to więc w większości przewozy dalekie z tranzytowym przejazdem przez kraje sąsiedzkie.

#### *Infrastruktura turystyczna uzupełniająca*

58. Szlaki turystyczne na obszarze Polski tworzone są głównie przez Oddziały i Zarząd Główny Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego (ZG PTTK), związki gmin, organizacje pozarządowe, fundacje i Regionalne Organizacje Turystyczne.

W 2001 roku ze środków Ministerstwa Gospodarki na sfinansowanie tworzenia i znakowania szlaków wydano kwotę 743 tys. zł. W roku kolejnym na ten sam cel przeznaczono w Ministerstwie Gospodarki kwotę 1.197 tys. zł. W 2003 roku wykonano 15.899,4 km szlaków, w tym: 4.038,5 km szlaków rowerowych, 3.991,7 km pieszych górskich, 7.311,2 km pieszych nizinnych, 280 km jeździeckich, 278 km narciarskich oraz innych.

Szlaki były realizowane głównie przez kadrę znakarzy PTTK z uprawnieniami. Większość twórców nowych szlaków wydała jednocześnie wydawnictwa i mapy promujące te szlaki, co wydaje się konieczne przy popularyzacji nowych szlaków turystycznych.

W latach 2001-2003 wzrosła znacznie długość szlaków turystycznych, na koniec 2003 roku było ich około 75 tys. km.

59. W Polsce muzea prowadzone są przez państwo i jednostki samorządu terytorialnego oraz instytucje kultury, w tym również placówki muzealne, prowadzone przez inne podmioty np. stowarzyszenia, fundacje, kościoły oraz osoby prywatne. W latach 2001-2003 w Polsce liczba muzeów systematycznie wzrastała na poziomie 0,6-0,8% rocznie. Rosła także w tym okresie liczba zwiedzających, przy czym znaczny wzrost odnotowano w 2003 roku w stosunku do roku poprzedniego - o 10,6%.

Struktura muzeów według rodzajów wskazuje, że najwięcej w analizowanym okresie było muzeów regionalnych i historycznych. Muzea prowadziły różną działalność oświatową, do której zaliczyć można organizację odczytów, seanse filmowe, koncerty i lekcje. Muzea posiadały swoje oddziały, których liczba także systematycznie rosła w ciągu analizowanego okresu (0,5% w 2002 roku i 1,1% w 2003 roku). W rezultacie w 2003 roku 665 muzeów miało 178 oddziałów.

Muzea i wystawy muzealne odwiedzane były głównie w grupach zorganizowanych. Wśród zwiedzających znaczny udział miała młodzież szkolna (ok. 40%). Było duże zainteresowanie wystawami sprowadzonymi z zagranicy. Udział zwiedzających je w liczbie zwiedzających ogółem wynosił odpowiednio w poszczególnych latach: 10,4%; 6,9% i 9,5%.

Infrastrukturę towarzyszącą stanowią także instytucje paramuzealne, do których zalicza się ogrody zoologiczne, ogrody botaniczne, rezerваты i inne. Średniorocznie takich obiektów w Polsce było ok. 52, przy czym w analizowanym trzyletnim okresie ich liczba nieznacznie spadła w stosunku do 2001 roku (o 3,7%). Wzrosła natomiast liczba zwiedzających (o 26%). Wśród zwiedzających największy był udział zwiedzających ogrody zoologiczne (52,7% w 2001 roku, 52% w 2002 roku i 53,3% w 2003 roku).

60. W latach 2001-2003 w Polsce funkcjonowały 23 parki narodowe. Do najliczniej odwiedzanych parków należały: Tatrzański Park Narodowy (ok. 2,5 mln osób rocznie), Woliński Park Narodowy (ok. 1,7 mln osób) i Karkonoski Park Narodowy (1,5 mln osób). Te trzy parki narodowe skupiały ponad 50% ruchu w parkach. Muzea parków narodowych odwiedzało rocznie około 700 tys. osób. Ponadto w Polsce w trzyletnim analizowanym okresie istniało 120 parków krajobrazowych.

#### *Wpływ turystyki na środowisko*

61. Rozwój turystyki związany jest nierozdzielnie z walorami przyrodniczymi. 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. 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 również okazać się szczególnie uciążliwe dla środowiska. Nie tylko wielkie centra, ale nawet rozproszone, lecz liczne obiekty stanowią swoiste zagrożenie dla terenów wrażliwych przyrodniczo, a nie zawsze prawnie chronionych. Rozbudowa infrastruktury turystycznej stanowi również zagrożenie

dla jakości środowiska (stan wód, powietrza, gleb), krajobrazu czy stanu bioróżnorodności.

W Polsce największe koncentracje ruchu turystycznego w terenach nadmorskich i pojeziernych przypadają na okres wakacyjny, natomiast w terenach górskich mają charakter prawie całoroczny. Badań nad skutkami dla przyrody antropopresji turystycznej nie jest w Polsce wiele. W dotychczasowych stwierdza się, że: poważnie zagrożone są zespoły roślinności nadmorskiej oraz wydmy jako formy morfologiczne terenu. W rejonie pojezierzy dominującym negatywnym oddziaływaniem turystyki jest płoszenie zwierząt i przyczynianie się do coraz większej eutrofizacji jezior; penetracja zespołów leśnych prowadzi m. in. do synantropizacji flory i fauny w otoczeniu szlaków i miejsc widokowych, tworzenia „dzikich” szlaków. W górach ruch i budownictwo turystyczne poprzez niszczenie pokrywy roślinnej i glebowej w konsekwencji przyczynia się do powstawania ścieżek na gołej skale i inicjuje procesy erozyjne, poważne osuwiska, czego następstwem jest zmiana rzeźby terenu.

Wszędzie gdzie turystyka ma miejsce, problemem jest zaśmiecanie terenu oraz wzrost ilości wykorzystywanych zasobów wody, coraz większe zapotrzebowanie na energię ze wszystkimi negatywnymi skutkami jej wytwarzania, produkcja dóbr będących przedmiotem zakupów turystycznych i towarzysząca temu często nadmierna konsumpcja.

W polskiej praktyce rozwoju turystyki jej uczestnicy bardziej kierują się zaspokajaniem potrzeb niż uwarunkowaniami trwałego rozwoju tej społecznej i gospodarczej dziedziny życia. Zaspokojeniu potrzeb nie odpowiada infrastruktura transportowa kraju, choć powoduje ona wzmożony ruch pojazdów.

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

Powyższe problemy dotyczą nie tylko kurortów i najbardziej znanych miejscowości, wnętrza czy otoczenia obszarów chronionych, ale również odnoszą się do coraz liczniej odwiedzanych terenów wiejskich.

Zagrożenia turystyki dla środowiska to nie tylko widoczne skutki w sferze przyrodniczej. Również jej oddziaływanie na proces zrównoważonego rozwoju jest istotne dla strategicznej oceny tej funkcji gospodarczej i sfery zaspokajania potrzeb społecznych. Zasady zrównoważonego rozwoju wymagają wiele więcej niż mierzenie znaczenia wspomnianego wyżej rynku wielkością uzyskanych obrotów i wytwarzanych usług.

## **Wsparcie instytucjonalne**

62. Ministerstwo Gospodarki i Pracy realizuje głównie prace badawcze w zakresie turystyki zgodnie z Rządowym Programem Badań Statystycznych Statystyki Publicznej (PBSSP) na kolejne lata oraz prace w zakresie doskonalenia narzędzi badawczych.

Badania wynikające z PBSSP obejmują następujące obszary badawcze: turystykę zagraniczną, aktywność turystyczną Polaków oraz w ramach bazy informacyjnej

Polska Statystyka Publiczna dwie bazy danych: bazę danych TRAPER oraz turystyczną bazę danych GMINA.

Ważnym elementem współpracy w ostatnich latach jest prowadzenie prac metodologicznych badań statystycznych działalności związanych z turystyką (wg klasy 63.30 PKD). Prace te są kontynuowane w 2005 roku. Rozpoczęto również prace metodologiczne badań turystów zagranicznych. W ramach tych prac w 2004 roku zorganizowano seminarium, w którym uczestniczyli przedstawiciele GUS-u i NBP. Ponadto rozpoczęto, za pośrednictwem GUS-u, przekazywanie danych z zakresu turystyki do Eurostat, zgodnie z zapisami Dyrektywy Rady nr 95/57/WE w sprawie zbierania informacji statystycznych w dziedzinie turystyki i Decyzji Komisji 1999/34/WE dotyczącej procedur wdrażania przepisów ww. Dyrektywy.

Poza PBSSP Ministerstwo Gospodarki i Pracy zleca cyklicznie zadanie badawcze polegające na opracowaniu i prezentacji danych dotyczących infrastruktury turystycznej, paraturystycznej, przyjazdów turystów krajowych i zagranicznych do poszczególnych województw i struktury wydatków na turystykę w układzie wojewódzkim.

Nakłady budżetowe<sup>4</sup> na badania w zakresie turystyki kształtują się rosnąco: w 2004 roku wydatkowano 2.003.700 zł, natomiast w 2005 roku szacuje się, że wyniosą 2.029.300 zł, tj. nastąpi nieznaczny wzrost nakładów o 1,3%.

### **Prognozy zmian w turystyce światowej i europejskiej**

63. Prognozy sporządzane przez Światową Radę Turystyki i Podróży (WTTC) obejmują okres 10-letni. WTTC przewiduje na świecie znaczący wzrost wartości sprzedanych dóbr i usług na rynku turystycznym we wszystkich wyróżnianych przez siebie obszarach popytu.
64. Światowy popyt turystyczny w ujęciu wartościowym na dobra i usługi przemysłu turystycznego w latach 2004-2014 wzrośnie o 57%, a całej gospodarki turystycznej o ponad 64%. Najwolniej będzie rósł popyt w obszarze turystyki i podróży biznesowych oraz wydatków publicznych. Natomiast popyt związany z zagraniczną turystyką przyjazdową wzrośnie o 94%, a w zakresie inwestycji turystycznych o 75%.
65. Udział Europy w światowej gospodarce turystycznej zmniejszy się z 39% do 32%. Zmniejszy się także udział Europy w poszczególnych obszarach popytu (od 5 do 8 punktów procentowych). Najbardziej widoczne zmniejszenie udziału dotyczyć będzie wydatków indywidualnych (z 39% do 32%), wydatków rządowych i samorządowych (z niecałych 38% do 30%) oraz wydatków biznesowych (z 44% do 38%).
66. Prognozy WTTC do 2014 r. nie przewidują znaczących zmian w udziale przemysłu turystycznego w tworzeniu światowego produktu brutto. W 2004 r. wynosił on 3,81%, w 2014 r. będzie wynosił według prognoz 3,79%. W niewielkim stopniu wzrosnąć ma udział szeroko rozumianej gospodarki turystycznej - z 10,36% do 10,89%.
67. Według WTTC w ciągu 10 lat zatrudnienie w przemyśle turystycznym zgodnie z prognozą ma wzrosnąć o ok. 18-19%, a w gospodarce turystycznej o ok. 20-21%. W Europie Środkowo-Wschodniej wzrost w przemyśle ma wynosić 13%, a w gospodarce turystycznej - 19%. Bezwzględne liczby zatrudnionych będą

---

<sup>4</sup> łącznie z wydatkami POT na badania marketignowe

znaczące. W skali świata przewiduje się, że w przemyśle turystycznym w 2014 r. będzie pracowało prawie 88 mln osób, a w gospodarce turystycznej 260 mln. Dla Europy analogiczne wielkości kształtować się będą na poziomie ok. 14 mln i 43 mln, dla Europy Środkowej i Wschodniej - 3,7 mln i 16 mln osób. Wielkości te wskazują na pewne umocnienie się pozycji przemysłu turystycznego i gospodarki turystycznej na światowym i europejskim rynku pracy. Udziały te w przypadku przemysłu turystycznego dla świata wyniosą ok. 2,9%, dla Europy 3,6%, dla Europy Środkowo-Wschodniej 2,45%. W przypadku gospodarki odpowiednio: 8,62%, 10,4%, 10,38%.

68. Światowa Organizacja Turystyki (WTO), opierając się na tendencjach obserwowanych w ostatnich latach XX w., sporządziła długoterminową prognozę rozwoju międzynarodowego ruchu turystycznego. Bazując na danych wyjściowych z 1995 r. dokonano ocen wielkości turystycznych przyjazdów zagranicznych do 2020 r. Obecnie po upływie 2/5 okresu prognostycznego można stwierdzić, iż ocena WTO okazała się bardzo trafna. Porównując założone w prognozie wielkości z realnymi, uzyskanymi w 2004 r., widać stosunkowo niewielkie odchylenia. Dla całego świata i Europy są one mniejsze od prognozowanych o 8,5%, dla Azji Wschodniej i Pacyfiku - większe o 2,2%, dla Ameryki Północnej, Południowej i Środkowej - mniejsze o 21,4%, dla pozostałych regionów mniejsze o 2,5%. Tak więc, mimo zaistnienia szeregu wcześniej niemożliwych do przewidzenia zjawisk, niekorzystnie wpływających na międzynarodowy ruch turystyczny można stwierdzić, iż tylko atak terrorystyczny na World Trade Center w Nowym Jorku przełożył się na trwały i wyraźny efekt spadku liczby międzynarodowych podróży turystycznych w Ameryce Północnej i Południowej.

**Tabela 2. Prognozowane wielkości ruchu w międzynarodowej turystyce przyjazdowej w latach 2004-2020 na świecie i w wybranych regionach**

Region	Liczba przyjazdów turystów zagranicznych w mln.				Średnioroczne tempo wzrostu w % w latach 2004-2020	Wzrost w % w latach 2004-2020
	2004*	2010	2013	2020		
Europa	414	494	540	664	3,0	60,4
Azja Wsch. i Pacyfik	153	224	272	423	6,5	176,5
Ameryki	124	156	175	229	3,9	84,7
Pozostałe regiony	69	91	102	126	4,8	82,6
Świat razem	760	965	1089	1442	4,1	89,7

\* wstępne dane WTO

Źródło: opracowanie i obliczenia Instytutu Turystyki na podstawie prognoz WTO

69. Prognozowane wielkości wskazują jednoznacznie na silnie rosnące znaczenie regionu Azji i Pacyfiku oraz rosnące znaczenie Dalekiego Wschodu. Na podstawie obserwowanych zachowań turystów jako konsumentów dóbr i usług turystycznych, organizacji i struktury rynku wynikających z rewolucji technologicznej oraz potrzeb, możliwości i gustów nabywców można uznać za najbardziej prawdopodobne następujące kierunki zmian na międzynarodowym rynku turystycznym:

- a) wzrost częstotliwości podróży przy mniejszym wzroście faktycznej liczby osób odbywających podróże;
  - b) rosnące znaczenie jakości usług w kształtowaniu oferty rynkowej;
  - c) zachowanie zasady „odpowiedniej jakości za określoną cenę” ze strony nabywców dóbr i usług turystycznych;
  - d) zmniejszenie roli pośredników w sprzedaży dóbr i usług turystycznych;
  - e) zmiana struktury produktu turystycznego – w coraz większym stopniu produkt będzie zbudowany z modułów do indywidualnego skompletowania przez klienta (nadanie wyjazdowi turystycznemu cech indywidualnych);
  - f) rosnąca potrzeba uzyskania profesjonalnego doradztwa przy nabywaniu dóbr usług turystycznych, zwiększenie potrzeby kompleksowej obsługi;
  - g) powszechny wpływ nowoczesnych technologii telekomunikacyjnych (szerokopasmowy internet i interaktywna telewizja) na zachowania nabywców na rynku;
  - h) zmiany w tradycyjnej segmentacji rynków turystycznych:
    - segment turystyki biznesowej będzie rozwijał się dużo wolniej od turystyki rekreacyjno-wakacyjnej,
    - w segmencie turystyki rekreacyjnej większego znaczenia nabierze motywacja zdrowotna,
    - część segmentów uważanych dotychczas za niszowe rozwinię się tworząc nowe rynki masowe;
  - i) zwiększenie potrzeby rekreacji i aktywności ruchowej w trakcie wyjazdów turystycznych (szczególnie na poziomie niezaawansowanym) i kierowanie się w tym zakresie modą, a nie tylko autentycznymi potrzebami oraz możliwościami;
  - j) zwiększenie popytu na usługi turystyczne traktowane dziś jako segment luksusowy (w wyniku większej zamożności konsumentów, mody, snobizmu);
  - k) rosnąca konkurencja ze strony centrów dziennej rozrywki i rekreacji.
70. Ocenia się, że obserwowane trendy demograficzne, wzrostu poziomu wykształcenia, wzrostu wiedzy ekologicznej, poprawy stanu zdrowia oraz poprawa sytuacji materialnej społeczeństw europejskich powodować będą wzrost zainteresowania usługami turystycznymi wysokiej jakości. W związku z tym należy spodziewać się zdecydowanego wzrostu zapotrzebowania na:
- a) wysokiej jakości infrastrukturę turystyczną i usługi towarzyszące,
  - b) kompleksowe usługi transportowe i szybki dostęp do obszarów recepcji turystów.
  - c) wykwalifikowanych pracowników zarówno w sektorze turystyki jak i sektorach świadczących usługi dla turystów; w tym wykwalifikowanych animatorów wydarzeń kulturalnych i rekreacyjnych,
  - d) wysokokwalifikowaną kadrę kierowniczą w sektorze turystyki i sektorach pokrewnych,
  - e) kompleksowe i harmonijne zagospodarowanie przestrzeni turystycznej z zachowaniem walorów środowiska,
  - f) sprawny system informacji turystycznej dostarczający potrzebnych informacji na każdym etapie realizacji wyjazdu.

### **Prognozy rozwoju turystyki w Polsce**

71. Rozwój turystyki przyjazdowej do Polski oraz turystyki mieszkańców Polski w latach 2005-2013 będzie zależeć głównie od zmian sytuacji gospodarczej w Polsce i w krajach europejskich, zaś w mniejszym stopniu od zmian w gospodarce światowej.



72. W latach 1997-2004 średni wzrost PKB w Polsce o ostatnich latach był dodatni i utrzymywał się na poziomie 3,5% i był znacznie wyższy od średniego wzrostu przychodów z turystyki, który był ujemny i wynosił -2,1%. Punktem wyjścia do określenia warunków rozwoju turystyki w Polsce są prognozy podstawowych wskaźników ekonomicznych dla Polski na lata 2005-2006, 2007-2013 i 2014-2020. Zostały one opracowane przez zespół przygotowujący Narodowy Program Rozwoju na lata 2007-2013 i opublikowane w dokumencie *Wstępny projekt Narodowego Planu Rozwoju 2007-2013*.
73. Zgodnie z tendencjami obserwowanymi w krajach Unii Europejskiej, sygnalizowanymi również w „Projekcie Narodowego Planu Rozwoju 2007-2013”, należy spodziewać się do 2020 roku znacznego wzrostu konsumpcji, co będzie prowadzić do jeszcze szybszego wzrostu funduszu swobodnej konsumpcji. O udziale wydatków na turystykę w funduszu konsumpcji zadecyduje konkurencyjność polskiej oferty turystycznej na rynku międzynarodowym oraz wzrost zainteresowania mieszkańców Polski różnymi formami aktywności turystycznej.
74. Ocena sytuacji w Europie wskazuje, że uzyskanie przewagi konkurencyjnej na międzynarodowym rynku turystycznym uzależnione będzie od rozwoju konkurencyjnych produktów turystycznych oraz jakości usług turystycznych bazujących na jakości zasobów ludzkich.
75. Poważnym wyzwaniem na rynku międzynarodowym jest wzrost konkurencji prowadzący do wzrostu wydatków na marketing. Według szeregu ekspertyz w nadchodzących latach należy liczyć się z dalszym wzrostem nakładów na marketing ponoszonych przez administracje poszczególnych krajów i regionów.
76. Postępująca standaryzacja produktu turystycznego, rozwój nowych technologii zwiększy rolę wysokokwalifikowanej kadry. Przewiduje się, że w nadchodzących latach zdecydowanie wzrośnie zainteresowanie młodych ludzi podejmowaniem pracy w obsłudze ruchu turystycznego. Wzrost liczby absolwentów średnich szkół turystycznych i hotelarskich oraz zdecydowany wzrost liczby studentów kończących studia licencjackie i magisterskie obserwowany w ostatnich latach wzmógł nacisk na doskonalenie zawodowe istniejących kadr turystycznych. Jednocześnie wzrost liczby uczniów i studentów nie znalazł odzwierciedlenia we wzroście liczby i poziomu kadr nauczających.
77. Ucieczka od postępującej unifikacji oferty wypoczynku wymusi na producentach usług turystycznych większą dywersyfikację produktu turystycznego i rozwój produktów modułowych umożliwiających indywidualny wybór elementów wyjazdu.
78. Wzrost oczekiwań w zakresie bezpieczeństwa w podróży, dostępu do turystyki osób niepełnosprawnych oraz wzrost świadomości ekologicznej społeczeństwa powodują wzrost kosztów związanych ze świadczeniem usług turystycznych.
79. Wzrost liczby osób starszych i wchodzenie w wiek emerytalny powojennego wyżu demograficznego, pokolenia lepiej wykształconego i lepiej sytuowanego prowadzić będzie do wzrostu wymagań i wzrostu zainteresowania jakością usług.
80. Wraz ze wzrostem świadomości ekologicznej nastąpi wzrost liczby wyjazdów do regionów wyróżniających się pod względem ekologicznym, połączonych z wykorzystaniem ekologicznej infrastruktury turystycznej.
81. Promowany model zdrowego stylu życia powoduje wzrost zainteresowania szeroko rozumianą turystyką zdrowotną oraz wyjazdami łączącymi cele zdrowotne z aktywnymi formami wypoczynku. Ta zmiana popytu wymagać będzie istotnych

przekształceń w dotychczasowym, sanatoryjnym modelu wyjazdów zdrowotnych. Wraz ze wzrostem dostępności do specjalistycznego sprzętu sportowego i rekreacyjnego rosnać będzie zainteresowanie turystyką aktywną i specjalistyczną.

**Tabela 3. Prognozy przyjazdów cudzoziemców i turystów zagranicznych do Polski w latach 2005, 2013 (w mln osób)**

Wyszczególnienie	Cudzoziemcy		Turyści	
	2005	2013	2005	2013
Przyjazdy ogółem	65,2	75,5	15,0	20,2
w tym: Niemcy	36,6	41,9	5,6	7,3
Rosja, Białoruś, Ukraina	9,0	10,9	4,6	5,6
Litwa, Łotwa, Estonia	2,0	2,2	1,3	1,5
Czechy i Słowacja	14,3	15,1	0,3	0,3

Źródło: Prognozy Instytutu Turystyki

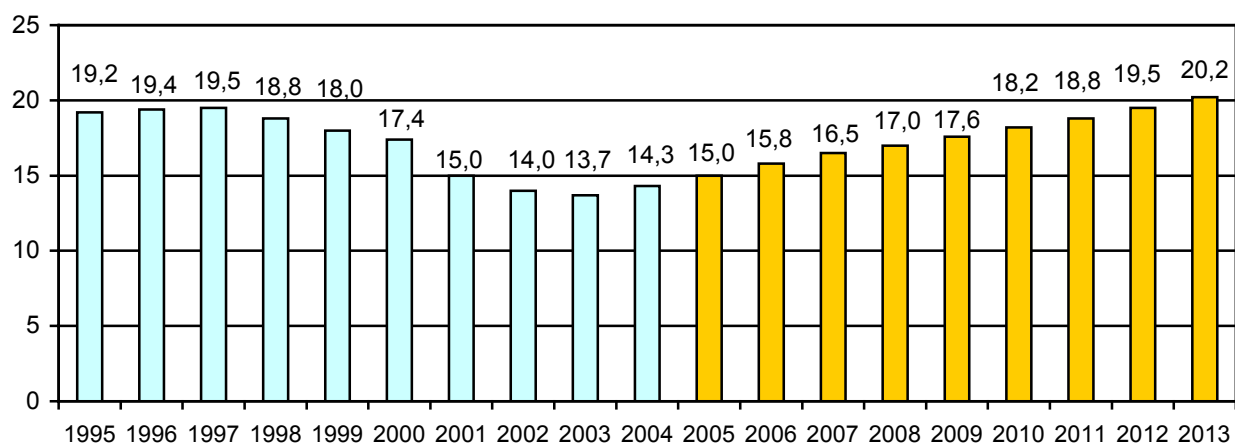
**Tabela 4. Prognoza wpływów z turystyki przyjazdowej do Polski w latach 2005 i 2013 (w mld USD)**

Wyszczególnienie	2005	2013
Wpływy z turystyki przyjazdowej	6,0	8,7
Wydatki turystów zagranicznych	3,8	5,9
Wydatki odwiedzających jednodniowych	2,2	2,8

Źródło: Prognozy Instytutu Turystyki

82. Prognozy Światowej Organizacji Turystycznej (WTO) do roku 2020 mówią o stabilnej pozycji turystyki w gospodarce światowej. WTO przewiduje, że tempo wzrostu międzynarodowego ruchu turystycznego będzie szybsze od tempa wzrostu PKB.
83. Przy założeniu intensywnej promocji, turystyka przyjazdowa do Polski winna rozwijać się w tempie nieco szybszym niż średnia europejska (szczególnie w pierwszych trzech latach omawianego okresu). Średni roczny wzrost liczby przyjazdów turystów zagranicznych do Polski powinien kształtować się na poziomie 3,5-4,0%.

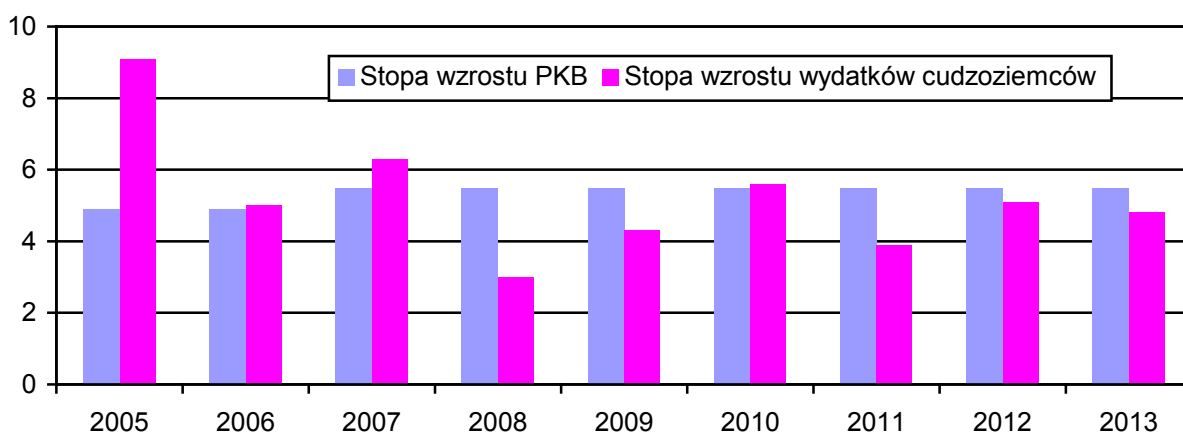
**Rys. 2. Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski w latach 1994-2004 i prognozy na lata 2005-2013 (w mln osób)**



Źródło: Prognozy Instytutu Turystyki, listopad 2004

84. Aby w latach 2007-2013 utrzymać udział gospodarki turystycznej w PKB na dotychczasowym poziomie nie wystarczy wzrost liczby przyjazdów do Polski. Muszą zdecydowanie wzrosnąć wydatki turystów zagranicznych w Polsce. Dotychczasowa struktura wydatków wskazuje, że podstawowymi czynnikami wzrostu wydatków cudzoziemców w Polsce powinny być: poprawa jakości typowych usług turystycznych i transportowych oraz poszerzenie oferty usług towarzyszących instytucji kultury, szeroko rozumianej rekreacji, gastronomii i transportu lokalnego. Sporządzone szacunki wskazują, że przy wsparciu rozwoju wymienionych usług średnie tempo wzrostu wydatków cudzoziemców w Polsce w latach 2005-2013 będzie zbliżone do tempa wzrostu PKB.

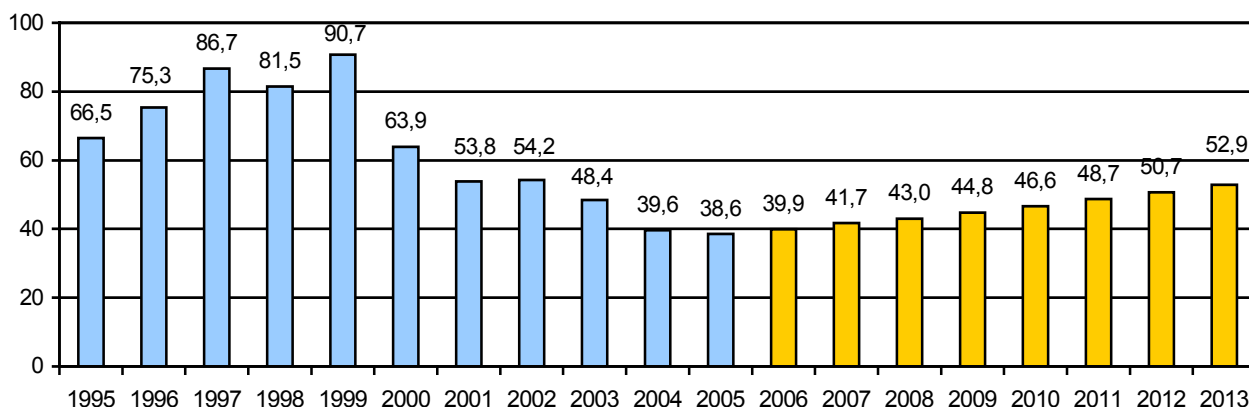
**Rys. 3. Prognoza stop wzrostu PKB oraz wzrostu wydatków cudzoziemców w Polsce w latach 2005-2013**



Źródło: Wstępny projekt NPR (PKB), Instytut Turystyki (przyjazdy turystów zagranicznych)

85. Podstawowym czynnikiem wzrostu turystyki mieszkańców Polski będzie wzrost dochodów ludności i wzrost PKB na osobę. Zakłada się, że zgodnie z tempem wzrostu PKB będzie rosła liczba podróży krajowych i turystycznych wyjazdów zagranicznych. Średni roczny wzrost popytu na podróże krajowych i turystycznych wyjazdów zagranicznych powinien kształtować się na poziomie 5%. Utrzymanie wysokiego tempa wzrostu wyjazdów krajowych będzie uzależnione podaży usług a w szczególności od poprawy jakości i rozbudowy infrastruktury krajowej. Szczególnym zagrożeniem dla jakości usług turystycznych w Polsce może być sezonowy odpływ najlepiej wykształconej kadry turystycznej do obsługi turystów w zagranicznych centrach turystycznych.
86. O wzroście aktywności turystycznej mieszkańców Polski w nadchodzących latach zdecyduje edukacja turystyczna dzieci i młodzieży, a także aktywność szkoły oraz kadry programowo-organizacyjnej działającej w środowisku młodzieży. Obserwowany spadek uczestnictwa dzieci i młodzieży, a szczególnie spadek uczestnictwa w wyjazdach zorganizowanych może stać się istotnym czynnikiem hamującym przyszły rozwój turystyki mieszkańców Polski.
87. Ważną rolę w zmianach stylu wypoczyniania społeczeństwa będzie odgrywał wzrost liczby osób w wieku emerytalnym, w tym emerytów z rodzin lepiej sytuowanych. Tendencja wzrostu liczby podróży osób starszych jest już od kilku lat obserwowana w krajach Europy Zachodniej.

**Rys. 4. Turystyczne podróże krajowe mieszkańców Polski w latach 1994-2003 i prognoza na lata 2004-2013 (w mln)**



Źródło: oszacowania i prognozy Instytutu Turystyki

88. Na tym tle gospodarka turystyczna w Polsce w latach 2007-2013 powinna rozwijać się w tempie zbliżonym do tempa wzrostu PKB. Podstawowym czynnikiem rozwoju gospodarki turystycznej będzie modernizacja i rozbudowa bazy noclegowej oraz wybranych elementów infrastruktury towarzyszącej. Istotnym czynnikiem rozwoju powinna być też nowa, lepiej wykształcona kadra.
89. Prognozowany wzrost liczby podróży krajowych mieszkańców Polski oraz przyjazdów turystów zagranicznych powinien przyczynić się do wzrostu rentowności inwestycji w infrastrukturę turystyczną. Zakłada się, że opłacalność inwestycji kapitałowych w infrastrukturę turystyczną zbliży się do opłacalności inwestycji w inne sektory gospodarki. Zależy to jednak od rozbudowy towarzyszącej infrastruktury turystycznej oraz poprawy stanu środowiska przyrodniczego i kulturowego w regionach atrakcyjnych turystycznie.

## Wnioski

90. Prognozy rozwoju społeczno gospodarczego wskazują, że realizując strategię rozwoju turystyki w latach 2007-2013 możliwe będzie utrzymanie tempa wzrostu spożycia turystycznego na poziomie tempa wzrostu PKB, co może zagwarantuje udział gospodarki turystycznej w PKB na poziomie 2003 roku. Oznacza to, że w latach 2007-2013 roczne tempo wzrostu spożycia turystycznego powinno przekroczyć 5%.
91. Wzrost wydatków turystów na typowe usługi turystyczne jest możliwy głównie przez zwiększenie liczby turystów. Analizy wskazują jednak, że uzyskanie wysokiego tempa wzrostu spożycia turystycznego tylko przez zwiększenie liczby turystów krajowych i zagranicznych nie jest możliwe. Konieczne jest zdecydowane zwiększenie wydatków pojedynczych turystów. W warunkach międzynarodowej konkurencji wzrost wydatków można uzyskać jedynie poprzez zdecydowane rozszerzenie oferty i poprawę jakości usług oraz produktów oferowanych turystom.
92. Szczególne znaczenie będą miały działania na rzecz wzrostu wydatków turystów, a więc działania na rzecz kształtowania nowych, konkurencyjnych produktów, budowanych na zasadzie rozszerzania oferty. Struktura spożycia turystycznego w Polsce w porównaniu ze spożyciem turystycznym w innych krajach europejskich wskazuje na wciąż zbyt mały udział w spożyciu turystycznym usług sfery kultury i rekreacji.

93. Kolejnym obszarem decydującym o rozszerzeniu zakresu usług i jakości oferty jest rozwój zasobów ludzkich. Z uwagi na przewidywany wzrost zapotrzebowania na wysokokwalifikowanych pracowników przy jednoczesnym zdecydowanym wzroście zainteresowania zdobyciem przez młodzież wysokich kwalifikacji turystycznych, porównywalnych z kwalifikacjami kadr czołowych krajów europejskich, konieczne jest podjęcie szeregu działań związanych z:
- a) badaniem rynku pracy, potrzeb szkoleniowych, efektywności kształcenia,
  - b) kształceniem kadr nauczycielskich na poziomie akademickim,
  - c) podnoszeniem kwalifikacji kadr zarządzających w turystyce,
  - d) wdrożeniem systemu przygotowania kadr dla obsługi rosnącego popytu turystycznego na nowe produkty turystyczne,
  - e) rozwojem społecznych kadr turystyki, a szczególnie kadr dla turystyki dzieci i młodzieży.
94. Utrzymanie wysokiego tempa wzrostu wpływów z turystyki osiągniętego poprzez budowę i rozwój konkurencyjnej oferty turystycznej wymaga zdecydowanego wsparcia działań marketingowych realizowanych przez sektor turystyki. Analiza obecnej sytuacji na rynku usług turystycznych wskazuje na następujące obszary wsparcia decydujące o konkurencyjności oferty na rynku turystycznym:
- a) system badań rynkowych wspierający rozwój sektora usług turystycznych i działania marketingowe,
  - b) system informacji turystycznej,
  - c) zwiększenie efektywności działań promocyjnych.
95. Jakość polskiego produktu turystycznego i możliwości rozszerzenia oferty turystycznej zadecyduje zrównoważony rozwój przestrzeni turystycznej i zwiększenie dostępności transportowej. Sprzyjać temu powinny działania związane z kształtowaniem przestrzeni turystycznej, a w szczególności ochroną środowiska, wypracowanie wzorców proekologicznej infrastruktury turystycznej. Ważną rolę może także odegrać edukacja ekologiczna.
96. Zwiększenie dostępności transportowej związane będzie z realizacją strategii rozwoju transportu, szczególnie w zakresie współpracy z władzami regionalnymi w celu aktywizacji rozwoju regionalnych portów lotniczych, wspierania rozwoju dróg wodnych i rozbudowy paneuropejskich sieci transportowych.
97. Zespół działań nakierowanych na zachowanie dotychczasowego udziału turystyki w gospodarce wymaga szerokiego wsparcia instytucjonalnego. W pierwszej kolejności wsparcie to powinno objąć:
- a) regionalne i branżowe organizacje turystyczne oraz pozarządowe organizacje działające w obszarze turystyki, w tym organizatorów wypoczynku dzieci i młodzieży,
  - b) systemy tworzenia miejsc pracy i samozatrudnienia w turystyce,
  - c) poprawę warunków funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych,
  - d) wprowadzanie nowych technologii w turystyce,
  - e) rozwój badań w turystyce i sektorach decydujących o rozwoju turystyki i usług towarzyszących.

### III. ANALIZA SWOT<sup>5</sup>

98. Na podstawie wniosków zgłaszanych podczas seminariów, warsztatów i konferencji zorganizowanych dla wszystkich środowisk związanych z turystyką, a także konsultacji społecznych przeprowadzanych w drodze pisemnych zapytań i ankiet wśród przedstawicieli samorządów terytorialnych oraz przedstawicieli branży turystycznej, określono przedstawione poniżej listy barier i szans funkcjonowania i rozwoju polskiej turystyki.

#### Mocne strony i słabe strony

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stosunkowo bogate i dobrze zachowane (w skali europejskiej) środowisko przyrodnicze oraz cenne historyczne dziedzictwo kulturowe. Polska jako kraj relatywnie mało uprzemysłowiony i nisko zurbanizowany posiada wiele obszarów z atrakcyjnym środowiskiem przyrodniczym.</li> <li>• Stosunkowo dobrze rozwinięta i równomierna sieć głównych miast kraju, będących jednocześnie krajowymi lub regionalnymi ośrodkami turystycznymi. Do najważniejszych miast tej grupy zaliczono: Kraków, Warszawę, Wrocław, Trójmiasto, Poznań, Lublin, Szczecin, Toruń, Zamość.</li> <li>• Korzystne położenie na kontynencie wpływające na rozwój wielu form podróży.</li> <li>• Poprawa wizerunku Polski w Europie i na świecie związana z pozytywnymi i szybkimi przemianami politycznymi i gospodarczymi oraz rozwojem społeczno-gospodarczym kraju (członkostwo w NATO, integracja z Unią Europejską, stabilność polityczna i gospodarcza kraju).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niedostatek charakterystycznych regionalnych produktów turystycznych, spowodowany w dużym stopniu niską identyfikacją regionalną społeczeństwa oraz niestosowaniem myślenia i metod marketingowych w procesie tworzenia produktów turystycznych.</li> <li>• Niski standard, jakość i dostępność istniejących usług turystycznych – słabo rozwinięta sieć sprzedaży usług, niedorozwój systemu informacji turystycznej.</li> <li>• Niedostateczna infrastruktura transportowa oraz niski standard i jakość wewnętrznego transportu pasażerskiego.</li> <li>• Niski poziom i rozproszenie nakładów finansowych ze wszystkich źródeł, w tym budżetowych na poprawę konkurencyjności polskiej turystyki.</li> <li>• Niewystarczające kwalifikacje kadr zarządzających turystyką.</li> <li>• Brak kompleksowego systemu informacji turystycznej i niedostateczna informatyzacja sektora.</li> <li>• Niewystarczające nakłady na promocję.</li> <li>• Niewystarczający potencjał materialny i finansowy branży turystycznej.</li> <li>• Niedostateczna infrastruktura ochrony środowiska zwłaszcza w zakresie gospodarki wodno – ściekowej.</li> </ul>

<sup>5</sup> Analiza SWOT (skrót angielskojęzycznego akronimu): analiza mocnych i słabych stron (*strengths and weaknesses*), szans (*opportunities*) i zagrożeń (*threats*) łączy analizę uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych.

## Szanse i zagrożenia

Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Korzystne trendy jakościowe i ilościowe na rynkach światowych – stały wzrost liczby turystów w segmentach szczególnie istotnych dla Polski.</li> <li>• Nadanie turystyce priorytetu w regionalnym rozwoju gospodarczym i prowadzenie aktywnej polityki turystycznej. Nadanie priorytetu jest szansą na zainteresowanie innych, nieturystycznych podmiotów gospodarczych i lokalnego kapitału inwestycjami w dziedzinie infrastruktury turystycznej.</li> <li>• Planowany rozwój infrastruktury technicznej, w tym budowa autostrad i podnoszenie standardu dróg, restrukturyzacja sektora energetyki, oczyszczalni ścieków, telekomunikacji, ochrona przyrody i dziedzictwa kulturowego</li> <li>• Rozwój produktów turystycznych.</li> <li>• Trendy w turystyce (m.in. wzrost znaczenia turystyki weekendowej i nisz rynkowych, rosnący rynek konferencji i kongresów oraz wyjazdów motywacyjnych tzw. „incentives” w Europie).</li> <li>• Wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju.</li> <li>• Możliwość wykorzystania potencjału wsi jako terenów atrakcyjnych turystycznie.</li> <li>• Rozwój nowoczesnych technologii.</li> <li>• Zapewnienie bezpieczeństwa osobistego i komunikacyjnego turystów.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Silna konkurencja na rynku międzynarodowym nowych turystycznych obszarów recepcyjnych w krajach o podobnych produktach turystycznych jak Polska, w szczególności ze strony rynku turystycznego w rozszerzonej Unii Europejskiej.</li> <li>• Brak polityki przestrzennej w zakresie zagospodarowania turystycznego.</li> <li>• Ataki terrorystyczne.</li> <li>• Odływ profesjonalnej kadry za granicę.</li> <li>• Degradacja zasobów naturalnych zwłaszcza cennych przyrodniczo obszarów, w tym będących częścią sieci NATURA 2000 lub krajowego systemu obszarów chronionych.</li> <li>• Brak konsolidacji środowisk działających na rzecz rozwoju turystyki.</li> </ul>

## Podsumowanie

99. Analiza mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń prowadzi do wniosku, że rozwój turystyki w latach 2007-2013 będzie uzależniony od:

- wsparcia konkurencyjnych (innovacyjnych i wysokiej jakości) produktów turystycznych, silnie identyfikowanych z regionem,
- rozwoju zasobów wysoko wykwalifikowanych kadr obsługi ruchu turystycznego oraz kształtowaniem oczekiwanych postaw konsumenckich,
- wsparcia marketingowego i promocyjnego skutecznej dystrybucji i sprzedaży ofert turystycznych,
- kształtowania przestrzeni turystycznej według zasad zrównoważonego rozwoju,
- wsparcia instytucjonalnego podmiotów zainteresowanych rozwojem polskiej turystyki oraz konsolidacji wszystkich partnerów społecznych i prywatnych na rzecz wzrostu znaczenia turystyki i jej roli ekonomicznej oraz społeczno-gospodarczej.

## **IV. MISJA POLSKIEJ TURYSTYKI ORAZ CELE I DZIAŁANIA SŁUŻĄCE JEJ REALIZACJI**

### **MISJA**

100. Wykorzystanie dziedzictwa kultury, tradycyjnej gościnności i bogactwa przyrody do wzrostu znaczenia turystyki w tworzeniu dochodu narodowego oraz budowania pozytywnego obrazu Polski w kraju i na świecie.

Turystyka daje możliwość dynamicznego rozwoju gospodarczego i społecznego kraju, przyczyniając się do generowania nowych miejsc pracy, podnoszenia poziomu życia społeczeństwa i zwiększania konkurencyjności regionów przy zachowaniu tradycyjnych wartości polskiego społeczeństwa i w zgodzie z zasadą zrównoważonego rozwoju.

### **CEL NADRZĘDNY**

101. Tworzenie 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.

## **OBSZARY PRIORYTETOWE, CELE I DZIAŁANIA**

### **Obszar priorytetowy I - Rozwój produktów turystycznych**

102. Kreacja oraz rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych stanowi jeden z najważniejszych obszarów niniejszej strategii.

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

Wybór produktów do tworzenia i rozwoju będzie następować w wyniku przeprowadzonych badań rynkowych w kraju i za granicą.

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 pasmowych obejmujących więcej niż jeden region.

Koncepcja „od idei do produktu” stanowi podstawowy kierunek tego obszaru a zasada „myśl globalnie, działaj lokalnie” winna tu być powszechnie stosowana.

Realizacja działań w ramach tego obszaru priorytetowego zostanie oparta na badaniach dotyczących produktu turystycznego, które zostały umieszczone w obszarze V „wsparcie instytucjonalne” w celu 5 „Rozwój badań w obszarze turystyki”.

**Cel pośredni obszaru: Budowa oraz rozwój konkurencyjnej oferty turystycznej**



## □ Cel operacyjny I.1 - Kreowanie i wdrażanie produktów turystycznych

103. Stworzenie produktów turystycznych pozwoli m.in. na zwiększenie efektu synergii, koncentrację zasobów, co w efekcie wpłynie na poprawę konkurencyjności polskiej turystyki, przy uwzględnieniu rosnących wymagań klientów.

Wyznacznikiem i stymulatorem atrakcyjności i konkurencyjności polskiej oferty produktów turystycznych jest budowa marki przyjaznej środowisku jako integralnego elementu wizerunku turystycznego Polski, uwzględniającej działania z zakresu ekologicznej certyfikacji, produktów ekoturystycznych oraz innych elementów zrównoważonego rozwoju w turystyce.

### ***Działanie I.1.1 - Zapewnienie podstaw w zakresie wiedzy i informacji dla powstawania konkurencyjnych produktów turystycznych***

104. Realizacja działania obejmie m.in.: prowadzenie badań regionalnych i horyzontalnych w obszarze produktów turystycznych (w zakresie potencjalnych segmentów docelowych odbiorców, oceny możliwości rozwoju produktów w regionach), badania jakościowe w zakresie obecnej, jak i projektowanej oferty turystycznej, opracowanie niezbędnych ekspertyz i analiz w zakresie potencjału turystycznego regionów oraz uwarunkowań związanych z jego wykorzystaniem, a także opracowanie i udostępnianie skutecznych metodologii w zakresie kreowania i wdrażania produktów.

### ***Działanie I.1.2 - Wspieranie procesów powstawania produktów lokalnych i regionalnych***

105. Realizacja działania obejmie m.in.: programy wspierające powstawanie produktów oraz pomysłowość i jakość; szkolenia lokalnych i regionalnych animatorów turystyki; tworzenie zintegrowanych strategii (systemów promocji, dystrybucji, zarządzania) oraz wydawanie specjalistycznych poradników w zakresie kreacji produktów lokalnych na obszarach turystycznych.

### ***Działanie I.1.3 - Budowa i rozwój zintegrowanych markowych produktów turystycznych***

106. Realizacja działania obejmie m.in.: inwestowanie w rozwój zintegrowanych 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 specjalistycznych; 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.

Działanie zakłada stworzenie modelowych rozwiązań prawnych i organizacyjnych, mających na celu inicjowanie przez samorzady procesów tworzenia lokalnych i regionalnych produktów turystycznych, a także wspieranie funkcjonowania produktów turystycznych.

Ważnym elementem jest także stworzenie procedur prawnych umożliwiających tworzenie partnerstwa publiczno-prywatnego przez samorząd, partnerów społecznych i gospodarczych.

## □ Cel operacyjny I.2 – Rozwój infrastruktury turystycznej

107. Niezbędnym elementem powstawania konkurencyjnych produktów turystycznych jest tworzenie i rozwój odpowiedniej infrastruktury.

Jest to zazwyczaj kluczowy etap dla komercjalizacji produktów turystycznych, którego powodzenie jest związane m.in. z odpowiednim standardem infrastruktury, jej dostępnością, spójnym charakterem w stosunku do zakładanej koncepcji produktu oraz marki.

Przy rozwoju infrastruktury turystycznej niezbędne jest 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.

### ***Działanie I.2.1 - Rozwój infrastruktury atrakcji turystycznych***

108. Realizacja działania obejmie m.in.: unowocześnienie i zdynamizowanie form i metod prezentacji (sposób ekspozycji, prezentacje interaktywne), udogodnienia techniczne dla specyficznych grup turystów np. dzieci, niepełnosprawnych, grup edukacyjnych, wspieranie procesów zarządzania atrakcjami oraz wdrażanie innowacji technicznych.

### ***Działanie I.2.2 - Rozbudowa infrastruktury specjalistycznej w obszarze produktów***

109. Realizacja działania obejmie m.in.: tworzenie infrastruktury wokół szlaków turystyki kwalifikowanej, rozwój infrastruktury wodnych szlaków śródlądowych i morskich, tworzenie udogodnień i usprawnień dla uprawiania niszowych form turystyki. Przewiduje się także integrowanie działań na poziomie międzyregionalnym, także transgranicznym, przy modernizacji oraz rozwoju infrastruktury wokół produktów przekraczających granice określonego regionu geograficznego i administracyjnego.

### ***Działanie I.2.3 - Rozwój infrastruktury noclegowej oraz gastronomicznej***

110. Realizacja działania obejmie tworzenie instrumentów finansowych dla realizacji działań modernizacyjnych dla sektora hoteli i restauracji poprzez: stworzenie systemu grantów i dotacji związanych z estetyzacją bazy noclegowej i otoczenia, stworzenie w powiązaniu z instytucjami rynku pracy systemu grantów na tworzenie nowych miejsc pracy związanych z rozwojem bazy noclegowej.

### ***Działanie I.2.4 - Wsparcie rozwoju infrastruktury uzupełniającej istotnej dla konkurencyjności oferty produktów turystycznych oraz sprzyjającej wydłużeniu sezonu turystycznego***

111. Działania będą polegały głównie na stymulowaniu rozwoju najbardziej istotnych elementów w zakresie infrastruktury uzupełniającej dla turystyki np. kulturalnej, transportowej, informacyjnej, edukacyjnej, sportowej, ratowniczej oraz w zakresie bezpośredniego bezpieczeństwa osobistego turystów.

112. Realizacja działania obejmie także m.in.: 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 bazy turystycznej przyczyniającej się do wydłużenia sezonu turystycznego.

### ***Działanie I.2.5 – Wsparcie rozwoju infrastruktury proekologicznej***

113. Działania inwestycyjne w infrastrukturę proekologiczną zabezpieczają trwałość produktu turystycznego i pozwalają na wykorzystanie cennych zasobów nie tylko przez obecne, ale i przyszłe pokolenia. Przewidziane w tym względzie inwestycje infrastrukturalne mają wzmacniać ochronę przyrody i krajobrazu, w tym obszary sieci NATURA 2000, podczas ich turystycznego udostępniania.

### ***Działanie I.2.6 - Stworzenie systemu zachęt inwestycyjnych***

114. 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 programów proinwestycyjnych; uregulowanie stanu prawnego terenów przeznaczonych w planach zagospodarowania przestrzennego pod rozwój działalności turystycznej; włączenie do programów szkoleń dla samorządów terytorialnych tematyki profesjonalnej obsługi podmiotów turystycznych, w tym inwestorów.

### **□ Cel operacyjny I.3 – Podnoszenie poziomu jakości produktów turystycznych**

115. Dla turystów jakość oferowanego produktu jest obok ceny podstawowym czynnikiem kształtującym decyzje o jego nabyciu. Dla usługodawców wysoka jakość produktu oznacza wzrost zainteresowania ofertą, pozyskiwanie lojalnych klientów, co prowadzi w efekcie do wymiernych korzyści osiąganych przez usługodawców. Dlatego też kształtowanie jakości w turystyce wymaga wsparcia zarówno w odniesieniu do poszczególnych podmiotów gospodarki turystycznej, jak i na poziomie destynacji turystycznej.

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.

Obok kategoryzacji systemy rekomendacyjne, wprowadzone przez wiarygodne instytucje, szczególnie w odniesieniu do obszarów mało znanych spełniają ważną rolę informacyjną i często pomagają w podjęciu decyzji w sprawie wyjazdu turystycznego i jego programu.

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.

### ***Działanie I.3.1 - Opracowanie i wdrożenie mechanizmów oraz narzędzi wpływających na podnoszenie i zapewnienie jakości elementów produktu turystycznego***

116. Realizacja działania obejmie wsparcie przedsięwzięć podnoszących poziom jakości produktów turystycznych m.in. poprzez projektowanie i wdrażanie systemów zarządzania jakością w usługach turystycznych, projektów i programów

mających na celu poprawę jakości produktów turystycznych i destynacji turystycznych, a także organizację szkoleń dotyczących jakości w turystyce. Zakłada się również stworzenie systemu zachęt dla podmiotów wdrażających systemy jakości oraz wprowadzających innowacje do swoich ofert turystycznych, takich jak ekoetykietowanie (ecolabelling).

#### ***Działanie I.3.2 - Stworzenie systemu monitorowania i dostosowywania oferty turystycznej do potrzeb rynku***

117. Realizacja działania obejmie m.in.: stworzenie jednolitego systemu badań oczekiwań konsumentów w odniesieniu do ofert 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.

#### ***Działanie I.3.3 - Wspieranie budowy konkurencyjnych marek turystycznych***

118. Działanie zakłada wspieranie rozwoju marek turystycznych poprzez stworzenie programu małych grantów dla podmiotów sektora oraz opracowanie koncepcji wizualizacji, strategii marketingowych, badań potencjału marek produktów, a także kształcenie menedżerów polskich marek.

#### ***Działanie I.3.4 - Zapewnienie szerokiego dostępu do profesjonalnych usług doradczych, badawczych oraz szkoleniowych.***

119. Działanie ma na celu przede wszystkim 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.

#### ***Działanie I.3.5 - Stymulowanie innowacyjności w obszarze kreacji oraz marketingu produktów turystycznych***

120. Działanie zakłada stymulowanie innowacyjności poprzez warsztaty i programy promocyjne, szkolenie z zakresu zarządzania innowacyjnością, wsparcie badań proinnowacyjnych w turystyce, system grantów na podnoszenie innowacyjności grup produktów, praktyki, staże i szkolenia za granicą dla przyszłej kadry animatorów w obszarze kreacji produktów oraz zarządzania produktami innowacyjnymi w turystyce.

## Obszar priorytetowy nr 1 - ROZWÓJ PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH

**Cel pośredni:** Budowa oraz rozwój konkurencyjnej oferty turystycznej

### CEL OPERACYJNY 1

**Kreowanie i wdrażanie produktów turystycznych**

#### DZIAŁANIA

- ❑ Zapewnienie podstaw w zakresie wiedzy i informacji dla powstawania konkurencyjnych produktów turystycznych
- ❑ Wspieranie procesów powstawania produktów lokalnych i regionalnych
- ❑ Budowa i rozwój zintegrowanych markowych produktów turystycznych

### CEL OPERACYJNY 2

**Rozwój infrastruktury turystycznej**

#### DZIAŁANIA

- ❑ Rozwój infrastruktury atrakcji turystycznych
- ❑ Rozbudowa infrastruktury specjalistycznej w obszarze produktów
- ❑ Rozwój infrastruktury noclegowej oraz gastronomicznej
- ❑ Wsparcie rozwoju infrastruktury uzupełniającej istotnej dla konkurencyjności oferty produktów turystycznych oraz sprzyjającej wydłużeniu sezonu turystycznego
- ❑ Wsparcie rozwoju infrastruktury proekologicznej
- ❑ Stworzenie systemu zachęt inwestycyjnych

### CEL OPERACYJNY 3

**Podnoszenie poziomu jakości produktów turystycznych**

#### DZIAŁANIA

- ❑ Opracowanie i wdrożenie mechanizmów oraz narzędzi wpływających na podnoszenie i zapewnienie jakości elementów produktu turystycznego
- ❑ Stworzenie systemu monitorowania i dostosowywania oferty turystycznej do potrzeb rynku
- ❑ Wspieranie budowy konkurencyjnych marek turystycznych
- ❑ Zapewnienie szerokiego dostępu do profesjonalnych usług doradczych, badawczych oraz szkoleniowych
- ❑ Stymulowanie innowacyjności w obszarze kreacji oraz marketingu produktów turystycznych

## Obszar priorytetowy II – Rozwój zasobów ludzkich

121. Turystyka jest sferą usług, w której jakość kadr i wysoka pracochłonność odgrywa znaczącą rolę.

Wysokie kwalifikacje i umiejętności zawodowe są kluczowym elementem w osiąganiu wysokiej jakości usług turystycznych i wdrażaniu wysokiej jakości produktów turystycznych w kontekście szybko zmieniających się potrzeb rynku oraz zmieniającej się struktury kadr. Szeroko pojęty przemysł turystyczny, przede wszystkim dzięki profesjonalnym kadrom, może osiągnąć mocną pozycję konkurencyjną. W odniesieniu do branży turystycznej (pracodawców) głównym celem powinna być promocja idei ciągłego kształcenia kadr w celu sprostania rosnącym potrzebom klientów.

122. Dla rozwoju całości turystyki niezbędne jest wsparcie kadr społecznych. Przyczyniają się one do kształtowania odpowiednich postaw konsumentów, które wzmagają aktywność całego społeczeństwa poprzez turystykę i rekreację oraz rozwijają zainteresowanie wartościami kulturowymi, przyrodniczymi, krajoznawczymi.

Kadra społeczna ma szczególne znaczenie w przypadku turystyki i wypoczynku dzieci i młodzieży. Turystyka tego typu integruje szkolne i pozaszkolne wychowanie, kształcenie oraz ma wielkie znaczenie dla kształtowania postaw młodych ludzi. Prócz tego spełnia ona olbrzymią rolę w zapobieganiu patologiom społecznym wśród dzieci i młodzieży. Dlatego też rozwój kadry społecznej, a także jej pozycja powinna być obecnie przedmiotem szczególnego zainteresowania.

123. Niezbędnym elementem kształtowania kadr w turystyce będzie tematyka ekologiczna i szeroko pojęta ochrona środowiska zapewniająca, że osoby rozpoczynające działalność w branży turystycznej będą zaznajomione ze środowiskowymi uwarunkowaniami rozwoju i prowadzenia działalności turystycznej.

Realizacja działań w ramach tego obszaru priorytetowego zostanie oparta na badaniach dotyczących rynku pracy, które zostały umieszczone w obszarze V „wsparcie instytucjonalne” w celu 5 „Rozwój badań w obszarze turystyki”.

**Cel pośredni obszaru: Przygotowanie wysoko wykwalifikowanych kadr dla turystyki**

### □ Cel operacyjny II.1 – Kształtowanie kadr dla obsługi ruchu turystycznego

124. Działania zmierzające do realizacji tego celu skierowane będą do osób bezrobotnych oraz zainteresowanych reorientacją zawodową, absolwentów szkół, osób zainteresowanych rozpoczęciem działalności gospodarczej w turystyce, które po odbyciu odpowiednio zaprogramowanego systemu szkoleń zawodowych będą przygotowane do podjęcia pracy w branży turystycznej.

Realizacja tego celu zakłada także weryfikację systemu edukacji kierunkowej w celu lepszego dostosowania do wymogów rynku.

125. Ponadto 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 sekcji hoteli i restauracji oraz przewodnicy i piloci wycieczek. W efekcie przewiduje się podniesienie jakości świadczonych usług.

W odniesieniu do sekcji hotele i restauracje zaprogramowane szkolenia powinny się koncentrować na wdrażaniu umiejętności praktycznych w otoczeniu porównywalnym z docelowym miejscem pracy.

Niezbędnym elementem każdego etapu szkoleń będzie oprócz nauki języków obcych, sprofilowanej pod kątem potrzeb określonych przyszłych stanowisk i zadań szkolonych, także edukacja ekologiczna w zakresie turystyki.

### **Działanie II.1.1 – Wdrożenie systemu szkoleń**

126. Szkolenia obejmą grupy:

- a) bezrobotnych i zainteresowanych reorientacją zawodową  
Działanie dotyczy zaprogramowania i wdrożenia systemu szkoleń podstawowych dla bezrobotnych oraz zainteresowanych reorientacją zawodową. Szczególną grupą docelową, której dotyczy to działanie, są kobiety pozostające z różnych względów przez określony czas poza rynkiem pracy. Szkolenia realizowane w ramach tego działania obejmować powinny praktyczne umiejętności związane z obsługą ruchu turystycznego.
- b) absolwentów  
Programy realizowane w ramach tego zadania dotyczą przede wszystkim absolwentów szkół, którzy pierwszy raz podejmują pracę. Programy mają na celu ułatwienie przejścia ze szkół do życia zawodowego przez wyposażenie ich w umiejętności umożliwiające rozwój zawodowy w branży turystycznej.
- c) osób rozpoczynających działalność gospodarczą (dotyczy to w szczególności prowadzenia małych i mikroprzedsiębiorstw)  
Szkolenia wspomagające rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej w branży turystycznej (zwłaszcza agroturystycznej) powinno wyposażać słuchaczy w umiejętności techniczne oraz w umiejętności związane z zarządzaniem i prowadzeniem przedsiębiorstwa turystycznego.
- d) kadr zarządzających w przemyśle turystycznym poprzez szkolenia  
Szkolenia w ramach tego działania obejmą: zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym i jego finansami, zarządzanie personelem, zasady kreowania produktu turystycznego oraz jego funkcjonowania, marketing, naukę języków obcych.
- e) personelu  
Szkolenia obejmą pracowników branży mających stały i bezpośredni kontakt z klientem. System będzie wspierać pracodawców w tworzeniu ich własnych programów szkoleniowych, ukierunkowanych na zmianę wzorców zachowań oraz zrozumienie specyfiki funkcjonowania rynku.

Ponadto szkolenia obejmą pracowników innych sektorów usługowych, którzy mają kontakt z turystą, m.in. pracowników muzeów, galerii, teatrów, kin, obsługi lotnisk, dworców kolejowych i autobusowych, stacji benzynowych, służb granicznych i celnych, celem uwrażliwienia ich na potrzeby turystów.

Koniecznym elementem szkoleń będą zagadnienia edukacji ekologicznej oraz ukierunkowania rozwoju turystyki, zgodnie z konstytucyjną zasadą zrównoważonego rozwoju.

### ***Działanie II.1.2 - Staże zawodowe:***

127. Stażami zawodowymi objęte zostaną grupy:

- a) bezrobotnych i zainteresowanych reorientacją zawodową, absolwentów i osób rozpoczynających działalność gospodarczą (dotyczy to w szczególności prowadzenia małych i mikroprzedsiębiorstw)

Staże zawodowe dla osób rozpoczynających pracę w turystyce powinny być naturalną kontynuacją wiedzy i praktyki zdobytych podczas szkoleń.

Naturalne środowisko hotelowo-gastronomiczne pozwoli na nabycie i wyćwiczenie umiejętności interpersonalnych, przez bezpośredni i stały kontakt z klientem. Jednocześnie staże warunkować będą otrzymywanie certyfikatów i dyplomów.

Działanie to dotyczy zarówno młodzieży szkolnej, jak i uczestników pozaszkolnych programów szkoleniowych.

- b) kadr zarządzających w przemyśle turystycznym poprzez szkolenia

Obok szkoleń teoretycznych i praktycznych kluczowym elementem podnoszenia kwalifikacji kadry zarządzającej, szczególnie średniego szczebla, są staże zawodowe odbywane w krajach, które odniosły sukces w dziedzinie turystyki dzięki wdrożeniu systemu tzw. najlepszych praktyk.

Zapoznanie się z międzynarodowymi standardami zarządzania przedsiębiorstwem, jak również nabycie umiejętności praktycznych planowania strategicznego pozwoli zaadaptować dobre wzorce w Polsce.

### ***Działanie II.1.3 – Kształcenie kadry wykładowców***

128. Integralnym elementem działania będzie przygotowanie kadry wykładowców do opracowywania programów nauczania, nowoczesnych metod treningowych oraz kształcenia umiejętności specjalistycznych i oceny możliwości personalnych w odniesieniu do usług turystycznych.

Kształcenie wykładowców obejmie także elementy edukacji ekologicznej w zakresie tematyki dotyczącej środowiskowych ograniczeń rozwoju sektora turystycznego.

### ***Działanie II.1.4 - Monitoring efektywności kształcenia***

129. 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 ono w przyszłości prognozować zapotrzebowanie rynku pracy na konkretne zawody poprzez dostosowanie oferty edukacyjnej do aktualnych potrzeb rynku pracy w turystyce.

130. Monitorowanie rynku edukacyjnego określające różnorodność ofert kierowanych do uczniów wybierających naukę w szkołach kształcących kadry dla turystyki. Obejmuje ono również szczegółową charakterystykę aktualnego rynku szkolnictwa, w podziale na formy i poziomy kształcenia i doskonalenia zawodowego kadr. Ponadto pozwala ocenić dostępność ofert (sposób naboru np. egzaminy oraz koszty nauki w szkołach prywatnych), preferencje uczniów, a także zmiany zachodzące na rynku edukacyjnym w Polsce.



### ***Działanie II.1.5 -Wspomaganie praktycznej nauki zawodu w programach kształcenia na wszystkich poziomach***

131. Przedmiotem działania jest podnoszenie poziomu kwalifikacji zawodowych nauczycieli przedmiotów zawodowych, poprzez wspieranie inicjatyw edukacyjnych dotyczących organizacji konferencji metodycznych bądź specjalistycznych szkoleń poświęconych aktualnym problemom gospodarki turystycznej adresowanych do nauczycieli przedmiotów zawodowych w szkołach turystyczno-hotelarskich. Nauczyciele są szczególnie ważnymi odbiorcami, ze względu na fakt kształtowania umiejętności i postaw zawodowych w obsłudze ruchu turystycznego, zgodnych z wymaganiami i standardami krajów UE, wśród swoich uczniów.
132. Ponadto za niezbędnym elementem jest opracowanie i wdrożenie systemu upowszechniania i wprowadzania najnowszych technik i technologii stosowanych w gospodarce turystycznej do programów nauczania w szkolnictwie zawodowym i ustawicznym.

#### **□ Cel operacyjny II.2 – Kształtowanie turystyki społecznej**

133. Turystyka to nie tylko sfera towaru, produktów turystycznych, ale również ważna sfera społeczna. Ogromne potencjalne walory turystyki sprawiają, że konieczne staje się wychowanie dla turystyki – znaczącej kategorii dla edukacji, ekologii, zdrowia i kultury.

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

#### ***Działanie II.2.1 – Wychowanie dla turystyki***

134. Działanie przewiduje wspieranie i rozwijanie kadr związanych i pracujących z dziećmi i młodzieżą, 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.

Realizacja działania następować będzie poprzez wsparcie szkoleń i staży, jak również wsparcie opracowywania programów oraz wydawania publikacji związanych z tą tematyką .

#### ***Działanie II.2.2 – Kształtowanie społecznych kadr ruchu turystycznego***

135. Dla rozwoju turystyki niezbędny jest rozwój społecznych kadr turystyki. Ich działania kształtują aktywność społeczeństwa w turystyce i rekreacji oraz rozwijają zainteresowanie wartościami krajoznawczymi, przyrodniczymi i kulturowymi. W ramach organizacji obywatelskich realizują samokształtowanie turystyki i wypoczynku, zdobywanie niezbędnych umiejętności, kształtują inny stosunek do ludzi i walorów odwiedzanych obszarów.

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. Dlatego do tworzenia, realizacji i udziału w szkoleniach przewiduje się włączenie nauczycieli oraz instytucji oświatowych.

## Obszar priorytetowy nr 2 – ROZWÓJ ZASOBÓW LUDZKICH

**Cel pośredni:** Przygotowanie wysokowyszkolonych kadr dla turystyki



## Obszar priorytetowy III – Wsparcie marketingowe

136. Podmiotem wiodącym w działaniach na tym obszarze jest Polska Organizacja Turystyczna, która wraz z regionalnymi i lokalnymi organizacjami turystycznymi podejmuje działania w ramach międzynarodowego i krajowego marketingu turystycznego. Stworzenie systemu marketingu turystycznego w Polsce ma na celu wzmocnienie przekazu promocyjnego a przez to zwiększenie turystyki zagranicznej przyjazdowej i krajowej.

Realizacja działań w ramach tego obszaru priorytetowego zostanie oparta na badaniach marketingowych, które zostały umieszczone w obszarze V - „Wsparcie instytucjonalne” w celu operacyjnym 5 - „Rozwój badań w obszarze turystyki”.

**Cel pośredni obszaru: stworzenie spójnego i skutecznego systemu marketingu w turystyce**

### **Cel operacyjny III.1 - Usprawnienie systemu informacji turystycznej**

137. Komercjalizacja produktów turystycznych wymaga dynamicznego rozwoju istniejących systemów informacji turystycznej oraz nowoczesnych usług informacyjnych, dostosowanych do zmieniających się potrzeb rynku i włączonych do systemów międzynarodowych.

#### ***Działanie III.1.1 - Budowa zintegrowanego systemu informacji turystycznej***

138. 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, stanu 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.

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.

139. 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.

### ***Działanie III.1.2 - Wykorzystanie nowoczesnych technologii w rozwoju systemu informacji turystycznej***

140. 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 powiązany z innymi serwisami i systemami poza Europą.

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

141. W okresie 2007-2013 istnieje potrzeba wdrożenia programów promocyjnych będących odpowiedzią na ujawnione trendy w turystyce i specyfikę rynków docelowych. Rozwój marketingu powinien charakteryzować się zintegrowaniem działań w „układzie pionowym” i „układzie poziomym” oraz opierać się w szczególności na Regionalnych i Lokalnych Organizacjach Turystycznych.

### ***Działanie III.2.1 – Budowa zintegrowanego systemu marketingu turystycznego***

142. 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.

### ***Działanie III.2.2 – Rozwój skutecznych instrumentów marketingu turystycznego***

143. 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.

W omawianym okresie nastąpi w Europie szybki rozwój instrumentów informatycznych w marketingu turystycznym. Już dziś staje 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.

Wsparcie dla tradycyjnych instrumentów marketingowych w turystyce winno polegać przede wszystkim na wprowadzaniu do nich nowoczesnych technologii, zwiększy jeszcze 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. Dlatego winno ono znaleźć właściwe miejsce i wsparcie w strategii rozwoju turystyki.

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.

144. 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 Ekonomiczno-Handlowych polskich ambasad oraz konsulatów w zakresie zadań związanych z promocją bezpośrednio produktów turystycznych, jak i wizerunkiem Polski.

### ***Działanie III.2.3 - Wprowadzenie systemu monitoringu skuteczności działań promocyjnych***

145. Realizacja działania następować będzie poprzez opracowanie i wdrożenie zintegrowanego systemu oceny efektywności działań promocyjnych jako podstawowego narzędzia ich ewaluacji.

## Obszar priorytetowy nr 3 – WSPARCIE MARKETINGOWE

Cel pośredni: Stworzenie spójnego i skutecznego systemu marketingu w turystyce

### CEL OPERACYJNY 1

Usprawnienie systemu informacji turystycznej

#### DZIAŁANIA

- Budowa zintegrowanego systemu informacji turystycznej
- Wykorzystanie nowoczesnych technologii w rozwoju systemu informacji turystycznej

### CEL OPERACYJNY 2

Zwiększenie efektywności działań marketingowych w turystyce

#### DZIAŁANIA

- Budowa zintegrowanego systemu marketingu turystycznego
- Rozwój skutecznych instrumentów promocyjnych
- Wprowadzenie systemu monitoringu skuteczności działań promocyjnych

## Obszar priorytetowy IV – Kształtowanie przestrzeni turystycznej

146. 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.

Rozwój turystyki wiąże się przede wszystkim ze zwiększaniem dostępności komunikacyjnej poprzez budowę i modernizację 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.

<b>Cel pośredni obszaru - tworzenie kompleksowych rozwiązań sprzyjających kształtowaniu przestrzeni turystycznej</b>
--

□ **Cel operacyjny IV.1 -Kształtowanie środowiska w kontekście rozwoju przestrzeni turystycznej**

147. 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.

W realizacji tego celu wsparciem zostaną objęte projekty turystyczne uwzględniające zasady dokumentu „Agenda 21”.

#### ***Działanie IV.1.1 - Innowacje w dziedzinie infrastruktury na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki***

148. W zakresie równoważenia rozwoju turystyki przewiduje się uruchomienie programów wspierających działania lokalnych społeczności w zakresie wdrażania nowych rozwiązań technicznych i na rzecz modernizacji obiektów noclegowych i uzdrowiskowych, infrastruktury turystycznej oraz wykorzystania technik organizacyjnych, technologii i materiałów, których proces produkcyjny i stosowanie minimalizuje negatywne oddziaływanie na środowisko przyrodnicze.

#### ***Działanie IV.1.2 - Wdrożenie systemu ułatwień i wzorcowych rozwiązań dla rozwoju proekologicznej infrastruktury turystycznej na obszarach chronionych i ich otulinach***

149. Opracowany „System ułatwień i wzorcowych rozwiązań dla rozwoju proekologicznej infrastruktury turystycznej na obszarach chronionych i ich otulin” jest propozycją wdrożenia praktycznych rozwiązań w dziedzinie inwestycji turystycznych, którego adresatem są wszystkie podmioty życia publicznego. W sposób szczególny rozwiązania te będą kierowane do inwestorów, którzy planują lokalizowanie inwestycji w obszarach chronionych lub w ich otulinach, 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.

Działanie ma także na celu dostosowanie rozwoju przestrzeni turystycznej do wymogów koncepcji Europejskiej Sieci Obszarów NATURA 2000

#### ***Działanie IV.1.3 - Wsparcie inicjatyw proturystycznych o charakterze ponadlokalnym***

150. 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 ekologicznych.

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.

151. 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.
152. 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 modernizacji 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.



#### **Działanie IV.1.4 - Tworzenie podstaw prawnych i zasad wyznaczania „obszarów użytku turystycznego”**

153. 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.

#### **Działanie IV.1.5 - Wykorzystanie terenów i obiektów o potencjalnym znaczeniu dla turystyki**

154. 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 powojkowym.

155. Działanie przewiduje także intensyfikację rozwoju nowoczesnych produktów turystyki zdrowotnej i rekreacyjnej, tworzących polską markę uzdrowską. Będzie to polegać na wykreowaniu produktów turystycznych w uzdrowskach stanowiących spakietowaną, gotową do sprzedaży ofertę składającą się z usług i towarów ułatwiających wypoczynek, rehabilitację, regenerację i profilaktykę zdrowotną. Turystyka powinna stać się atrakcyjnym elementem pobytu uzdrowskiego z jednej strony, a usługi uzdrowskie powinny być stałym i atrakcyjnym elementem pobytów turystycznych z drugiej. Dlatego zakłada się uwzględnienie zagadnień turystyki uzdrowskiej w pracach nad Regionalnym Programem Operacyjnym – *Spójność i konkurencyjność regionów*.

Planowanie i realizacja powyższych działań następować będzie z uwzględnieniem potrzeb ochrony przyrody, kryteriów środowiskowych oraz zasad zrównoważonego rozwoju

#### **□ Cel operacyjny IV.2 -Zwiększanie dostępności turystycznej regionów przez rozwój transportu**

156. Budowa i modernizacja 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. Dlatego niezbędne jest uwzględnienie w rozwoju podstawowych szlaków komunikacyjnych – drogowych, kolejowych i lotniczych – dostępu do atrakcji turystycznych.

157. 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 (autobusów, mikrobusów) oraz poprzez tworzenie warunków dla ruchu rowerowego i pieszego w regionach turystycznych.

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

#### ***Działanie IV.2.1 - Współpraca przy rozbudowie regionalnej i lokalnej infrastruktury ruchu lotniczego uwzględniającej ruch turystyczny***

159. Działanie zakłada współpracę z władzami samorządowymi w dziedzinie rozbudowy i modernizacji istniejących lotnisk regionalnych oraz budowie nowych portów lotniczych w miejscach stanowiących atrakcję turystyczną lub mogących takie atrakcje turystyczne obsługiwać.

#### ***Działanie IV.2.2 - Uwzględnienie potrzeb regionalnych rynków turystycznych przy modernizacji i rozbudowie infrastruktury transportowej***

160. Dla realizacji tego działania wyznaczone zostaną regionalne priorytety budowy i modernizacji dróg oraz linii kolejowych, uwzględniające połączenia z obszarami atrakcyjnymi turystycznie.

W celu wyboru alternatywy najmniej uciążliwej dla środowiska przedsięwzięcia o charakterze transportowym powinny być poprzedzone przeprowadzeniem postępowania oceny oddziaływania na środowisko, szczególnie w sąsiedztwie obszarów sieci NATURA 2000, które stanowią wyjątkowo cenne dziedzictwo przyrodnicze, a tym samym atrakcję turystyczną.

#### ***Działanie IV.2.3 – Wspomaganie rozwoju systemów transportowych zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju w miejscowościach i obszarach o największym natężeniu ruchu turystycznego***

161. 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:

- proekologicznych sposobów przemieszczania się,
- nowoczesnych sposobów zarządzania i sterowania ruchem,
- 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.

#### ***Działanie IV.2.4 - Wsparcie budowy i modernizacji portów pasażerskich żeglugi śródlądowej i morskiej z uwzględnieniem ruchu turystycznego***

162. Działanie zakłada budowę i modernizację stanic wodnych, portów żeglarskich i pasażerskich, włączonych w systemy ratownictwa, ułatwiających dostęp do informacji oraz Przewiduje się równoległe przeprowadzenie modernizacji i budowy szlaków wodnych, śluz oraz poprawę bezpieczeństwa żeglugi, zwiększając dostępność i ofertę turystyki wodnej w Polsce, przy zachowaniu rygoru ekologicznego.

Wsparcie dotyczyć 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 nr 4 – KSZTAŁTOWANIE PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ

**Cel pośredni:** Tworzenie kompleksowych rozwiązań sprzyjających kształtowaniu przestrzeni turystycznej

### CEL OPERACYJNY 1

**Kształtowanie środowiska w kontekście rozwoju przestrzeni turystycznej**

#### DZIAŁANIA

- Innowacje w dziedzinie infrastruktury na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki
- Wdrożenie systemu ułatwień i wzorcowych rozwiązań dla rozwoju 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

**Zwiększanie 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

## Obszar priorytetowy V – Wsparcie instytucjonalne

163. Turystyka powinna zajmować znaczące miejsce w rozwoju gospodarczym Polski. Obejmuje ona swoim zasięgiem różne przedsiębiorstwa, niezależnie od ich przynależności sektorowej oraz nastawiona jest na wspieranie innowacji, eksportu, ochrony środowiska i rozwoju regionalnego. Z uwagi na interdyscyplinarny charakter turystyki różne resorty i instytucje mają wpływ na jej rozwój.

Prace nad wzmocnieniem systemu instytucjonalnego sektora turystycznego powinny odbywać się na wszystkich poziomach, tworzyć płaszczyzny współdziałania i zależności pomiędzy poszczególnymi podmiotami. Właściwy rozwój rynku turystycznego zależy też od siły i znaczenia układu instytucjonalnego przy budowaniu relacji z innymi sektorami, a także od harmonijnego rozwoju otoczenia gospodarczego i właściwego wykorzystania środowiska naturalnego.

Ważne jest także prowadzenie przeglądu i weryfikacji aktów prawnych w celu ich dostosowywania do zmieniających się warunków społeczno – gospodarczych.

### Cel pośredni obszaru - Wspomaganie systemów rozwijających turystykę

#### □ Cel operacyjny V.1 - Wsparcie instytucji i organizacji działających w obszarze turystyki

164. Realizacja celu związana jest z uaktywnieniem instytucji i organizacji biorących udział w kształtowaniu rynku turystycznego, które wymagają absorpcji funduszy strukturalnych, współpracy 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.

#### ***Działanie V.1.1 - Wsparcie współpracy międzynarodowej w zakresie turystyki***

165. W ramach realizacji działania przewiduje wspieranie polskich instytucji i organizacji działających dla rozwoju turystyki z organizacjami międzynarodowymi i partnerskimi, zwłaszcza ze Światową Organizacją Turystyki, Organizacją Współpracy i Rozwoju w Europie, instytucjami Unii Europejskiej, Inicjatywą Środkowoeuropejską, Grupą Wyszehradzką, poprzez organizowanie seminariów, sympozjów, warsztatów oraz publikację wspólnych wydawnictw. Ponadto wsparciem objęty będzie udział w projektach i programach międzynarodowych.

#### ***Działanie V.1.2 - Wsparcie regionalnych i branżowych organizacji turystycznych***

166. Przewiduje się wsparcie merytoryczne i organizacyjne dla podmiotów turystycznych. Ma ono na celu rozwój współpracy organizacji branżowych z samorządami terytorialnymi i administracją rządową.

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.

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.

### ***Działanie V.1.3 – Wsparcie organizacji pozarządowych działających na rzecz turystyki***

167. Działanie zakłada nawiązanie stałego dialogu oraz współpracy organów administracji publicznej odpowiedzialnych za rozwój turystyki i racjonalne gospodarowanie zasobami przyrody.

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, zajmujące się zrównoważonym rozwojem, ochroną środowiska i ochroną przyrody.

### ***Działanie V.1.4 – Turystyka i wypoczynek dzieci i młodzieży***

168. Działanie skierowane jest przede wszystkim do organizacji pozarządowych, dla których programowanie i organizowanie turystyki dzieci i młodzieży jest podstawowym zadaniem statutowym. W celu kompleksowego rozwoju tego rodzaju turystyki istnieje konieczność budowy partnerskiej współpracy z innymi instytucjami, zwłaszcza o charakterze edukacyjnym.

Działanie zakłada wypracowanie i wdrożenie instrumentów wspierających rozwój krajowej turystyki i wypoczynku dzieci i młodzieży, w tym rozwoju programów edukacji szkolnej w kierunku promocji krajoznawstwa i aktywności poznawczej walorów kulturowo-przyrodniczych oraz edukacji ekologicznej opartej o sieć obszarów chronionych; wspieranie budowy i modernizacji infrastruktury turystyki i wypoczynku dzieci i młodzieży oraz upowszechnianie udziału dzieci i młodzieży w turystyce i wypoczynku, a tym samym w aktywności społeczno – gospodarczej, zwłaszcza dzieci i młodzieży z obszarów wiejskich.

169. Działanie zakłada także wspieranie modernizacji i budowy infrastruktury turystyki i wypoczynku dzieci i młodzieży, zwłaszcza bazy przeznaczonej dla zorganizowanych grup, dostępnej cenowo, zwłaszcza o charakterze całorocznym.

### ***□ Cel operacyjny V.2 – Tworzenie sprzyjających warunków dla zatrudnienia w przedsiębiorstwach turystycznych***

170. Cel zakłada prowadzenie aktywnej polityki rynku pracy poprzez popularyzowanie alternatywnych oraz elastycznych form zatrudnienia (przekwalifikowanie) oraz propagowanie i wdrażanie nowoczesnych miejsc pracy, w tym na terenach wiejskich i leśnych („zielone miejsca pracy”).

### ***Działanie V.2.1 - Budowa regionalnych i lokalnych systemów zatrudnienia w gospodarce turystycznej***

171. Działanie ma na celu budowę lokalnych i regionalnych systemów zatrudnienia na podstawie wyników badań zapotrzebowań przedsiębiorstw turystycznych,

wpływających na zwiększenie zatrudnienia w przemyśle turystycznym, w tym także rozwój instytucji inkubujących przedsiębiorczość, które dostosowane będą do specyfiki lokalizacji przedsiębiorstw turystycznych.

Działanie będzie realizowane poprzez inicjowanie lokalnych i regionalnych programów przekwalifikowania pracowników innych sektorów do pracy w sektorze turystycznym, w których uwzględni się także informacje o walorach środowiska lokalnego. Szczególny nacisk zostanie położony na pracowników restrukturyzowanych sektorów gospodarki, w szczególności sektorów wymagających dużych nakładów pracy oraz mieszkańców zdegradowanych obszarów miejskich, przemysłowych i powojkowych, w tym z terenów o dużym stopniu bezrobocia i wysokich walorach przyrodniczych.

### ***Działanie V.2.2 – Tworzenie „zielonych miejsc pracy” poprzez rozwój ekoturystyki i agroturystyki***

172. Działanie przewiduje tworzenie miejsc pracy w otoczeniu turystyki związanym z ochroną przyrody, krajobrazu i zachowaniem wartości kulturowych, w tym poprzez restrukturyzację zatrudnienia na obszarach wiejskich i leśnych poprzez rozwój miejsc pracy i przedsiębiorczości związanych z eko- i agroturystyką.

Działanie wdrażane będzie pod rygorem przestrzegania określonych zasad poszanowania środowiska naturalnego oraz dziedzictwa kulturowego. Wprowadzanie rozwiązań z zakresu obydwu nurtów turystyki prowadzi nie tylko w sposób bezpośredni do ochrony i zachowania określonych walorów, ale także kształtuje wrażliwość ekologiczną społeczności lokalnych i odwiedzających, stanowiąc element edukacji ekologicznej.

### ***Działanie V.2.3 – Wprowadzenie systemów kwalifikacji zawodowych***

173. Kluczowym elementem w procesie przygotowania profesjonalnych kadr dla turystyki jest opracowanie zintegrowanego systemu kwalifikacji zawodowych w usługach turystycznych. Zdobyć wiedzę potwierdzałoby uzyskanie certyfikatu uznanego na arenie międzynarodowej. Działanie przewiduje wprowadzenie systemu dla poszczególnych sekcji m.in. hoteli, restauracji, biur podróży, pilotów i przewodników.

## **□ Cel operacyjny V.3 – Wsparcie przedsiębiorstw turystycznych**

174. Przewiduje się wsparcie regionalnych instytucji sektora publicznego wspomagających gospodarkę turystyczną. Instytucje regionalne wspierające przedsiębiorczość powinny być w większym stopniu przygotowane do udzielania pomocy przedsiębiorstwom turystycznym.

Inwestycje w turystyce zaliczane są do grupy inwestycji o podwyższonym ryzyku, co powoduje utrudnienia w dostępie do środków finansowych, zwłaszcza dla mikroprzedsiębiorstw turystycznych. Dlatego powinny zostać one objęte szczególnym wsparciem.

Działania zawarte w tym celu zmierzać będą do przebudowy otoczenia, w którym funkcjonują przedsiębiorstwa oraz zwiększenia potencjału inwestycyjnego przedsiębiorstw, a w konsekwencji ich zdolności konkurencyjnej. Podejmowane działania mające na celu rozwój przedsiębiorczości w turystyce wymagają integracji z działaniami na rzecz ochrony środowiska.

### ***Działanie V.3.1 - Wdrożenie regionalnych i lokalnych programów doradztwa dla przedsiębiorstw turystycznych***

175. 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 i lokalnym, przy współpracy instytucji wspierających rozwój turystyki.

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.

### ***Działanie V.3.2 - Poprawa dostępu przedsiębiorstw turystycznych do kapitału***

176. Działanie ma na celu wsparcie rozwoju sektora turystycznego, w szczególności małych i mikroprzedsiębiorstw, przez uruchomienie funduszy ubezpieczeniowych i poręczeniowych dla firm z branży turystycznej.

Zapewnienie dostępu do kapitału, zwłaszcza małym i średnim przedsiębiorcom oznacza rozwijanie systemu gwarancji, poręczeń oraz funduszy pożyczkowych, w tym także regionalnych.

Wspierany będzie rozwój 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 wierzytelności).

Ułatwiany będzie dostęp do kapitału podmiotom rozpoczynającym pozarolniczą działalność gospodarczą. Przewiduje się finansowe wsparcie przedsiębiorstw w postaci dotacji inwestycyjnych na zakup urządzeń, wyników prac badawczo-rozwojowych oraz wdrażanie i komercjalizację technologii i produktów innowacyjnych. Szczególnie promowany będzie prośrodowiskowy charakter podejmowanych działań.

### ***Działanie V.3.3 - Poprawa warunków funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych***

177. Działanie obejmie przygotowanie modelowych rozwiązań organizacyjno – prawnych, ułatwiających współpracę przedsiębiorców m.in. przy przygotowaniu zintegrowanych produktów turystycznych.

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.

## **□ Cel operacyjny V.4 – Wspieranie innowacyjności w turystyce**

178. Innowacyjność jest niezbędnym warunkiem funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych w zmieniającym się otoczeniu. Kreowanie i wdrażanie różnego rodzaju innowacji sprzyja podnoszeniu efektywności, a w konsekwencji konkurencyjności sektora MSP oraz mikroprzedsiębiorstw w regionach.



W ramach tego celu przewiduje się wsparcie wdrażania innowacji produktowych, nowoczesnych systemów technologicznych, teleinformatycznych, organizacyjnych w turystyce. Jego wynikiem będzie polepszenie warunków funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych na rynku, możliwości ich rozwoju oraz gospodarowania. Ważne w tym względzie będą działania rozwojowe przedsiębiorstw o charakterze eko-innowacyjnym, zwłaszcza na etapie planowania nowych produktów w bezpośredniej bliskości terenów prawnie chronionych, a także odciążających w czasie i przestrzeni obszary cenne przyrodniczo.

Wsparciem zostaną objęte również rozwiązania projakościowe, podnoszące poziom bezpieczeństwa turystów.

#### ***Działanie V.4.1 – Wprowadzanie nowych technologii w turystyce***

179. Działanie zakłada udzielenie wsparcia innowacyjnym projektom związanym z unowocześnieniem technologii, metod zarządzania i sprzedaży oraz rozwoju infrastruktury turystycznej. Wspomagana będzie w ten sposób kooperacja małych i średnich przedsiębiorstw z jednostkami badawczo – rozwojowymi, na rzecz transferu nowych technologii. Wspierane będzie również wykorzystanie energii ze źródeł odnawialnych wraz z własnymi źródłami jej wytwarzania w przemyśle turystycznym, w szczególności w hotelarstwie.

Wspierane będą rozwiązania „przyjazne środowisku”, a w szczególności służące integracji turystyki (w tym eko- i agroturystyki) w ramach wielofunkcyjnego zrównoważonego rozwoju terenów wiejskich. Ponadto wspomagane będzie wdrażanie w przedsiębiorstwach turystycznych systemów zarządzania środowiskowego, które ma służyć nie tylko zmniejszeniu presji na środowisko, ale także ograniczyć koszty funkcjonowania tych jednostek. Stanowiąc to będzie podstawę do ubiegania się o certyfikaty środowiskowe, co przełoży się na poprawę wizerunku przedsiębiorstw turystycznych i lepszą pozycję na rynku.

Popierane będą działania służące wdrażaniu analizy cyklu życia produktów turystycznych, która pozwoli na zmniejszenie zagrożenia środowiska ze strony turystyki, jak i także przyczyni się do obniżenia kosztów ich wprowadzenia na rynek i upowszechnienia, a ich zastosowanie może mieć także walor marketingowy.

#### ***Działanie V.4.2 - Budowa regionalnych systemów bezpieczeństwa***

180. Zapewnienie bezpieczeństwa turystom jest jednym z podstawowych warunków rozwoju turystyki. Dlatego też działanie to ma na celu włączenie problemu bezpieczeństwa turystów do regionalnych systemów bezpieczeństwa.

W zakresie bezpieczeństwa osobistego uczestników ruchu turystycznego podstawę stanowiąc będą działania jednostek Policji, które związane będą z sezonowymi zmianami dyslokacji służby, otwieraniem sezonowych jednostek w miejscowościach o zwiększonym natężeniu ruchu turystycznego oraz podejmowaniem specjalistycznych działań, w tym zakupu specjalistycznego sprzętu.

Nieodzownym elementem tego systemu będzie współpraca lokalnych jednostek Policji z branżą turystyczną, która powinna być realizowana poprzez uprzednie informowanie o planowanych imprezach turystycznych i ich przebiegu. W dłuższej perspektywie prowadzić to będzie do wypracowania spójnego systemu ostrzegania i monitorowania zagrożeń dla turystów.

Ponadto struktura systemu oparta będzie o Powiatowe Centra Powiadamiania Ratunkowego. System zakłada monitoring bezpieczeństwa na drogach, systemy informacji o zdarzeniach niebezpiecznych, koordynację służb regionalnych i lokalnych odpowiedzialnych za ratownictwo. Dodatkowo przewiduje się jego funkcję informacyjną nt. zagrożeń oraz informację turystyczną dla turystów.

Kolejnym elementem będzie monitoring zagrożeń ekologicznych i pożarowych, szybkiego ostrzegania służb i informacji dla turystów. Uzupełnieniem systemu będzie utworzenie map cyfrowych umożliwiających szybkie dotarcie do miejsca zdarzenia służb ratowniczych oraz zwiększenie bezpieczeństwa poruszania się turystów. Dodatkowo systemy powinny być rozbudowane o moduły uwzględniające specyfikę poszczególnych regionów np. wsparcie dla służb ratownictwa górskiego, wodnego itp.

#### □ **Cel operacyjny V.5 – Rozwój badań w obszarze turystyki**

181. W obszarze turystyki niezbędne jest stworzenie systemu gromadzenia i przetwarzania danych dotyczących rynku turystycznego. Pozwolą one na dostosowanie produktów turystycznych i ofert do oczekiwań klientów w zmieniających się warunkach rynku usług turystycznych. Ponadto, odpowiednio rozbudowane modele badań rynku umożliwią uzyskanie wyników sprzyjających projektowaniu horyzontalnemu, ułatwiającemu tworzenie strategii i planów rozwoju turystyki. To z kolei będzie sprzyjać optymalizacji wykorzystywania środków finansowych przeznaczonych na jej rozwój.

Zgromadzone dane prognostyczne będą umożliwiały dostosowanie potencjalnego zapotrzebowania rynku do maksymalnej chłonności turystycznej obszarów docelowych, tj. pojemności turystycznej ekosystemów oraz pojemności środowiskowej infrastruktury. W efekcie możliwe będzie podejmowanie decyzji zarówno w zakresie działań inwestycyjnych, jak też dalszych działań promocyjnych.

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.

182. W związku z członkostwem Polski w Unii Europejskiej oraz koniecznością przekazywania informacji w obszarze turystyki do różnorodnych organizacji międzynarodowych a także w celu zapewnienia porównywalności tych informacji oraz ciągłego polepszanie ich jakości, niezbędne jest stworzenie takich narzędzi badawczych, które zapewnią możliwość stworzenia źródeł wiarygodnych danych.

W świetle doświadczeń innych krajów UE oraz wzrostu aktywności Polski w zakresie badań statystycznych, konieczny jest rozwój systemu zbierania danych regionalnych, poprawy ich jakości oraz dostępności, 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 zarówno w zakresie zarządzania, jak i promocji regionów.

183. Ponadto, niezbędne jest rozwijanie nowoczesnych systemów 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.

184. Niezbędnym elementem służącym realizacji tego celu operacyjnego są również stałe badania rynku pracy dotyczące liczby wolnych miejsc pracy w poszczególnych sekcjach przemysłu turystycznego oraz kwalifikacji poszukiwanych pracowników, stanowisk pracy, potrzeb szkoleniowych, potencjalnych zasobów siły roboczej, analizy systemu edukacji dla turystyki. Wykonanie badań pozwoli na efektywne przeszkolenie niezbędnej liczby pracowników w najbardziej poszukiwanych przez pracodawców specjalnościach/zawodach.

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.

#### ***Działanie V.5.1 - Doskonalenie narzędzi monitorowania rynku turystycznego***

185. Prowadzone będą działania polegające na doskonaleniu, opartych na nowoczesnych technologiach, narzędzi monitorowania rynku turystycznego i jego wpływu na gospodarkę narodową.

W ramach tego działania zbudowany zostanie system badań w obszarze turystyki, który umożliwi precyzyjne określenie znaczenia i wpływu gospodarki turystycznej na gospodarkę narodową Polski. 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.

#### ***Działanie V.5.2 - Prowadzenie badań statystycznych***

186. W ramach tego działania zbudowany zostanie system badań w obszarze turystyki, który umożliwi precyzyjne określenie roli turystyki na poziomie kraju i regionu.

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.

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 podaźowej i popytowej w turystyce.

#### ***Działanie V.5.3 - Opracowanie zintegrowanego programu badań i systemu regionalnych badań gospodarki turystycznej***

187. Realizacja działania odbywać się będzie poprzez badanie zjawisk gospodarczych i społecznych rynku turystycznego, służące poprawie efektywności marketingowej branży turystycznej i samorządów, 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.

188. 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.
189. 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 atrakcjach turystycznych (muzeach, parkach narodowych i krajobrazowych itd.).
190. Badania obejmą również 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.
191. Działanie zakłada także wsparcie rozwoju jednostek badawczych prowadzących badania regionów turystycznych na podstawie jednolitej ogólnopolskiej metodologii.  
System powinien umożliwić udział instytucji ogólnopolskich i regionalnych w utworzeniu systemu badań. Ponadto do systemu powinny zostać włączone wyższe szkoły o profilu turystycznym, posiadające odpowiedni potencjał badawczy i naukowy. System powinien realizować kierunki badań określone w pozostałych obszarach priorytetowych.

#### ***Działanie V.5.4 – Rozwój metod badawczych w skali regionalnej, ogólnopolskiej i międzynarodowej***

192. Na terenie całego kraju wprowadzony zostanie jeden, metodologicznie spójny system gromadzenia i przetwarzania danych. Udostępnianie informacji i analiz zgromadzonych w systemie poprzez serwisy informacyjne 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.

#### ***Działanie V.5.5 - Badania marketingowe***

193. W ramach tego działania stworzony zostanie system badań marketingowych dla rozwoju usług turystycznych, w celu monitorowania zmieniających się preferencji i potrzeb klientów usług turystycznych.

Stworzenie systemu umożliwiającego 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 (WTO), Europejskiej Komisji Podróży (ETC) i Związek Podróży Azji i Pacyfiku (PATA).

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

#### **Działanie V.5.6 - Badania rynku pracy**

194. Działanie zakłada prowadzenie badań:

- a) dotyczących kształtowania nowych kadr dla obsługi ruchu turystycznego  
Niezbędnym elementem służącym realizacji tego działania są stałe badania rynku pracy dotyczące liczby wolnych miejsc pracy w poszczególnych sekcjach przemysłu turystycznego oraz kwalifikacji poszukiwanych pracowników.  
Wykonanie badań pozwoli na efektywne przeszkolenie niezbędnej liczby pracowników w najbardziej poszukiwanych przez pracodawców specjalnościach / zawodach.  
Szkolenie pod konkretne potrzeby pracodawców redukuje niebezpieczeństwo nie znalezienia przez uczestników szkoleń pracy w branży i zapewnia dużą skuteczność, a także pozytywnie motywuje zarówno wykładowców, jak i szkolonych.
- b) 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, w celu skorelowania proponowanego systemu i funkcjonujących w branży szkoleń.
- c) dotyczących podnoszenia kwalifikacji personelu w przemyśle turystycznym  
Podstawą dla opracowania programu szkoleń są badania, które pozwolą na określenie potrzeb docelowej grupy odbiorców. Szkolenia te powinny wynikać z jednej strony z uświadomionych potrzeb pracowników, z drugiej powinny się opierać na opiniach pracodawców.

#### **Działanie V.5.7 – Integracja turystyki z potrzebami i wymogami środowiska przyrodniczego**

195. 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.

## Obszar priorytetowy nr 5 – WSPARCIE INSTYTUCJONALNE

**Cel pośredni:** Wspomaganie systemów rozwijających turystykę

### CEL OPERACYJNY 1

**Wsparcie instytucji i organizacji działających w obszarze turystyki**

#### DZIAŁANIA

- Wsparcie współpracy międzynarodowej w zakresie turystyki
- Wsparcie regionalnych i branżowych organizacji turystycznych
- Wsparcie organizacji pozarządowych działających na rzecz turystyki
- Turystyka i wypoczynek dzieci i młodzieży

### CEL OPERACYJNY 2

**Tworzenie sprzyjających warunków dla zatrudnienia w przedsiębiorstwach turystycznych**

#### DZIAŁANIA

- Budowa regionalnych i lokalnych systemów zatrudnienia w gospodarce turystycznej
- Tworzenie „zielonych miejsc pracy” poprzez rozwój ekoturystyki i agroturystyki
- Wprowadzenie systemów kwalifikacji zawodowych

### CEL OPERACYJNY 3

**Wsparcie przedsiębiorstw turystycznych**

#### DZIAŁANIA

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

### CEL OPERACYJNY 4

**Wspieranie innowacyjności w turystyce**

#### DZIAŁANIA

- Wprowadzenie nowych technologii w turystyce
- Budowa regionalnych systemów bezpieczeństwa

### CEL OPERACYJNY 5

**Rozwój badań w obszarze turystyki**

#### DZIAŁANIA

- Doskonalenie narzędzi monitorowania rynku turystycznego
- Prowadzenie badań statystycznych
- Opracowanie zintegrowanego programu badań i systemu regionalnych badań gospodarki turystycznej
- Rozwój metod badawczych w skali regionalnej, ogólnopolskiej i międzynarodowej
- Badania marketingowe
- Badania rynku pracy
- Integracja turystyki z potrzebami i wymogami środowiska przyrodniczego

## V. ŹRÓDŁA FINANSOWANIA STRATEGII

196. W rozdziale wskazano, z których programów operacyjnych, powiązanych z Projektem *Narodowego Planu Rozwoju 2007-2013* mogą być finansowane poszczególne priorytety oraz cele.
197. Zasady finansowania działań przypisanych w Strategii określonym podmiotom odpowiedzialnym i współpracującym zostaną określone w Programie operacyjnym do Strategii, na podstawie którego zapisy Strategii będą wdrażane.
198. W poniższym zestawieniu ujęto głównie te źródła, które są wskazane w Projekcie *Narodowego Planu Rozwoju na lata 2007 – 2013*. Zaproponowano też źródła dodatkowe (głównie źródła unijne, do których dostęp łączy się z procedurą konkursową na poziomie całej Unii Europejskiej i nie ma gwarancji uzyskania środków).

Poza funduszami strukturalnymi dostępne będą także dla Polski inne źródła finansowania. Największym z nich, z bezpośrednią alokacją na Polskę jest Mechanizm Finansowy Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EOG) wraz z Norweskim Mechanizmem Finansowym, które zapisane są w programie operacyjnym do roku 2009.

Pozostałe źródła finansowania są programami horyzontalnymi. Zaliczyć do nich można np. Programy Ramowe, które koncentrują się na współpracy w zakresie nauki i badań (sektor B+R), program Leonardo da Vinci (współpraca w zakresie szkoleń), Sokrates (współpraca w zakresie nauczania), E-Content (promocja wartości kulturowych w zdigitalizowanej formie), Culture (program współpracy w zakresie kultury), Life (program na rzecz ochrony środowiska) oraz inne.

Kolejnymi unijnymi instrumentami są dwa banki: Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju, który wspiera głównie przedsiębiorczość prywatną na obszarach transformacji gospodarczej oraz Europejski Bank Inwestycyjny.

199. W poniższym zestawieniu uwzględniono jako źródła finansowania te programy, które we Wstępnym Projekcie *Narodowego Planu Rozwoju na lata 2007 – 2013* zostały wymienione bezpośrednio.
200. Szczegółowy Plan źródeł finansowania działań przewidzianych do realizacji w strategii na lata 2007–2013 określony zostanie w „Uzupełnieniu do Strategii”, które przygotowane zostanie niezwłocznie po zatwierdzeniu budżetu Unii Europejskiej na lata 2007-2013 oraz po uzyskaniu informacji o planowanych alokacjach na programy operacyjne w ramach *Narodowego Planu Rozwoju na lata 2007-13*.

## VI. SYSTEM EWALUACJI STRATEGII

201. Monitorowanie będzie prowadzone przez Ministra właściwego ds. turystyki, w oparciu o określone w Strategii wskaźniki.
202. Zasady współpracy pomiędzy podmiotami odpowiedzialnymi oraz współpracującymi w ramach określonych zadań zostaną określone w Programie operacyjnym do Strategii, na podstawie którego zapisy Strategii będą wdrażane.
203. Coroczny postęp oraz ocena realizacji celów zawartych w Strategii przedstawiany będzie w dokumencie pn. „Informacja o stanie realizacji Strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013”. Ocena będzie miała na celu podniesienie jakości i skuteczności realizacji celów strategicznych w zakresie rozwoju turystyki. Na jej podstawie określona zostanie potrzeba zmian zapisów i / lub wskaźników Strategii tak, aby dostosowywać dokument do nowej sytuacji gospodarczej, prawnej i technologicznej, a także w zakresie zrównoważonego rozwoju i problematyki środowiskowej.
204. Najpóźniej w połowie okresu programowania Strategia poddana zostanie ocenie średniookresowej. Na jej podstawie zostanie przygotowana pełna aktualizacja Strategii, dostosowująca ją do zmienionej sytuacji oraz uwzględniająca doświadczenia z pierwszego okresu realizacji.

Natomiast w końcowym okresie realizacji Strategii przygotowana zostanie ocena ex-post, z uwzględnieniem wyników realizacji innych dokumentów strategicznych tego okresu programowania.



## Źródła finansowania i system ewaluacji

Cel operacyjny	Działania	Podmiot odpowiedzialny	Podmiot współpracujący	Okres realizacji	Źródło finansowania
<b>Obszar priorytetowy I – ROZWÓJ PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH</b>					
<b>Cel pośredni: Budowa oraz rozwój konkurencyjnej oferty turystycznej</b>					
1. Kreowanie i wdrażanie produktów turystycznych	1. Zapewnienie podstaw w zakresie wiedzy i informacji dla powstawania konkurencyjnych produktów turystycznych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	Główny Urząd Statystyczny, jednostki samorządu terytorialnego, regionalne i lokalne organizacje turystyczne	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP - AR, AST
	2. Aktywizacja procesów powstawania produktów lokalnych i regionalnych	jednostki samorządu terytorialnego, regionalne i lokalne organizacje turystyczne	organizacje pozarządowe	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO
	3. Budowa i rozwój zintegrowanych markowych produktów turystycznych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	jednostki samorządu terytorialnego, regionalne i lokalne organizacje turystyczne	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: RPO; Środki krajowe: BP - AR, SP
2. Rozwój infrastruktury turystycznej	1. Rozwój infrastruktury atrakcji turystycznych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące; Ministrowie właściwi ds. oświaty i wychowania, kultury; jednostki samorządu terytorialnego	sektor prywatny; organizacje pozarządowe; Minister właściwy ds. środowiska	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP - AR, SP

	2. Rozbudowa infrastruktury specjalistycznej w obszarze produktów	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące; jednostki samorządu terytorialnego	sektor prywatny	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: RPO; Środki krajowe: BP - AST
	3. Rozwój infrastruktury noclegowej oraz gastronomicznej	jednostki samorządu terytorialnego	sektor prywatny	2007-2010	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP - AST
	4. Wsparcie rozwoju infrastruktury uzupełniającej istotnej dla konkurencyjności oferty produktów turystycznych oraz sprzyjającej wydłużeniu sezonu turystycznego	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące; Ministrowie właściwi ds.: wewnętrznych, oświaty i wychowania, kultury; jednostki samorządu terytorialnego	Ministrowie właściwi ds. transportu, środowiska; sektor prywatny	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP - AST
	5. Wsparcie rozwoju infrastruktury proekologicznej	jednostki samorządu terytorialnego	Minister właściwy ds., środowiska; sektor prywatny	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP - AST
	6. Stworzenie systemu zachęt inwestycyjnych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące; jednostki samorządu terytorialnego	Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	2007-2010	Środki krajów: BP - AR, AST
3. Podnoszenie poziomu jakości produktów turystycznych	1. Opracowanie i wdrożenie mechanizmów oraz narzędzi wpływających na podnoszenie i zapewnienie jakości elementów produktu turystycznego	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	Minister właściwy ds. środowiska; organizacje pozarządowe; jednostki naukowo-badawcze	2008-2010	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO; Środki krajowe: BP – AR, Inne
	2. Stworzenie systemu monitorowania i dostosowywania oferty turystycznej do potrzeb rynku	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące;	regionalne i lokalne organizacje turystyczne	2008-2010	Środki krajowe: BP – AR, AST, Inne
	3. Wspieranie budowy konkurencyjnych marek turystycznych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące;	Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	2007-2013	Środki krajowe: BP – AR, AST
	4. Zapewnienie szerokiego dostępu do profesjonalnych usług doradczych, badawczych oraz szkoleniowych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące;	Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości; jednostki samorządu terytorialnego	2007-2009	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: Inne

	5. Stymulowanie innowacyjności w obszarze kreacji oraz marketingu produktów turystycznych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące;	jednostki samorządu terytorialnego; regionalne i lokalne organizacje turystyczne; jednostki naukowo-badawcze	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; środki krajowe
--	---	---	--	-----------	--

## Obszar priorytetowy II – ROZWÓJ ZASOBÓW LUDZKICH

### Cel pośredni: Przygotowanie wysoko wykwalifikowanych kadr dla turystyki

1. Kształtowanie nowych kadr dla obsługi ruchu turystycznego	1. Wdrożenie systemu szkoleń	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące; Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości; jednostki samorządu terytorialnego; sektor prywatny	2007-2009	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP - SP
	2. Staże zawodowe	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące; Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	jednostki samorządu terytorialnego, sektor prywatny, jednostki naukowo-badawcze	2007-2010	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP – SP
	3. Kształcenie kadry wykładowców	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące; Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	jednostki samorządu terytorialnego, sektor prywatny, jednostki naukowo-badawcze	2007-2008	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP – SP,
	4. Monitoring efektywności kształcenia	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	Ministrowie właściwi ds. oświaty i wychowania, szkolnictwa wyższego; jednostki samorządu terytorialnego, sektor prywatny, jednostki naukowo-badawcze	2007-2010	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP – SP

	5. Wspomaganie praktycznej nauki zawodu w programach kształcenia na wszystkich poziomach	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące; Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	Ministrowie właściwi ds. oświaty i wychowania, szkolnictwa wyższego; jednostki samorządu terytorialnego, sektor prywatny,	2007-2009	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP - SP
2. Kształtowanie turystyki społecznej	1. Wychowanie dla turystyki	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	Ministrowie właściwi ds. oświaty i wychowania, kultury, środowiska; jednostki samorządu terytorialnego; organizacje pozarządowe	2007-2013	Środki krajowe: BP – AR, AST
	2. Kształtowanie społecznych kadr ruchu turystycznego	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	Ministrowie właściwi ds. oświaty i wychowania, kultury, środowiska, polityki społecznej	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO

### Obszar priorytetowy III – WSPARCIE MARKETINGOWE

#### Cel pośredni: Stworzenie spójnego i skutecznego systemu marketingu w turystyce

1. Usprawnienie systemu informacji turystycznej	1. Budowa zintegrowanego systemu informacji turystycznej	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	jednostki samorządu terytorialnego, regionalne i lokalne organizacje turystyczne	2007-2010	Środki krajowe: BP – AR, AST
	2. Dostosowanie systemu informacji turystycznej do potrzeb klienta, poprzez wykorzystanie nowoczesnych technologii	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	jednostki samorządu terytorialnego, regionalne i lokalne organizacje turystyczne, sektor prywatny, jednostki naukowo-badawcze	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP – SP, Inne
2. Zwiększenie efektywności działań	1. Budowa i rozwój zintegrowanego systemu promocji produktów turystycznych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	Ministrowie właściwi ds. zagranicznych, kultury, środowiska, rolnictwa i obszarów wiejskich	2007-2013	Środki krajowe: BP – AR, AST, SP

promocyjnych w turystyce	2. Rozwój instrumentów promocyjnych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	Minister właściwi ds. zagranicznych, jednostki samorządu terytorialnego, regionalne i lokalne organizacje turystyczne, sektor prywatny,	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP – SP
	3. Wprowadzenie systemu monitoringu skuteczności działań promocyjnych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	jednostki samorządu terytorialnego	2007-2009	Środki krajowe: BP – AR, AST

### Obszar priorytetowy IV – Kształtowanie przestrzeni

**Cel pośredni:** Tworzenie kompleksowych rozwiązań sprzyjających kształtowaniu przestrzeni turystycznej

1. Kształtowanie środowiska w kontekście rozwoju przestrzeni turystycznej	1. Innowacje w dziedzinie infrastruktury na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki	Polska Agencja Rozwoju Turystyki	Minister właściwy ds. środowiska; jednostki naukowo-badawcze	2007-2011	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: Inne
	2. Wdrożenie systemu ułatwień i wzorcowych rozwiązań dla rozwoju proekologicznej infrastruktury turystycznej na obszarach chronionych i ich otulinach	Minister właściwy ds. turystyki i instytucje współpracujące	Minister właściwy ds. środowiska; jednostki samorządu terytorialnego, sektor prywatny,	2007-2008	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP - SP
	3. Program wsparcia dla inicjatyw lokalnych i regionalnych zorientowanych na tworzenie projektów o charakterze ponadlokalnym z uwzględnieniem turystyki	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	Ministrowie właściwi ds. rolnictwa i obszarów wiejskich, środowiska; jednostki samorządu terytorialnego	2007-2013	Środki krajowe: BP – AR, AST
	4. Tworzenie podstaw prawnych i zasad wyznaczania „obszarów użytku turystycznego”	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	-----	2007-2013	Środki krajowe: BP – AR

	5. Wykorzystanie terenów i obiektów o potencjalnym znaczeniu dla turystyki	Ministrowie właściwi ds. rolnictwa i obszarów wiejskich, obrony narodowej, skarbu państwa, zdrowia	Minister właściwy ds. środowiska; jednostki samorządu terytorialnego, sektor prywatny,	2007-2010	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP - SP
2. Zwiększanie dostępności turystycznej regionów przez rozwój transportu	1. Współpraca przy rozbudowie regionalnej i lokalnej infrastruktury ruchu lotniczego uwzględniającej ruch turystyczny	Jednostki samorządu terytorialnego, sektor prywatny, inne podmioty współpracujące (w tym przedsiębiorstwa państwowe)	Ministrowie właściwi ds. transportu, rozwoju regionalnego	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; PŚW; Środki krajowe: BP – AR, AST, SP
	2. Uwzględnienie potrzeb regionalnych rynków turystycznych przy rozbudowie infrastruktury transportowej z uwzględnieniem potrzeb regionalnych rynków turystycznych	Jednostki samorządu terytorialnego, Ministrowie właściwi ds. rozwoju regionalnego, turystyki oraz instytucje współpracujące	Minister właściwy ds. transportu, sektor prywatny, inne podmioty współpracujące (w tym przedsiębiorstwa państwowe)	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; PŚW Środki krajowe: BP – AR, AST, SP
	3. Wspomaganie rozwoju systemów transportowych zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju w miejscowościach i obszarach o największym natężeniu ruchu turystycznego	Jednostki samorządu terytorialnego, Ministrowie właściwi ds. rozwoju regionalnego, turystyki oraz instytucje współpracujące	Minister właściwy ds. środowiska sektor prywatny,	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP – AR, AST, SP
	4. Wsparcie budowy i modernizacji portów pasażerskich żeglugi śródlądowej i morskiej z uwzględnieniem ruchu turystycznego	Ministrowie właściwi ds. transportu, rozwoju regionalnego, wewnętrznych; jednostki samorządu terytorialnego	sektor prywatny,	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP – AR, AST, SP
<b>Obszar priorytetowy V – WSPARCIE INSTYTUCJONALNE</b>					
<b>Cel pośredni: Wspomaganie systemów rozwijających turystykę</b>					
1. Wsparcie instytucji i organizacji	1. Wsparcie współpracy międzynarodowej w zakresie turystyki	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	Minister właściwy ds. zagranicznych, jednostki samorządu terytorialnego	2007-2013	Środki krajowe: BP – AR, AST

działających w obszarze turystyki	2. Wsparcie regionalnych i branżowych organizacji turystycznych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	jednostki samorządu terytorialnego	2007-2013	Środki krajowe: BP – AR, AST, SP
	3. Wsparcie organizacji pozarządowych działających na rzecz turystyki	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	jednostki samorządu terytorialnego	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: RPO; Środki krajowe: BP - AR
	4. Turystyka i wypoczynek dzieci i młodzieży	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące; Minister właściwy ds. oświaty i wychowania	Minister właściwy ds., środowiska, polityki społecznej; sektor prywatny	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: RPO; Środki krajowe: BP – AR, SP
2. Tworzenie sprzyjających warunków dla zatrudnienia w przedsiębiorstwach turystycznych	1. Budowa regionalnych i lokalnych systemów zatrudnienia w gospodarce turystycznej	Minister właściwy ds. rynku pracy; Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	jednostki samorządu terytorialnego	2007-2010	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO
	2. Tworzenie „zielonych miejsc pracy” poprzez rozwój ekoturystyki i agroturystyki	Ministrowie właściwi ds. rolnictwa i obszarów wiejskich, kultury	Minister właściwy ds. środowiska; jednostki samorządu terytorialnego	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP – SP
	3. Wprowadzenie systemów kwalifikacji zawodowych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące		2007-2010	Środki krajowe: BP – AR
3. Wsparcie przedsiębiorstw turystycznych	1. Regionalne i lokalne wdrożenie programu doradztwa dla przedsiębiorstw turystycznych	Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe	2007-2009	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: RPO; Środki krajowe: BP – AR
	2. Poprawa dostępu przedsiębiorstw turystycznych do kapitału	Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	jednostki samorządu terytorialnego, sektor prywatny	2007-2013	Środki krajowe: BP – AR, AST, SP
	3. Poprawa warunków funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	2007-2010	Środki krajowe: BP – AR
4. Wspieranie innowacyjności w turystyce	1. Wprowadzanie nowych technologii w turystyce	Sektor prywatny	jednostki naukowo-badawcze	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP – SP
	2. Budowa regionalnych systemów bezpieczeństwa	jednostki samorządu terytorialnego	Minister właściwy ds. spraw wewnętrznych, obrony narodowej	2010-2013	Środki krajowe: BP – AR, AST

5. Rozwój badań w obszarze turystyki	1. Doskonalenie narzędzi monitorowania rynku turystycznego	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	regionalne i lokalne organizacje turystyczne, jednostki naukowo-badawcze	2007-2013	Środki krajowe: BP – AR, AST, Inne
	2. Prowadzenie badań statystycznych	Główny Urząd Statystyczny	-----	2007-2013	Środki krajowe: BP – AR, AST
	3. Opracowanie zintegrowanego systemu regionalnych badań gospodarki turystycznej	jednostki samorządu terytorialnego	Minister właściwy ds. wewnętrznych; regionalne i lokalne organizacje turystyczne, jednostki naukowo-badawcze	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO;
	4. Rozwój metod badawczych w skali regionalnej, ogólnopolskiej i międzynarodowej	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące;	Minister właściwy ds. środowiska, kultury; jednostki samorządu terytorialnego	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: Inne
	5. Badania marketingowe	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	regionalne i lokalne organizacje turystyczne, sektor prywatny, jednostki naukowo-badawcze	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO; Środki krajowe: BP – SP, Inne
	6. Badania rynku pracy	jednostki naukowo-badawcze	sektor prywatny,	2007-2013	Środki krajowe: BP – SP, Inne
	7. Integracja turystyki z potrzebami i wymogami środowiska przyrodniczego	Minister właściwy ds. turystyki oraz instytucje współpracujące	Minister właściwy ds. środowiska	2007-2013	Fundusze Unijne z finansowym montażem krajowym: HiSPO, RPO

Legenda: HiSPO – Horyzontalne i sektorowe programy operacyjne, RPO – regionalne programy operacyjne, PŚW – publiczne środki wspólnotowe, BP- budżet państwa, AR – administracja rządowa, AST administracja samorządu terytorialnego, SP – środki prywatne



## WSKAŹNIKI (PROPOZYCJE)

Lp.	Przyjęte założenie	Obiektywnie mierzalne wskaźniki	Jednostka miary	Źródła weryfikacji
	Trwały i zrównoważony <sup>6</sup> rozwój turystyki prowadzący do wzrostu udziału gospodarki turystycznej w postępie społeczno - gospodarczym Polski oraz podniesienia konkurencyjności regionów i kraju	Udział gospodarki turystycznej w PKB	%	Główny Urząd Statystyczny, Eurostat
		Poziom zatrudnienia w turystyce w porównaniu do roku bazowego x	ilość (2013-ilość x)	Główny Urząd Statystyczny, rachunek satelitarny turystyki
		Wzrost ilości pobytów turystycznych ponad 1 dobę o x % w stosunku do roku bazowego	%	j.w.
		Udział ruchu turystycznego w ramach agro- i ekoturystyki w stosunku do ogółu ruchu turystycznego	%	Główny Urząd Statystyczny, Wojewódzkie Urzędy Statystyczne, Instytut Turystyki
		Liczba osób odwiedzających w ciągu roku parki narodowe ogółem i na hektar powierzchni	liczba	Dane zarządów parków
I	Budowa oraz rozwój konkurencyjnej oferty turystycznej	Ilość produktów turystycznych	liczba	Polska Organizacja Turystyczna, Regionalne Organizacje Turystyczne
		Ilość sprzedanych ofert produktów zagranicznym biuram podróży	liczba	Polska Organizacja Turystyczna, Regionalne Organizacje Turystyczne
I.1	Kreowanie i wdrażanie nowych produktów turystycznych	Ilość nowych produktów turystycznych	liczba	Lokalne Organizacje Turystyczne, Regionalne Organizacje Turystyczne
		Ilość nowo powstałych produktów turystycznych poddanych analizie cyklu życia	205. liczba	j.w.
I.2	Rozwój infrastruktury turystycznej	Ilość wybudowanych obiektów turystycznych	liczba	Główny Urząd Statystyczny, dane ewaluacyjne programów pomocowych

<sup>6</sup> Definicja zrównoważonego rozwoju pochodzi z ustawy z dnia 27 kwietnia 2001 r. Prawo Ochrony Środowiska (Dz. U. Nr 62 poz. 627 ze zmianami) i oznacza „taki rozwój społeczno-gospodarczy, w którym następuje proces integrowania działań politycznych, gospodarczych i społecznych, z zachowaniem równowagi przyrodniczej oraz trwałości podstawowych procesów przyrodniczych, w celu zagwarantowania możliwości zaspokajania podstawowych potrzeb poszczególnych społeczności lub obywateli zarówno współczesnego pokolenia, jak i przyszłych pokoleń”.

		Wartość wybudowanych obiektów turystycznych	kwota	j.w.
		Wartość inwestycji okołoturystycznych	kwota	j.w.
		Udział ścieków poddanych III stopniowi oczyszczania w stosunku do ogólnej ilości ścieków pochodzących z obiektów turystycznych	%	Wojewódzkie Inspektoraty Ochrony Środowiska
I.3	Podnoszenie poziomu jakości turystycznych produktów	Procent jednostek turystycznych, które zostały zaliczone do najwyższej, średniej i najniższej kategorii w swojej dziedzinie	%	jednostki uprawnione do standaryzacji i kategoryzacji
		Ilość firm, które skorzystały z doradztwa oraz szkoleń w ramach programów pomocowych	liczby	dane ewaluacyjne programów pomocowych
		Ilość zapotrzebowań na informacje o produktach turystycznych przez zagraniczne biura podróży	liczba	Polska Organizacja Turystyczna, Regionalne Organizacje Turystyczne
		Udział przedsiębiorstw turystycznych posiadających ekocertyfikaty w stosunku do ogólnej liczby przedsiębiorstw turystycznych	%	jednostki uprawnione do standaryzacji i kategoryzacji
II	Przygotowywanie wysoko wykwalifikowanych kadr dla turystyki	Procent absolwentów szkół wyższych w ilości osób podejmujących pracę w branży turystycznej	%	Branża turystyczna
		Średnia długość zatrudnienia w turystyce	liczba lat	Wojewódzkie Urzędy Statystyczne, rachunek satelitarny turystyki
II.1	Kształtowanie kadr dla obsługi ruchu turystycznego	Liczba osób bezrobotnych, które znalazły zatrudnienie w turystyce	liczba	Wojewódzkie Urzędy Statystyczne
		Liczba samozatrudnień w turystyce	liczba	Wojewódzkie Urzędy Statystyczne, dane ewaluacyjne programów pomocowych

		Procent pracowników branży objętych zintegrowanym systemem kwalifikacji zawodowych Liczba przeszkolonej kadry menedżerskiej	% liczba	jednostki certyfikujące włączone w system kwalifikacji zawodowych Dane ewaluacyjne programów pomocowych
II.2	Kształtowanie turystyki społecznej	Ilość wykładowców mających kwalifikacje do szkolenia z zakresu turystyki	liczba	firmy szkoleniowe
		Ilość przeszkolonej kadry	liczba	firmy szkoleniowe
		Ilość programów i wydawnictw	liczba	organizacje i instytucje
		Udział dzieci i młodzieży w zorganizowanych formach ruchu turystycznego w stosunku do ruchu ogółem	%	kuratoria oświaty, organizacje i instytucje
III	Stworzenie spójnego i skutecznego systemu marketingu, wpływającego na zwiększenie liczby turystów zagranicznych i podróży krajowych	Procent rozpoznawalności marki turystycznej Polski na rynkach docelowych	%	Badania marketingowe
		Wzrost średniorocznej ilości przyjazdów turystycznych do Polski	%	Instytut Turystyki, Główny Urząd Statystyczny
		Wzrost ilości wewnątrz krajowych pobytów turystycznych	%	j.w.
III.1	Usprawnienie systemu informacji turystycznej	Procent oznakowanych szlaków i atrakcji turystycznych w ramach zintegrowanego systemu informacji turystycznej	%	Polska Organizacja Turystyczna, Regionalne Organizacje Turystyczne
		Ilość rezerwacji w zintegrowanych systemach on-line	liczba	Dane z serwisów rezerwacji on-line
III.2	Zwiększenie efektywności działań promocyjnych w turystyce	Stopień spójności promocyjnej oferty Polski	%	Wyniki zewnętrznego audytu na zlecenie POT
		Ilość wdrożonych i realizowanych systemów badawczych	liczba	Dane zbiorcze Ministra właściwego ds. turystyki

IV	Rozbudowa pozaturystycznej infrastruktury technicznej z uwzględnieniem potrzeb turystyki	Wzrost ilości inwestycji turystycznych w regionach	%	Główny Urząd Statystyczny i Wojewódzkie Urzędy Statystyczne, dane ewaluacyjne programów pomocowych
		Wzrost ilości pobyków turystycznych w regionach	%	Główny Urząd Statystyczny i Wojewódzkie Urzędy Statystyczne, Regionalne Organizacje Turystyczne
IV.1	Kształtowanie środowiska w kontekście rozwoju przestrzeni turystycznej	Długość wybudowanych dróg lokalnych	km	Administracja samorządowa
		Długość wybudowanych wodociągów	km	j.w.
		Długość wybudowanych kanalizacji	km	j.w.
		Ilość obiektów turystycznych podłączonych / wyposażonych w oczyszczalnie ścieków	% ogółu liczby obiektów	j.w.
		Ilość produktów turystycznych związanych z walorami chronionymi w regionie	liczba	j.w.
		Przychody podmiotów obsługujących ruch turystyczny na terenie parków krajobrazowych i w obszarach NATURA 2000	kwota w zł	j.w.
IV.2	Zwiększenie dostępności turystycznej regionów poprzez rozwój transportu	Liczba lotnisk dopuszczonych do ruchu pasażerskiego, w tym lotnictwa sportowego	liczba	Dane Urzędu Lotnictwa Cywilnego
		Długość nowo wybudowanych dróg ekspresowych i autostrad	km	Dane Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad (Minister właściwy ds. transportu)
		Liczba wybudowanych zjazdów do atrakcji turystycznych z dróg ekspresowych i autostrad	liczba	j.w.
		Długość nowych i zmodernizowanych dróg spełniających normę nacisku 115 kN/oś	km	j.w.

		Długość nowych i zmodernizowanych dróg w ruchu krajowym uwzględniających dojazdy do atrakcji	km	j.w.
		Długość zmodernizowanej komplementarnej sieci kolejowej na terenach atrakcyjnych turystycznie	km	Dane Polskich Kolei Państwowych (Minister właściwy ds. transportu)
		Długość nowych śródlądowych szlaków wodnych	km	j.w.
		Liczba statków pasażerskich żeglugi śródlądowej	liczba	Dane resortu Ministra właściwego ds. transportu
		Przepustowość portów	Pasażerów / rok	j.w.
V	Wspomaganie systemów rozwijających turystykę	Ocena jakości systemu prawa w zakresie turystyki	liczba rekomendacji i zmian	Niezależna firma audytorska w zakresie audytu prawa na zlecenie rządu
		Przyrost inwestycji turystycznych	%	Dane samorządów terytorialnych
		Kwota środków publicznych dostępnych na turystykę	kwota	Sprawozdanie z realizacji budżetu, dane z Regionalnych Izb Obrachunkowych
V.1	Wsparcie instytucji i organizacji działających w obszarze turystyki	Liczba inicjatyw turystycznych zrealizowanych w ramach partnerstwa i współpracy różnych organizacji i instytucji	Liczba	Administracja publiczna i rządowa, organizacje branżowe
		Odsetek dzieci i młodzieży w wieku szkolnym korzystających z turystyki i wypoczynku	%	Dane resortu Ministra właściwego ds. turystyki
V.2	Tworzenie sprzyjających warunków dla zatrudnienia	Opracowania z zakresu rynku pracy w turystyce	liczba	Dane Wojewódzkich Urzędów Pracy

	w przedsiębiorstwach turystycznych	Gotowe plany rozwoju turystyki spełniające określone kryteria jakościowe	Liczba	Oficjalne plany urzędów, zaakceptowane przez radnych
		Liczba osób przeszkolonych z zakresu „zielonych miejsc pracy”	Liczba	Firmy szkoleniowe
		Ilość zielonych miejsc pracy w działalności turystycznej w stosunku do ogółu zatrudnionych w turystyce	%	Dane Wojewódzkich Urzędów Pracy
V.3	Wsparcie przedsiębiorstw turystycznych	Liczba inwestycji turystycznych	Liczba	Jednostki samorządu terytorialnego
		Liczba firm, które skorzystały z dofinansowania	Liczba i kwota	Dane instytucji koordynującej wdrażanie funduszy strukturalnych w turystyce
		System wsparcia doradztwa mikroprzedsiębiorstw turystycznych	Liczba firm objętych doradztwem	Dane Wojewódzkich Urzędów Pracy
V.4	Wspieranie innowacyjności w turystyce	Liczba wypadków w miejscach atrakcji turystycznych w sezonie	Liczba	Dane Komendy Głównej Policji, Komendy Głównej Straży Pożarnej, Pogotowia Ratunkowego
		Liczba projektów innowacyjnych w dziedzinie turystyki realizowanych przez polskie uczelnie	Liczba	Dane Ministra właściwego ds. Szkolnictwa Wyższego, Ministra ds. Nauki
V.5	Rozwój badań w obszarze turystyki	Działający system badań zgodnych z wymogami UE	Liczba badań	Dane jednostki koordynującej badania
		Udział środków na badania w zakresie integracji turystyki z ochroną środowiska w stosunku do ogólnej sumy na badania w turystyce	%	j.w.
		Ilość badań z zakresu produktu turystycznego	liczba	Dane jednostki koordynującej programy badawcze

## 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 MGiP, Warszawa 2004
- Analiza dostępności Funduszy Strukturalnych dla turystyki w Polsce, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGiP, Warszawa 2004
- Analiza miejsca i roli turystyki w dokumentach rządowych wybranych krajów w Europie, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGiP, 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 MGiP, Warszawa 2004
- Gospodarka turystyczna w świetle dokumentów rządowych i sektorowych, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGiP, 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 MGiP, Warszawa 2004
- Kierunki rozwoju partnerstwa publiczno-prywatnego w Polsce, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGiP, 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;
- Narodowy Plan Rozwoju 2004-2006, Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa, luty 2003
- Ocena atrakcyjności inwestycyjnej ekonomicznej branży turystycznej, ekspertyza PART S.A. wykonana na zlecenie Departamentu Turystyki w MGiP, 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 MGIP, Warszawa 2005
- 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
- Sektorowy Program Operacyjny – Rozwój Zasobów Ludzkich. Wersja wyjściowa i wersja końcowa - analiza zmian, ekspertyza na zlecenie Departamentu Koordynacji Polityki Strukturalnej w MGPIPS, Warszawa 2003
- Sektorowy Program Operacyjny Wzrost Konkurencyjności Gospodarki – wersja wyjściowa i wersja końcowa - analiza zmian, ekspertyza na zlecenie Departamentu Koordynacji Polityki Strukturalnej w MGPIPS, Warszawa 2003
- Sektorowy Program Operacyjny: „Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich” – wersja wyjściowa i wersja końcowa – analiza zmian, ekspertyza na zlecenie Departamentu Koordynacji Polityki Strukturalnej w MGPIPS, Warszawa, grudzień 2003
- 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 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. Nr 62, poz. 689 z późn. zm.)
- Ustawa z 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (Dz. U. Nr 133, poz. 884)
- Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o Narodowym Planie Rozwoju (Dz. U., Nr 116, poz.1206)
- Ustawa z dnia 4 września 1997 r. o działach administracji rządowej (Dz. U. Nr 141, poz. 943)
- 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
- Wstępny projekt Narodowego Planu Rozwoju 2007-2013 (przyjęty przez Radę Ministrów), 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.

- **Agenda 21** - globalny program działań na rzecz środowiska i rozwoju, przyjętym 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 (baterie słoneczne, wykorzystywanie źródeł geotermalnych), a także infrastruktura uzupełniająca tj.: elektrownie wiatrowe, oczyszczalnie ścieków.
- **Innowacja (innowacyjność)** – prace związane z przygotowaniem i uruchomieniem wytwarzania, a także przygotowaniem do sprzedaży nowych lub udoskonalonych produktów i usług (oferty) przeznaczonych do wprowadzenia na rynek albo innego wykorzystania w praktyce lub wprowadzenie unowocześnionego procesu dystrybucji.
- **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 ulepszonych, 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 lub nabytkami. 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.
- **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.