

MINISTERSTWO SPORTU I TURYSTYKI

RAPORT O STANIE GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ W LATACH 2007-2011

*Dokument przyjęty
przez Radę Ministrów*

Warszawa, luty 2013

Spis treści

WPROWADZENIE	3
CZEŚĆ I. SYSTEM ZARZĄDZANIA TURYSTYKĄ W POLSCE.....	8
1. ZARZĄDZANIE TURYSTYKĄ W POLSCE.....	9
1.1. Polityka turystyczna Unii Europejskiej.....	9
1.2. Struktura zarządzania turystyką w Polsce.....	13
1.3. Badania na rynku usług turystycznych.....	19
1.4. Kształcenie i szkolenie kadr dla turystyki.....	24
1.5. Rozwój wiodących typów turystyki w Polsce.....	28
2. MIĘDZYNARODOWA WSPÓŁPRACA DWUSTRONNA I WIELOSTRONNA	49
2.1. Umowy o współpracy w dziedzinie turystyki.....	49
2.2. Organizacje i inicjatywy międzynarodowe	50
3. PROMOCJA POLSKI JAKO KRAJU ATRAKCYJNEGO TURYSTYCZNIE	54
3.1. Kierunki działań Polskiej Organizacji Turystycznej.....	54
3.2. Przynależność POT do międzynarodowych organizacji turystycznych	61
CZEŚĆ II. STAN GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ	63
4. MIEJSCE TURYSTYKI W GOSPODARCE NARODOWEJ POLSKI.....	64
4.1. Makroekonomiczna sytuacja Polski w latach 2007-2011	64
4.2. Wydatki administracji publicznej na turystykę.....	69
4.3. Turystyka jako kluczowy sektor gospodarki.....	73
4.4. Zatrudnienie w turystyce	79
5. CHARAKTERYSTYKA PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH	83
5.1. Biura podróży	83
5.2. Branża hotelarska	94
5.3. Branża gastronomiczna	101
5.4. Przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek	104
6. RUCH TURYSTYCZNY W POLSCE.....	113
6.1. Turystyka przyjazdowa do Polski	113
6.2. Turystyka krajowa mieszkańców Polski	121
6.3. Turystyka zagraniczna mieszkańców Polski.....	125
7. KONKURENCYJNOŚĆ POLSKIEJ TURYSTYKI.....	129
7.1. Międzynarodowe rankingi konkurencyjności	129
7.2. Polska turystyka na tle krajów UE	132
7.3. Absorpcja funduszy unijnych a poprawa konkurencyjności polskiej turystyki.....	134
8. INFRASTRUKTURA TURYSTYCZNA I PARATURYSTYCZNA W POLSCE	142
8.1. Transport pasażerski.....	142
8.2. Szlaki turystyczne	153
8.3. Muzea i instytucje paramuzealne	156
8.4. Parki narodowe i krajobrazowe – turystyka przyrodnicza	159
PODSUMOWANIE	164
Wykaz skrótów.....	170
Spis źródeł.....	171
Spis tabel	175
Spis wykresów.....	177
Spis rysunków	179
Załączniki	180

WPROWADZENIE

W latach 2007-2011 podjęto wiele istotnych działań, które w sposób systemowy i długofalowy wpływały na rozwój turystyki. W dniu 26 września 2008 r. Rada Ministrów przyjęła, na wniosek Ministra Sportu i Turystyki, dokument strategiczny dla turystyki na poziomie krajowym – **„Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku”**. Przygotowanie niniejszego raportu, którego celem jest diagnoza stanu gospodarki turystycznej w Polsce w latach 2007-2011 wynika z zapisów „Kierunków rozwoju turystyki...”. Raport jest również dodatkowym elementem monitorowania realizacji zadań zapisanych w „Kierunkach rozwoju turystyki...”.

Turystyka jest częścią rynku wewnętrznego Wspólnot Europejskich i wywiera znaczący pozytywny wpływ na wzrost gospodarczy i zatrudnienie w Europie. Nie jest ona jednak objęta wspólną polityką. Traktat z Lizbony rozszerzył kompetencje Unii w zakresie turystyki. Zgodnie z artykułem 195 skonsolidowanej wersji Traktatu o Unii Europejskiej i Traktatu o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej. Unia Europejska otrzymała kompetencje do wspierania działań państw członkowskich w sektorze turystycznym, w szczególności przez wspieranie konkurencyjności przedsiębiorstw Unii w tym sektorze oraz tworzenie szczególnych środków uzupełniających, służących temu celowi w zwykłej procedurze ustawodawczej, z wyłączeniem jakiegokolwiek harmonizacji przepisów państw członkowskich.

Działania prowadzone w obszarze turystyki mają służyć realizacji celów gospodarczych Wspólnoty, które zostały określone w Komunikacie Komisji Europejskiej z 2010 r. „Europa 2020 strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu”. W dokumencie wskazano na konieczność zwiększenia konkurencyjności turystyki europejskiej. Propozycje wzmocnienia konkurencyjności turystyki europejskiej zostały szczegółowo przedstawione w **Komunikacie Komisji Europejskiej z 2010 r. „Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego”**.

Na lata 2007-2011 przypadał okres Polskiej Prezydencji w Radzie Unii Europejskiej (od 1 lipca do 31 grudnia 2011r.), kiedy prowadzono intensywne działania na rzecz rozwoju turystyki. Priorytetem Polskiej Prezydencji w obszarze turystyki była: „Konkurencyjność gospodarki turystycznej w obliczu nowych wyzwań – diagnoza i rekomendacje działań”.

Niezależnie od działań w ramach Unii Europejskiej, Polska prowadzi **aktywną współpracę międzynarodową**, której celem jest zacieśnianie współpracy dwustronnej (umowy o współpracy w dziedzinie turystyki z 41 krajami) oraz przygotowanie kolejnych umów międzynarodowych o współpracy w dziedzinie turystyki. Do najważniejszych zadań realizowanych w sferze turystyki o charakterze międzynarodowym w okresie 2007-2011 należy zaliczyć również: udział w pracach Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju; działania jako członek-założyciel w pracach Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO); współpracę w ramach Grupy Wyszehradzkiej V-4 oraz w pracach Forum Turystyki Państw Bałtyckich.

Lata 2007-2011 pokazały jak silny wpływ na turystykę ma otoczenie zewnętrzne, stan gospodarki, prawo oraz wydarzenia międzynarodowe. Na turystykę oddziaływały **zdarzenia**

o charakterze gospodarczym – głównie światowy kryzys gospodarczy oraz związane z nim wahania kursu walut, które w sposób długofalowy wpływały na gospodarkę turystyczną w latach 2007-2011. Należy także pamiętać o zjawiskach systemowych: utrzymujący się w Polsce deficyt budżetowy oraz handlu zagranicznego, zaobserwowany w 2011 r. wzrost cen, niedopasowania strukturalne na rynku pracy. Większość podmiotów prowadzących działalność w sferze usług turystycznych to mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa (MMŚP). Z tego względu bariery związane z rozwojem przedsiębiorczości w Polsce (wysokość podatków, problemy z płynnością finansową, biurokracja, trudny dostęp dla MMŚP do kredytów) oraz wynikające z otoczenia regulacyjnego (np. niestabilność prawa) mają silny wpływ na branżę turystyczną. Innego typu ograniczeniem polskiej gospodarki jest niski poziom innowacyjności.

Turystyka jest **sektorem wrażliwym** nie tylko na wahania gospodarcze, ale także na zjawiska społeczno-polityczne, czy też przyrodnicze. Na ruch turystyczny w Polsce wpłynęło w sposób wyraźny wejście Polski do strefy Schengen w grudniu 2007 r., które przyczyniło się do znaczącego spadku liczby turystów z państw takich, jak Rosja, Ukraina i Białoruś. W 2010 r. sektor turystyczny ucierpiał z powodu paraliżu ruchu lotniczego wywołanego pyłem wulkanicznym po wybuchu wulkanu na Islandii (kwiecień), zamieszek w Grecji i wysokiego kursu dolara amerykańskiego i euro (maj) oraz powodzi w Polsce (maj/czerwiec). Początek 2011 r. upłynął z kolei pod znakiem rewolucji w krajach Afryki Północnej, które spowodowały wstrzymanie wyjazdów do Tunezji (styczeń) i Egiptu (luty), a więc dwóch najpopularniejszych kierunków wyjazdów turystycznych Polaków.

Należy także zwrócić uwagę na **słabnącą pozycję Europy w światowej turystyce**. Według *Tourism Towards 2030. Global Overview* – prognozy przygotowanej przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO) – udział Europy w ogólnej liczbie przyjazdów turystów zagranicznych może ulec zmniejszeniu w najbliższych latach (wg UNWTO z 51% w 2010 r. do 41% w 2030 r., co może pogłębić już widoczny trend – w 1980 r. Europa rejestrowała 61% udziału w podróżach turystów zagranicznych na świecie). Dynamiczny rozwój rynków pozaeuropejskich powoduje, że europejska turystyka traci w skali światowej. W tej sytuacji szczególnie istotne są działania na rzecz rozwoju turystyki przyjazdowej do Europy, w tym do Polski.

Specyfika turystyki to przede wszystkim **sezonowość**, poprzez programy i projekty – krajowe, unijne oraz międzynarodowe, dąży się do ograniczenia tego zjawiska, działając na rzecz wydłużenia sezonu (np. aktywizacja osób starszych, turystyka społeczna, programy wymiany turystów między różnymi krajami wspierane przez instytucje państwowe).

Turystyka to także branża niezwykle **interdyscyplinarna i dynamiczna**, powiązana ściśle z innymi sektorami gospodarki. Ma to dwojaki skutek. Z jednej strony turystyka oddziałuje na wzrost i rozwój innych sektorów gospodarki. Jak podaje Światowa Rada Podróży i Turystyki (*World Travel & Tourism Council*, WTTC) – pomimo trudności w światowej sytuacji gospodarczej, sektor turystyki i podróży jest jedynym, który w roku 2011 zanotował wzrost. Z tego względu, turystyka może tworzyć „parasol ochronny” generując systematycznie nowe miejsca pracy, szczególnie poprzez powstawanie nowych mikroprzedsiębiorstw. Efekty pośrednie wpływu turystyki na gospodarkę wynikają przede

wszystkim z aktywizowania gałęzi niezwiązanych bezpośrednio z turystyką (np. rolnictwo, budownictwo, transport kolejowy i wielu innych) i tej części udziału w PKB oraz zatrudnieniu, która nie istniałaby, gdyby nie związek tych gałęzi z turystyką¹.

Z drugiej strony, zmiany w sektorze finansowym, spadek PKB dynamicznie zmieniają sytuację na rynku turystycznym. Powoduje to, że przedsiębiorcom niezwykle trudno jest tworzyć długofalowe strategie na kolejne lata – wpływ otoczenia zewnętrznego może w każdej chwili je zdezaktualizować. Jednocześnie, specyfika rynku powoduje, że przedsiębiorcy turystyczni muszą planować swoje działania na długo przed ich wdrażaniem, np. rezerwacja hoteli na sezon letni/zimowy dokonywana jest nierzadko z ponad rocznym wyprzedzeniem, podobnie jak druk katalogów dla klientów. W tej sytuacji, zmiany polityczne czy katastrofy naturalne powodują duże straty finansowe w tym sektorze, których nie sposób wcześniej przewidzieć ani oszacować. Jest to pewnego rodzaju systemowa niestabilność rynku turystycznego. Ponadto, działalność gospodarcza przedsiębiorców turystycznych podlega wszystkim przepisom dotyczącym zasad prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce oraz przepisom szczególnym na podstawie ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych.

Znaczna liczba interesariuszy na rynku turystycznym – biura podróży, hotele, branża gastronomiczna, piloci wycieczek, przewodnicy turystyczni, regionalne i lokalne organizacje turystyczne, samorząd terytorialny – ich różnorodność oraz rozdrobnienie, przyczyniają się do trudności współdziałania i tworzenia wspólnych produktów turystycznych. Ze względu na znaczną rozbieżność interesów oraz procesy konsolidacyjne zaobserwowano w latach 2007-2011 także wzrost liczby konfliktów pomiędzy poszczególnymi interesariuszami: biurami podróży, hotelami, liniami lotniczymi, czy też agentami turystycznymi. Istotną rolę mediatora ma do odegrania w tym zakresie samorząd gospodarczy, który jednak także przejawia cechy rozdrobnienia oraz polaryzacji interesów. Jednocześnie, fakt, że większość przedsiębiorców turystycznych to MMŚP, pozwala im szybko i elastycznie – w odróżnieniu od dużych przedsiębiorstw – reagować na zmieniające się otoczenie.

W latach 2007-2011 widoczne piętno na rynku turystycznym odcisnęły także **zmiany społeczne i technologiczne**. Zmiany demograficzne, a co za tym idzie wzrost liczby klientów podróżujących samodzielnie, wzrost podróży wśród seniorów kształtują rynek turystyczny. Ciągłe rosnące wymagania klientów oraz wzrost ich świadomości związanej z ochroną środowiska, powodują nierzadko, że klienci coraz więcej uwagi poświęcają ocenie jakości produktu turystycznego, biorąc pod uwagę nie tylko jego cenę. Nieustanny rozwój technologii mobilnych, wzrost roli sprzedaży przez Internet, rozwój portali zakupów grupowych, wzrost liczby tzw. pakietów dynamicznych tworzonych samodzielnie przez klientów (pakiety za pomocą strony internetowej i odpowiednich linków na strony rezerwacyjne: hoteli, linii lotniczych itd.) oraz wykorzystywanie narzędzi internetowych do marketingu i komunikacji, to tylko niektóre ze zmian w obszarze nowych technologii.

¹ *Travel & Tourism Economic Impact 2012. European Union, World Travel & Tourism Council WTTC 2012, http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/european_union2012.pdf, s.3-4.*

Pomimo uwarunkowań zewnętrznych wpływających dynamicznie na rynek turystyczny, lata 2007-2011 to okres wielu pozytywnych wydarzeń w tej branży. W analizowanym okresie **udział gospodarki turystycznej w PKB Polski wynosił 5-6%**. Istotne znaczenie odgrywa turystyka w wymianie handlowej Polski. W 2011 r. wartość eksportu turystycznego wyniosła 31,5 mld zł, co stanowiło 4,7% eksportu ogółem.

W latach 2007-2011 na szczególną uwagę zasługuje dynamiczny rozwój turystyki aktywnej i specjalistycznej, w skład której wchodzi m.in. turystyka rowerowa, turystyka wodna, turystyka sportów zimowych, turystyka uzdrowiskowa i medyczna, geoturystyka. Intensywnym przemianom podlegała także turystyka biznesowa oraz turystyka na obszarach wiejskich. Wzrosła liczba oraz różnorodność regionalnych i lokalnych produktów turystycznych tworzonych w ramach współpracy publiczno-prywatnej. Wzrost świadomości decydentów na temat roli turystyki i jej wpływu na rozwój społeczno-ekonomiczny regionu, przyczynił się do dynamicznego rozwoju produktów turystyki kulturowej. Rozwijają się także nowe formy turystyki, np.: tanatoturystyka, turystyka kulinarna (w tym enoturystyka), turystyka biograficzna, turystyka literacka i filmowa, czy też turystyka etniczna i turystyka kultury ludowej².

W latach 2007-2011 w ramach **polityki krajowej** realizowano zadania dotyczące statystyki turystyki przez Główny Urząd Statystyczny oraz Ministerstwo Sportu i Turystyki we współpracy z Narodowym Bankiem Polskim. Na zamówienie Polskiej Organizacji Turystycznej (POT) realizowano badania i analizy marketingowe niezbędne do ciągłej weryfikacji przyjętych założeń dla działań promocyjnych. Lata 2007-2011 to także dalsze prace mające na celu podniesienie jakości przygotowania i kształcenia kadr dla turystyki oraz doskonalenie i szkolenie kadr już zatrudnionych. W ramach otwartych konkursów ofert na realizację zadań publicznych z zakresu turystyki wspierano działania na rzecz rozwoju turystyki i produktów turystycznych realizowane przez organizacje pozarządowe i lokalne organizacje turystyczne. Upowszechniano wiedzę dotyczącą ochrony praw konsumentów korzystających z usług turystycznych oraz działano na rzecz poprawy współpracy między głównymi interesariuszami sektora turystyki.

Lata 2007-2011 to znaczący okres w działalności **Polskiej Organizacji Turystycznej**. Po raz pierwszy zostały opracowane i wdrożone programy wspierające rozwój produktów turystycznych oraz promujące Polskę jako cel podróży, a których realizacja została oparta o fundusze strukturalne. Realizowano kampanie promocyjne skierowane na rynki zagraniczne oraz na rynek krajowy m.in.: „Promujmy Polskę Razem”, „Piękny Wschód”, kampanię związaną z Mistrzostwami Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012TM czy też kampanię związaną ze światowym plebiscytem „New 7 Wonders” (od 2009 r.), w którym kandydatami były Kraina Wielkich Jezior Mazurskich oraz Puszcza Białowieska.

Istotnym wsparciem finansowym dla branży turystycznej były w latach 2007-2011 środki w ramach wieloletniej perspektywy finansowej 2007-2013. Dzięki zapisom wprowadzonym do „Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013” **fundusze strukturalne dla polskiej turystyki** były po raz pierwszy dostępne na poziomie

² Tanatoturystyka (*dark tourism*): odwiedzanie miejsc związanych ze śmiercią; Enoturystyka: turystyka nastawiona na odwiedzenie regionów związanych z produkcją wina, festiwalu wina itp.;

horyzontalnym. Głównym źródłem funduszy unijnych dla turystyki jest wsparcie przewidziane Programem Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka 2007-2013 w ramach Działania 6.3 Promowanie turystycznych walorów Polski oraz Działania 6.4 Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym. Fundusze na rozwój turystyki zostały uwzględnione także w Programie Operacyjnym Rozwój Polski Wschodniej oraz w Programie Operacyjnym Rozwój Obszarów Wiejskich. Ponadto, w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych na dofinansowanie projektów w zakresie turystyki przewidziano ogółem 731,3 mln EUR (środki UE), co po przeliczeniu daje kwotę około 3 mld zł, co stanowi 4,2% ogólnej alokacji dostępnej na realizację RPO.

Lata 2007-2011 to oprócz inwestycji w ramach funduszy strukturalnych Unii Europejskiej i działań podejmowanych przez Komisję Europejską na rzecz zacieśnienia współpracy między państwami członkowskimi w tym zakresie, czas rozwoju branży hotelarskiej. Organizacja Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012TM oraz poprzedzająca to wydarzenie Polska Prezydencja w Radzie Unii Europejskiej, pozytywnie wpłynęły na pobudzenie popytu na usługi świadczone przez hotele oraz wzrost inwestycji.

Podsumowując, rola gospodarki turystycznej w rozwoju gospodarczym jest bardzo ważna. Turystyka dynamicznie wpływa na rozwój innych sektorów, stymuluje wzrost PKB oraz nowych miejsc pracy. Z drugiej strony podatność turystyki na wpływy zewnętrzne, jej interdyscyplinarność, sezonowość i wrażliwość powoduje, że rynek turystyczny wymaga wsparcia zewnętrznego. Z tych powodów, turystyka powinna zajmować szczególne miejsce w polityce krajowej – jako **sektor perspektywiczny dla Polski**, zarówno pod względem gospodarczym, jak też społecznym.

Sporządzając raport wykorzystano dane Głównego Urzędu Statystycznego, Departamentu Analiz i Prognoz Ekonomicznych Ministerstwa Gospodarki, Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, a także opracowania przygotowywane na zlecenie Departamentu Turystyki w latach 2007-2011 przez Instytut Turystyki w Warszawie. Ponadto posłużono się także opracowaniami i informacjami przekazanymi przez Polską Organizację Turystyczną. W celu przedstawienia określonych wskaźników uzyskanych w Polsce na tle międzynarodowym wykorzystano opracowania Światowej Organizacji Turystyki.

Departament Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki wyraża podziękowanie Polskiej Organizacji Turystycznej, Głównemu Urzędowi Statystycznemu, Ministerstwu Gospodarki, Ministerstwu Rozwoju Regionalnego oraz Ministerstwu Rolnictwa i Rozwoju Wsi za udostępnienie opracowań i danych statystycznych niezbędnych do przygotowania niniejszego opracowania.

CZEŚĆ I. SYSTEM ZARZĄDZANIA TURYSTYKĄ W POLSCE

1. ZARZĄDZANIE TURYSTYKĄ W POLSCE

1.1. Polityka turystyczna Unii Europejskiej

Turystyka jest istotną częścią rynku wewnętrznego Wspólnot Europejskich oraz wywiera znaczący pozytywny wpływ na wzrost gospodarczy i zatrudnienie w Europie. Nie jest ona jednak objęta wspólną polityką. Brak w Traktatach podstaw do prowadzenia wspólnej polityki turystycznej oznacza, że zgodnie z zasadą subsydiarności jest to dziedzina zastrzeżona do kompetencji państw członkowskich. Jeśli zatem zachodzi potrzeba podejmowania na szczeblu UE jakichkolwiek działań wspierających rozwój turystyki, zgodę na takie działania muszą wyrazić wszystkie państwa członkowskie.

Do istotnej zmiany doszło w 2009 r. kiedy w życie wszedł Traktat z Lizbony zmieniający Traktat o Unii Europejskiej i Traktat ustanawiający Wspólnotę Europejską, który rozszerzył kompetencje Unii w tym zakresie. Zgodnie z wersją skonsolidowaną Traktatu o Unii Europejskiej i Traktatu o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej:

- w artykule 6 lit. d) dodano turystykę do listy obszarów, w których „Unia Europejska ma kompetencje do prowadzenia działań mających na celu wspieranie, koordynowanie lub uzupełnianie działań Państw Członkowskich”;
- utworzono nowy **artykuł 195** w całości poświęcony turystyce, w którym Unia otrzymuje kompetencje do wspierania działań państw członkowskich w sektorze turystycznym, w szczególności przez wspieranie konkurencyjności przedsiębiorstw Unii w tym sektorze oraz przyjmowanie szczególnych środków uzupełniających służących temu celowi w zwykłej procedurze ustawodawczej, z wyłączeniem jakiegokolwiek harmonizacji przepisów państw członkowskich.

Działania prowadzone w obszarze turystyki powinny służyć realizacji celów gospodarczych Wspólnoty, które zostały określone w Komunikacie Komisji Europejskiej z 2010 r. „Europa 2020 strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu”. W dokumencie wskazano na konieczność zwiększenia konkurencyjności turystyki europejskiej.

Propozycje wzmocnienia konkurencyjności turystyki europejskiej zostały szczegółowo przedstawione w Komunikacie Komisji Europejskiej z 2010 r. „**Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego**”. Prowadzone działania powinny skupiać się wokół czterech filarów:

1. Stymulowanie konkurencyjności sektora turystycznego w Europie;
2. Wspieranie rozwoju zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki wysokiej jakości;
3. Konsolidacja wizerunku i widoczności Europy jako zbioru kierunków turystycznych wysokiej jakości i opartych na zasadach zrównoważonego rozwoju;
4. Pełne wykorzystanie potencjału różnych obszarów polityki i instrumentów finansowych UE na rzecz rozwoju turystyki.

Ważnym kierunkiem działań Unii w zakresie turystyki jest również promowanie jej zrównoważonego rozwoju. W 2007 r. Grupa ds. Zrównoważonego Rozwoju Turystyki przedstawiła Raport „Działania na rzecz bardziej zrównoważonej turystyki europejskiej”, w którym podkreślono, że turystyka jest branżą szczególnie związaną ze zrównoważonym rozwojem. Podkreślono również, że osiągnięcie celów zrównoważonego rozwoju wymaga sprostania 8 kluczowym wyzwaniom: redukcji sezonowości popytu, redukcji wpływu transportu turystycznego na środowisko, poprawy jakości zatrudnienia w turystyce, utrzymania i podniesienia dobrobytu społeczności lokalnych oraz jakości ich życia, ograniczenia wykorzystania zasobów i produkcji odpadów, ochrony i nadawania wartości dziedzictwu przyrodniczemu i kulturowemu, zapewnienia wszystkim grupom społecznym dostępu do turystyki, wykorzystania turystyki jako narzędzia w globalnym, zrównoważonym rozwoju. Na podstawie Raportu Komisja Europejska w 2007 r. przedstawiła Komunikat „Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej”, w którym określono cel, jakim jest konkurencyjna turystyka oparta na zasadach zrównoważonego rozwoju oraz zadania dla poszczególnych interesariuszy.

Nowe uprawnienia Unii Europejskiej umożliwiły podejmowanie przez Komisję Europejską nowych inicjatyw w zakresie wsparcia europejskiego sektora turystycznego:

- Działanie przygotowawcze CALYPSO w latach 2008-2011 (w ramach którego MSiT współrealizowało projekt Europejskie Podróże Seniorów – *European Senior Travellers*, służący opracowaniu modelu pozasezonowej wymiany turystycznej seniorów pomiędzy Polską, Hiszpanią a Portugalią, mającego na celu zapewnienie społecznej i ekonomicznej rentowności dla wszystkich podmiotów bezpośrednio lub pośrednio zaangażowanych w projekt, tj. rządów, pracodawców, pracowników oraz destynacji turystycznych, uwzględniając kryteria zrównoważonego rozwoju i dostępności; projekt trwał od 1 marca 2011 r. do 31 stycznia 2012 r. i zakończył się przygotowaniem ram dla wdrożenia systemu wymian turystycznych dla seniorów poza sezonem turystycznym, uwzględniającego odpowiednie standardy usług, model współpracy instytucjonalnej, stopień zaangażowania branży prywatnej i inne uwarunkowania; przygotowana została także baza dla przeprowadzenia pilotażowej wymiany, mającej na celu sprawdzenie skuteczności i rentowności wypracowanego modelu);
- Działanie przygotowawcze „Zrównoważona turystyka” w latach 2008-2011 (jeden z projektów: Rozwój i Promocja Północnego Odcinka Szlaku Żelaznej Kurtyny – EuroVelo 13 jest koordynowany przez Pomorskie Stowarzyszenie „Wspólna Europa”);
- Działania przygotowawcze „Najlepsze Europejskie Destynacje Turystyczne” (ang. EDEN) 2006 – 2011 (w jego ramach Komisja Europejska we współpracy z narodowymi organizacjami turystycznymi organizuje tematyczne konkursy na najlepszą europejską destynację turystyczną, których celem jest promowanie wschodzących i nietradycyjnych atrakcji turystycznych. W polskiej edycji nagrody przyznano 3-krotnie: w 2008 r. Rzeczpospolita Ptasia – Ujście Warty, w 2009 r. - Bagna Biebrzańskie, w 2010 r. – Pofabryczny Zespół Miejski Żyrardów);

- Inicjatywa Komisji Europejskiej „Turystyka Pósezonowa” – rozpoczęta w 2011r. (Polska przyłączyła się do tej inicjatywy 6 października 2011r., jej celem jest zwiększenie ruchu turystycznego między Europą a Ameryką Południową w okresie pósezonowym).

W latach 2007-2011 minister właściwy do spraw turystyki brał udział w pracach organów Unii Europejskiej w sprawach dotyczących turystyki: Doradczego Komitetu Turystyki oraz grupach roboczych Rady Unii Europejskiej (m.in. w Grupie Roboczej ds. Konkurencyjności i Wzrostu) oraz opracowywał projekty stanowiska rządu w sprawach dokumentów UE dotyczących turystyki, w tym zwłaszcza: Komunikatu Komisji: „Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej” („Agenda 21”) oraz Komunikatu Komisji „Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego”.

Ponadto podejmowano następujące działania:

- Przygotowanie uczestnictwa ministra właściwego ds. turystyki w nieformalnym spotkaniu ministrów ds. turystyki w 2007 r. w Poczdamie, w 2010 r. w Madrycie, w 2011 r. w Krakowie;
- Uczestnictwo w Europejskim Forum Turystyki (w 2007 r. w Algarve (Portugalia), w 2008 r. w Bordeaux (Francja), w 2009 r. w Brukseli (Belgia), w 2010 r. Melieha (Malta), w 2011 r. w Krakowie);
- Przygotowanie i przesłanie do Komisji Europejskiej rocznych raportów dotyczących turystyki za okresy: 2007 r., 2008 r., 2009 r., 2010 r., 2011 r.;
- Upowszechnianie informacji (strony internetowe, konferencje, artykuły) o działaniach w zakresie turystyki prowadzonych na szczeblu UE.

Do ważnych zadań realizowanych w okresie 2007-2011 należy zaliczyć udział w procesie ustawodawczym, mającym na celu transpozycję prawa wspólnotowego do krajowego porządku prawnego. W okresie sprawozdawczym zakończono prace nad:

- wdrożeniem do prawa krajowego Dyrektywy 2005/36/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 7 września 2005 r. w sprawie uznawania kwalifikacji zawodowych (Dz. Urz. UE L 255 z 30.09.2005 r., str. 22) w nowej ustawie z dnia 18 marca 2008 r. o zasadach uznawania kwalifikacji zawodowych nabytych w państwach członkowskich Unii Europejskiej (Dz. U. Nr 63, poz. 394). W zakresie swojej właściwości minister właściwy ds. turystyki wydał rozporządzenia wykonawcze na podstawie ww. ustawy;
- wdrożeniem do prawa krajowego Dyrektywy 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotyczącej usług na rynku wewnętrznym (Dz. Urz. UE L 376 z 27.12.2006 r., str. 36) ustawą z dnia 4 marca 2010 r. o świadczeniu usług na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. Nr 47, poz. 278, z późn. zm.) oraz ustawami szczegółowymi, w tym poprzez ustawę z dnia 29 kwietnia 2010 r. o zmianie ustawy o usługach turystycznych oraz o zmianie ustawy

– Kodeks wykroczeń (Dz. U. Nr 106, poz. 672), która weszła w życie 17 września 2010 r.;

- wdrożeniem do prawa krajowego Dyrektywy 2008/122/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 14 stycznia 2009 r. w sprawie ochrony konsumentów w odniesieniu do niektórych aspektów umów timeshare, umów o długoterminowe produkty wakacyjne, umów odsprzedaży oraz wymiany (Dz. Urz. UE L 33 z 3.02.2009 r., str. 10) ustawą z dnia 16 września 2011 r. o timeshare (Dz. U. nr 230, poz. 1370), która weszła w życie w dniu 28 kwietnia 2012 r.

Celem wyżej wymienionych dyrektyw jest usunięcie istniejących jeszcze barier hamujących tworzenie i funkcjonowanie rynku wewnętrznego, w tym rynku usług turystycznych.

Polska Prezydencja w Radzie Unii Europejskiej

Szczególnym okresem, w którym resort turystyki prowadził zintensyfikowane działania była polska prezydencja w Radzie Unii Europejskiej od 1 lipca do 31 grudnia 2011 r. oraz poprzedzający ją okres przygotowawczy. Priorytetem polskiej prezydencji w obszarze turystyki była: *„Konkurencyjność gospodarki turystycznej w obliczu nowych wyzwań – diagnoza i rekomendacje działań”*.

Głównym instrumentem realizacji tego priorytetu była organizacja Europejskiego Forum Turystyki w Krakowie w dniach 5-7 X 2011r. nt. *„Stymulowanie konkurencyjności w europejskim sektorze turystyki”* (www.etf2011.gov.pl). W Forum uczestniczyło ponad 400 przedstawicieli administracji rządowych krajów UE, przedstawicieli narodowych organizacji turystycznych, branży turystycznej i środowiska naukowego. W trakcie debaty ustalono, iż poprawa konkurencyjności wymaga w szczególności konsolidacji bazy wiedzy społeczno-ekonomicznej i zapewnienia dostępu do tej bazy wszystkim interesariuszom. Niezbędne są również działania na rzecz innowacyjności projektów turystycznych, zwiększenia wiedzy i umiejętności kadr w turystyce. Należy także kontynuować działania na rzecz uświadamiania ekonomicznego i społecznego znaczenia turystyki. Forum towarzyszyły również: 1) Spotkanie Regionów Europy (NECSTour), 2) Prezentacja „Kodeksu dobrych praktyk w dziedzinie zrównoważonego rozwoju przyjaznego dla środowiska.

Uwzględniając światową sytuację gospodarczą oraz trwające procesy globalizacji, prezydencja polska zaproponowała debatę dotyczącą turystyki na szczepku ministrów. W dniu 6 października 2011 r. zorganizowano w Krakowie **Nieformalne Spotkanie Ministrów UE odpowiedzialnych za turystykę**. Dotyczyło ono przede wszystkim promocji Europy jako atrakcyjnego kierunku turystycznego na rynkach państw trzecich, w szczególności państw BRIC. Ministrowie podkreślili, iż turystyka odgrywa istotną rolę społeczno-gospodarczą i należy wykorzystać duży potencjał umożliwiający jej dalszy wzrost i tworzenie miejsc pracy. Promocja hasła **„Kierunek Europa”** wpłynie na wzrost jej atrakcyjności i wywoła wzrost liczby turystów przyjeżdżających do Europy. Wszystkie podejmowane działania muszą odbywać się w zgodzie i poszanowaniu Europy jako miejsca, proponując jednocześnie promowanie wizerunku Europy jako zbioru zróżnicowanych, zrównoważonych i wysokiej jakości kierunków turystycznych na świecie. Ministrowie zgodzili się również, że niezwykle istotne jest wspieranie działań na rzecz łagodzenia polityki

wizowej, stanowiącej obecnie jedną z największych barier dla rozwoju turystyki przyjazdowej do Europy. Spotkaniu towarzyszyło podpisanie deklaracji o współpracy w tym zakresie pomiędzy Komisją Europejską a Europejską Komisją Turystyki (ETC).

Dodatkowo polska prezydencja zorganizowała również:

- warsztaty nt. Europejskiej Sieci Szlaków Rowerowych „EuroVelo” w siedzibie Stałego Przedstawicielstwa RP w Brukseli 7 grudnia 2011 r;
- Konferencję nt. Europejskiej Ramy Kwalifikacji w Sporcie i Turystyce w Toruniu w dniach 13-14 grudnia 2011 r. z udziałem ekspertów krajowych i zagranicznych;
- Międzynarodową Konferencję nt. Inicjatywy Komisji Europejskiej „50 000 turystów” (dziś „Turystyka Porynowa”) w Warszawie dnia 16 grudnia 2011 r. z udziałem przedstawicieli Komisji Europejskiej, europejskich organizacji branżowych ETOA i ECTAA, przedstawicieli dyplomatycznych państw południowoamerykańskich oraz branży lotniczej i turystycznej.

Polska prezydencja zakończyła się nie tylko sukcesem merytorycznym, ale również wizerunkowym. Efektywne przewodnictwo pozytywnie wpłynęło na postrzeganie Polski zarówno przez naszych partnerów z Unii Europejskiej, jak i urzędników z Komisji Europejskiej. Jest to niezwykle potencjał, który należy wykorzystać w najbliższych latach.

Efektem polskiej prezydencji było udzielenie wsparcia Komisji Europejskiej w pierwszym roku wdrażania postanowień Komunikatu „Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie. Nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystyki”. Dokonano m.in. ewaluacji dwóch z 21 działań zapowiedzianych w komunikacie: Działania 3 – uruchomienia platformy „Technologie Informacyjno-Komunikacyjne i Turystyka” oraz Działania 10 – utworzenia Wirtualnego Obserwatorium Turystyki w celu dostarczania wiedzy społeczno-ekonomicznej na temat turystyki. Polska prezydencja przypadła bowiem na okres, w którym Unia aktywnie rozpoczyna realizację tych działań, których celem nadrzędnym jest zwiększenie konkurencyjności europejskiego sektora turystyki. Działania polskiej prezydencji podkreśliły znaczenie turystyki dla gospodarki europejskiej jako źródła zatrudnienia i wzrostu. W trakcie polskiej prezydencji udało się również doprowadzić do podpisania porozumienia między Komisją Europejską a Europejską Komisją Turystyki (ETC), którego realizacja umożliwi bardziej efektywną promocję Europy jako kierunku turystycznego na rynkach trzecich.

1.2. Struktura zarządzania turystyką w Polsce

Zgodnie z art. 27a ustawy z dnia 4 września 1997 r. o działach administracji rządowej (Dz. U. z 2007 r. Nr 65, poz. 437, z późn. zm.) turystyka jest samodzielnym działem administracji rządowej obejmującym sprawy:

1. Zagospodarowania turystycznego kraju;
2. Mechanizmów regulacji rynku turystycznego.

W przedmiotowym okresie sprawozdawczym ministrem właściwym do spraw turystyki jest Minister Sportu i Turystyki, który jest również ministrem wiodącym dla ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268, z późn. zm.) oraz ustawy z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. Nr 62, poz. 689, z późn. zm.). Zgodnie z tą ostatnią ustawą, minister właściwy do spraw turystyki sprawuje nadzór nad Polską Organizacją Turystyczną³, do której zadań należy przede wszystkim:

1. Promocja Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie;
2. Zapewnianie funkcjonowania i rozwijania polskiego systemu informacji turystycznej w kraju i na świecie;
3. Inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej;
4. Inspirowanie tworzenia regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych.

Należy zauważyć, że problematyka rozwoju turystyki jest bardzo złożona. Turystyka obejmuje różnorodne zjawiska i zagadnienia: z jednej strony wpływa na kilkadziesiąt samodzielnych sektorów gospodarki, z drugiej strony interdyscyplinarność turystyki przyczynia się do jej wrażliwości oraz dynamizmu. Z tego względu, w celu realizacji zadań na rzecz rozwoju turystyki, minister właściwy do spraw turystyki współdziała z innymi organami administracji rządowej i państwowymi jednostkami organizacyjnymi, organami samorządu terytorialnego, jak również z organami samorządu gospodarczego oraz innymi organizacjami społecznymi i przedstawicielami środowiska turystycznego.

Co ważne, wiele zadań wpływających na rozwój turystyki leży w kompetencjach innych ministrów, a także samorządu terytorialnego. Przykładowo, do zakresu działania marszałka województwa należy m.in. dokonywanie wpisu do rejestru organizatorów turystyki i pośredników turystycznych, czy też zaszeregowywanie obiektów hotelarskich do poszczególnych rodzajów i kategorii wraz z prowadzeniem ich ewidencji⁴.

Rozwiązania systemowe stymulujące rozwój turystyki

W latach 2007-2011 podjęto szereg istotnych działań, które miały systemowo stymulować rozwój turystyki. Do najważniejszych zadań należało opracowanie dokumentu strategicznego dla turystyki na poziomie krajowym – **„Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku”**. Dokument ten, na wniosek Ministra Sportu i Turystyki, został przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 r.

Jako podstawowe założenie dokumentu przyjęto traktowanie turystyki jako dziedziny gospodarki ściśle powiązanej z wieloma procesami rozwoju i takie jej kształtowanie, które będzie zgodne z innymi celami społeczno-gospodarczego rozwoju kraju. W dokumencie zwrócono uwagę nie tylko na wewnętrzną spójność podejmowanych działań, ale także

³ Szczegółowo na temat kierunków działań POT patrz: podrozdział 1.5. (turystyka biznesowa) i rozdział 3.

⁴ Szczegółowe informacje nt. zadań poszczególnych organów administracji rządowej i samorządowej w zakresie turystyki : „Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku,” s. 37-44.

na efekt synergii pomiędzy turystyką a środowiskiem przyrodniczym, kulturą, rozwojem społecznym, infrastrukturą itp. W myśl założeń, poprzez uczynienie z Polski kraju atrakcyjnego dla turystów krajowych i zagranicznych, turystyka stanie się ważnym narzędziem społeczno-gospodarczego rozwoju kraju oraz regionów.

Wyżej wymieniony dokument sprzyja budowaniu silnych podstaw gospodarki turystycznej. Formułuje cele dotyczące harmonijnego i zrównoważonego rozwoju sektora turystycznego w Polsce i wskazuje działania, w których realizację powinny być zaangażowane wszystkie podmioty działające na rzecz rozwoju turystyki, np. administracja rządowa, jednostki samorządu terytorialnego, organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy, organizacje branżowe, środowisko naukowe. W skali makroekonomicznej realizacja „Kierunków...” wyraźnie wpisuje się w realizację celów strategicznych Unii Europejskiej, określonych w odnowionej Strategii Lizbońskiej oraz Strategii „Europa 2020”⁵ – w tym priorytetów Krajowych Programów Reform⁶ – oraz priorytetów Strategii Rozwoju Kraju 2007-2015 i celu strategicznego Narodowej Strategii Spójności 2007-2013⁷.

Celem nadrzędnym „Kierunków...” jest tworzenie warunków prawnych, instytucjonalnych, finansowych i kadrowych rozwoju turystyki, sprzyjających rozwojowi społeczno-gospodarczemu Polski oraz podniesienie konkurencyjności regionów i kraju, przy jednoczesnym zachowaniu walorów kulturowych i przyrodniczych.

Aby na bieżąco monitorować i koordynować cele i działania zapisane w „Kierunkach...” Zarządzeniem Prezesa Rady Ministrów nr 37 z dnia 8 maja 2009 r. utworzono **Międzyresortowy Zespół do spraw koordynacji zadań Rządu określonych w „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku”**. Zespół jest organem pomocniczym Prezesa Rady Ministrów. Do zadań Zespołu należy w szczególności inicjowanie, opiniowanie i rekomendowanie: propozycji rozwiązań legislacyjnych w zakresie obowiązujących regulacji prawnych mających wpływ na rozwój turystyki, kierunków działań zmierzających do wzmocnienia konkurencyjności polskiego produktu turystycznego, działań dotyczących wzmocnienia współpracy w zakresie promocji turystycznej Polski i kształtowania jej wizerunku jako kraju atrakcyjnego turystycznie. Ponadto zespół zajmuje się wskazywaniem kierunków promocji inwestycji turystycznych, kierunków zmian w zakresie standardów kształcenia w turystyce pod kątem potrzeb rynku, projektami działań na rzecz zwiększenia udziału Polaków w turystyce krajowej, w szczególności na rzecz wzrostu dostępności usług dla dzieci i młodzieży, osób niepełnosprawnych, osób starszych i rodzin oraz kierunkami zmian związanych z dostępnością transportową do miejsc atrakcyjnych turystycznie. Dodatkowo do zadań zespołu należy monitorowanie działań związanych z przygotowaniem polskiej branży turystycznej do międzynarodowych wydarzeń kulturalno-sportowych odbywających się w Polsce, w tym Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012™.

⁵ Komunikat Komisji Europejskiej „Europa 2020 Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu” KOM (2010) 2020, Bruksela 03.03.2010.

⁶ Odpowiednio: Krajowego Programu Reform 2005-2008, Krajowego Programu Reform 2008-2011 i Krajowego Programu Reform „Europa 2020.”

⁷ Inaczej: Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007-2013.

W skład zespołu wchodzi przedstawiciele w randze sekretarza lub podsekretarza stanu, wyznaczeni przez ministrów właściwych do spraw: budownictwa, gospodarki przestrzennej i mieszkaniowej, finansów publicznych, gospodarki, gospodarki morskiej, gospodarki wodnej, kultury fizycznej i sportu, kultury i ochrony dziedzictwa narodowego, nauki, oświaty i wychowania, rozwoju regionalnego, rozwoju wsi, spraw wewnętrznych, spraw zagranicznych, szkolnictwa wyższego, środowiska oraz transportu. W randze wiceprezesa w skład zespołu wchodzi osoby wyznaczone przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego oraz Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W ramach systemu monitoringu i ewaluacji zawartych w „Kierunkach” celów rozwoju turystyki wyznaczono także osiem szczegółowych wskaźników odnoszących się do gospodarki turystycznej oraz ruchu turystycznego w Polsce:

1. Udział gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB (w %);
2. Uczestnictwo mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych (w %);
 - a. W wyjazdach krótkookresowych (1-3 noclegów) (w %);
 - b. W wyjazdach urlopowo-wakacyjnych (minimum 5- dniowych) (w %);
3. Liczba krajowych podróży turystycznych mieszkańców Polski (w mln);
4. Liczba cudzoziemców przyjeżdżających do Polski (w mln);
5. Liczba turystów zagranicznych przyjeżdżających do Polski (w mln);
6. Oszacowanie wydatków cudzoziemców w Polsce (w mld USD);
7. Oszacowanie wydatków turystów zagranicznych w Polsce (w mld USD);
8. Oszacowanie wydatków mieszkańców Polski na krajowe wyjazdy turystyczne (w mld zł);

W raporcie poszczególne wskaźniki zostaną omówione z odniesieniem ich poziomu w okresie 2007-2011 do poziomu wyznaczonego w „Kierunkach...”⁸, co pozwoli uzyskać miernik realizacji celów rozwoju turystyki w Polsce.

⁸ Informacje nt. stanu realizacji wskaźników w rozdziale 4 i 6 oraz w Podsumowaniu.

Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych

Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268, z późn. zm.) wdraża do porządku prawnego regulacje z zakresu ochrony interesów klientów, wymagane przepisami Dyrektywy Rady 90/314/EWG z dnia 13 czerwca 1990 r. w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji i wycieczek (Dz. Urz. WE L 158 z 23.06.1990 r., str. 59; Dz. Urz. Polskie Wydanie Specjalne, rozdz. 13, t. 10, str. 132). Ustawa określa warunki prowadzenia działalności gospodarczej w zakresie organizowania imprez turystycznych – w tym obowiązki organizatorów turystyki i pośredników turystycznych związane z ochroną klienta oraz warunki świadczenia usług przewodnickich i hotelarskich. W latach 2007-2011 ustawa była nowelizowana czterokrotnie:

Nowelizacja z dnia 5.09.2008 r. (Dz. U. Nr 180, poz. 1112) - zmiana wprowadzona z dniem 25.10.2008 r. - ustawą z dnia 5 września 2008 r. o zmianie niektórych ustaw w związku z wejściem w życie Protokołu do Umowy między Wspólnotą Europejską i jej Państwami Członkowskimi, z jednej strony, a Konfederacją Szwajcarską, z drugiej strony, w sprawie swobodnego przepływu osób; zastąpienie przepisu, który powołuje się na uprawnienia obywateli państw członkowskich Unii Europejskiej w zakresie nabywania uprawnień przewodnika turystycznego i pilota wycieczek na terytorium RP – na analogiczny przepis, w którym określa się te uprawnienia w zakresie dotyczącym obywateli państw członkowskich Unii Europejskiej, Konfederacji Szwajcarskiej lub państw członkowskich Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) – stron umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym;

Nowelizacja z dnia 29.04.2010 r. (Dz. U. Nr 106, poz. 672) - zmiany wprowadzone z dniem 17.09.2010 r. - ustawą z dnia 29 kwietnia 2010 r. o zmianie ustawy o usługach turystycznych oraz o zmianie ustawy – Kodeks wykroczeń. Nowelizacja zharmonizowała przepisy ustawy o usługach turystycznych z art. 7 Dyrektywy Rady 90/314/EWG z dnia 13 czerwca 1990 r. w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji i wycieczek. Wprowadzenie tej zmiany wynikało z zarzutu formalnego Komisji Wspólnot Europejskich dotyczącego nieprawidłowego wdrożenia przez Rząd Rzeczypospolitej Polskiej krajowych środków wykonawczych implementujących art. 7 ww. Dyrektywy Rady 90/314/EWG (naruszenie nr 2007/4555). Ponadto ustawa ta wdrożyła do polskiego prawa postanowienia Dyrektywy 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotyczącej usług na rynku wewnętrznym (Dz. Urz. UE L 376 z 27.12.2006 r., str. 36) w zakresie dotyczącym świadczenia usług turystycznych, w wyniku czego nastąpiła liberalizacja dostępu przedsiębiorców zagranicznych prowadzących działalność w zakresie organizowania imprez turystycznych lub pośrednictwa turystycznego, posiadających siedzibę w państwie członkowskim Unii Europejskiej, państwie członkowskim Europejskiego Porozumienia o Wolnym Handlu (EFTA) – stronie umowy o Europejskim Obszarze Gospodarczym lub Konfederacji Szwajcarskiej do wykonywania tej działalności na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, poprzez zniesienie obowiązku tworzenia przez tych przedsiębiorców oddziałów na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Ponadto ustawa ta zliberalizowała warunki prowadzenia działalności w zakresie organizowania imprez turystycznych i pośrednictwa turystycznego, a także w zakresie prowadzenia szkoleń dla kandydatów na przewodników

turystycznych i pilotów wycieczek oraz podniosła poziom ochrony klientów korzystających z usług turystycznych;

Nowelizacja z dnia 4.02.2011 r. (Dz. U. Nr 80, poz. 432) - zmiana wprowadzona z dniem 16 maja 2011 r. ustawą z dnia 4 lutego 2011 r. - Prawo prywatne międzynarodowe, dotyczyła nowego brzmienia art. 11b ustawy, na mocy którego nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy o świadczenie usług turystycznych;

Nowelizacja z dnia 29.07.2011 r. (Dz. U. Nr 171, poz. 1016) – zmiana wprowadzona z dniem 1.09.2011 r. - ustawą z dnia 29 lipca 2011 r. o zmianie ustawy o zasadach ewidencji i identyfikacji podatników i płatników oraz niektórych innych ustaw; dotyczyła nowego brzmienia art. 7 ust. 3 pkt 2, na mocy którego każdy przedsiębiorca zamierzający prowadzić działalność organizatora turystyki lub pośrednika turystycznego jest obowiązany podać we wniosku o wpis do rejestru działalności regulowanej numer identyfikacji podatkowej (NIP); wcześniej obowiązujące brzmienie tego przepisu zakładało, iż przedsiębiorca podaje numer identyfikacji podatkowej (NIP), o ile taki numer posiada.

Ponadto, w związku ze zmianami w ustawie o usługach turystycznych wprowadzonymi nowelizacją tej ustawy z dnia 29.04.2010 r., w 2010 i 2011 r. zostały wydane akty wykonawcze do tej ustawy, w tym:

- na podstawie nowo wprowadzonego upoważnienia wydano nowe rozporządzenie:
 - rozporządzenie Ministra Sportu i Turystyki z dnia 21 kwietnia 2011 r. w sprawie wzorów formularzy umowy gwarancji bankowej, umowy gwarancji ubezpieczeniowej oraz umowy ubezpieczenia na rzecz klientów, wymaganych w związku z działalnością wykonywaną przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych (Dz. U. Nr 88, poz. 499);
- dotychczas obowiązujące rozporządzenia zostały zastąpione przez następujące rozporządzenia:
 - rozporządzenie Ministra Sportu i Turystyki z dnia 29 grudnia 2010 r. w sprawie opłat związanych z zaszeregowaniem obiektu hotelarskiego (Dz. U. z 2011 r. Nr 10, poz. 54);
 - rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 16 grudnia 2010 r. w sprawie minimalnej wysokości sumy gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej wymaganej w związku z działalnością wykonywaną przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych (Dz. U. Nr 238, poz. 1584);
 - rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 21 grudnia 2010 r. w sprawie obowiązkowego ubezpieczenia na rzecz klientów w związku z działalnością wykonywaną przez organizatorów turystyki i pośredników turystycznych (Dz. U. Nr 252, poz. 1690);
 - rozporządzenie Ministra Sportu i Turystyki z dnia 4 marca 2011 r. w sprawie przewodników turystycznych i pilotów wycieczek (Dz. U. Nr 60, poz. 302);

- rozporządzenie Ministra Sportu i Turystyki z dnia 6 października 2011 r. w sprawie Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych (Dz. U. Nr 225, poz. 1353);
- rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 19 sierpnia 2004 r. w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie (tekst jednolity: Dz. U. z 2006 r. Nr 22, poz. 169, z późn. zm.) zostało zmienione na mocy rozporządzenia Ministra Sportu i Turystyki z dnia 16 listopada 2011 r. zmieniającego rozporządzenie w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie (Dz. U. Nr 259, poz. 1553).

1.3. Badania na rynku usług turystycznych

Zadania dotyczące statystyki turystyki w latach 2007-2011 były realizowane przez Główny Urząd Statystyczny oraz Ministerstwo Sportu i Turystyki we współpracy z Narodowym Bankiem Polskim. Współpracowano w szczególności przy opracowywaniu projektów badań do Rządowego Programu Badań Statystycznych Statystyki Publicznej na kolejne lata.

W przedmiotowym okresie Główny Urząd Statystyczny wykonał następujące badania: **„Baza noclegowa i jej wykorzystanie”** (2007-2011) oraz **„Ruch graniczny”** (2010-2011)⁹ i **„Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2009 r.”** (2010).

Z kolei w ramach Rządowego Programu Badań Statystycznych Statystyki Publicznej na poszczególne lata w analizowanym okresie Ministerstwo Gospodarki, później Ministerstwo Sportu i Turystyki we współpracy z Instytutem Turystyki zrealizowało prace badawcze w następujących obszarach:

- **„Turystyka zagraniczna”** – w celu dokonania charakterystyki wielkości i rodzaju zagranicznego ruchu turystycznego oraz określenia wielkości i struktury wydatków poniesionych w Polsce przez turystów zagranicznych i odwiedzających jednodniowych;
- **„Aktywność turystyczna Polaków”** – celem pracy było określenie skali uczestnictwa w turystyce mieszkańców Polski w wieku 15 i więcej lat oraz charakterystyka wyjazdów w danym roku, a także analiza zmian i trendów w tym zakresie w kolejnych kilku latach; drugim istotnym celem zadania badawczego było monitorowanie krajowych i zagranicznych wyjazdów mieszkańców Polski w danym roku w układzie miesięcznym i kwartalnym. Istotną kwestią było określenie skali uczestnictwa w wyjazdach turystycznych dzieci i młodzieży oraz charakterystyka ich wyjazdów w każdym roku.

W ramach bazy informacyjnej Polska Statystyka Publiczna zrealizowano zadania:

- **„Informatyczna baza danych TRAPER”** (do 2010 r.), polegająca na przygotowaniu aktualizacji i udostępnieniu bazy danych o najważniejszych zjawiskach

⁹ Wyniki obydwu badań są częścią corocznej publikacji GUS „Turystyka w roku.”

na międzynarodowym i krajowym rynku turystycznym, udostępniana poprzez strony internetowe w języku polskim i angielskim;

- **„Turystyczna baza danych GMINA”** (do 2007 r.), którego celem była aktualizacja bazy danych o gminach i powiatach w zakresie turystyki oraz uzyskanie informacji o turystycznych obiektach noclegowych indywidualnego zakwaterowania w Polsce. Zadanie było kontynuacją prac finansowanych przez Ministerstwo Gospodarki w ubiegłych latach¹⁰.

Ponadto, do roku 2008 włącznie realizowano coroczne zadanie **„Turystyka polska w ... roku. Układ regionalny”**¹¹. Publikacja będąca efektem zadania, prezentowała dane statystyczne na temat infrastruktury turystycznej i paraturystycznej, ruchu turystycznego oraz gospodarki turystycznej w układzie wojewódzkim.

W latach 2007-2010 realizowane były również inne zadania badawcze.

W roku 2007 zrealizowano badania:

- **„Instytucje otoczenia sektora turystyki i ich skuteczność w walce z szarą strefą na rynku usług turystycznych”**. Celem badania była identyfikacja, na podstawie badań empirycznych, działań podejmowanych przez instytucje otoczenia sektora turystyki, mające na celu ograniczenie skali szarej strefy (ze szczególnym uwzględnieniem funkcji kontrolnych) oraz ocena ich skuteczności, a następnie sformułowanie rekomendacji zawierających wskazanie pożądanych kierunków zmian na tym obszarze. Ponadto poddano ocenie skalę i charakter działań kontrolnych, stopnia w jakim kontrole dotyczą podmiotów działających w szarej strefie oraz ocena ich skuteczności;
- **„Koniunktura na rynku usług turystycznych w 2007 roku”**. Celem zadania było pozyskanie informacji o wskaźnikach koniunktury oraz przygotowanie bieżących komunikatów o koniunkturze na rynku usług turystycznych;

W roku 2009 zrealizowano badanie **„Wpływ światowego kryzysu gospodarczego na stan i perspektywy rozwoju sektora turystyki w Polsce”**, którego celem zadania była ocena wpływu światowego kryzysu gospodarczego na rynek usług turystycznych w Polsce oraz określenie perspektyw jego rozwoju. Opracowanie wskazało przyczyny światowego kryzysu finansowego, sytuacji na światowym i europejskim ruchu turystycznym w 2008 r., prognozy i przewidywania na lata 2009 i 2010. W opracowaniu zawarto przykłady przeciwdziałania negatywnym wpływom kryzysu gospodarczego na turystykę podejmowane w innych krajach, możliwości minimalizacji negatywnych skutków kryzysu w sektorze turystyki w Polsce oraz rekomendacje dla polskich organów administracji rządowej.

Badanie **„Polska gospodarka w okresie światowego kryzysu”** zrealizowane zostało w 2010 r. Jego celem było wykonanie uzupełniającego w stosunku do pracy wykonanej w roku 2009 (obejmującej okres II półrocza 2008 roku i styczeń-maj 2009 roku), i obejmowało analizę sytuacji na rynku usług turystycznych w Polsce za cały rok 2009

¹⁰ Od 2008 projekt Turystycznej bazy danych GMINA prowadzony jest samodzielnie przez Instytut Turystyki.

¹¹ Od 2009 badania i publikacja „Turystyka polska w ... roku. Układ regionalny” przygotowywane są samodzielnie przez Instytut Turystyki.

i wstępne dane za I kwartał 2010 r., sformułowanie prognoz na lata 2010 i 2011 oraz dodatkowe rekomendacje dotyczące działań administracji rządowej w zakresie wspieranie w podobnych trudnych sytuacjach rynkowych podmiotów gospodarczych prowadzących działalność gospodarczą na rynku usług turystycznych. Efektem zadania było zbiorcze opracowanie **„Polska gospodarka w okresie światowego kryzysu,”** zawierające analizę turystyki w Polsce oraz sytuacji w światowym i europejskim ruchu turystycznym, a także przykłady przeciwdziałania negatywnym wpływom kryzysu gospodarczego na turystykę podejmowane w innych krajach wraz ze wskazaniem możliwości minimalizacji negatywnych skutków kryzysu w sektorze turystyki w Polsce (rekomendacje).

W roku 2011 zrealizowane zostało badanie **„Preferencje osób starszych dotyczące wyjazdów turystycznych”**. Celem badania było określenie preferencji turystycznych mieszkańców Polski w wieku 55+. Podczas badania określono poziom uczestnictwa w wyjazdach turystycznych oraz chęć uczestnictwa w przypadku dofinansowania wyjazdu oraz wszystkie istotne preferencje związane z wyjazdem turystycznym.

Ocenie gospodarki turystycznej służyło przeprowadzone w latach 2007-2010 czterokrotnie badanie **„Rachunek satelitarny turystyki dla Polski”**, kolejno dla lat: 2003-2004, 2005, 2006 i 2008. Rachunek sporządzano w wersji uproszczonej, co pozwoliło na znacznie wcześniejsze dostarczenie wyników bez oczekiwania na zgromadzenie pełnych danych przez Główny Urząd Statystyczny.

Badanie **„Rachunek satelitarny turystyki dla Polski w 2005 r.”** przeprowadzony został zarówno w wersji pełnej jak i uproszczonej. W ten sposób w trakcie realizacji zadania została zweryfikowana metodologia uproszczona, zastosowana dla lat 2003-2005, dzięki porównaniu wyników uzyskanych w obu wersjach. Pozwoliło to ocenić gospodarkę turystyczną w badanym okresie oraz zweryfikować metodologię uproszczoną przeznaczoną dla okresów, dla których nie będzie sporządzany pełny rachunek. Wybór 2005 r. jako roku bazowego dla następnych uproszczonych wersji RST uzasadniony był zmianami strukturalnymi związanymi z wstąpieniem Polski do UE, które miało miejsce 1 maja 2004 r. Wyniki pełnego rachunku umożliwiły budowę wskaźników niezbędnych do szacowania wersji uproszczonej dla lat następnych.

Wyniki uzyskane z badań statystycznych stanowią bazę dla szczegółowych analiz w zakresie rozwoju turystyki krajowej oraz przyjazdowej, dotyczących poszczególnych segmentów rynku, regionalnego zróżnicowania rozwoju turystyki itd. Dzięki cykliczności badań możliwa jest obserwacja wieloletnich trendów, co m.in. wykorzystuje się do planowania polityki promocyjnej.

Badanie wydatków służy ponadto do oszacowania wpływów z turystyki przyjazdowej i wykonania analiz na potrzeby rachunku satelitarnego turystyki (RST). Wyniki badań wykorzystuje się także do przygotowywania informacji dla międzynarodowych organizacji i urzędów prowadzących statystyki dotyczące turystyki, takich jak Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (*Organisation for Economic Co-operation and Development*, OECD), Światowa Organizacja Turystyki (*World Tourism Organisation*, UNWTO), Urząd

Statystyczny Unii Europejskiej (*Eurostat*), które na podstawie uzyskiwanych informacji przygotowują publikacje¹².

Ze względu na fakt, że wyniki wszystkich prac badawczych są ogólnodostępne na stronach internetowych Ministerstwa, są one wykorzystywane, w zależności od potrzeb, przez jednostki naukowe, szkoły kształcące kadry dla turystyki, branżę turystyczną, administrację rządową i samorządową. Wyniki badań są wykorzystywane przez środowiska naukowe i są w szczególności pomocne w pisaniu prac licencjackich i magisterskich związanych tematycznie z turystyką. Upowszechniane są również jako publikacje i płyty CD, a także przedstawiane i dyskutowane w trakcie corocznych konferencji problemowych poświęconych pracom badawczym w turystyce.

Badania marketingowe

Badania i analizy marketingowe¹³ są niezbędne do ciągłej weryfikacji przyjętych założeń dla działań promocyjnych w szybko zmieniającej się gospodarczej, kulturowej i komunikacyjnej rzeczywistości. W okresie 2007-2011 na zamówienie Polskiej Organizacji Turystycznej (POT) prowadzono badania konsumentów usług turystycznych oraz monitoring rynków emisyjnych, w ramach którego opracowano Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej. Ważnym obszarem prowadzonych badań było podjęcie prac na rzecz wypracowania spójnej metodologii badań konsumentów usług turystycznych w skali regionalnej i krajowej, celem stworzenia warunków porównywalności oraz kompilacji danych i wyników (prace zainicjowane konferencją metodologiczną w listopadzie 2009 r.).

Środki z projektu POT „Promujmy Polskę Razem” (Działanie 6.3. Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013 „Promowanie turystycznych walorów Polski”) umożliwiły przeprowadzenie dużych projektów badawczych na strategicznych dla Polski rynkach emisyjnych. W latach 2010 i 2011 zrealizowano m.in. duże projekty jakościowe (grupy fokusowe – FGI – z konsumentami usług turystycznych oraz wywiady pogłębione – IDI – z touroperatorami) na rynkach niemieckim, brytyjskim i francuskim oraz holenderskim i szwedzkim. Na podstawie badań opracowano strategie komunikacji turystycznej marki Polski na tych rynkach. Wykonano również poprzedzające rozpoczęcie multimedialnej kampanii promocyjnej badania ilościowe (pre-testy), wyniki których umożliwią ocenę skuteczności działań promujących Polskę na rynkach zachodniej Europy (pomiar po kampanii).

Przeprowadzono także w 2011 r. pilotażową falę badań konsumentów usług turystycznych. Planowane jest wykorzystanie tej metodologii do ciągłego monitorowania poziomu satysfakcji turystów zagranicznych i krajowych z różnych aspektów pobytu w Polsce, we współpracy z partnerami z regionów. Do kontynuowania badania służyć ma zakupiony ze środków Projektu system IBM SPSS Data Collection. Obecnie system został już wykorzystany do badania wizerunku Polski jako destynacji turystycznej oraz preferencji w zakresie przyjazdu do Polski. Badanie realizowane jest poprzez strony internetowe www.poland.travel (ankieta w 16 wersjach językowych).

¹² Jako przykłady można podać *Tourism Market Trends in Europe, Key Figures, Yearbook of Tourism Statistics*.

¹³ Badania i analizy przygotowane na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej dostępne są na stronie internetowej POT (Do pobrania/Badania i analizy)

Najważniejsze badania i analizy zakupione lub wykonane na zamówienie Polskiej Organizacji Turystycznej, wykonane w latach 2007-2011:

2007 rok

1. Analiza turystyki przyjazdowej do Polski z Izraela;
2. Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej 2007;
3. Prognozy wyjazdów z poszczególnych krajów i przyjazdów do Polski w latach 2006-2009 oraz prognoza globalna przyjazdów do Polski do 2013 r.;
4. Charakterystyka rynków zagranicznych. Rozszerzone charakterystyki wraz z segmentacją;
5. Raport Poland Conference Market Survey („Profesjonalni planiści konferencyjni z rynku brytyjskiego i niemieckiego organizujący konferencje w Polsce”);
6. Analiza trendów w turystyce (desk research);

2008 rok

1. Badanie pilotażowe rynku turystyki biznesowej (MICE) - województwo wielkopolskie;
2. Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej 2008;
3. Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015;
4. Studium uwarunkowań atrakcyjności turystycznej Polski Wschodniej;
5. Strategia promocji turystyki na lata 2009-2015. Diagnoza, przygotowanie założeń;
6. Badania ankietowe profilu społecznego turystów krajowych zwiedzających Polskę (miasta i atrakcje turystyczne);

2009 rok

1. Analiza konkurencyjności oraz znaczenia Polski jako destynacji turystycznej dla wybranych rynków emisyjnych w 2008 r.;
2. Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej 2009;
3. Metodologia MysteryCheck na przykładzie pilotażowego projektu w regionach: łódzkim, małopolskim i warmińsko-mazurskim;
4. Badanie jakościowe (FGI) Potencjał turystyczny Polski Wschodniej;
5. Konkurencyjność cenowa polskich produktów turystycznych w relacji do ofert głównych konkurentów, lato 2009;

2010 rok

1. Konkurencyjność cenowa polskich produktów turystycznych na wybranych rynkach emisyjnych w relacji do ofert głównych konkurentów, lato 2010 r.;
2. Pre-test badania skuteczności kampanii promocyjnej walorów turystycznych wschodniej Polski;
3. Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej 2010;
4. Strategia komunikacji na rynkach: brytyjskim, niemieckim i francuskim;
5. Regionalne badania konsumentów usług turystycznych, Publikacja pokonferencyjna;
6. Raport Przemysł spotkań i wydarzeń w Polsce 2010;
7. Analiza rynku turystycznego Czech - Rynek Turystyczny Czech;
8. Opracowania na temat metod badań i oceny produktu turystycznego;
9. Badanie stanu komercjalizacji produktu turystycznego;

2011 rok

1. Wskaźnik Użyteczności Turystyki Zagranicznej WUTZ 2011;
2. Konkurencyjność cenowa polskich produktów turystycznych na wybranych rynkach emisyjnych w relacji do ofert głównych konkurentów;
3. Raport z badań „Mystery Shopping” w placówkach Informacji Turystycznej;
4. Poland Meeting and Event Industry 2011;
5. Konkurencyjność cenowa polskich produktów turystycznych na wybranych rynkach emisyjnych w relacji do ofert głównych konkurentów;
6. Badanie skuteczności kampanii promocyjnej Polski na rynkach: niemieckim, brytyjskim i francuskim.- Pomiar „przed kampanią”;
7. Turystyczna atrakcyjność regionów wschodniej Polski 2011;
8. Strategia komunikacji marketingowej na rynkach szwedzkim i holenderskim – Raport z badań;
9. Analizy rynków zagranicznych 2010 na bazie sprawozdań Polskich Ośrodków Informacji Turystycznej.

1.4. Kształcenie i szkolenie kadr dla turystyki

Kształcenie kadr dla turystyki

Jednym z zasadniczych czynników warunkujących rozwój turystyki jest profesjonalna kadra, a zwłaszcza pracownicy zatrudnieni w bezpośredniej obsłudze klienta/turysty. Dlatego też we wszystkich dokumentach strategicznych dot. rozwoju turystyki w Polsce uwzględniono wsparcie obszaru kształcenia i doskonalenia kadr dla turystyki. Szczególnie dziś, w dobie globalizacji, wysoki poziom kwalifikacji zawodowych warunkuje spełnienie wymogów pracodawców oraz oczekiwań turystów.

Jednym z zadań rządu w obszarze turystyki jest zabezpieczenie profesjonalnych kadr dla potrzeb rynku turystycznego. Dlatego też, na podstawie Rozporządzenia Ministra Edukacji Narodowej z dnia 26 czerwca 2007 r. w sprawie klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego (Dz. U. Nr 124, poz. 860, z późn. zm.), minister właściwy ds. turystyki według kompetencji odpowiadał za kształcenie (w obszarze nauki zawodu) w niżej wymienionych zawodach:

1. Technik hotelarstwa;
2. Technik obsługi turystycznej;
3. Technik organizacji usług gastronomicznych;
4. Technik turystyki wiejskiej;
5. Kelner;
6. Kucharz (współwłaściwość z ministrem właściwym dla rynków rolnych);

7. Kucharz małej gastronomii (współwłaściwość z ministrem właściwym dla rynków rolnych);
8. Pracownik pomocniczy obsługi hotelowej (kształcenie wyłącznie dla upośledzonych umysłowo w stopniu lekkim).

Ponadto minister właściwy ds. turystyki odpowiadał za realizację eksperymentu pedagogicznego w zawodzie Technik turystyki morskiej.

W okresie 2007-2011 Ministerstwo Edukacji Narodowej podjęło prace mające na celu modernizację kształcenia zawodowego ukierunkowaną na poprawę jakości i efektywności kształcenia zawodowego oraz zwiększanie jego atrakcyjności poprzez systemowe powiązanie szkolnictwa zawodowego z rynkiem pracy oraz zwiększenie dostępności i elastyczności kształcenia zawodowego i systemu potwierdzania kwalifikacji.

Cele te zostaną osiągnięte poprzez:

- Wdrożenie nowej klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego i nowej podstawy programowej kształcenia w zawodach uwzględniających podział zawodów na kwalifikacje;
- Stworzenie możliwości lepszej współpracy szkół zawodowych i pracodawców;
- Modernizację systemu zewnętrznych egzaminów potwierdzających kwalifikacje w zawodzie;
- Wdrożenie nowego modelu kształcenia zawodowego opartego na elastycznych ścieżkach uczenia się.

Projektowane zmiany dotyczące modernizacji kształcenia kadr dla turystyki zostały uwzględnione w stosownych rozporządzeniach Ministra Edukacji Narodowej wchodzących w życie od września 2012 r.

W ramach monitorowania rynku edukacyjnego oraz potrzeb kształcenia kadr dla turystyki zrealizowano w 2007 i 2010 r. badanie „Losy absolwentów szkół średnich i wyższych kształcących kadry dla turystyki”. Ponadto realizowano i wspierano zadania mające na celu podnoszenie jakości kształcenia i doskonalenia kadr dla turystyki, np.:

- Olimpiada Wiedzy Hotelarskiej;
- Ogólnopolska konferencja dyrektorów szkół ho-ga-tur;
- wiele innych zadań publicznych wspieranych finansowo w ramach dotacji.

Kształcenie kadr na poziomie wyższym

Kształcenie kadr na poziomie szkolnictwa wyższego realizowane jest głównie na kierunku Turystyka i Rekreacja. Jednak wiele uczelni oferuje kształcenie na innych kierunkach specjalności z obszaru turystyki.

Wdrożenie reformy szkolnictwa wyższego zgodnie z ustawą z dnia 27 lipca 2005 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym (Dz. U. z 2012 r. poz. 572, z późn. zm.) oraz zmianami wprowadzonymi ustawą z dnia 18 marca 2011 r. o zmianie ustawy - Prawo o szkolnictwie wyższym, ustawy o stopniach naukowych i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki oraz o zmianie niektórych innych ustaw (Dz. U. Nr 84, poz. 455) dotyczyło między innymi:

- **Krajowych Ram Kwalifikacji**, w tym:
 - uznawalności wykształcenia;
 - uznawania zdobytych umiejętności w sposób inny niż formalny (pozaformalnie i nieformalnie);
 - zorientowania na efekty kształcenia, a nie na proces kształcenia;
 - możliwości tworzenia nowych, unikatowych kierunków studiów;
- **współpracy uczelni z otoczeniem gospodarczym**, przede wszystkim w obszarze:
 - współpracy przy tworzeniu programów studiów;
 - współpracy przy prowadzeniu zajęć.

Ponadto, cyklicznie realizowany jest konkurs o nagrodę Ministra Sportu i Turystyki za najlepszą pracę magisterską z zakresu gospodarki turystycznej, ogólnopolska konferencja „Prace badawcze w turystyce” oraz konferencja „Gremium Ekspertów Turystyki.”

Reforma szkolnictwa wyższego oraz zmiany w systemie edukacji zawodowej mają na celu umożliwienie absolwentom odnalezienia swojego miejsca na rynku pracy zgodnie z potwierdzonymi kwalifikacjami, jak najbliższymi zapotrzebowaniu pracodawców. Umożliwienie efektywnego uczenia się będzie realizowane przez całe życie poprzez nabywanie i potwierdzanie nowych kwalifikacji zgodnych z aktualną potrzebą rynku pracy. Wprowadzone zmiany mają skutkować także poprawą jakości kształcenia i zdawalności egzaminów zawodowych.

Szkolenie i doskonalenie kadr zawodowych i społecznych

Istotny wpływ na rozwój turystyki i konkurencyjność polskiej oferty turystycznej ma jakość przygotowania i kształcenia kadr dla turystyki oraz doskonalenie i szkolenie kadr już zatrudnionych, jak też kadr społecznych kreujących rynek turystyczny. Dzięki umiejętnemu zarządzaniu ryzykiem i działaniom podejmowanym przez coraz lepiej wykształconą kadrę menedżerską turystyki, możliwe jest zastosowanie rozwiązań wpływających na poprawę bilansu handlowego z turystyki.

W latach 2007-2011 m.in.:

- sfinansowano i upowszechniano wydruk materiałów konferencyjnych „Integrowanie wysiłków Stowarzyszeń Profesjonalnych Organizatorów Konferencji na rzecz europejskiego rynku konferencyjnego i turystyki biznesowej w Europie” (2007);

- udzielono wsparcia organizatorom konferencji „Turystyka szansą rozwoju społeczno-gospodarczego regionów Unii Europejskiej” oraz „Międzynarodowy Sejmik Przewodnicki”, które zaowocowały wydaniem materiałów konferencyjnych (2007);
- wydano i upowszechniono „Kodeks dobrej praktyki zarządzania w usługach turystycznych”, którego opracowanie poprzedziło seminarium „Upowszechnianie wdrażania standardów zarządzania jakością w turystyce” (2008);
- sfinansowano wydanie drukiem publikacji pokonferencyjnej „Kształcenie następnego pokolenia profesjonalistów dla turystyki biznesowej: problemy i rozwiązania” (2009);
- współpracowano w zakresie organizacji I Ogólnopolskiej Konferencji Naukowej pt. „Turystyka polonijna - stan i potrzeby” (2010);
- współpracowano w zakresie organizacji międzynarodowej konferencji „Konsument na rynku turystycznym. System informacji turystycznej” (2010);
- udzielono wsparcia organizatorom ogólnopolskiej konferencji naukowo-praktycznej pt. „Perspektywy i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce” (2011);
- udzielono wsparcia organizatorom międzynarodowej konferencji naukowo-praktycznej pn. „Dziedzictwo przemysłowe w polityce turystyki zrównoważonego rozwoju” (2011).

Charakteryzując stan gospodarki turystycznej należy podkreślić wpływ zasobów kadrowych na jej aktualny obraz i wyniki gospodarcze. Na tworzenie nowych produktów turystycznych i kształtowanie konkurencyjnej oferty turystycznej regionów i kraju znaczny wpływ miało przeprowadzenie w latach 2005-2008 największego projektu szkoleniowo-doradczego dla branży turystycznej **„Turystyka - wspólna sprawa”**, realizowanego na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Projekt był współfinansowany ze środków UE w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Z tego pierwszego w Polsce dużego projektu szkoleniowo-doradczego dla branży turystycznej skorzystali przedsiębiorcy, przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego oraz organizacji wspierających rozwój turystyki. Celem projektu, zrealizowanego w 16 województwach, było podniesienie kwalifikacji osób zatrudnionych w turystyce, pomoc w rozwoju produktów turystycznych oraz animowanie współpracy partnerów w regionie. Pierwsza edycja projektu – *Program szkolenia kadr dla rozwoju produktów turystycznych I* (2005-2008) objęła województwa: dolnośląskie, kujawsko-pomorskie, podlaskie, pomorskie i świętokrzyskie. Drugą edycję – *Program szkolenia kadr dla rozwoju produktów turystycznych II* (2006-2008) przeprowadzono w województwach: lubelskim, małopolskim, śląskim, warmińsko-mazurskim i zachodniopomorskim. Trzecia edycja – *Program szkolenia kadr dla rozwoju produktów turystycznych I* (2006-2008) objęła pozostałe sześć województw – lubuskie, łódzkie, mazowieckie, opolskie, podkarpackie oraz wielkopolskie.

Celem trzech edycji projektu było podniesienie konkurencyjności sektora turystycznego. Działania w projektach zmierzały do wzmocnienia potencjału przedsiębiorstw tak, aby mogły współpracować w tzw. formule sieciowej (współpracy wzajemnej i współpracy z otoczeniem). Projekty miały także na celu unowocześnienie oferty turystycznej oraz zwiększenie możliwości dalszego rozwoju branży. Realizowane usługi

wspierały rozwój nowoczesnej oferty turystycznej jako lokalnego (miejscowego) produktu turystycznego. Łącznie w ramach trzech edycji przeszkolono w II komponentach projektu (komponent I Współpraca Sieciowa, komponent II Zarządzanie Turystyką, komponent III Szkolenia Językowe) ponad 23 tysiące osób¹⁴.

Rezultatem projektu było również przygotowanie przewodnika dobrych praktyk, opisującego modele i przykłady efektywnych działań w zakresie tworzenia produktów turystycznych. Kolejnymi dużym systemowymi projektami szkoleniowymi w obszarze doskonalenia kadr są szkolenia i konferencje organizowane przez POT, współfinansowane przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013.

W analizowanym okresie odbyły się kolejne dwie edycje konferencji naukowo branżowej: IV i V Gremium Ekspertów Turystyki (GET), dotyczące odpowiednio zagadnień „*Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*” (2008) i „*Priorytet zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki w świetle prezydencji Polski w UE*” (2010). Podczas obrad poruszano aktualne zagadnienia oraz przedstawiano dorobek naukowy dotyczący dziedzin związanych z turystyką.

Ważnym elementem działań na rzecz doskonalenia kadr jest wspieranie organizacji pozarządowych. Organizacje pozarządowe, przystępujące do otwartego konkursu ofert na realizację zadań publicznych z zakresu turystyki mogą otrzymać dofinansowanie na realizację tych zadań. Warto zauważyć, że corocznie w zasadach dofinansowania zadań wskazywany jest priorytet związany z rozwojem zasobów kadrowych – przygotowanie materiałów i pomocy dydaktycznych, organizacja różnych form edukacyjnych. W ramach realizacji konkursu dotowano m.in.:

- ogólnopolskie konferencje z cyklu „Kultura i turystyka”, wraz z wydawnictwem pokonferencyjnym, organizowane przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Łódzkiego;
- corocznie (2008-2011) w formie dotacji wspierano szkolenia organizatorów turystyki wiejskiej realizowane przez Krajowe Zrzeszenie Ludowych Zespołów Sportowych (KZ LZS), w formie cykli 6 szkoleń organizatorów turystyki wiejskiej;
- inne dotacje cykliczne dotyczyły m.in. szkoleń dla kierowników obozów wędrownych i wycieczek szkolnych organizowanych przez Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych (2008-2010), szkoleń i doskonalenia kadry organizatorów turystyki kampingowej dla Polskiej Federacji Campingu i Caravaningu (2008-2010).

1.5. Rozwój wiodących typów turystyki w Polsce

W „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku” wyznaczono pięć wiodących typów turystyki: turystykę biznesową; turystykę w miastach i kulturową; turystykę na terenach

¹⁴ *Turystyka – wspólna sprawa*, opis projektu na stronie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (<http://www.parp.gov.pl/index/more/24>, 04.03.2012).

wiejskich; turystykę rekreacyjną, aktywną i specjalistyczną; turystykę przygraniczną i tranzytową. Wyróżnienie kluczowych obszarów turystyki z jednej strony miało na celu zwrócenie uwagi na pomijane dotąd obszary aktywności turystycznej, z drugiej – wskazanie takich rodzajów działalności turystycznych, które mają największe szanse rozwoju.

Na szczególną uwagę zasługuje dynamiczny rozwój turystyki aktywnej i specjalistycznej w latach 2007-2011, w skład której wchodzi m.in. turystyka rowerowa, turystyka wodna, turystyka sportów zimowych, turystyka uzdrowiskowa i medyczna, geoturystyka. Intensywnym przemianom podlegała także turystyka biznesowa oraz turystyka na obszarach wiejskich. Rozwijają się także nowe formy turystyki, np.: tanatoturystyka, turystyka kulinarna (w tym enoturystyka), turystyka biograficzna, turystyka literacka i filmowa, czy też turystyka etniczna i turystyka kultury ludowej¹⁵.

Turystyka biznesowa

Turystyka biznesowa jest typem turystyki o wysokiej specjalizacji, z ekonomicznego punktu widzenia jednym z najbardziej interesujących segmentów rynku turystycznego. Trzeba jednak pamiętać, że rola tego rodzaju podróży jest ściśle skorelowana z poziomem i tempem rozwoju gospodarczego, zmianami w handlu zagranicznym i rozwojem kontaktów biznesowych. Wzrost znaczenia tego segmentu był widoczny w Polsce zwłaszcza w latach 2007–2008, a zachodzące w nim zmiany należy wiązać także z rozwojem kontaktów wynikających z przystąpienia Polski do Unii Europejskiej i znacznym ożywieniem w handlu międzynarodowym, także z krajami spoza Unii.

Turystyka biznesowa charakteryzuje się też wyższymi zyskami niż w przypadku pozostałych rodzajów turystyki. Obejmuje ona: indywidualne podróże służbowe, spotkania grupowe, uczestnictwo w targach lub imprezach konsumenckich oraz podróże motywacyjne.

Realizacja działań w segmencie przemysłu spotkań prowadzona jest przez **Poland Convention Bureau** (PCB, wcześniej *Convention Bureau of Poland*) Polskiej Organizacji Turystycznej. Jest to jednostka organizacyjna powołana do promowania i pozyskiwania spotkań i wydarzeń dla Polski. PCB zajmuje się promocją grupy markowych produktów określanej jako turystyka biznesowa. Obejmuje ona wyjazdy związane z aktywnością zawodową: kongresy, targi i wystawy, spotkania biznesowe, zbiorowe imprezy oraz spotkania motywacyjne. Działania prowadzone przez Poland Convention Bureau Polskiej Organizacji Turystycznej w latach 2007-2011 były kontynuacją projektów zainicjowanych w latach poprzednich – można je przypisać do dwóch głównych tematów:

- Promocja Polski jako atrakcyjnej destynacji dla przemysłu spotkań;
- Współtworzenie systemu zarządzania przemysłem spotkań w Polsce, w tym programy rekomendacyjne.

¹⁵ Tanatoturystyka (*dark tourism*): odwiedzanie miejsc związanych ze śmiercią; enoturystyka: turystyka nastawiona na odwiedzenie regionów związanych z produkcją wina, festiwalu wina itp.

Działania promocyjne na rynkach zagranicznych

Prowadzone działania promocyjne miały i mają na celu wzmocnienie pozycji Polski na międzynarodowym rynku przemysłu spotkań oraz zachęcenie potencjalnych organizatorów do realizacji wydarzeń biznesowych w naszym kraju. W okresie 2007-2008 główne działania były skierowane do organizatorów małych i średnich konferencji i kongresów. Założenie to było uwarunkowane dostępną infrastrukturą kongresowo-konferencyjną.

W kolejnych latach poszerzono działania promocyjne o organizatorów dużych kongresów i konferencji przyjmując założenie, że rozwój i modernizacja infrastruktury konferencyjno-kongresowej i hotelowej, spowodowany między innymi przygotowaniami do wydarzenia jakim był Turniej Finałowy Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012™, to szansa na pozyskiwanie coraz większej liczby wydarzeń typu konferencje, kongresy i podróże motywacyjne. Zespół działań promocyjnych przemysłu spotkań kierowany był do dwóch grup odbiorców:

- stowarzyszeń branżowych – głównych organizatorów spotkań;
- organizatorów – zleceniodawców wydarzeń, w tym ze szczególnym uwzględnieniem organizatorów podróży motywacyjnych oraz wydarzeń korporacyjnych.

Główne narzędzia marketingowe wykorzystywane w promocji zagranicznej produktów przemysłu spotkań w latach 2007-2011 to:

1. Targi branżowe: IMEX Frankfurt, EIBTM Barcelona, Confex Londyn, EMIF Bruksela;
2. Prasa branżowa: współpraca z magazynami M&IT, CIM, Events, Bedouk, MICE Poland Intl.;
3. Wydawnictwa i materiały informacyjno-promocyjne, w tym katalog „Unique Venues”;
4. Wizyty studyjne dla przedstawicieli mediów, organizatorów wydarzeń i kongresów oraz stowarzyszeń będących zleceniodawcami;
5. Strona internetowa: nastąpiła przebudowa i zwiększenie funkcjonalności strony internetowej www.poland-convention.pl, która jest redagowana w języku angielskim i polskim. Strona prezentuje polskie oferty konferencyjne oraz imprezy motywacyjne, a także stanowi źródło podstawowych informacji o Polsce jako miejscu organizacji wydarzeń przemysłu spotkań.

Kształtowanie systemu zarządzania w przemyśle spotkań

Działania prowadzone na rynku krajowym przez Poland Convention Bureau miały na celu kształtowanie systemu zarządzania w przemyśle spotkań w Polsce. System taki musi zapewnić organizatorom kongresów, konferencji oraz bezpośrednim zleceniodawcom jak najwyższy poziom usług i informacji niezbędnych do realizacji takich wydarzeń. Bardzo

dobrym narzędziem w zarządzaniu jakością są systemy certyfikacji. W przemyśle spotkań usystematyzowano i ujednolicono system rekomendacji profesjonalnych organizatorów kongresów i konferencji. Przygotowano i uruchomiono także system certyfikacji organizatorów podróży motywacyjnych.

Bardzo ważną rolę spełniają w tym systemie miejskie biura konferencji i kongresów oraz stowarzyszenia branżowe, dlatego współpraca z nimi stanowi istotny element w procesie kształtowania tego systemu. W okresie 2007-2011 powstały 4 nowe miejskie biura convention: w Toruniu, Bydgoszczy, Katowicach i Szczecinie. Z miejskimi biurami convention prowadzone były regularne spotkania robocze i konsultacyjne, służące omawianiu tematów związanych z przemysłem spotkań w kontekście sprawności jego funkcjonowania.

Tworzenie systemu zarządzania przemysłem spotkań jest procesem, w którym wykorzystywana była wiedza pozyskiwana ze źródeł zewnętrznych, przede wszystkim z międzynarodowych organizacji branżowych. Dystrybucji i wymianie wiedzy służyły także wydarzenia branżowe organizowane w Polsce w tym okresie, m.in.: ESNEP Site 2007 (European Site Networking & Education Programme); ECLF MPI 2009 (European Chapter Leaders Forum); EFAPCO 2010 - Europejska Federacja Stowarzyszeń Profesjonalnych Organizatorów Kongresów; Future Leaders Forum Warsaw 2007-2011.

Program Ambasadorów Kongresów Polskich

Program Ambasadorów Kongresów Polskich jest realizowany wspólnie przez Polską Organizację Turystyczną oraz organizację pozarządową – Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce. Służy on promowaniu Polski, jako miejsca organizacji międzynarodowych kongresów i konferencji.

Celem Programu Ambasadorów Kongresów Polskich jest pozyskiwanie kongresów do Polski oraz udzielanie efektywnej pomocy w przyciąganiu takich spotkań do naszego kraju przez Polaków działających w strukturach organizacji międzynarodowych, między innymi naukowców i profesjonalistów różnych branż. W roku 2010 zapoczątkowana została akcja informacyjna, której celem było zachęcenie do włączenia się do programów wyższych uczelni. W ramach akcji informacyjnej wykorzystywana była broszura informacyjna, strona internetowa PCB oraz prezentacja multimedialna. Obecnie grono Ambasadorów, działających na rzecz promocji Polski, liczy 110 osób.

Turystyka miejska i kulturowa

Turystyka kulturowa jest pojęciem definiowanym obecnie bardzo szeroko. Nie polega ona tylko na odwiedzaniu zabytków i muzeów, obiektem zainteresowania turystów są także nowoczesne budynki architektury, centra rozrywkowe, imprezy muzyczne¹⁶. Turystyka jest dzisiaj dla polskich miast ważnym mechanizmem rozwoju. To nie tylko podróże do dużych miast, ale także oglądanie walorów tradycji, historii, dziedzictwa narodowego w najbardziej nieoczekiwanych, niespodziewanych miejscach. Kreowanie Polskiej kultury, tradycji, historii,

¹⁶ A. Kowalczyk, M. Derek, „Turystyka kulturowa w świetle koncepcji klastra turystycznego,” *Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać*, A. Stasiak (red.), Wydawnictwo WSTH w Łodzi, Łódź 2009, s. 47.

czy folkloru w połączeniu z walorami historyczno-krajoznawczymi polskich miast tworzy specyficzny dla Polski produkt turystyczny, tzw. „*City and Culture*”.

Działania na rzecz rozwoju turystyki kulturowej w Polsce prowadzone są m.in. przez ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa kulturowego w ramach jego zadań statutowych, takich, jak np. wykonywanie i koordynacja realizacji zadań w zakresie ochrony zabytków, podejmowanie i wspieranie działań na rzecz promocji kultury polskiej za granicą, realizacja i koordynacja resortowych i międzyresortowych programów edukacji kulturalnej, prowadzenie działań na rzecz ochrony dziedzictwa kultury ludowej¹⁷.

W działaniach podejmowanych przez organy administracji państwowej, samorządy terytorialne, czy organizacje społeczne działające w sferze kultury, w tym w sferze ochrony zabytków, uwzględnia się możliwość ekonomicznego wykorzystania zagospodarowywanych zabytków dla celów turystycznych, z jednoczesnym poszanowaniem ich wartości zabytkowych. Coraz większy nacisk kładzie się na społeczny wymiar sprawowanej właściwie ochrony zabytków i opieki nad nimi, tj. możliwość codziennej ludzkiej egzystencji w zabytkach i ich otoczeniu. Czynnikiem motywującym do tego typu działań jest m.in. budowanie więzi międzyludzkich, kształtowanie poczucia tożsamości, duma z przynależności do „małych ojczyzn”, lokalny patriotyzm. Wiele przykładów dowodzi, że umiejętnie użytkowany i zarządzany zabytek może przysporzyć społecznościom lokalnym określonych korzyści, w tym także wynikających z rozwoju turystyki.

W latach 2007-2011 turystykę kulturową spośród turystów krajowych w ramach wyjazdów krótkookresowych w Polsce uprawiało ok. 1-1,5 mln osób. W 2011 r. podczas podróży krótkookresowych zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków deklarowało 9% turystów krajowych, odwiedzanie miejsc kultu religijnego – 6%, udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych – 4%.

Tabela 1. Wybrane sposoby spędzania czasu przez Polaków podczas podróży krótkookresowych w latach 2007-2011 (w %)

	2007	2008	2009	2010	2011
Zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków	7	9	8	10	9
Odwiedzenie miejsc kultu religijnego	7	7	6	6	6
Udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych	3	1	2	4	3

Źródło: badania Instytutu Turystyki.

Analizując cele wyjazdów długookresowych można zaobserwować nieznaczny wzrost w liczbie wyjazdów kulturowych w 2009 r., nieznaczny spadek w 2010 r. oraz ponowny nieznaczny wzrost w 2011 r. W 2011 r. turystykę kulturową jako cel deklarowało 15-21%

¹⁷ Informacja o realizacji w roku 2011 zadań statutowych Członków Międzyresortowego Zespołu do spraw koordynacji zadań Rządu określonych w „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku” – zadania ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa kulturowego.

turystów. Najczęściej jako cel deklarowano zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków (12%), odwiedzanie miejsc kultu religijnego (4%), udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych (2%).

Tabela 2. Wybrane sposoby spędzania czasu przez Polaków podczas podróży długookresowych w latach 2007-2011 (w %)

	2007	2008	2009	2010	2011
Zwiedzanie muzeów, skansenów, zabytków	15	14	15	11	12
Odwiedzenie miejsc kultu religijnego	5	4	4	4	4
Udział w przedstawieniach teatralnych, koncertach, seansach filmowych	3	1	2	2	2

Źródło: badania Instytutu Turystyki.

Potencjał Polski pod względem dziedzictwa kulturowego jest bardzo znaczący. W rankingu konkurencyjności krajów pod względem turystycznym (*The Travel & Tourism Competitiveness Index*) Polska pod względem zasobów kulturowych uzyskała w roku 2011 (*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn*) wysokie, bo aż 17. miejsce w rankingu na 139 analizowanych państw¹⁸. Jednym z czynników wpływających na tę wysoką pozycję Polski jest z pewnością fakt, że na Liście Światowego Dziedzictwa Kulturalnego i Przyrodniczego UNESCO w Polsce znajduje się aż 12 obiektów związanych z dziedzictwem kulturowym¹⁹. Należą do nich:

1. Historyczne centrum Krakowa (Stare Miasto i Kazimierz);
2. Zabytkowa kopalnia soli w Wieliczce;
3. Niemiecki nazistowski obóz koncentracyjny i zagłady Auschwitz-Birkenau;
4. Historyczne centrum Warszawy;
5. Stare Miasto w Zamościu – przykład renesansowej zabudowy miejskiej;
6. Średniowieczny zespół miejski Torunia;
7. Zamek Krzyżacki w Malborku;
8. Kalwaria Zebrzydowska: manierystyczny zespół architektoniczny i krajobrazowy oraz park pielgrzymkowy z XVII w.;
9. Kościoły Pokoju w Jaworze i Świdnicy ;
10. Drewniane kościoły południowej Małopolski – Binarowa, Blizne, Dębno Podhalańskie, Haczów, Lipnica Dolna, Sękowa ;
11. Park Mużakowski nad rzeką Nysą (wspólnie z Niemcami);
12. Hala Stulecia (Hala Ludowa) we Wrocławiu.

¹⁸ Więcej nt. wskaźnika konkurencyjności krajów pod względem turystycznym: patrz rozdział 7.

¹⁹ Na listę UNESCO jest wpisanych 13 obiektów w Polsce. Oprócz wyżej wymienionych na liście znajduje się Białowieski Park Narodowy.

Turystyka przemysłowa

Turystyka przemysłowa cieszy się zainteresowaniem organizatorów turystyki, władz samorządowych, a przede wszystkim turystów. Obiekty takie, jak: kopalnie, huty, elektrownie, fabryki przemysłu maszynowego, włókienniczego, papiernie czy drukarnie stanowiące zbędne obiekty, zajmujące teren pod nowe inwestycje, przeradzają się w istotne składniki dziedzictwa kulturowego. Stare młyny, systemy nawadniające, maszyny i narzędzia od dawna mają swoich entuzjastów, a przemysłowa spuścizna jest częścią kultury materialnej. Przykładowo, Śląskie Centrum Dziedzictwa Kulturowego w Katowicach kontynuuje we współpracy z miejscową terenową służbą konserwatorską prace nad tworzeniem szlaków zabytków techniki w województwie śląskim. W ramach tej współpracy wytypowano około 150 zabytków techniki i obiektów z różnych dziedzin przemysłu, które mogą stanowić dużą atrakcję turystyczną wybranej miejscowości, bądź regionu.

Ponadto, zabytki techniki w Polsce, począwszy od największej w Europie neolitycznej kopalni krzemienia w Krzemionkach Opatowskich (woj. świętokrzyskie), kopalnie soli w Wieliczce i Bochni, najstarszy szyb wydobywania ropy naftowej w Bóbrce (woj. podkarpackie), zespół architektury przemysłowej „Księży Młyn” w Łodzi, jak i cenne obiekty związane z rozwojem, np. Centralnego Okręgu Przemysłowego, czy wspomniane przykłady z Górnego Śląska, z każdym rokiem stają się coraz większą atrakcją turystyczną w skali ponadregionalnej, a nawet międzynarodowej²⁰.

Dziedzictwo techniki ma wielki walor edukacyjny w wymiarze historycznym, architektonicznym i kulturowym. Zabytki przemysłu i techniki stanowią mogą znakomitą podstawę kształcenia i wychowania poprzez budzenie ciekawości na temat otaczającej nas przeszłości przemysłowej, zwłaszcza wśród dzieci i młodzieży szkolnej. Umożliwiają obcowanie ze świadectwami wysokiej kultury technicznej poprzednich pokoleń, nierzadko na najwyższym europejskim poziomie. Jest ono także znakomitą uzupełnieniem, czy dopełnieniem turystyki kulturowej, traktując o jej inności, odmienności i atrakcyjności.

Należy wyraźnie zaakcentować ponadsezonowy charakter tej formy turystyki, który pozwala na jej uprawianie przez cały rok, niezależnie od pory roku, co ma olbrzymie znaczenie ekonomiczne i jest jej szczególnym wyróżnikiem. Liczne obiekty przemysłowe pozwalają bowiem stworzyć atrakcyjną samoistną ofertę turystyczną, a także wzbogacić istniejące produkty turystyczne o nowe atrakcje. Istotnym staje się pielęgnowanie oraz rozwijanie świadomości turystycznej z krajobrazem dziedzictwa przemysłowego w tle. Dziedzictwo przemysłowe na rzecz turystyki dzieli się na następujące grupy²¹:

- Dziedzictwo przemysłowe (zabytki budownictwa przemysłowego i techniki);
- Zabytki techniki (świadectwo szeroko pojętej kultury technicznej);

²⁰ Informacja o realizacji w roku 2011 zadań statutowych Członków Międzyresortowego Zespołu do spraw koordynacji zadań Rządu określonych w „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku” – zadania ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa kulturowego.

²¹ Handszuh H., „Tworzenie wzorca jakości dla turystyki dziedzictwa przemysłowego,” w: *Dziedzictwo przemysłowe jako atrakcyjny produkt dla turystyki i rekreacji. Doświadczenia krajowe i zagraniczne* T. Burzyński i M. Łabaj (red.), Wydawnictwo GWSH, Katowice 2005, s. s. 20.

- Ruchome dobra kultury (maszyny i urządzenia stanowiące wyposażenie fabryk, zbiory placówek muzealnych, pojazdy silnikowe, urządzenia kolejowe itp.).

Miastem, które jest wizytówką turystyki przemysłowej jest Zabrze, gdzie co roku organizowane są międzynarodowe konferencje na temat dziedzictwa kultury przemysłowej. Są one platformą wymiany doświadczeń i wiedzy²². Dowodem na rozkwit turystyki przemysłowej i uznanie jej znaczenia w turystyce międzynarodowej jest kilkuletnia już współpraca na rzecz rozwoju tego sektora turystyki władz Województwa Śląskiego, Urzędu Miasta Zabrze oraz prekursora przedsięwzięć w tym zakresie: Górnośląskiej Wyższej Szkoły Handlowej. Warto przypomnieć, iż pod patronatem Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) działa w Zabrzu Międzynarodowe Centrum Dokumentacji i Badań Dziedzictwa Przemysłowego dla Turystyki, organizowane są też Międzynarodowe Targi Turystyki Dziedzictwa Przemysłowego i Turystyki Podziemnej.

Turystyka na terenach wiejskich

Obszary wiejskie w Polsce zajmują ponad 93% powierzchni kraju²³. Mają one duże znaczenie w turystyce polskiej. Obszary wiejskie obejmują 1586 gmin wiejskich oraz tereny poza miastami w 586 gminach miejsko-wiejskich. We wskazanych jednostkach znajduje się ponad 54 tys. miejscowości wiejskich. Obszary te skupiają znaczny potencjał turystyczny, przejawiający się zasobami przyrody, kultury i infrastruktury. Na szczególne podkreślenie zasługują walory wyróżniające się swoistą odmiennością wynikającą z tradycji i dziedzictwa polskiej wsi.

Podstawową przewagą konkurencyjną terenów wiejskich w stosunku do terenów zurbanizowanych jest harmonijne łączenie natury i kultury, ich wzajemne przenikanie się, które tworzy niezwykłą mieszankę atrakcji i produktów. Polska wieś stanowi jeden z ostatnich w Europie przykładów zachowania tradycyjnego, kultywowanego od pokoleń krajobrazu kulturowego, w który wkomponowane są elementy cennego, niejednokrotnie wręcz dziewiczego środowiska przyrodniczego.

Turystyka wiejska to formy turystyki realizowane na obszarach wiejskich, wykorzystujące istniejące zasoby i nieburzące lokalnej równowagi przestrzennej, naturalnej, społecznej i gospodarczej, a więc w dużym stopniu korzystające z różnych form działalności gospodarstw rolnych. W 2011 r. w Polsce funkcjonowało 7 852 kwatery agroturystyczne, dysponujące 82 694 miejscami noclegowymi. Zróżnicowanie regionalne przedstawione zostało w poniższej tabeli.

²² Burzyński T. (red.) *Dziedzictwo przemysłowe jako element zrównoważonego rozwoju turystyki*, Katowice 2009.

²³ Jagusiewicz A., Byszewska-Dawidek M, *Turystyka wiejska w 2010 roku i założenia jej rozwoju*, Instytut Turystyki 2010.

Tabela 3. Kwatery agroturystyczne według województw w 2011 r. na podstawie Ewidencji Obiektów Turystycznych prowadzonych przez urzędy gmin

Województwo	Kwatery agroturystyczne		
	obiekty		miejsca noclegowe
	ogółem	Polska = 100	
POLSKA	7 852	100,0	82 694
Dolnośląskie	638	8,1	7 330
Kujawsko-pomorskie	256	3,3	3 033
Lubelskie	430	5,5	3 652
Lubuskie	95	1,2	946
Łódzkie	180	2,3	21 889
Małopolskie	1 344	17,1	16 127
Mazowieckie	360	4,6	3 587
Opolskie	110	1,4	1 109
Podkarpackie	989	12,6	8 485
Podlaskie	609	7,7	5 673
Pomorskie	622	7,9	7 102
Śląskie	384	4,9	4 875
Świętokrzyskie	291	3,7	2 672
Warmińsko-mazurskie	743	9,5	7 263
Wielkopolskie	418	5,3	4 737
Zachodniopomorskie	383	4,9	4 214

Źródło: *Turystyka w 2011 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012, s. 51.

Należy podkreślić potencjał oraz znaczenie turystyki wiejskiej i agroturystyki dla rozwoju regionów i obszarów wiejskich w Polsce. Oprócz oferowania zróżnicowanych form noclegu i wyżywienia, rozwój turystyki wiejskiej obejmuje tworzenie regionalnych produktów turystycznych, budowę wiosek tematycznych oraz obiektów specjalistycznych i pokazowych (młyny, zagrody, osady) i gospodarstw edukacyjnych. Istotne jest także tworzenie szlaków na obszarach wiejskich, w tym w szczególności szlaków łączących w sieć wyżej wymienione obiekty, stanowiące o unikalnym charakterze danego obszaru.

W Polsce istnieją obecnie dwie ogólnopolskie organizacje branżowe turystyki wiejskiej: Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”²⁴ (powstała w 1996 r., patronuje 45 lokalnym i regionalnym organizacjom stowarzyszającym obiekty turystyki wiejskiej) oraz Europejskie Centrum Rolnictwa Ekologicznego i Turystyki – ECEAT Polska²⁵. Według informacji Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” w Polsce działa 80 stowarzyszeń agroturystycznych, zlokalizowanych na terenie 11 województw. Celem Federacji jest prowadzenie wszechstronnych działań na rzecz promocji i rozwoju polskiej turystyki na obszarach wiejskich. Jednym z głównych zadań Federacji jest zarządzanie systemem dobrowolnej oceny Wiejskiej Bazy Noclegowej, przy czym kategoryzacja obiektów turystyki wiejskiej przeprowadzana jest przez

²⁴ Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne” – <http://wbn.agroturystyka.pl/>.

²⁵ Europejskie Centrum Rolnictwa Ekologicznego i Turystyki – ECEAT Polska – <http://eceat.agroturystyka.pl/>.

licencjonowanych inspektorów. Celem kategoryzacji jest podnoszenie jakości świadczonych usług przez obiekty turystyki wiejskiej, ich rekomendacja i promocja²⁶.

Działania na rzecz rozwoju turystyki wiejskiej na poziomie centralnym prowadzone są przez Ministerstwo Sportu i Turystyki we współpracy z Ministerstwem Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Wśród priorytetów działań resortu rolnictwa i rozwoju wsi, szczególnie ważne jest różnicowanie działalności rolniczej w kierunku działalności poza rolniczej, w którą wpisuje się rozwój turystyki wiejskiej i agroturystyki. Zagadnienie to ma swoje odzwierciedlenie w Krajowym Planie Strategicznym Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 oraz w Programie Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 (PROW 2007-2013)²⁷. W ramach działań wspierających projekty z zakresu turystyki na obszarach wiejskich realizowanych m.in. ze środków PROW 2007-2013, od 2007 roku na zlecenie Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi między innymi:

- zorganizowano konferencje:
 - „*Nowe Horyzonty Agroturystyki*”, której celem była diagnoza gospodarki agroturystycznej, w szczególności jej oddziaływanie na rozwój obszarów wiejskich, analizy polityk i strategii służących rozwojowi turystyki wiejskiej, w tym rozwoju regionalnego oraz określenia problemów i barier rozwoju turystyki wiejskiej.
 - „*Partnerstwo dla turystyki wiejskiej – doświadczenia i wyzwania*”. Głównym celem przedsięwzięcia była diagnoza i analiza struktur organizacyjnych funkcjonujących w obszarze turystyki wiejskiej, przekazanie doświadczeń i dobrych praktyk współpracy w rozwoju turystyki wiejskiej na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym i międzynarodowym.
- opracowano i wydano:
 - publikację „*Dobre praktyki w zakresie rozwoju turystyki i agroturystyki w oparciu o PROW 2007-2013*”. Opracowanie zawiera przykłady dobrych praktyk w zakresie rozwoju turystyki i agroturystyki, które przez swoją wartość oraz innowacyjność w znaczący sposób podnoszą jakość oferowanych usług turystycznych na obszarach wiejskich;
 - interaktywną prezentację multimedialną „*Agroturystyka w Polsce 1991-2011*”, której celem było dokonanie – usystematyzowanego wg kolejnych lat – przeglądu inicjatyw agroturystycznych zrealizowanych przy wsparciu środków unijnych. Prezentacja stała się multimedialną platformą wymiany doświadczeń agroturystycznych, a także źródłem inspiracji dla wszystkich mieszkańców obszarów wiejskich do twórczych działań podnoszących atrakcyjność turystyczną i kulturalną.
- przeprowadzono cykl szkoleń warsztatowych:

²⁶ Kategoryzacja Wiejskiej Bazy Noclegowej – http://wbn.agroturystyka.pl/kategoryzacja_wiejskiej_bazy_noclegowej_id_98.html.

²⁷ Informacje nt. działań Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich znajdują się w rozdziale 7.

- „Budowa sieciowego produktu turystyki wiejskiej – wsparcie PROW 2007-2013 dla rozwoju turystyki na obszarach wiejskich”;
- „Marketing zintegrowanego, sieciowego produktu turystyki wiejskiej w ramach działań PROW 2007 – 2013”,

których celem było przekazanie przedstawicielom różnych środowisk zawodowych i społecznych, uczestniczących w różnych formach turystyki na obszarach wiejskich, wiedzy z danego obszaru tematycznego oraz o możliwościach wsparcia finansowego jakie tworzy PROW 2007 – 2013 w zakresie rozwoju usług turystycznych oraz związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem.

- zlecono:

- ekspertyzę „Turystyka wiejska w 2010 roku i założenia jej rozwoju”, która dotyczyła diagnozy stanu turystyki wiejskiej ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju młodych kadr, zmiany oferty gospodarstw agroturystycznych na przestrzeni ostatnich dwudziestu lat oraz do opracowania propozycji założeń programu rozwoju turystyki wiejskiej, w kontekście realizowanych polityk i programów na rzecz turystyki wiejskiej, szczególnie w zakresie wdrażanego obecnie Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013.

W ciągu ostatnich lat turystyka wiejska i agroturystyka stały się ważnym elementem oferty wypoczynkowej w Polsce. Jednak aby sprostać rosnącym wymaganiom turystów oraz przyczynić się do sprawnego rozwoju tego sektora turystyki, kluczowym zadaniem jest wzmacnianie konkurencyjności produktów turystyki wiejskiej i agroturystyki na poziomie krajowym i międzynarodowym poprzez: tworzenie wysokiej jakości produktów markowych, budowę systemu marketingu, w tym informacji o oferowanej produkcie, kanałach dystrybucji oraz dotarcia z ofertami do jak najszerszego grona odbiorców. Pojawiło się zatem zapotrzebowanie na zorganizowanie ogólnopolskiej, profesjonalnej i specjalistycznej imprezy, poświęconej promocji i sprzedaży produktów i pakietów turystycznych polskiej wsi. Odpowiedzią na to zapotrzebowanie stały się Międzynarodowe Targi Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki „AGROTRAVEL”, organizowane od 2009 r. w Kielcach. Przedsięwzięcie to jest jedyną w swoim rodzaju unikatową i wyspecjalizowaną imprezą dla rynku turystyki wiejskiej. Stwarza wyjątkową okazję do spotkań i rozmów z usługodawcami oraz z indywidualnymi odbiorcami. Wielką zaletą jest fakt, iż w jednym miejscu i czasie kompleksowa promocja oferty agroturystycznej spotyka się z jej sprzedażą, a równocześnie wartość dodaną tworzy promocja dziedzictwa kulturowego wsi oraz lokalnych i regionalnych produktów kulinarnych. Rangę tego przedsięwzięcia podnosi jedno z najważniejszych wydarzeń towarzyszących jakim jest międzynarodowa konferencja. Jej tematyka co roku odpowiada na bieżące zapotrzebowanie środowiska. Podczas merytorycznej dyskusji omawiane są najistotniejsze zagadnienia dotyczące turystyki wiejskiej, poruszane są problemy tego sektora oraz trendy, wahania rynku i czynniki ekonomiczno-społeczne, które mają duży wpływ na rozwój turystyki wiejskiej i agroturystyki. W latach 2007-2011 odbyły się trzy edycje międzynarodowej konferencji zatytułowane:

- 1) *„Perspektywy rozwoju i promocji agroturystyki i turystyki wiejskiej w Polsce”(2009);*
- 2) *„Turystyka wiejska na drodze do komercjalizacji” (2010);*
- 3) *„Wiejski produkt turystyczny – doświadczenia i wyzwania”(2011).*

Szczególną rolę w zakresie realizacji projektów dotyczących turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki pełni podległe ministrowi rolnictwa Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie, Oddział w Krakowie (CDR O/Kraków). Krakowski oddział posiada wieloletni dorobek w zakresie realizacji projektów dotyczących turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki. Szczególnym przedsięwzięciem realizowanym przez CDR O/Kraków są Ogólnopolskie Sympozja Agroturystyczne. W latach 2007-2011 odbyły się ich kolejne edycje: XII Ogólnopolskie Sympozjum Agroturystyczne *„Turystyka wiejska a edukacja”* (2007), XIII Ogólnopolskie Sympozjum Agroturystyczne *„Marka wiejskiego produktu turystycznego”* (2009) oraz XIV Ogólnopolskie Sympozjum Agroturystyczne *„Turystyka wiejska – społeczny wymiar w ekonomicznym kontekście”* (2011). Sympozjum, organizowane w cyklu 2-letnim od roku 1994 jest okazją do spotkania środowiska agroturystycznego oraz wymiany doświadczeń pomiędzy uczestnikami. Jest także okazją do poznania nowych produktów turystyki wiejskiej oraz trendów w tym sektorze gospodarki.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom młodzieży, począwszy od roku szkolnego 2008/2009 uruchomiono kształcenie w nowym zawodzie – technik turystyki wiejskiej, który na wniosek Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej z dnia 26 czerwca 2007 r. w sprawie klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego (Dz. U. Nr 124, poz. 860, z późn zm.) został ujęty w klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego, stanowiącej załącznik do ww. rozporządzenia. Zawód ten ma przygotowywać do planowania i organizowania pobytu turystów na obszarach wiejskich, podejmowania własnej działalności gospodarczej, jak również wyposażać w wiedzę i umiejętności pozwalające prowadzić gospodarstwo rolne, w tym również agroturystyczne. Kształcenie w zakresie technik turystyki wiejskiej prowadzone jest zarówno w technikach jak i szkołach policealnych. W 6 szkołach podległych Ministrowi Rolnictwa i Rozwoju Wsi na dzień 30 września 2011 r. uczyło się 78 uczniów.

Podsumowując, należy zwrócić uwagę, że ze względu na interdyscyplinarny charakter turystyki, działania na rzecz rozwoju turystyki wiejskiej prowadzone są przez bardzo szerokie grono interesariuszy. Oprócz administracji rządowej i samorządowej są to m.in.: ośrodki doradztwa rolniczego, szkoły, instytuty badawczo-naukowe, lokalne i regionalne organizacje turystyczne, stowarzyszenia branżowe, lokalne grupy działania, jak również inne instytucje zainteresowane rozwojem turystyki na obszarach wiejskich, w tym agroturystyki.

Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna

Turystyka aktywna jest coraz częściej doceniana przez turystów ze względu na swoje duże właściwości regeneracyjne oraz możliwość redukcji stresu poprzez uprawianie sportu na obszarach o wysokich walorach turystycznych.

Turystyka rowerowa

Według badania przeprowadzonego przez Główny Urząd Statystyczny „Turystyka i wypoczynek w 2009 roku” 65,8% gospodarstw domowych dysponowało rowerem. W nieco większym odsetku gospodarstw domowych utrzymujących się ze źródeł niezarobkowych (emeryci, renciści) poniesiono wydatki na zakup lub konserwację roweru.

Szacuje się, iż w Polsce istnieje ok. 20 000 km oznakowanych szlaków rowerowych i stale powstają nowe²⁸. Jednak pomimo wielu kilometrów, większość z nich nie jest odpowiednio przygotowana i dostosowana do potrzeb turystów rowerowych. Podstawowe wady szlaków turystycznych w Polsce to:

- krótkie, maksymalnie jednodniowe trasy, które nie tworzą dłuższych spójnych ciągów nadających się na dłuższy wypoczynek;
- brak podstawowej infrastruktury towarzyszącej szlakom rowerowym: stojaków na rowery, punktów postojowych, sanitariatów itp.;
- oznakowanie i tablice informacyjne są niejednorodne;
- brak integracji z komunikacją zbiorową – wymagają dojazdu;
- trasy nie są dostosowane do ewakuacji w nagłych sytuacjach kryzysowych, takich jak awaria roweru, kontuzja turysty, załamanie pogody itp.

Szlaki rowerowe wytyczone i znakowane przez PTTK

Ponad 17 tys. z około 20 tys. kilometrów szlaków rowerowych w Polsce to szlaki wytyczone, oznakowane i konserwowane przez oddziały Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego. Pod względem długości wyznaczonych szlaków rowerowych czołowe pozycje zajmują województwa: zachodniopomorskie (2,6 tys. km w 2011 r.), małopolskie (2,2 tys. km), lubuskie (2,3 tys. km) oraz wielkopolskie (2,1 tys. km). Najmniejszą długość tras rowerowych odnotowano w województwach podkarpackim (104 km) oraz dolnośląskim (168 km). Odnotowano wyraźny wzrost w długości szlaków rowerowych w województwie łódzkim: z 61 km w latach 2009 i 2010 do 725 km w roku 2011.

Zdecydowana większość szlaków rowerowych wytyczonych i oznakowanych przez PTTK bazuje na istniejącej infrastrukturze drogowej wykorzystując wszelkie dostępne połączenia komunikacyjne. Ze względu na brak odpowiednich środków PTTK nie podejmuje inwestycji mających na celu podniesienie standardu wytyczonych szlaków, koncentrując działania głównie na konserwacji istniejącego oznakowania.

²⁸ Informacje nt. Działania V.2 Trasy Rowerowe Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej w rozdziale 7.

Tabela 4. Szlaki rowerowe w Polsce według województw w latach 2007-2011 (w km)

Województwo	2007	2008	2009	2010	2011
Dolnośląskie	bd	168,0	168,0	168,0	168,0
Kujawsko-pomorskie	bd	1 467,0	1 462,0	1 462,0	1402,0
Lubelskie	bd	448,2	415,2	440,2	522,2
Lubuskie	bd	1 961,5	2 676,2	2 591,0	2387,5
Łódzkie	bd	506,2	61,0	61,0	725,8
Małopolskie	bd	1 226,2	1 686,2	1 699,2	2288,8
Mazowieckie	bd	629,5	615,7	594,2	658,2
Opolskie	bd	195,0	228,0	228,0	228,0
Podkarpackie	bd	104,0	161,0	104,0	104,0
Podlaskie	bd	1 000,8	901,5	901,5	747,9
Pomorskie	bd	280,0	280,0	280,0	288,5
Śląskie	bd	1 792,9	1 872,6	1 773,6	1285,1
Świętokrzyskie	bd	890,0	2 291,1	1 102,0	1091
Warmińsko-mazurskie	bd	837,7	855,7	305,7	385,7
Wielkopolskie	bd	2 083,3	1 587,3	2 127,8	2171,1
Zachodniopomorskie	bd	2 458,2	1 968,2	2 646,6	2662,6
Razem województwa	14598,7	16 048,5	17 229,7	16 484,8	17 116,4

Źródło: Turystyka w 2011 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa oraz wydania poprzednie.

Szlaki rowerowe sieci EuroVelo

EuroVelo to projekt Europejskiej Federacji Cyklistów ECF, realizowany we współpracy z krajowymi centrami koordynacyjnymi EuroVelo, którego założeniem jest stworzenie sieci wysokiej jakości dróg rowerowych łączących wszystkie kraje w Europie. Szlaki te mogą być wykorzystywane przez rowerzystów podróżujących na długich dystansach do celów rekreacyjnych oraz przez ludność miejscową jako infrastruktura w codziennym ruchu rowerowym.

Sieć szlaków EuroVelo jest doskonałym instrumentem promocji zrównoważonego gospodarczo, środowiskowo i społecznie sposobu podróżowania i stanowi doskonałe zaplecze dla realizacji szeroko rozumianej aktywnej ekorekreacji. Udział państw europejskich w projektach dotyczących EuroVelo wpływa istotnie na poprawę jakości szlaków rowerowych oraz rozwój regionalny w zakresie infrastruktury i usług turystycznych. Ma to szczególne znaczenie dla lokalnej ekonomii regionów o niskim stopniu rozwoju gospodarczego. Na terenie Polski sieć dróg rowerowych EuroVelo obejmuje pięć tras międzynarodowych, w tym nowopowstały Szlak Żelaznej Kurtyny, którego realizację aktywnie wspiera Ministerstwo Sportu i Turystyki.

Szlaki rowerowe sieci Greenways

Zielone Szlaki – Greenways realizowane przez Fundację Partnerstwo dla Środowiska, są doskonałym przykładem dobrych praktyk w rozwoju i promocji szlaków turystycznych w Polsce, których założenia oparto na wspólnych celach zrównoważonego rozwoju i zrównoważonej turystyki. Zielone szlaki popularyzują niezmotoryzowane formy transportu i komunikację publiczną, przyczyniając się do promocji zdrowego stylu życia i wpływając

na rozwój form turystyki przyjaznej dla środowiska. Powstawanie zielonych szlaków inicjuje również rozwój usług związanych z turystyką i wpływa na rozwój lokalnej infrastruktury turystycznej. Zielone Szlaki Greenways w Polsce reprezentują Szlak Bursztynowy, Kraków-Morawy-Wiedeń oraz Karpaty Wschodnie.

Turystyka wodna

Turystyka wodna jest produktem turystycznym funkcjonującym zarówno samodzielnie, jak i w ramach innych produktów turystycznych. Turystyka wodna, jako samodzielny produkt turystyczny, to: spływy kajakowe, wioślarstwo, rejsy żeglarskie, rejsy motorowodne, żegluga pasażerska, różne formy rekreacji na wodzie, w tym m.in.: nurkowanie, wędkarstwo, windsurfing, bojery itp.²⁹

Turystyka wodna, jako element innych produktów turystycznych może wchodzić w skład: turystyki przyrodniczej, miejskiej, agroturystyki, ekoturystyki oraz turystyki kulturowej. Turystyka wodna zapewnia szeroki wybór form turystyki aktywnej, poczynając od form nie wymagających żadnego przygotowania, po sporty ekstremalne. Jest dostępna dla wszystkich grup wiekowych oraz dla osób niepełnosprawnych i można ją uprawiać praktycznie w całym kraju, ze względu na gęstość rzek, jezior naturalnych i sztucznych zbiorników wodnych. Ze wszystkich form turystyki, turystyka wodna stanowi najmniej ingerujący w środowisko sposób aktywnej rekreacji.

Rozwój turystyki wodnej jest zdeterminowany istniejącym układem rzek, kanałów i jezior. Ponadto turystyka wodna w znacznym stopniu uzależniona jest od stanu infrastruktury wodnej (układ zapór, śluz, jazów), drożności dróg wodnych oraz instalacji nad wodą (mosty, rurociągi, sieci energetyczne) oraz sezonowych zmian stanu wód. Z tego powodu nie rozwija się ona tak dynamicznie jak inne formy turystyki, np. turystyka rowerowa. Na przestrzeni ostatnich lat prowadzono działania mające na celu zrównoważony rozwój turystyki wodnej poprzez efektywniejsze zintegrowanie turystyki wodnej z innymi produktami turystycznymi. W sąsiedztwie szlaków wodnych stopniowo wytyczane są nowe szlaki piesze, rowerowe i konne, wykorzystując wspólną infrastrukturę noclegowo-gastronomiczną (sieć stanic wodnych, marin, innych przystani). Coraz częściej organizowane są kombinowane imprezy turystyczne, łączące turystykę pieszą i rowerową z odcinkami spływów kajakowych i rejsów pasażerskich.

W ramach Działania 6.4. *Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym* Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka³⁰ (Instytucją Wdrażającą to działanie jest Polska Organizacja Turystyczna), realizowane są projekty indywidualne dotyczące turystyki wodnej takie, jak:

- Pętla Żuławska – rozwój turystyki wodnej;

²⁹ Według badania przeprowadzanego przez Główny Urząd Statystyczny „Turystyka i wypoczynek w 2009 roku” 6 gospodarstw domowych na tysiąc dysponowało własną łodzią, a 4 gospodarstwa domowe na tysiąc dysponowały kajakiem.

³⁰ Więcej nt. wsparcia dla turystyki z funduszy UE w perspektywie finansowej 2007-2013 w rozdziale 7.

- Rewitalizacja Kanału Elbląskiego na odcinkach: Jezioro Drużno-Miłomłyn, Miłomłyn-Zalewo, Miłomłyn-Ostróda-Stare Jabłonki;
- Program żywienia dróg wodnych w Gdańsku;
- Zachodniopomorski Szlak Żeglarski – sieć portów turystycznych Pomorza Zachodniego;
- Wykorzystanie walorów rzeki Wisły w celu budowy wspólnego produktu turystycznego przez Kazimierz Dolny, Puławę i Janowiec;
- Bug – rajem dla turysty;
- Warszawski Węzeł Rowerowo-Wodny „Pedałuj i płyn” – etap I.

Program Bezpieczna Woda

Akcja „Bezpieczna Woda” jest nową inicjatywą Ministerstwa Sportu i Turystyki skierowaną przede wszystkim do dzieci i młodzieży szkolnej, stanowi cenne źródło informacji zarówno dla rodziców, nauczycieli i wychowawców, jak i dla całego środowiska wodniackiego. Ministerstwo Sportu i Turystyki realizuje program we współpracy z Wodnym Ochotniczym Pogotowiem Ratunkowym, Ministerstwem Edukacji Narodowej i Polską Organizacją Turystyczną, przy wsparciu Ministerstwa Spraw Wewnętrznych, Ministerstwa Zdrowia, Komendy Głównej Policji i Centrum Turystyki Wodnej PTTK.

Celem akcji „Bezpieczna woda” jest popularyzacja bezpiecznego zachowania w wodzie, nad wodą oraz na wodzie podczas letniego wypoczynku dzieci i młodzieży szkolnej. Akcja w zakresie informacyjno-edukacyjnym obejmuje swym zasięgiem szkołę na terenie całego kraju, natomiast działania promocyjne skoncentrowane są na obszarach wodnych – kąpieliskach, stanicach wodnych, marinach itp.

Na potrzeby Akcji „Bezpieczna Woda” opracowano zestaw materiałów informacyjno-edukacyjnych obejmujących plakat, broszurę oraz interaktywny quiz, które umieszcza się na stronach internetowych współorganizatorów Akcji w formie umożliwiającej pobranie i druk do celów dydaktycznych.

Efektem planowanej Akcji jest zmniejszenie liczby wypadków podczas letniego wypoczynku nad wodą poprzez wykształcenie bezpiecznych zachowań wśród dzieci i młodzieży szkolnej uprawiających sporty i rekreację wodną.

Turystyka sportów zimowych

Z badań Instytutu Turystyki w 2008 r. wynika, że 1% badanych osób podczas wyjazdów krótkoterminowych deklaruje jako sposób spędzania czasu narciarstwo, w wyjazdach długoterminowych – 3%. W 2009 r. około 2% osób wyjeżdżających na krótki okres deklaruje uprawianie narciarstwa (tj. o 1 punkt procentowy więcej niż w 2008 r. oraz 3% więcej podczas wyjazdów długoterminowych). W 2009 r. podczas wyjazdów długoterminowych 1% ankietowanych uprawiało narciarstwo (ok. 40 tys. osób).

Warto zwrócić uwagę, że krajowe ośrodki narciarskie są konkurencyjne cenowo. Szczególne znaczenie odgrywają ceny transportu, w porównaniu do cen transportu (samolot, autokar) przy podróży do kurortów zimowych za granicą. Ponadto, polskie kurorty

z roku na rok przybliżają się do standardów europejskich. Szczególnie pozytywnie wypadamy pod względem rozwoju bazy noclegowej, ośrodków SPA&Wellness, ośrodków konferencyjnych oraz centrów rekreacyjno-sportowych. W ostatnich latach rejestruje się zwiększenie zainteresowania ofertą rekreacyjno-sportową wśród turystów we wszystkich regionach polskich gór.

Akcja „Bezpieczny stok”

Ogólnopolska akcja informacyjno-edukacyjna „Bezpieczny Stok” stanowi jedno z działań Grupy Roboczej ds. Bezpieczeństwa Turystów Międzyresortowego Zespołu do spraw koordynacji zadań Rządu określonych w „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku”. Akcja realizowana jest przez Ministerstwo Sportu i Turystyki, Stowarzyszenie Polskie Stacje Narciarskie i Turystyczne, Ministerstwo Edukacji Narodowej, oraz GOPR i TOPR, przy wsparciu Policji. W 2011 roku do grona współorganizatorów Akcji dołączyło Ministerstwo Spraw Wewnętrznych, a patronat medialny objął Program 1 Polskiego Radia.

W listopadzie 2011 roku Akcja „Bezpieczny Stok” została włączona do rządowego programu ograniczania przestępczości i aspołecznych zachowań „Razem bezpieczniej”. Podstawowym celem kampanii jest upowszechnienie wśród dzieci i młodzieży szkolnej wiedzy na temat bezpiecznych zachowań na stokach i trasach narciarskich oraz wykształcenie w nich nawyku odpowiedniego przygotowania do uprawiania sportów zimowych³¹. Działania akcji „Bezpieczny Stok” koncentrują się na dwóch zasadniczych obszarach – edukacji w szkołach na terenie całej Polski oraz akcji informacyjno-promocyjnej na stokach i trasach narciarskich.

Od momentu rozpoczęcia kampanii, tj. od 2009 r. przeprowadzono łącznie 46 imprez na stokach i trasach narciarskich, w których uczestniczyło ponad 25 tysięcy osób. Przedstawiciele Stowarzyszenia Polskie Stacje Narciarskie i Turystyczne (PSNiT) oraz ratownicy GOPR i TOPR udzielali porad na temat właściwego przygotowania kondycyjnego do sezonu zimowego, zasad postępowania na stoku podczas wypadku oraz prezentowali zastosowanie sprzętu lawinowego. W trakcie imprez na stokach i trasach narciarskich uczestnikom akcji wręczono, w ramach nagród w konkursach i quizach, 1 850 kasków ochronnych. Ministerstwo Sportu i Turystyki na potrzeby kampanii wydrukowało blisko 40 tys. broszur informacyjno-edukacyjnych, przygotowało 100 banerów oraz plakaty promujące akcję. W sezonie zimowym strony internetowe akcji odwiedza dziennie średnio 700 użytkowników.

³¹ 18 sierpnia 2011 roku Sejm RP uchwalił ustawę o bezpieczeństwie i ratownictwie w górach i na zorganizowanych terenach narciarskich. W myśl ustawy narciarz zjazdowy lub snowboardzista do ukończenia 16 roku życia na zorganizowanym terenie narciarskim będzie musiał mieć w czasie jazdy kask ochronny. Za jazdę bez kasku będzie grozić opiekunowi grzywna. Nowe przepisy zabraniają także jazdy w stanie nietrzeźwości lub pod wpływem środka odurzającego. Za takie wykroczenie również przewidziana jest grzywna. Zarządzający zorganizowanym terenem narciarskim będzie mógł odmówić wstępu albo nakazać opuszczenie takiego terenu osobie, której zachowanie wyraźnie wskazuje, że jest pod wpływem tych środków. Dodatkowe, szczegółowe uregulowania dotyczące bezpieczeństwa w górach znajdują się w czterech rozporządzeniach ministra spraw wewnętrznych.

Geoturystyka

Geoturystyka jest typem turystyki poznawczej bazującej na poznaniu obiektów i procesów geologicznych. Jej celem jest udzielenie zainteresowanym turystom odpowiedzi na pytania: kiedy, dlaczego i w jaki sposób powstały fascynujące swym pięknem, różnorodnością form oraz niepowtarzalnością elementy przyrody nieożywionej. Rozwój tej formy wypoczynku jest na tyle intensywny w ostatnich latach, iż zrodziła się potrzeba utworzenia nowego kierunku studiów, kształcącego specjalistów z zakresu geoturystyki.

Polska pod względem georóżnorodności jest krajem atrakcyjnym dzięki złożoności i zróżnicowaniu budowy geologicznej. Warto zauważyć także, że polskie atrakcje geoturystyczne występują nie tylko w naturalnym środowisku przyrodniczym (na powierzchni Ziemi, pod powierzchnią, pod wodą), ale również w środowisku przekształconym antropogenicznie (stare kopalnie, kamieniołomy, przekopy, hałdy), także w wytworach kultury materialnej człowieka (budowle i elementy wyposażenia, urządzenia górnicze służące wydobywaniu i przeróbce kopalin, kamienie szlachetne i ozdobne) i muzeach (przyrodniczych, geologicznych i górniczych)³².

W celu zagospodarowania i wyeksponowania atrakcji geoturystycznych Ministerstwo Środowiska prowadzi inwentaryzację i waloryzację stanowisk geologicznych w Polsce, w celu stworzenia ścieżek geologicznych, szlaków geoturystycznych, a także geoparków. Od roku 2009 rangę Geoparku Krajowego uzyskały trzy regiony w Polsce:

- Łuk Mużakowa – 21 października 2009 r. (od 2011 r. posiada status Europejskiego Geoparku);
- Góra Św. Anny – 1 czerwca 2010 r.;
- Geopark - Karkonoski Park Narodowy wraz z otuliną – 10 września 2010 r.³³.

Ministerstwo Środowiska udostępnia także na swoich stronach internetowych „Katalog obiektów geoturystycznych w Polsce,” który prezentuje grupę 100 najbardziej reprezentatywnych dla regionów stanowisk i obszarów geologicznych. Ponadto, na stronach internetowych Państwowego Instytutu Geologicznego-PIB dostępny jest „Centralny Rejestr Geostanowisk Polski” – popularno-naukowy serwis, który gromadzi informacje o najcenniejszych obiektach przyrody nieożywionej w kraju. Niezależnie od tych działań tworzone są także prywatne parki tematyczne inspirowane naukami geologicznymi – np. Park Jurajski w Bałtowie.

Turystyka zdrowotna i uzdrowiskowa

Turystyka zdrowotna i uzdrowiskowa jest typem turystyki, który w Polsce zyskuje coraz większe znaczenie. Wśród grupy wiekowej 60+ cel zdrowotny jest celem aż 22% wyjazdów turystycznych. Natomiast wśród całej populacji ok. 1% osób wyjeżdżających na wyjazdy krótkookresowe w latach 2007-2010 deklarowało udział w zabiegach leczniczych,

³² Geologia dla Turystyki, Ministerstwo Środowiska, 09.07.2012 r. (<http://www.mos.gov.pl/>).

³³ Działania zmierzające do wypracowania zasad i procedur wyłaniania Geoparków Krajowych w Polsce zapoczątkowane zostały w gronie ekspertów z inicjatywy Głównego Geologa Kraju, dr Henryka Jacka Jezierskiego. Źródło: Geologia dla Turystyki, Ministerstwo Środowiska, 09.07.2012 r. (http://www.mos.gov.pl/artukul/3437_geoparki_krajowe_polski/12943_geoparki_krajowe_polski.html).

sanatoryjnych oraz kuracjach klimatycznych. Od 6 do 7% osób wyjeżdżających na wyjazdy długookresowe w latach 2007-2010 deklarowało udział w zabiegach leczniczych, sanatoryjnych oraz kuracji klimatycznej. Ponadto od 2 do 3% osób deklarowało udział w specjalistycznych zabiegach rehabilitacyjnych związanych z inwalidztwem³⁴.

Według Europejskiej Komisji Turystyki popyt na międzynarodową turystykę zdrowotną, w tym uzdrowiskową będzie wzrastał szybciej niż w innych rodzajach turystyki. Instytut Turystyki w Warszawie przewiduje, że średnioroczne tempo wzrostu przyjazdów gości do polskich uzdrowisk ma kształtować się na poziomie 3-5%. Frekwencja tych miejsc opierać się będzie głównie na rosnących dwóch grupach potencjalnych klientów: grupie ludzi starszych, tzw. trzeciego wieku (w wieku 50+) oraz dynamicznie rosnącej grupie ludzi młodych. Dużą atrakcją wielu uzdrowisk jest także specyficzna infrastruktura zdrojowa i lecznicza, nie spotykana w innych miejscowościach wypoczynkowych.

Uzdrowiska w Polsce występują na obszarach 12 z 16 województw, w kilkudziesięciu gminach. Tych, które posiadają udokumentowane właściwości lecznicze, jest obecnie 43. Obecnie polskie uzdrowiska dysponują znacznym potencjałem recepcyjnym, co umożliwia obsługę większej liczby turystów krajowych i zagranicznych. Według danych GUS oraz Stowarzyszenia Gmin Uzdrowiskowych RP, w gminach uzdrowiskowych na terenie Polski znajduje się ok. 2 tys. obiektów noclegowych, dysponujących ponad 120 tys. miejsc.

Uzdrowiska są jednym z priorytetowych produktów markowych dla rozwoju turystyki w Polsce. Przewiduje się, że w najbliższych latach rozwój turystyki uzdrowiskowej w Polsce będzie związany ze wzrostem popytu na wyjazdy krótkookresowe do miejsc położonych blisko miejsca zamieszkania, ze wzrostem zainteresowania wyjazdami w celach zdrowotnych i rozrywkowych, z dalszym rozwojem turystyki biznesowej i specjalistycznej oraz z napływem turystów zagranicznych. Ponadto, perspektywę dla polskich uzdrowisk stanowi przejście na różnorodne, niekonwencjonalne i innowacyjne rozwiązania, łączące nowoczesne, atrakcyjne sposoby kuracji i profilaktyki zdrowotnej z wypoczynkiem turystycznym i turystyką zdrowotną typu Wellness, Beauty i SPA.

Polska jest atrakcyjnym kierunkiem turystyki spa i wellness przede wszystkim dla Niemców, Rosjan i Ukraińców. Równocześnie jest atrakcyjnym miejscem pobytów służących poprawie zdrowia (czyli pobytów o charakterze typowo sanatoryjnym i mającym na celu korzystanie z usług typowo medycznych) dla mieszkańców 15 państw tzw. „starej” Unii Europejskiej (w tym przypadku koniunkturę stymuluje przede wszystkim różnica cen usług). Podróże w celu poprawy zdrowia (pobyty w uzdrowiskach) są zazwyczaj pobytami dłuższymi i wiążącymi się ze stosunkowo wysokimi wydatkami.

Gmina, która otrzyma status uzdrowiska, uzyskuje potwierdzenie właściwości leczniczych znajdujących się na jej obszarze naturalnych surowców i klimatu. To ważny czynnik marketingowy. Uzyskanie statusu wiąże się jednak z ograniczeniami związanymi z prowadzeniem działalności gospodarczej, jakich nie ma w pozostałych gminach. Za gminę uzdrowiskową może być uważana jedynie ta jednostka samorządu, której obszarowi lub jego części został nadany status uzdrowiska w trybie określonym w ustawie z dnia 28 lipca

³⁴ Badania Instytutu Turystyki.

2005 r. o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych (tekst jednolity: Dz. U. z 2012 r. poz. 651, z późn. zm.). Warto zauważyć, że dochody gminom uzdrowiskowym zapewniają nie tylko kuracjusze, lecz także turyści. Średnio aż 75% ich przychodów pochodzi z turystyki, a tylko 15% przynosi działalność sanatoryjna.

Polską specjalnością staje się również turystyka medyczna. Atutem Polski są konkurencyjne ceny, zwłaszcza u stomatologów i chirurgów plastycznych. Kolejne zalety to krótki czas oczekiwania na zabiegi i wysoka jakość usług. Turystyka medyczna to nie tylko wydatki na zabiegi, ale także wydatki na zakwaterowanie, wyżywienie i transport. Szacuje się, że ceny diagnostyki oraz zabiegów medycznych w Polsce są niższe o 60-80% od tych samych świadczeń medycznych w pozostałych krajach Unii Europejskiej, Stanach Zjednoczonych czy Kanadzie. Od momentu wstąpienia Polski do UE w celach medycznych Polskę odwiedziło 450 000 pacjentów z całego świata³⁵. Dowodem znaczenia turystyki medycznej jest wyszczególnienie przez Ministerstwo Gospodarki turystyki medycznej jako jednego z 15 sektorów mających potencjał eksportowy. Projekt promocji turystyki medycznej będzie realizowany w ramach projektu systemowego: „Promocja polskiej gospodarki na rynkach międzynarodowych”, jako Poddziałanie 6.5.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka w latach 2012-2015³⁶.

Turystyka przygraniczna i tranzytowa

Turystyka przygraniczna i tranzytowa to szczególny rodzaj turystyki, opierający się na rozwoju i synergii elementów turystyki kulturowej, biznesowej, aktywnej (w tym rekreacyjnej i specjalistycznej), wiejskiej oraz uzdrowiskowej i medycznej przy uwzględnieniu uwarunkowań społeczno-gospodarczych danego regionu. Z jednej strony turystyka przygraniczna i tranzytowa tworzy możliwość promocji Polski oraz może zachęcić cudzoziemców do dłuższego pobytu w Polsce. Z drugiej strony, niezmiernie ważnym elementem efektywnej turystyki przygranicznej jest dostrzeżenie przez mieszkańców regionów przygranicznych posiadanego bogactwa oraz prowadzenie działań proturystycznych niezależnie od polityki centralnej. Z tego względu do najważniejszych determinantów kształtujących rynek turystyczny obszarów przygranicznych należą m.in. walory przyrodnicze i antropogeniczne, baza noclegowa, szlaki piesze, rowerowe, tematyczne, konne i narciarskie, przejścia graniczne, agroturystyka, dostępność komunikacyjna oraz infrastruktura komplementarna³⁷. Warto zauważyć, że niezwykle istotne dla rozwoju turystyki

³⁵ Turystyka Medyczna, 09.07.2012m <http://polandmedicaltourism.com/pl/o-projekcie-1.html>.

³⁶ „Program promocji branży turystyki medycznej będzie realizowany w Danii, Szwecji, Norwegii, Niemczech, Rosji, Wielkiej Brytanii i Stanach Zjednoczonych. Przedstawiciele polskich placówek medycznych, którzy zgłoszą swój akces do projektu, będą uczestniczyli w międzynarodowych konferencjach, targach i wystawach branżowych, szkoleniach, misjach gospodarczych. Promocja branży turystyki medycznej jako całości będzie odbywała się poprzez przygotowanie specjalnego opracowania pokazującego stan obecny i perspektywy tej branży, a także katalogów oraz filmu o branży. Źródło: Ministerstwo Gospodarki, Promocja polskiej gospodarki na rynkach międzynarodowych, 09.07.2012 r., <http://polandmedicaltourism.com/pl/o-projekcie-1.html> oraz <http://www.mg.gov.pl/Fundusze+UE/POIG/Dzialania/Dzialanie+651>.

³⁷ J. Krupa, W. Wagner „Potencjał infrastruktury turystycznej powiatów przygranicznych województwa podkarpackiego ze Słowacją,” E. Dziedzic (red.) *Turystyka wobec nowych zjawisk w gospodarce światowej*, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2011, s. 87.

przygranicznej jest także współdziałanie władz samorządowych państw graniczących ze sobą oraz aktualny stan stosunków politycznych pomiędzy tymi państwami.

W przypadku Polski pierwszy zwrot w rozwoju turystyki przygranicznej nastąpił w okresie 1999-2000. W południowych powiatach Podkarpacia lata 90. XX wieku to czas rodzenia się przemysłu turystycznego, a początek XXI wieku to czas kształtowania się jego oblicza, poprawiania standardu, podnoszenia, doskonalenia i poszerzenia oferty i usług³⁸. Kolejny przełom w rozwoju dotychczasowej polityki regionalnej, w tym na obszarach przygranicznych nastąpił w latach 2004 i 2007 – przystąpienie Polski do Unii Europejskiej oraz do strefy Schengen. Rozwój współpracy transgranicznej (modernizacja infrastruktury, rozwój szlaków i ścieżek) w oparciu o źródła finansowania z funduszy strukturalnych UE oraz związane z tym wsparcie merytoryczne i instytucjonalne stworzyło w wielu przypadkach możliwość rozwoju turystyki³⁹.

Niezależnie od działań na szczeblu regionalnym, istotne są także działania na poziomie krajowym, które w sposób kompleksowy przyczyniają się do rozwoju turystyki przygranicznej i tranzytowej. Do takich instrumentów należy zaliczyć m.in.: umowy o małym ruchu granicznym, traktaty o przyjaźni i dobrosąsiedzkiej współpracy podpisywane między państwami graniczącymi ze sobą, czy też programy współpracy terytorialnej.

Praktyczny przykład stanowi podpisana w dniu 14 grudnia 2011 r. Umowa między Rządem Rzeczypospolitej Polskiej a Rządem Federacji Rosyjskiej o zasadach małego ruchu granicznego (między obwodem kaliningradzkim Federacji Rosyjskiej, a częścią Pomorza, Warmii i Mazur). Porozumienie umożliwia wielokrotne przekraczanie granicy polsko-rosyjskiej przez mieszkańców stref przygranicznych obu państw⁴⁰. Obejmuje po stronie Polski w województwie pomorskim: Gdynię, Gdańsk, Sopot oraz powiaty pucki, gdański, nowodworski i malborski, a w województwie warmińsko-mazurskim: Elbląg i powiaty elbląski, braniewski, lidzbarski, bartoszycki i Olsztyn, jak również powiaty: olsztyński, kętrzyński, mrągowski, węgorzewski, giżycki, gołdapski i olecki. Po stronie rosyjskiej strefą przygraniczną jest cały obwód kaliningradzki. Umowa o ruchu bezwizowym otwiera przed mieszkańcami tych regionów szerokie możliwości kontaktów biznesowych, turystyki i zwykłych kontaktów międzyludzkich.

³⁸ *Ibidem*, s. 104.

³⁹ *Ibidem*, s. 102-104.

⁴⁰ Podstawą do wymiennego przejazdu mieszkańców będą ważne dokumenty podróży oraz zezwolenie uprawniające do małego ruchu granicznego. Będzie to dokument wydawany mieszkańcom strefy przygranicznej. Jego posiadacze uzyskają uprawnienie do wielokrotnego wjazdu, wyjazdu oraz przebywania w strefie przygranicznej obu państw. Ułatwienia obejmą również obywateli państw trzecich, którzy zameldowani są w obwodzie kaliningradzkim i na terenach polskich objętych umową. Źródło: Ministerstwo Sportu i Turystyki, 15.12.2011 r. (<http://msport.gov.pl/aktualnosci-turystyka/2716-Umowa-o-malym-ruchu-granicznym-z-Rosja?retpag=/turystyka/%5D./>).

2. MIĘDZYNARODOWA WSPÓŁPRACA DWUSTRONNA I WIELOSTRONNA

2.1. Umowy o współpracy w dziedzinie turystyki

Polska prowadzi aktywną współpracę międzynarodową, której celem jest zacieśnianie współpracy dwustronnej oraz zawieranie kolejnych umów międzynarodowych o współpracy w dziedzinie turystyki. Umowy mają charakter deklaracyjny, niemniej są one istotne, gdyż potwierdzają wolę rozwijania współpracy w dziedzinie turystyki i podkreślają, że jest to ważna dziedzina współpracy gospodarczej.

Według stanu na maj 2012 r. Polska była związana umowami o współpracy w dziedzinie turystyki z 41 krajami. Wśród podpisanych umów są:

- 2 umowy międzypaństwowe z Portugalią (22.01.2003 r.)⁴¹ i Peru (14.05.2008);
- 37 umów międzyrządowych - z Albanią (28.10.1994), Arabią Saudyjską (11.10.2003), Armenią (14.07.1999), Austrią (29.04.1976), Azerbejdżanem (26.08.1997), Belgią (14.10.1977), Białorusią (27.11.1995), Bośnią i Hercegowiną (sukcesor umowy z Jugosławią 09.12.1969), Bułgarią (10.01.1969), Chorwacją (18.05.1996), Cyprzem (07.06.1995), Czarnogórą (sukcesor umowy z Jugosławią 09.12.1969), Czechami (16.06.1986), Egiptem (15.06.2011), Estonią (22.09.2004), Finlandią (28.11.1974), Francją (26.10.1979), Grecją (06.10.2011), Indiami (24.04.2009), Irakiem (22.10.1975), Izraelem (14.01.1997), Jordanią (01.09.2004), Katarzem (20.10.2011), Kazachstanem (29.03.2007), Kirgistanem (19.11.1998), Koreą Południową (03.12.2004), Litwą (14.09.1997), Marokiem (05.05.2000), Meksykiem (14.05.2004), Rosją (16.01.2002), Rumunią (13.12.1994), Serbią (sukcesor umowy z Jugosławią 09.12.1969), Słowacją (26.06.1997), Tunezją (28.03.2000), Turcją (07.05.1997), Ukrainą (30.06.2005) i Włochami (16.06.1967);
- 2 umowy resortowe: z Hiszpanią (07.06.1994) i Kubą (22.01.1977).

Obowiązujące umowy zawierają zapisy stwierdzające, iż współpraca będzie się odbywać poprzez m.in. podejmowanie wspólnych przedsięwzięć w celu organizacji obsługi turystów, wymianę specjalistów i pracowników naukowych, pomoc w kształceniu kadr, wymianę informacji⁴², sprzyjanie otwieraniu narodowych ośrodków informacji turystycznej.

W dniu 8 września 2011 r. Polska podpisała Protokół o zrównoważonej turystyce do Ramowej Konwencji o ochronie i zrównoważonym rozwoju Karpat. Stronami protokołu jest 7 państw karpaccich. Oprócz Polski protokół podpisały: Czechy, Słowacja, Rumunia, Serbia. Dotychczas Protokół nie został podpisany jeszcze przez Ukrainę i Węgry. Protokół został zatwierdzony Uchwałą nr 156/2012 Rady Ministrów z dnia 19 września 2012 r. w sprawie zatwierdzenia Protokołu o zrównoważonej turystyce do Ramowej Konwencji o ochronie i zrównoważonym rozwoju Karpat.

⁴¹ W nawiasach podano daty podpisania poszczególnych umów.

⁴² Wymiana dotyczy następujących dziedzin: statystyki turystycznej, programów kształcenia specjalistów w dziedzinie turystyki, działalności promocyjnej, prawa, ochrony dóbr przyrody.

2.2. Organizacje i inicjatywy międzynarodowe

Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD)

Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) jest międzyrządową organizacją ekonomiczną skupiającą⁴³ 34 najbardziej rozwinięte państwa świata, w tym od 22 listopada 1996 r. również Polskę. Do najważniejszych zadań realizowanych w ramach tej organizacji w okresie 2007-2011 w sferze turystyki należy zaliczyć:

- Udział w pracach Komitetu Turystyki OECD, a w szczególności:
 - udział w posiedzeniach Komitetu Turystyki (sesje od 79 do 88) i prezentowanie stanowiska Polski w sprawach będących przedmiotem obrad;
 - udział w posiedzeniach Komitetu Turystyki Wysokiego Szczebla (2008, 2010);
 - upowszechnianie informacji o prowadzonych przez KT działaniach, wynikach prowadzonych badań oraz uzyskanych przy tej okazji przykładach dobrych praktyk.
 - redakcja rozdziału dot. Polski we flagowej publikacji OECD nt. turystyki „Tourism Trends and Policies” (wydawana w cyklu dwuletnim)
- Udział w badaniach oraz przygotowaniu następujących publikacji:
 - *Bezpieczeństwo i ochrona w turystyce* (2007);
 - *Rachunek satelitarny turystyki* (2007);
 - *Turystyka w państwach OECD* (2007, 2008, 2009, 2010, 2011);
 - *Wykorzystanie walorów kulturowych dla podnoszenia atrakcyjności danego terytorium* (2007, 2008);
 - *OECD survey on developing a culture of evaluation in tourism* (2009);
 - *Education and training for competitiveness and growth in tourism* (2009);
 - *Zmiany klimatu a turystyka* (2010);
 - *Kontrola i ocena polityk turystycznych – analiza przypadku* (2010);
 - *Kształcenie i szkolenie na rzecz poprawy konkurencyjności i wzrostu w turystyce* (2010)
 - *OECD Survey on Green Innovation in Tourism* (2011).
- Udział w następujących konferencjach i seminariach poświęconych problemom turystyki oraz upowszechnianie ich wyników:
 - „Turystyka i rozwój lokalny” (Namur 2007);

⁴³ Stan na 31 grudnia 2011r.

- „Wzmocnienie roli Małych i Średnich Przedsiębiorstw w Globalnym Łańcuchu Wartości” (Tokio 2007);
- IX i X edycja „Forum statystyki turystyki” (Paryż 2008, Lizbona 2010).

Uczestnictwo MSiT w pracach Komitetu Turystyki OECD oraz nieformalnych grup roboczych, konferencjach i seminariach umożliwia uzyskanie wiedzy o stanie polityk turystycznych w krajach członkowskich oraz o trendach światowej gospodarki turystycznej. Departament Turystyki przekazuje OECD statystyki dotyczące polskiej turystyki, uzyskując jednocześnie dostęp do danych gromadzonych przez inne kraje członkowskie.

Dzięki udziałowi w pracach OECD Polska może prezentować się jako kraj atrakcyjny turystycznie, prowadzący skuteczną i odpowiedzialną politykę turystyczną oraz uzyskać dostęp do najlepszych praktyk w zarządzaniu rozwojem turystyki. Doświadczenia innych krajów rozwiniętych mogą być później wykorzystane w tworzeniu dokumentów programowych polskiej turystyki.

Światowa Organizacja Turystyki (UNWTO)

Polska jest członkiem-założycielem Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) od daty jej powstania – 1975 r. Podstawę prawną przynależności do UNWTO stanowi statut oraz zobowiązania z niego wynikające, przyjęte przez Prezydium Rządu dnia 31 października 1975 r. Członkami organizacji jest 155 państw, 7 członków stowarzyszonych i 395 afiliowanych.

Głównym celem działalności UNWTO jest promocja i rozwój turystyki jako dziedziny stymulującej przedsiębiorczość i rozwój gospodarczy oraz sprzyjającej wzajemnemu poznawaniu się narodów, a także inicjowanie działań w zakresie ochrony środowiska i dziedzictwa kulturowego. Światowa Organizacja Turystyki w swej działalności skupia się wokół takich zagadnień, jak współpraca i pomoc techniczna, kształcenie i doskonalenie kadr, zrównoważony rozwój, marketing, statystyka, analiza ekonomiczna oraz jakość usług turystycznych.

Ważniejsze organy UNWTO to: Zgromadzenie Ogólne UNWTO, Rada Wykonawcza UNWTO, Światowy Komitet ds. Etyki w Turystyce, Komisja Regionalna dla Europy, Grupa Robocza UNWTO, Grupa Robocza ds. turystyki zrównoważonej, Grupa Robocza ds. zarządzania kryzysowego.

Przynależność do tej organizacji, daje Polsce wiele możliwości m.in.:

- możliwość korzystania z szerokiego dorobku UNWTO, obejmującego między innymi opracowania, informacje statystyczne, propozycje uregulowań różnych kwestii;
- bezpośredni udział w kreowaniu polityki UNWTO, która jest niekwestionowanym autorytetem w dziedzinie turystyki;
- udział w licznych konferencjach, seminariach, szkoleniach i warsztatach tematycznych;

- regularne posiedzenia Zgromadzenia Ogólnego i komisji regionalnej UNWTO są okazją do spotkań decydentów odpowiadających za sferę turystyki w poszczególnych państwach członkowskich oraz wymiany doświadczeń.

Artykuł 25 Statutu UNWTO wprowadza obowiązek opłacania składek przez państwa członkowskie. Wysokość składki naliczana jest co dwa lata w oparciu o stan rozwoju gospodarczego i turystyki w danym państwie (na podstawie dochodu narodowego i wielkości przychodów z przyjazdowej turystyki zagranicznej). Następnie, na podstawie art. 12 Statutu UNWTO, wyliczona wysokość składki jest zatwierdzana przez Zgromadzenie Ogólne UNWTO.

W dniach 8-14 października 2011 r. w Gyeongju w Korei odbyło się XVI Zgromadzenie Ogólne UNWTO, w którym wzięło udział 600 uczestników ze 115 państw. W trakcie zgromadzenia Polska zgłosiła propozycję realizacji projektu Global Travel Planning System (Globalny System Planowania Podróży), którego realizacja ułatwiłaby organizację podróży przez indywidualnych turystów i profesjonalnych organizatorów.

Grupa Wyszehradzka V-4

Współpraca w dziedzinie turystyki w ramach Grupy Wyszehradzkiej V-4 została zainicjowana przez stronę węgierską w 2002 r. Ma ona charakter ciągły i odbywa się w oparciu o coroczne spotkania ministrów właściwych do spraw turystyki⁴⁴, które są poprzedzone obradami przedstawicieli Narodowych Organizacji Turystycznych. Pierwsze spotkanie odbyło się w Wyszehradzie. Po spotkaniach sporządzane są protokoły, które wyrażają wolę współdziałania i wyznaczają podstawowe obszary działań na kolejny rok.

Podstawowymi sferami działań w dziedzinie turystyki są:

- opracowywanie wspólnych projektów w celu zwiększania ruchu turystycznego z państw pozaeuropejskich;
- współpraca w dziedzinie promocji (m.in. poprzez stworzenie strony internetowej o nazwie „European Quartet – One Melody www.european-quartet.com);
- organizowanie wspólnych stoisk podczas międzynarodowych targów turystycznych, organizacja podróży studyjnych zarówno dla przedstawicieli tour-operatorów, jak i dziennikarzy branżowych, wspólne wydawnictwa;
- wspieranie współpracy w dziedzinie turystyki przygranicznej, zwłaszcza realizowanej przez regionalne organizacje turystyczne.

Zespół działający w obszarze turystyki (w skład którego wchodzi przedstawiciele 4 narodowych organizacji turystycznych) powszechnie uważany jest za najbardziej aktywny w ramach współpracy państw Grupy Wyszehradzkiej na arenie międzynarodowej. Trwająca od lat wspólna intensyfikacja działań promocyjnych na rynkach zamorskich (np. USA, Japonia, Chiny, Indie, Brazylia), a także Rosji (głównie dotyczy to jej części azjatyckiej)

⁴⁴ Spotkania ministrów właściwych do spraw turystyki z krajów V-4 w latach 2007-2011: 2007 r. – Bratysława, 2008 r. – Praga, 2009 r. – Kraków, 2010 r. – Budapeszt, 2011 r. – Koszyce.

owocuje korzystnym synergicznym efektem marketingowym. W efekcie finalnym działania te doprowadziły do znacznego zwiększenia liczby ofert promujących kraje regionu V-4 w katalogach zagranicznych Tour-operatorów.

Forum Turystyki Państw Bałtyckich

Uczestnikami Forum Turystyki Państw Bałtyckich (Baltic Sea Tourism Forum) są przedstawiciele administracji rządowej, samorządowej, władz dużych miast, organizacji i firm branży turystycznej z Państw Bałtyckich: Niemiec, Danii, Szwecji, Estonii, Litwy, Łotwy, Finlandii, Rosji i Polski, ale również przedstawiciele zaproszonych krajów nieposiadających dostępu do Morza Bałtyckiego: z Białorusi, Bułgarii, Ukrainy, Węgier i Włoch. Z inicjatywą organizacji Forum Turystycznego Państw Bałtyckich wystąpili przedstawiciele Meklemburgii-Pomeranii w 2008 r. Pierwsze forum odbyło się w Meklemburgii⁴⁵.

Celem inicjatywy jest rozwijanie współpracy w zakresie turystyki Państw Bałtyckich, wymiana doświadczeń pomiędzy tymi krajami obejmująca sfery produktu, organizacji i marketingu produktu turystycznego regionu Morza Bałtyckiego, finansów, edukacji, badań i rozwoju, a także podejmowanie ustaleń dotyczących wspólnych projektów.

W 2009 r. obrady II Forum Turystycznego Państw Bałtyckich w Wilnie poświęcone były kwestiom aktualnych wyzwań i możliwości stojących przed państwami tego regionu. W 2010 r. w Kaliningradzie odbyło się III Forum Turystyczne Państw Bałtyckich i poświęcone tematowi wskazania sposobów i metod prowadzących do osiągnięcia konkretnych rezultatów w obszarze współpracy w zakresie turystyki. Ponadto, w trybie roboczym została opracowana Wspólna Deklaracja uczestników Forum.

W Polsce odbyło się IV Forum Turystyczne Państw Bałtyckich (FTPB) w 2011 r. w Sopocie⁴⁶. W podsumowaniu wskazano na potrzebę dalszego rozwoju produktu turystycznego Regionu Morza Bałtyckiego (RMB) oraz potrzebę powołania organizacji typu Destination Management Organisation (DMO, Organizacja Marketingu Destynacji), działającej w obszarach: promocji i PR, informacji, finansów, edukacji, badań i rozwoju.

⁴⁵ Przedstawiciele Polski byli aktywnymi uczestnikami wszystkich kolejnych spotkań organizowanych w ramach inicjatywy, nie uczestniczono jednak – Polska nie została zaproszona – na I Forum.

⁴⁶ Kolejne V FTPB odbyło się w dniach 14-16 listopada 2012 r. w Rostoku (Niemcy).

3. PROMOCJA POLSKI JAKO KRAJU ATRAKCYJNEGO TURYSTYCZNIE

3.1. Kierunki działań Polskiej Organizacji Turystycznej

Lata 2007-2011 to bardzo ważny okres dla sektora turystyki w Polsce oraz szczególnie znaczący w działalności Polskiej Organizacji Turystycznej. Po raz pierwszy zostały opracowane i wdrożone programy wspierające rozwój produktów turystycznych oraz promujące Polskę jako cel podróży, a których realizacja została oparta o fundusze strukturalne.

W roku 2007 zainicjowano prace przygotowujące Polską Organizację Turystyczną do realizacji nowego zadania jakim było „Wdrażanie funduszy strukturalnych w ramach perspektywy finansowej 2007-2013”. POT została wskazana jako beneficjent w ramach: Programu Innowacyjna Gospodarka Działanie 6.3. Promowanie turystycznych walorów Polski (projekt „Promujmy Polskę Razem”) i Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej w Działaniu V.1 Promowanie zrównoważonego rozwoju turystyki (projekt „Promocja zrównoważonego rozwoju turystyki”, w ramach którego została przeprowadzona kampania promocyjna „Piękny Wschód”) oraz jako Instytucja Wdrażająca dla Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka Działanie 6.4 Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym⁴⁷.

Jednym z warunków uruchomienia Działania 6.3. PO IG było określenie średnio- i długoterminowej strategii działania Polskiej Organizacji Turystycznej, co nastąpiło w roku 2008. Dokument „Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015”, którego zgodna z planem aktualizacja – „Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020”, została przeprowadzona w roku 2011, zdefiniował wizję i misję oraz określił cel strategiczny i cele operacyjne, które przyjęły następujące brzmienie:

Wizja: Polska będzie miała docelowo atrakcyjny wizerunek, zgodny z rzeczywistością, przyczyniający się do wyboru kraju jako turystycznego miejsca docelowego, wizerunek, który pozytywnie wpływa na rozwój gospodarki turystycznej

Misja: Tworzenie i wzmacnianie wizerunku Polski jako kraju atrakcyjnego i gościnnego dla turystów, posiadającego konkurencyjne produkty turystyczne wysokiej jakości

Cel strategiczny: Poprawa pozycji konkurencyjnej Polski na międzynarodowym rynku turystycznym

Cele operacyjne:

- Zaspokajanie potrzeb informacyjnych w zakresie turystyki;
- Marketingowe wspieranie rozwoju produktu turystycznego;
- Zwiększenie dotarcia z przekazem informacyjno-promocyjnym o atrakcyjności turystycznej Polski.

⁴⁷ Szczegółowe informacje nt. wsparcia z funduszy unijnych na rzecz turystyki znajdują się w rozdziale 7.

Poprawa pozycji konkurencyjnej na rynkach zagranicznych i krajowym

Jednym z głównych działań statutowych Polskiej Organizacji Turystycznej jest realizacja zadań promujących Polskę jako cel podróży na rynkach zagranicznych. Działania te w latach 2007-2011 zostały poszerzone o rynek krajowy.

Działania promocyjne, realizowane przy wykorzystaniu szeregu narzędzi marketingowych, powinny charakteryzować się spójnym przekazem słowno-wizualnym. W tym celu, w roku 2009, na zlecenie Polskiej Organizacji Turystycznej, Instytut MillwardBrown SMG/KRC przeprowadził dwuetapowe badanie mające na celu wybór sloganu promującego Polskę jako cel podróży na rynkach zagranicznych. Na podstawie wyników dwóch fal badań wybrano slogan: **Polska, Move your imagination.**

Drugim etapem było opracowanie systemu identyfikacji wizualnej. Projekt wizualizacji oparto na kolażu ikon i motywów kojarzonych z Polską oraz takich, które w przyszłości mogą stać się wyznacznikiem turystycznej marki Polska. Jego zadaniem jest pokazanie różnorodności, atrakcyjności i dziedzictwa Polski z różnych punktów widzenia, w nowoczesny sposób, ale i nawiązujący do tradycji pasa słuckiego i ludowej wycinanki. Projekt uzyskał bardzo pozytywne opinie specjalistów.



W dokumencie strategicznym przyjęto założenie, iż główny przekaz marketingowy w latach 2010-2012 będzie budowany w oparciu o ważne wydarzenia o charakterze międzynarodowym, które będą zwracały uwagę mediów, środowisk opiniotwórczych oraz konsumentów na nasz kraj, tzw. kotwice medialne. W związku z powyższym, w analizowanym okresie przyjęto, jako główne motywy, następujące tematy:

2008-2010 – 200-a rocznica urodzin Fryderyka Chopina – Rok Fryderyka Chopina

2011-2012 – Turniej Finałowy Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012, Przewodnictwo Polski w Radzie Unii Europejskiej

Ponadto w wyżej wymienionym dokumencie, wskazano iż:

Miasta stanowią produkt, którego sprzedaż i wartość są największe, a więc intensyfikując ich promocję możemy oczekiwać, że to one „pociągną” pozostałe produkty.

Oznacza, to, iż szereg projektów wizerunkowych i produktowych wykorzystywał miasta polskie, ich dziedzictwo, kulturę i ofertę jako podstawę działań promocyjnych. Należy podkreślić, iż działania promocyjne skierowane do segmentu odbiorców przemysłu spotkań (turystyki biznesowej) wpisują się w przyjęte założenia tematyczne i produktowe.

Przyznanie POT funkcji beneficjenta w realizacji Działania 6.3. PO IG oraz Działania V.1 PO RPW pozwoliło, po raz pierwszy, na przygotowanie i realizację kampanii promocyjnych skierowanych na rynki zagraniczne oraz na rynek krajowy. Do najważniejszych zadań zrealizowanych w ramach tych projektów w okresie 2007-2011 należą:

- ***Kampania produktowo-wizerunkowa z wykorzystaniem obecności polskiego żaglowca w portach poszczególnych krajów jako nośnika idei przewodniej⁴⁸.*** Kampania była realizowana w Roku Chopinowskim (2010), dlatego motywem przewodnim wszystkich działań była twórczość naszego kompozytora, która stała się podstawą do prezentacji kultury i dziedzictwa Polski. Kampania została przeprowadzona w: Szwecji, Danii, Niemczech, Belgii, Holandii, Francji i Wielkiej Brytanii (7 krajów) i objęła swym zasięgiem 15 miast-portów oraz ich okolice. W każdym z miejsc postoju żaglowca realizowane były wydarzenia w przestrzeni publicznej takie, jak: koncerty, pokazy, prezentacje, spotkania dla mediów i branży, kursy nauki tańca polonez. Informacja o nadchodzących wydarzeniach dystrybuowana była przy wykorzystaniu prasy, radia, reklamy zewnętrznej i dedykowanego serwisu internetowego.
- ***Multimedialna kampania wizerunkowo-produktowa na rynkach brytyjskim, francuskim i niemieckim – 2011-2012.*** W dniu 8 czerwca 2011 r. Polska Organizacja Turystyczna rozpoczęła największą kampanię promocyjną na rynkach zagranicznych. Multimedialna kampania wizerunkowo-produktowa na rynkach niemieckim, francuskim i brytyjskim zaplanowana została na lata 2011-2012 i w niej wydarzenie jakim był Turniej Finałowy Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO – jako nośnik informacji o Polsce - celu podróży. Wybór krajów, objętych kampanią, oparty został o wskaźniki atrakcyjności i potencjału turystycznego rynków źródłowych zawarte w dokumencie strategicznym jakim jest „Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015”. Realizacja kampanii była możliwa dzięki funduszom strukturalnym w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka Działanie 6.3. Promowanie turystycznych walorów Polski.

W ramach kampanii prezentowane były produkty ze wszystkich markowych grup produktów, dlatego w działaniach komunikacyjnych wykorzystywano: miasta – Kraków, Warszawa, Gdańsk, Łódź, Wrocław, produkty turystyki aktywnej – żeglarstwo, rowery, narciarstwo, produkty turystyki specjalistycznej - camping i caravaning, Spa&wellness, agroturystykę, podglądanie ptaków, produkty przemysłu spotkań – Polska jako miejsce realizacji spotkań biznesowych, konferencji, kongresów i podróży motywacyjnych. Motywem spinającym całość kampanii było wcześniej wspomniane UEFA EURO 2012TM. Przyjęte założenia kampanii realizowano przede

⁴⁸ Kampania finansowana z Działania 6.3 Promowanie turystycznych walorów Polski.

wszystkim z wykorzystaniem takich **narzędzi komunikacji**, jak: telewizja, prasa, Internet.

- **Kampania „Piękny Wschód” PO RPW V.1** – realizacja kampanii rozpoczęła się w lipcu 2010 r. i poprzedzona była działaniami informacyjno-promocyjnymi, w tym konferencją w dniu 29 czerwca 2010 r. Kampania była realizowana z wykorzystaniem takich mediów, jak: telewizja – wszystkie stacje ogólnopolskie – spoty reklamowe i obecność w audycjach w różnych pasmach czasowych; prasa – reklama, inserty, artykuły informacyjne, konkursy; radio – spoty reklamowe oraz obecność w audycjach; Internet – kampania odsłonowa, filmy i seriale, konkursy; w ramach kampanii powstał portal internetowy poświęcony ofercie turystycznej województw Polski Wschodniej www.pieknywschod.pl. Ponadto wykorzystuje się szereg form niestandardowych jak gry, imprezy o charakterze regionalnym, a także różnorodne formy ambientowe.

Inne ważne zadania promocyjne realizowane w okresie 2007-2011:

- **Kampania reklamowa Polski w CNN** realizowana wspólnie z MSZ. W ramach kampanii w roku 2007 wyemitowano 285 razy (85 emisji finansowanych przez POT) 30-sekundowy spot reklamowy. Kampania była kontynuowana w roku 2008. Tym razem, także przy współpracy z PALiIZ, dwa 30-sekundowe spoty były emitowane 625 razy. W roku 2009 nastąpiła kolejna odsłona kampanii w ramach, której wyemitowano trzy spoty 30-sekundowe oraz jeden 60-sekundowy, łącznie 886 emisji. Dodatkowo wyemitowany został program „The New Poland” oraz na stronach CNN umieszczone były bannery reklamowe.
- **Kampania promocyjna na rynku izraelskim**, związana z realizacją przez MSZ Roku Polskiego w Izraelu w roku 2008. W ramach kampanii zrealizowano i wyemitowano spot reklamowy, uruchomiono serwis internetowy w języku hebrajskim, umieszczono reklamę zewnętrzną na lotnisku, wyprodukowano materiały informacyjno-promocyjne, zorganizowano imprezę promocyjną dla przedstawicieli branży turystycznej i środowisk opiniotwórczych
- **Kampania informacyjno-promocyjna związana ze światowym plebiscytem „New 7 Wonders”** (od 2009 r.), w którym kandydatami były Kraina Wielkich Jezior Mazurskich oraz Puszcza Białowieska; w ramach działań informacyjnych zorganizowano m.in. „Ogólnopolski Dzień Głosowania” z udziałem parlamentarzystów oraz przedstawicieli Rady Ministrów, zaangażowano Kancelarię Prezydenta RP. Działania skierowano także do konsumentów w formie akcji promocyjnej na terenie Warszawy z udziałem znanych sportowców oraz reklam bannerowych. W wyniku akcji zarejestrowano wzmożone zainteresowanie konkursem, a kandydatura Wielkich Jezior Mazurskich przeszła do ścisłego finału.
- **Polski Tydzień Turystyczny na EXPO w Szanghaju** (2010) - Wydarzenie odbyło się na terenie Polskiego Pawilonu na Expo w dniach 6-9 września. Zrealizowane działania promocyjne skierowane były do trzech grup docelowych: branży turystycznej, mediów i gości odwiedzających Polski pawilon. W dniu 6 września

zorganizowano konferencję prasową oraz warsztaty dla polskiej i chińskiej branży turystycznej. W dniach 6-9 września odbywały się konkursy i przedstawienia dla publiczności. Bohaterami przedstawień były polskie postacie doskonale rozpoznawane w Chinach: Fryderyk Chopin, Maria Skłodowska-Curie, Mikołaj Kopernik.

Ponadto w okresie 2007-2011 realizowane były działania promocyjne na rynkach zagranicznych z wykorzystaniem takich narzędzi marketingowych, jak: podróże studyjne, promocja w mediach, w tym w Internecie, wydarzenia promocyjne, targi turystyczne, wydawnictwa informacyjno-promocyjne, seminaria, prezentacje oraz warsztaty dla branży. Działania te były prowadzone przez Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej w: Amsterdamie, Berlinie, Brukseli, Budapeszcie, Kijowie, Londynie, Madrycie, Moskwie, Nowym Jorku, Paryżu, Rzymie, Tokio, Sztokholmie, Wiedniu oraz przez Polską Organizację Turystyczną w Warszawie.

Polska Organizacja Turystyczna aktywnie uczestniczyła w działaniach promocyjnych w ramach współpracy regionalnej w Europie. Kontynuowano realizację wspólnych zadań promocyjnych z Państwami Grupy Wyszehradzkiej V-4 (Polski, Węgier, Czech i Słowacji) na następujących rynkach: USA, Japonia, Brazylia, Chiny, Rosja, Indie. W ramach Grupy Wyszehradzkiej zorganizowano wspólne stoiska narodowe na targach turystycznych, branżowe warsztaty turystyczne, w tym o charakterze road-show, podróże studyjne dla dziennikarzy i tour operatorów zagranicznych, wprowadzono system szkoleń e-learning na rynku amerykańskim. Wszystkie wspólne działania firmowane były sloganem promocyjnym: „*European Quartet – One Melody*”.

W roku 2008 podpisano bilateralną umowę o współpracy z Deutsche Zentrale fuer Tourismus – niemieckim odpowiednikiem POT. Celem tej umowy jest wspólna realizacja zadań promujących regiony przygraniczne, współpraca w zakresie wymiany wiedzy oraz promocja na wybranych rynkach trzecich. Dzięki tej współpracy wypracowano koncepcję wspólnej i jednolitej promocji turystycznej obszaru przygranicznego. Za jej kluczowe elementy przyjęto turystykę kulturową w miastach, a także turystykę aktywną, oraz w powiązaniu z nią, turystykę przyrodniczą. Te 3 elementy stanowią podstawę produktowo-ofertową dla obszaru 8 regionów administracyjnych, które marketingowo określono mianem „Kraina Odry”. Oprócz przygotowania wspólnej strony prezentującej atrakcyjność obszaru, zintensyfikowano kontakty branży turystycznej obu krajów. Dobre, merytoryczne relacje przekładają się na wymianę doświadczeń także w zakresie innych tematów jak, np. organizacji imprez o zasięgu międzynarodowym, co w kontekście przygotowań Polski do Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 było szczególnie cenne.

Tabela 5. Wykaz wybranych mierników działań promocyjnych POT w latach 2007-2011

Mierniki	2007		2008		2009		2010		2011	
Wartość artykułów i audycji radiowych i telewizyjnych publikowanych/emitowanych w na skutek wszystkich działań PR Ośrodków, liczona według ceny reklamy, w Euro	22.000.000		27.000.000		32.000.000		60.000.000*		-	
Liczba uczestników seminariów i prezentacji na temat Polski	11.750		15.029		27.900		302.858*		-	
Liczba przedstawicieli zagranicznych/polskich touroperatorów uczestniczących w warsztatach turystycznych	Z	P	Z	P	Z	P	Z	P	Z	P
	477	144	6.186	133	6.078	103	5.221	604	-	-
Liczba przyjętych dziennikarzy	458		489		617		621		-	
Liczba przyjętych przedstawicieli zagranicznych touroperatorów	1.075		719		602		726		-	
Liczba touroperatorów z rynku działania POIT, którzy wprowadzili do swoich katalogów polską ofertę turystyczną	105		132		325		346		-	
Liczba touroperatorów z rynku działania POIT, którzy rozszerzyli w swoich katalogach polską ofertę turystyczną	75		46		103		107		-	
Liczba odsłon	1 253 000		3 989 000		1 893 000**		2 785 000		4 373 208	
Liczba odwiedzin	310 158		729 309		649 998**		868 097		1 698 214	
Liczba unikalnych użytkowników	267 656		578 699		518 645**		718 496		1 417 757	
Liczba wersji językowych portalu	17		18		18		21		21	
Liczba certyfikowanych produktów turystycznych narastająco	92		105		120		131			
Suma nakładów wydawnictw	1 720 850		445 200		420 488		2 103 605*		401 000	
Liczba tytułów	43		30		13		99*		13	
Liczba wersji językowych	15		12		15		11		12	
Liczba wykonanych na zlecenie/zakupionych analiz, badań, raportów	7		8		7		10		12	

(*) – wzrosty wynikają z realizacji Kampanii produktowo-wizerunkowej związanej z obecnością polskiego żaglowca w portach europejskich jako nośnika idei przewodniej PO IG 6.3.

(**) – spadki spowodowane zmianami technicznymi związanymi z obsługą strony internetowej polska.travel.

Rozszerzenie atrakcyjnego wizerunku produktów turystycznych przez działania marketingowe

Głównym narzędziem promującym produkty turystyczne jest „Konkurs na najlepszy produkt turystyczny” prowadzony przez Polską Organizację Turystyczną od wielu lat. W latach 2007-2010 wprowadzono znaczące zmiany do regulaminu konkursu, których celem było zaangażowanie Regionalnych Organizacji Turystycznych oraz konsumentów w proces wyboru, a przez to oceny produktów turystycznych w poszczególnych regionach. Zmiana polegała na wprowadzeniu etapu eliminacji regionalnych, w których głosy oddawane są między innymi bezpośrednio przez odbiorców usług turystycznych. Drugą znaczącą zmianą w Konkursie było wprowadzenie kategorii Złotego Certyfikatu przyznawanego dla jednego produktu turystycznego w roku. Produkt ten musi spełniać określone w regulaminie warunki, a nagrodą jest kampania promocyjna finansowana przez Polską Organizację Turystyczną. Pierwsza **Kampania produktów turystycznych na rynku krajowym** zrealizowana została w roku 2010 jako podprojekt w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem” PO IG 6.3. Kampania oparta została o dwa produkty turystyczne wyróżnione Złotym Certyfikatem „Szlak Zabytków Techniki Województwa Śląskiego” oraz „Kanał Augustowski – Szlak Papieski”. Produkty te były prezentowane na powierzchniach wielkoformatowych w centrum Warszawy, Poznania, Gdańska i Krakowa⁴⁹.

Kluczową rolę dla realizacji zadań z zakresu wsparcia i promocji produktów turystycznych jest współpraca POT z Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi. Współpraca ta odbywa się na wszystkich możliwych płaszczyznach od konsultacji merytorycznych, transferu wiedzy poprzez współpracę organizacyjną po współrealizację zadań promocyjno-informacyjnych na podstawie porozumień regionalnych oraz umów na realizację wspólnych zadań promocyjnych.

Stworzenie sprawnego i efektywnego systemu informacji turystycznej w celu poprawy jakości komunikacji i obsługi turystów

W latach 2007-2011 kontynuowano rozwój Internetowego Systemu Informacji Turystycznej i Promocji Polski (ISIT), którego podstawowym elementem jest portal turystyczny, funkcjonujący pod adresem www.polska.travel. System stworzony został w oparciu o nowoczesne narzędzia i jest zgodny z założeniami polityki informacyjnej rządu oraz przyjętymi lub proponowanymi standardami Unii Europejskiej. Głównym celem portalu jest promocja Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie. Zadaniem portalu jest wspieranie działań promocyjnych na wybranych rynkach turystycznych objętych działaniami POT⁵⁰.

⁴⁹ Równolegle przeprowadzono dystrybucję mapy atrakcji turystycznych jako dodatku do *Gazety Wyborczej*. Działania te zostały uzupełnione reklamą w Internecie oraz serwisem dedykowanym produktom turystycznym, w ramach którego prowadzone były konkursy zachęcające Polaków do poznawania najlepszych produktów turystycznych. Ponadto przeprowadzono w nowej formie prezentację produktów turystycznych na kluczowych krajowych targach turystycznych. Aktywna i nowoczesna formuła prezentacji zwróciła uwagę zarówno odwiedzających, jak i branży turystycznej.

⁵⁰ Portal funkcjonuje w 21 wersjach językowo-rynkowych, które są zarządzane przez Polskie Ośrodki Informacji Turystycznej oraz bezpośrednio przez Polską Organizację Turystyczną. Zawiera informację turystyczną

Dalszy rozwój systemu wraz z dostosowaniem do potrzeb potencjalnych użytkowników był kontynuowany w latach 2009-2010 dzięki środkom uzyskanym w ramach projektu "Promujmy Polskę Razem" PO IG 6.3. W omawianym okresie przygotowano projekty, których realizacja przewidziana była na lata 2011-2012. Do najważniejszych z nich należy zaliczyć: rozbudowę baz danych informacji turystycznej i nowoczesnych narzędzi do zarządzania nimi, stworzenie dodatkowych platform dystrybucji informacji (urządzenia mobilne i infokioski), system Contact Center (zcentralizowana obsługa zapytań turystów), system CRM (pozwalający na zindywidualizowany marketing w oparciu o szczegółowe profile turystów).

W ramach działań inicjowanych przez POT, zmierzających do polepszania jakości funkcjonowania centrów informacji turystycznej, przeprowadzono cztery edycje konkursu na najlepsze centrum informacji turystycznej w Polsce. Konkurs o laur najlepszego centrum jest jednym z kluczowych narzędzi podnoszenia jakości obsługi turystów w Polsce. W omawianym okresie POT uczestniczyła w regularnych spotkaniach Forum Informacji Turystycznej, podczas których wypracowywano wspólne inicjatywy i działania mające na celu podniesienie jakości funkcjonowania centrów. Kontynuowano upowszechnianie, wprowadzonego w 2006 r. nowego znaku, rekomendowanego przez Światową Organizację Turystyki i używanego w wielu krajach na świecie, do jednolitego oznakowania centrów informacji turystycznej.

Ważnym przedsięwzięciem mającym na celu podniesienie jakości informacji turystycznej dla turystów zagranicznych było stworzenie, w tym okresie, koncepcji i wdrożenie systemu certyfikacji centrów informacji turystycznej. Do końca 2011 r. systemem objęto prawie 200 centrów informacji turystycznej, które w zależności od zakresu usług otrzymały oznaczenie o charakterze kategorii 1*, 2*, 3* lub 4*.

3.2. Przynależność POT do międzynarodowych organizacji turystycznych

Polska Organizacja Turystyczna jest członkiem następujących międzynarodowych organizacji turystycznych:

European Travel Commission (ETC, Europejska Komisja Turystyki) jest organizacją zrzeszającą narodowe organizacje turystyczne, której POT jest członkiem od 2000 r. Polska bardzo aktywnie uczestniczy w pracach grup roboczych takich, jak *Market Intelligence Group* oraz *Marketing Technology Network*. Członkostwo w organizacji daje możliwość korzystania z badań i analiz przygotowywanych przez te grupy oraz jest platformą wymiany wiedzy w dziedzinie marketingu turystycznego i nowych technologii.

Baltic Sea Tourism Commission (BTC, Komisja Turystyki Morza Bałtyckiego) jest organizacją typu non-profit, skupiającą przedstawicieli branży turystycznej, administracji

obejmującą m.in. atrakcje turystyczne, bazę noclegową, imprezy kulturalne i sportowe, bazę noclegową, najważniejsze wydarzenia itd. Portal skierowany jest przede wszystkim do indywidualnych turystów zagranicznych i krajowych, a także tour operatorów sprzedających ofertę do Polski.

lokalnej i rządowej z krajów skupionych wokół Morza Bałtyckiego. Celem działań prowadzonych przez BTC jest promocja regionu jako celu podróży na rynkach dalekich, takich, jak Azja i Ameryka oraz rozwój turystyki w ramach basenu Morza Bałtyckiego. POT jest członkiem tej organizacji od 2003 r. W roku 2009 przedstawiciel POT wszedł do zarządu tej organizacji, dzięki czemu POT ma wpływ na podejmowane działania promocyjne.

International Congress and Convention Association (ICCA, Międzynarodowe Stowarzyszenie Konwencji i Kongresów) jest stowarzyszeniem założonym przez biura podróży w celu efektywnej współpracy w obliczu szybkiego rozwoju rynku międzynarodowych konferencji. Aktualnie ICCA, jako jedna z najważniejszych organizacji z tej branży, zrzesza 900 podmiotów z 86 krajów. Członkowie stowarzyszenia korzystają z wymiany informacji o swoich klientach oraz o organizowanych konferencjach w ramach warsztatów wymiany informacji biznesowej (Business Exchange Workshop). Najważniejszym wydarzeniem każdego roku jest ICCA Congress & Exhibition, kongres międzynarodowy, który połączony jest z Walnym Zebraniem Członków. POT jest członkiem tej organizacji od 2003 r.

Meeting Professionals International (MPI, Międzynarodowe Stowarzyszenie Profesjonalistów Przemysłu Spotkań) to największa globalna organizacja skupiająca członków z całego świata (23 tysięcy ekspertów w 65 krajach). Celem konferencji jest zbieranie w jednym miejscu planistów i dostawców usług. Wizją MPI jest budowanie globalnej społeczności działającej na rzecz rozwoju przemysłu spotkań na wszystkich kontynentach.

Society of Incentive Travel Executives (SITE, Stowarzyszenie Organizatorów Podróż Motywacyjnych) to międzynarodowa organizacja zrzeszająca organizatorów, zleceńodawców spotkań i wydarzeń firmowych, w tym przede wszystkim podróży motywacyjnych z całego świata. SITE istnieje od 1973 r. i zrzesza 2400 osób z 89 krajów. Członkami SITE są osoby pracujące dla największych, renomowanych PCO i incentive houses, działające w imieniu i na rzecz stowarzyszeń oraz korporacji międzynarodowych.

Union of International Associations (UIA, Międzynarodowa Unia Stowarzyszeń) zajmuje się badaniem, monitorowaniem, dostarczaniem informacji o międzynarodowych organizacjach i stowarzyszeniach oraz o ich globalnych działaniach. Jest to także instytut badawczy oraz centrum dokumentacyjne mieszczące się w Brukseli, założone w 1907 r. UIA zajmuje się także wydawaniem publikacji m.in.: międzynarodowego kalendarza kongresów, corocznych raportów spotkań oraz spisów międzynarodowych organizacji.

Destination Marketing Association International (DMAI) – Międzynarodowe Stowarzyszenie Marketingu Destynacji to najstarsza i najbardziej znana organizacja zrzeszająca Convention Bureau na świecie. DMAI działa od ponad 90 lat na całym świecie zrzeszając przede wszystkim osoby zajmujące się promocją destynacji w 25 krajach.

CZEŚĆ II. STAN GOSPODARKI TURYSTYCZNEJ

4. MIEJSCE TURYSTYKI W GOSPODARCE NARODOWEJ POLSKI

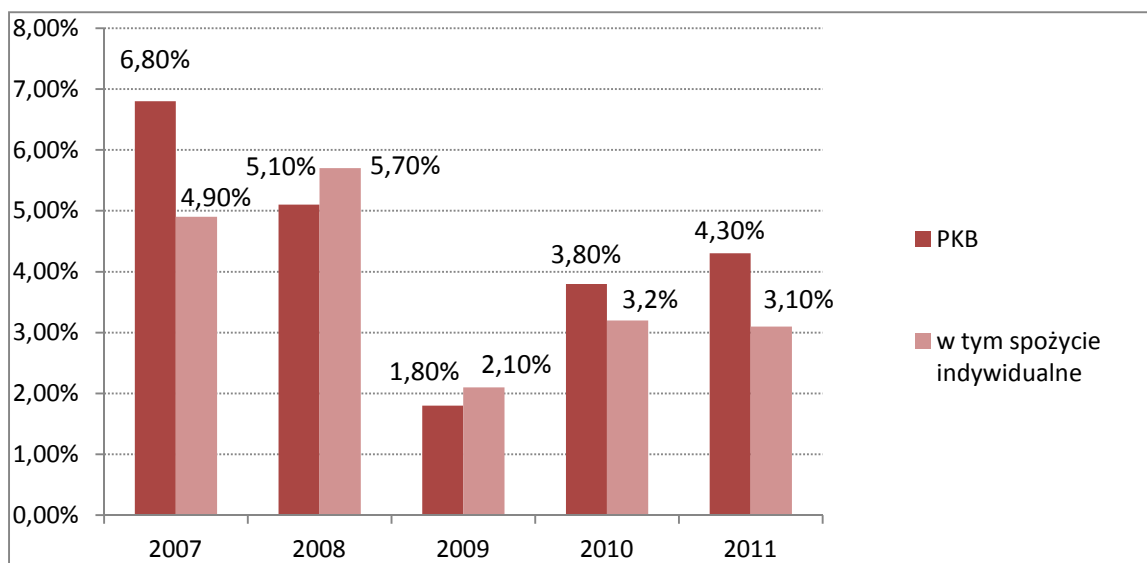
4.1. Makroekonomiczna sytuacja Polski w latach 2007-2011

Produkt krajowy brutto

W latach 2007-2011 tempo wzrostu produktu krajowego brutto było zróżnicowane. Wysokie tempo wzrostu PKB zanotowano w 2007 r. i wyniosło ono 6,8%. W 2008 r. tempo wzrostu PKB uległo zmniejszeniu o 1,7 pkt procentowego w stosunku do 2007 r. Chociaż w 2009 r. tempo wzrostu gospodarczego było najniższe w analizowanym okresie i wyniosło jedynie 1,8%, to nie zanotowano w Polsce ujemnej dynamiki PKB w tym okresie, pomimo światowego kryzysu gospodarczego.

W 2010 r. polska gospodarka wygenerowała jeden z najwyższych przyrostów PKB w całej Unii Europejskiej. Przy szacowanej na 1,8% zmianie PKB w 2010 r. dla całej Wspólnoty, Polska osiągnęła wynik o 2,0 punkty procentowe lepszy, rozwijając się w tempie 3,8% w skali roku. Rezultat ten był również wyższy od pierwotnych przewidywań Komisji Europejskiej, która prognozowała przyrost PKB Polski w 2010 r. na poziomie 1,8% (*Economic forecast – Autumn 2009*), 2,7% (*Economic forecast – Spring 2010*) oraz 3,5% (*Economic forecast – Autumn 2010*)⁵¹. W 2011 r. wbrew oczekiwaniom analityków zarejestrowano imponujące tempo wzrostu gospodarczego, wynoszące 4,3%, mimo niekorzystnych uwarunkowań międzynarodowych. Należy zwrócić uwagę, że na wzrost PKB oddziaływała m.in. wysoka stopa inwestycji (21,6% w 2007 r.; 19,7% w 2010 r.), w tym rosnąca stopa inwestycji publicznych (4,2 % w 2007 r.; 5,6% w 2010 r.).

Wykres 1. Stopa wzrostu produktu krajowego brutto oraz spożycia indywidualnego w latach 2007-2011



Źródło: Główny Urząd Statystyczny (Polska – wskaźniki makroekonomiczne).

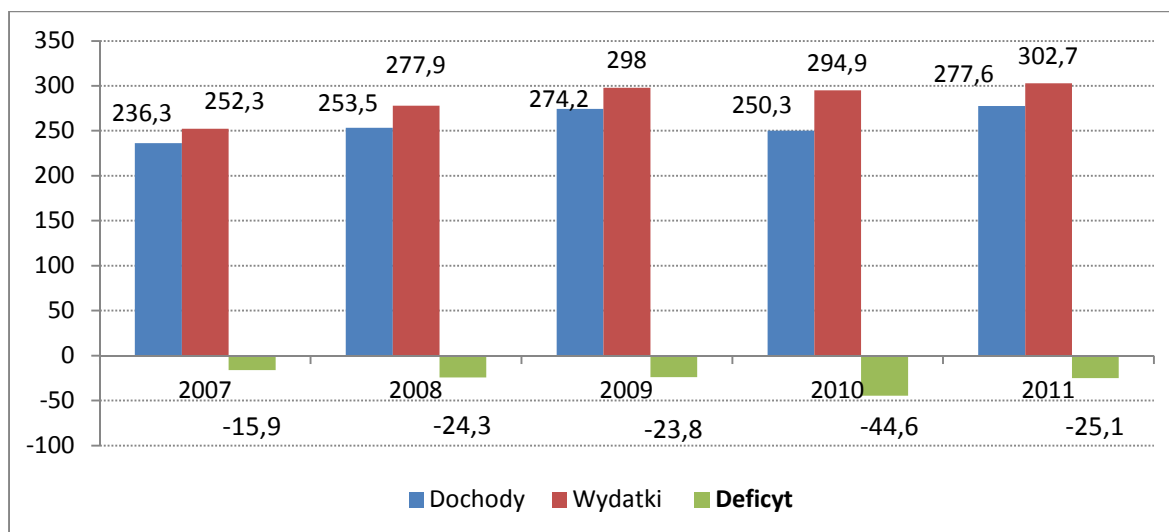
⁵¹ Polska 2011. Raport o stanie gospodarki, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2011, s.43.

Finanse publiczne

W latach 2007-2010 zaobserwowano duże zwiększenie się deficytu budżetu państwa z poziomu 15,9 mld zł w 2007 r. do poziomu 44,6 mld zł w 2010 r. (ponad dwukrotny wzrost deficytu budżetowego w ciągu 4 lat), a następnie w roku 2011 spadek do poziomu 25 mld zł. Wydatki budżetu państwa uległy zwiększeniu z poziomu 252 mld zł w 2007 r. do poziomu 302 mld zł w 2011 r. (19%), natomiast wzrost dochodów budżetu państwa nie był na tyle szybki, aby pokryć rosnący deficyt budżetu państwa. Ponadto, w okresie 2007-2010 deficyt sektora instytucji rządowych i samorządowych wg ESA'95 zwiększył się z 1,9 % PKB do 7,9 % PKB, zaś dług sektora instytucji rządowych i samorządowych wg ESA'95 wzrósł z 45% PKB (2007 r.) do 54,8% PKB (2010 r.)⁵².

Pogorszenie stanu finansów publicznych w latach 2008-2010 było wynikiem przede wszystkim spowolnienia gospodarczego i światowego kryzysu. W największym stopniu efekt zahamowania wzrostu ekonomicznego widoczny był w dynamice wpływów z podatków dochodowych, szczególnie z podatku CIT, który z natury jest wrażliwy na zmiany koniunktury gospodarczej⁵³. Z drugiej strony, należy zwrócić uwagę, że długotrwale utrzymujący się deficyt budżetowy prowadzi do narastania długu publicznego i negatywnie wpływa na sytuację gospodarczą kraju⁵⁴.

Wykres 2. Dochody i wydatki budżetu państwa w latach 2007-2011 – wykonanie (w mld zł)



Źródło: Główny Urząd Statystyczny (Polska – wskaźniki makroekonomiczne).

Inflacja

Wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych, potocznie zwany „inflacją”, w latach 2007-2011 ulegał nieznacznym wahaniom. W 2011 r. osiągnął najwyższy poziom 4,3%, natomiast w 2007 r. był najniższy i wyniósł 2,5%.

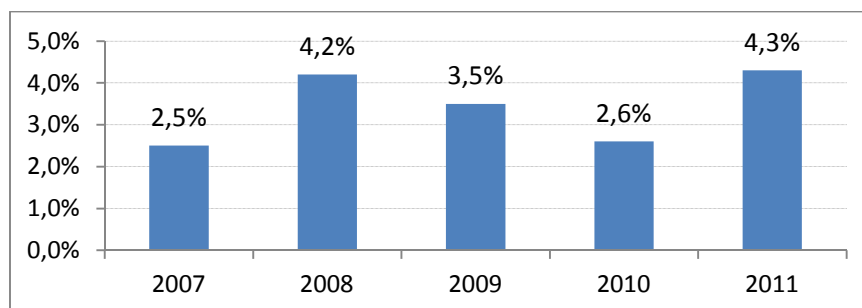
⁵² Raport Polska 2011. Gospodarka – Społeczeństwo – Regiony, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2011, s. 23.

⁵³ Ibidem, s. 24.

⁵⁴ Polska 2011. Raport o stanie gospodarki, s. 129-132.

Zaobserwowany w roku 2008 trend wzrostowy wskaźnika cen towarów i usług uległ spowolnieniu w roku 2009 i 2010. W 2010 r. inflacja osiągnęła poziom 2,6%, na co złożyła się przede wszystkim niższa presja płacowa będąca efektem utrzymującej się na relatywnie wysokim poziomie stopy bezrobocia przy nieznacznie wzrastającym zatrudnieniu⁵⁵. W 2011 r. poziom wskaźnika wyniósł aż 4,3% – tym samym tempo wzrostu cen w porównaniu z rokiem poprzednim było wyższe (o 1,7 pkt. %), jednocześnie znacznie przewyższając zakładany w ustawie budżetowej poziom 2,3%. Wzrost cen w całym 2011 r., w stosunku do poprzedzającego roku, determinowany był głównie dużą zmiennością cen żywności oraz surowców (energetycznych) na rynkach międzynarodowych⁵⁶.

Wykres 3. Wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 2007-2011 (pot. inflacja)



Źródło: Główny Urząd Statystyczny (Polska – wskaźniki makroekonomiczne).

Rynek pracy

W 2011 r. liczba osób pracujących w wieku powyżej 15 lat wyniosła 16,1 mln osób. Zarejestrowano wzrost w liczbie pracujących o 170 tys. osób w stosunku do roku 2010, kiedy w gospodarce narodowej pracowało nieco ponad 15,9 mln osób. Ogółem w okresie 2007-2011 zarejestrowano wzrost w liczbie pracujących o blisko 6%, przy czym największy wzrost zaobserwowano w usługach – z 8,3 mln pracujących do ponad 9 mln (o 10%). Jednocześnie w rolnictwie nastąpił spadek w liczbie pracujących – o 9 %. Dane te potwierdzają obserwowane przemiany: rozwoju sektora usług oraz zmniejszania się sektora rolnictwa w całości gospodarki (od strony rynku pracy).

Tabela 6. Pracujący w wieku powyżej 15 lat w 2007-2011 (w tys.)

	2007		2008		2009		2010		2011	
Ogółem	15241		15800		15868		15961		16131	
Rolnictwo	2247	14,8%	2206	14,0%	2107	13,3%	2050	12,8%	2045	12,7%
Przemysł i budownictwo	4681	30,7%	5036	31,9%	4934	31,1%	4813	30,2%	4933	30,6%
Usługi	8309	54,5%	8549	54,1%	8819	55,6%	9087	56,9%	9147	56,7%

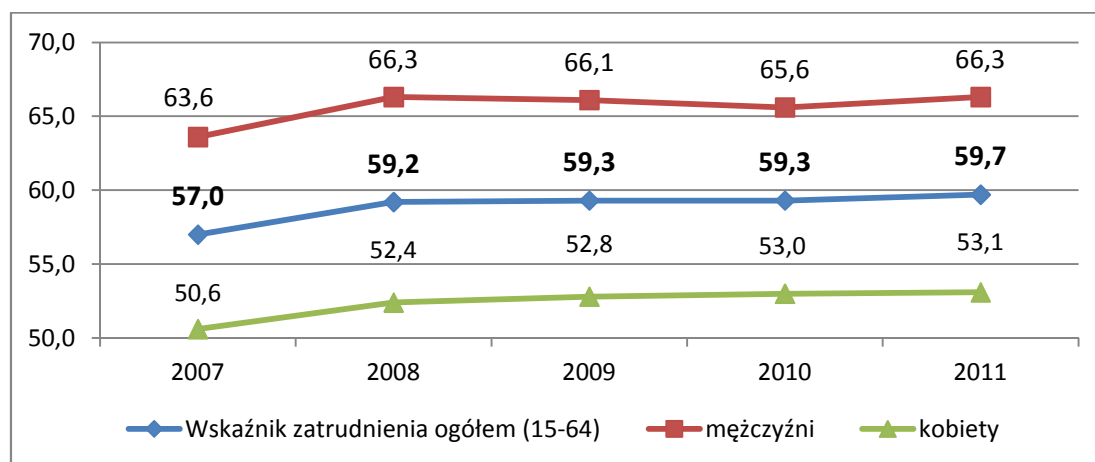
Źródło: *Polska 2011. Raport o stanie Gospodarki*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2011 na podstawie danych GUS, BAEL (s. 95); dane za 2011 – dane GUS (BDL).

⁵⁵ *Polska 2010. Raport o stanie Gospodarki*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2010, s. 121.

⁵⁶ *Analiza sytuacji gospodarczej Polski w 2011 r.*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2012, s. 13.

W latach 2007-2011 wskaźnik zatrudnienia, który określa udział osób pracujących w wieku 15-64 lat do ogólnej liczby ludności wzrósł od 57% w 2007 r. do prawie 60% w 2011 r. Należy jednak zwrócić uwagę na zauważalną dysproporcję we wskaźniku zatrudnienia w odniesieniu do kobiet i mężczyzn. W roku 2011 dla kobiet wskaźnik ten wyniósł 53,1%, podczas gdy dla mężczyzn – aż 66,3% (13 pkt % różnicy). Należy zauważyć wzrost wskaźnika zatrudnienia dla kobiet na przełomie pięciu lat o 2,5 pkt %, dla mężczyzn wzrost ten był na podobnym poziomie – o 2,7 pkt %.

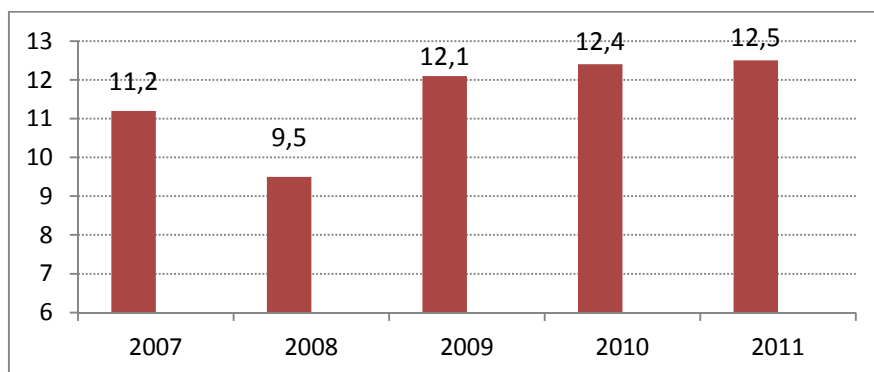
Wykres 4. Wskaźnik zatrudnienia (15-64) w 2007-2011 (w %).



Źródło: Główny Urząd Statystyczny (Polska – wskaźniki makroekonomiczne) – wskaźnik według BAEL (Badanie Aktywności Ekonomicznej Ludności).

Na koniec 2011 r. według danych Głównego Urzędu Statystycznego zarejestrowanych było 1982,7 tys. osób bezrobotnych – o 28 tys. więcej niż w roku 2010 (1954,7 tys. zarejestrowanych osób) oraz o 236 tys. więcej niż w roku 2007 (1746,6 tys.). Stopa bezrobocia rejestrowanego wyniosła w 2011 r. 12,5% – był to wzrost o 0,1 punktu % wobec 12,4% w 2010 r. oraz wzrost o 1,3 pkt % w stosunku do roku 2007. Jedynie w roku 2008 zanotowano znaczący spadek stopy bezrobocia – wyniosła ona 9,5%. Już od 2009 r. można było zaobserwować znaczne pogorszenie się warunków na rynku pracy oraz wzrost stopy bezrobocia – w latach 2009-2011 wynosiła ona około 12%.

Wykres 5. Stopa rejestrowanego bezrobocia w latach 2007-2011 (w %).



Źródło: Główny Urząd Statystyczny (Polska – wskaźniki makroekonomiczne).

Podsumowując, należy zwrócić uwagę, że na polskim rynku pracy mamy do czynienia z tzw. strukturalnym niedopasowaniem popytu i podaży pracy oraz z niskimi wskaźnikami zatrudnienia. Głównym problemem polskiego rynku pracy jest niski poziom aktywności zawodowej dotyczący w szczególności skrajnych grup wiekowych (osób młodych i starszych), kobiet (przede wszystkim powracających na rynek pracy po okresie dezaktywacji związanej z opieką nad dzieckiem), niepełnosprawnych oraz osób o niskich kwalifikacjach zawodowych⁵⁷. W Polsce od wielu lat występuje nadwyżka podaży pracowników o niskich kwalifikacjach i niedobór pracowników o wyższych kwalifikacjach. Kolejne czynniki wpływające na niedopasowania strukturalne na rynku pracy to m.in. niska mobilność siły roboczej; ograniczony popyt na pracę ludzi młodych (nie dysponujących dostatecznie dużym doświadczeniem zawodowym); niska aktywność zawodowa kobiet⁵⁸. Zaobserwowane w latach 2007-2011 tendencje pokazują jednakże, że powoli, lecz wyraźnie, rośnie współczynnik aktywności zawodowej.

Bilans handlu zagranicznego

W obrotach towarowych Polski w latach 2007-2011 zauważane jest zmniejszenie eksportu ze 101 mld EUR w 2007 r. do 98 mld EUR w 2009 r. oraz wzrost w roku 2011 do 120 mld EUR. Import wahał się na poziomie od 107 do 142 mld EUR. Wskutek tego wartość salda obrotów towarowych Polski była silnie zróżnicowana i wynosiła -26 mld EUR w 2008 r. oraz -9 mld EUR w 2009 r.

Tabela 7. Obroty towarowe Polski w latach 2007-2011 (w mln EUR)

	Eksport	Import	Saldo
ROK 2007	101 838	120 464	-18 626
I kwartał 2008	28 613	34 240	- 5 627
II kwartał 2008	30 286	36 931	-6 646
III kwartał 2008	30 399	37 130	-6 646
IV kwartał 2008	26 946	34 147	-7 200
ROK 2008	116 244	142 448	-26 204
I kwartał 2009	23 587	26 056	-2 469
II kwartał 2009	23 576	25 828	-2 252
III kwartał 2009	24 278	26 585	-2 306
IV kwartał 2009	26 834	29 061	-2 227
ROK 2009	98 274	107 529	-9 254
I kwartał 2010	27 426	29 905	-2 524
II kwartał 2010	30 780	33 624	-2 844
III kwartał 2010	30 476	34 136	-3 660
IV kwartał 2010	31 690	36 478	-4 788
ROK 2010	120 373	134 188	-13 815
I kwartał 2011	33 105	36 181	-3 075
II kwartał 2011	33 586	37 185	-3 600
I PÓŁROCZE 2011	66 691	73 366	-6 675

Źródło: Polska 2008. *Raport o stanie Gospodarki*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2008 (s. 84); Polska 2010. *Raport o stanie Gospodarki*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2010 (s. 99). Polska 2011. *Raport o stanie Gospodarki*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2011 (s.106).

⁵⁷ *Raport Polska 2011. Gospodarka – Społeczeństwo – Regiony*, s. 68.

⁵⁸ *Polska 2011. Raport o stanie Gospodarki*, s. 98-100.

Istotne znaczenie dla gospodarki Polski ma napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ). W latach 2007-2010 wielkość BIZ spadła z 17,2 mld EUR (5,5% PKB) do 6,7 mld EUR (1,9 % PKB), co jest wynikiem utrzymującej się ogólnej dekoniunktury w światowej gospodarce⁵⁹.

Podsumowanie

- W latach 2007-2011 tempo wzrostu produktu krajowego brutto było zróżnicowane. Wbrew oczekiwaniom analityków w 2010 r. zarejestrowano jeden z najwyższych przyrostów PKB w całej Unii Europejskiej – 3,8%, zaś w 2011 r. – 4,3%.
- Podkreślenia wymaga fakt, że w latach 2007-2011 Polska dokonała znaczącego postępu w konwergencji z krajami UE-27 mierzonego zmniejszającym się dystansem do średniego unijnego poziomu PKB na mieszkańca. W grupie nowych krajów członkowskich, Polska znalazła się na trzecim miejscu – za Słowacją i Rumunią – pod względem szybkości procesu konwergencji w zakresie poziomu rozwoju gospodarczego. W 2004 r. PKB Polski per capita w PPS⁶⁰ wyniósł 54% średniego poziomu PKB UE, 2007 r. – 54%, zaś w 2010 r. – już 62%⁶¹.
- Niezależnie od tych tendencji należy zwrócić uwagę na występujące w Polsce zjawiska, które negatywnie wpływają na stan gospodarki: utrzymujący się deficyt budżetowy oraz handlu zagranicznego, zaobserwowany w 2011 r. wzrost cen, niedopasowania strukturalne na rynku pracy. Na sytuację makroekonomiczną Polski wpłynął także istotnie w latach 2007-2011 światowy kryzys gospodarczy.
- Innego typu ograniczeniem polskiej gospodarki jest niski poziom innowacyjności. Potwierdzają to badania i raporty, w tym raport Europejska Tablica Wyników w zakresie Innowacji (*European Innovation Scoreboard* – EIS). Zgodnie z wynikami raportu, Polska charakteryzuje się niższym niż przeciętna dla wszystkich państw Unii Europejskiej poziomem Sumarycznego Wskaźnika Innowacyjności (*Summary Innovation Index* – SII), ale wyższym niż średnia dla UE tempem wzrostu tego wskaźnika. Relatywnie mocne strony to zasoby ludzkie i tzw. wskaźniki wynikowe⁶².

4.2. Wydatki administracji publicznej na turystykę

Wydatki administracji rządowej na turystykę w latach 2007-2011 roku

Wydatki rządowe na turystykę w latach 2007-2011 ulegały jedynie nieznacznym wahaniom. Wzrost bądź też ich spadek związany był z wielkością zaplanowanych na dany

⁵⁹ *Ibidem*, s. 227.

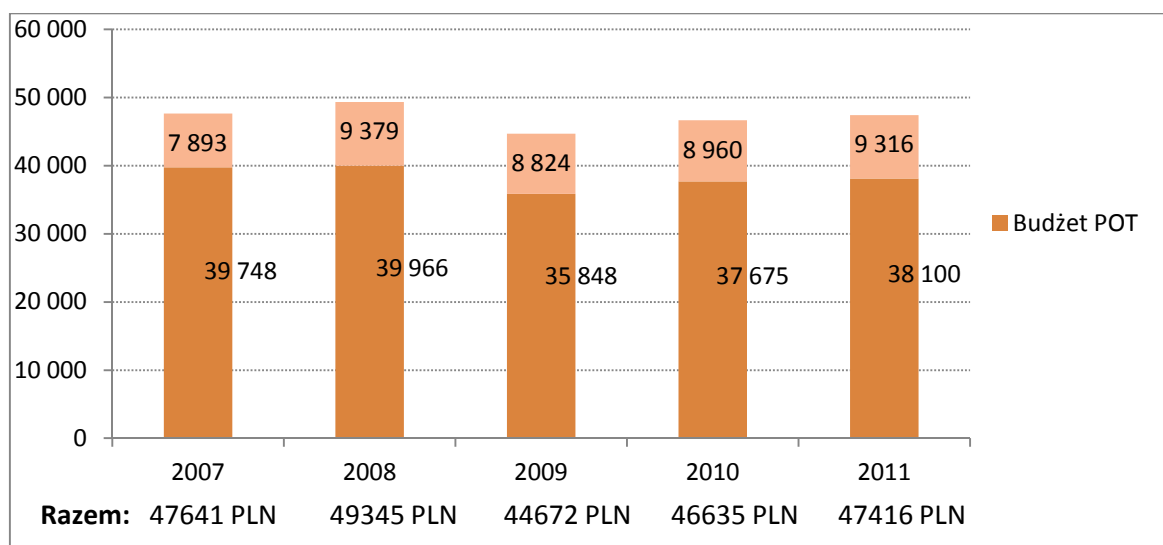
⁶⁰ PPS: *Purchasing Power Standard* (Standard Siły Nabywczej).

⁶¹ *Raport Polska 2011. Gospodarka – Społeczeństwo – Regiony*, s. 12-15.

⁶² *Polska 2011. Raport o stanie Gospodarki*, s. 232-239.

rok wydatków oraz dochodów budżetu państwa. W 2007 r. wydatki rządowe na turystykę wyniosły 47,6 mln, w 2008 r. uległy nieznacznemu zwiększeniu do poziomu 49,3 mln zł (wzrost o 3,5%). W 2009 r. wydatki administracji rządowej uległy zmniejszeniu do poziomu 44,6 mln, a w 2010 r. i w 2011 r. ponownie wzrosły odpowiednio do poziomu 46,6 mln zł oraz 47,4 mln zł. Należy zwrócić uwagę na udział budżetu Polskiej Organizacji Turystycznej (wydatki na promocję Polski w kraju i za granicą) w wydatkach administracji rządowej na turystykę: stanowił około 80% całości wydatków w latach 2007-2011.

Wykres 6. Wydatki administracji rządowej na turystykę w ramach budżetu cz. 40 – Turystyka w latach 2007-2011 (w tys. zł) – wykonanie



Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki MSiT na podstawie danych GUS.

Wydatki jednostek samorządu terytorialnego na turystykę w latach 2007-2011

Wydatki samorządów wojewódzkich, powiatowych, miast na prawach powiatu oraz gmin dla działu 630 – „Turystyka” w latach 2007-2011 uległy bardzo dynamicznemu wzrostowi. Na początku analizowanego okresu wyniosły zaledwie 201 mln, w 2008 r. nieznacznie spadły do poziomu 194 mln zł, zaś w 2009 r. osiągnęły poziom 464 mln zł. Następnie w roku 2010 i 2011 uległy one kolejnemu zwiększeniu. W 2011 r. wyniosły 801 mln zł. Ogółem, w latach 2007-2011 wydatki jednostek samorządu terytorialnego (JST) wzrosły o ponad 599 mln zł – praktycznie czterokrotnie.

Tak znaczący wzrost jest wynikiem wzrostu zainteresowania turystyką na poziomie jednostek samorządu terytorialnego jako sektorem gospodarki pozytywnie oddziałującym na rozwój społeczno-gospodarczy danego regionu oraz udziałem w finansowaniu projektów ze środków UE.

Przede wszystkim, w tym okresie w wielu samorządach zaczęły powstawać strategie rozwoju turystyki (bądź strategie rozwoju regionalnego), które odnosiły się do priorytetów w zakresie turystyki wyznaczonych w „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku.” Na poziomie jednostek samorządu terytorialnego rozpoczął się proces intensywnej współpracy z lokalnymi i regionalnymi organizacjami turystycznymi w zakresie rozwoju turystyki, rozwoju produktów turystycznych oraz wprowadzania strategii promocyjnych.

Należy także zwrócić uwagę na realizację wielu nowych zadań inwestycyjnych (infrastrukturalnych) z zakresu turystyki na poziomie jednostek samorządu terytorialnego. Warto tutaj podkreślić, że w perspektywie finansowej UE 2007-2013 wszystkie regiony uznały rozwój turystyki za ważny element swojego rozwoju – turystyka jako priorytet znalazła się we wszystkich Regionalnych Programach Operacyjnych (RPO)⁶³. W ramach tych programów przewidziana jest przede wszystkim budowa i modernizacja lokalnej bazy turystycznej, takiej jak: infrastruktura noclegowa i gastronomiczna, publiczna infrastruktura turystyczna i rekreacyjna, infrastruktura uzdrowiskowa, system informacji turystycznej oraz promocja turystyki. Wskutek tego, iż zadania inwestycyjne współfinansowane z funduszy strukturalnych UE w ramach RPO były także finansowane z budżetów poszczególnych samorządów, wpłynęło to w konsekwencji na wzrost przedmiotowych wydatków.

Analizując wydatki jednostek samorządu terytorialnego podkreślenia wymaga fakt, że najwięcej spośród jednostek samorządu terytorialnego na turystykę wydatkowały gminy: 142 mln w 2007 r., 480 mln w 2010 r. – średnio około 65-70% całości wydatków JST. W 2010 r. 795 gmin wydatkowało pieniądze na turystykę (o 81 gmin więcej niż w 2009 r.), w 2011 r. 853 gminy. Następnie, największe wydatki zaobserwowano na poziomie samorządu miast na prawach powiatu: w 2007 r. było to 15%, zaś w 2011 r. prawie 20% całości wydatków JST. W 2011 r. na turystykę samorządy wojewódzkie wydały 121 mln zł (wzrost o 82% w stosunku do 2010 r.), samorządy powiatowe – 50 mln zł (o 300% więcej niż w 2009 r.) – w przypadku województw widoczne są duże wahania w poziomie wydatków.

Tabela 8. Wydatki samorządów wojewódzkich, powiatowych, miast na prawach powiatu i gmin dla działu „Turystyka” w latach 2007-2011* (w zł)

Wyszczególnienie	2007	2008	2009	2010	2011
Samorząd wojewódzki razem	21 696 749	27 349 177	210 762 625	66 577 393	121 662 727
Samorząd powiatowy razem	6 422 036	5 695 584	12 139 546	47 743 711	50 334 885
Samorząd miast na prawach powiatu razem	31 654 100	31 043 820	74 822 236	145 578 549	148 174 466
Samorząd gminny razem	142 115 476	130 736 248	167 126 323	460 728 775	480 946 842
Suma	201 888 362	194 824 828	464 850 730	720 628 428	801 118 920

* nie uwzględniono transferów pieniężnych między poszczególnymi szczeblami samorządów.

Źródło: Opracowano w Departamencie Turystyki MSiT na podstawie danych GUS.

W tabeli poniżej przedstawiono ranking 20 gmin, które wydatkowały najwięcej w dziale 630 „Turystyka.” Ostróda i Iława, podobnie jak w roku 2010 r.⁶⁴, znalazły się w pierwszej piątce gmin wydających najwięcej na turystykę.

⁶³ Informacje nt. Regionalnych Programów Operacyjnych w rozdziale 7.

⁶⁴ Patrz Załączniki – Ranking wydatków samorządów gmin dla działu "Turystyka" w 2010 r. (w zł).

Tabela 9. Ranking wydatków samorządów gmin dla działu "Turystyka" w 2011 r. (w zł)*

Miejsce	Gmina	Województwo	Wydatki na turystykę (w zł)	Udział w wydatkach gmin ogółem (w %)
1	Ostróda	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	46 418 756	9,65%
2	Kutno	ŁÓDZKIE	20 846 546	4,33%
3	Nowa Sól	LUBUSKIE	14 621 417	3,04%
4	Sztum	POMORSKIE	9 598 713	2,00%
5	Iława	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	9 228 402	1,92%
6	Ząbki	MAZOWIECKIE	9 145 851	1,90%
7	Puck	POMORSKIE	8 821 224	1,83%
8	Kamień Pomorski	ZACHODNIOPOMORSKIE	8 538 508	1,78%
9	Brenna	ŚLĄSKIE	7 627 860	1,59%
10	Gryfino	ZACHODNIOPOMORSKIE	7 394 649	1,54%
11	Szczyrk	ŚLĄSKIE	7 296 889	1,52%
12	Krynica Morska	POMORSKIE	7 244 124	1,51%
13	Strzelin	DOLNOŚLĄSKIE	7 011 973	1,46%
14	Zawadzkie	OPOLSKIE	6 670 805	1,39%
15	Prudnik	OPOLSKIE	5 843 963	1,22%
16	Węgorzewo	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	5 792 170	1,20%
17	Człuchów	POMORSKIE	5 790 461	1,20%
18	Janów Lubelski	LUBELSKIE	5 581 998	1,16%
19	Witkowo	WIELKOPOLSKIE	4 909 221	1,02%
20	Kołobrzeg	ZACHODNIOPOMORSKIE	4 787 862	1,00%

* Na szaro zaznaczone gminy, które wydatkowały na turystykę min. 2% całości wydatków wszystkich gmin.

Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki na MSiT podstawie danych GUS.

Podsumowanie

- Wydatki rządowe na turystykę w latach 2007-2011 ulegały jedynie nieznacznym wahaniom. Wzrost bądź też ich spadek związany był z wielkością zaplanowanych na dany rok wydatków oraz dochodów budżetu państwa. W 2011 r. wyniosły 47,4 mln zł, w tym 38 mln zł stanowił budżet Polskiej Organizacji Turystycznej;
- Prawie czterokrotny wzrost wydatków samorządów wojewódzkich, powiatowych, miast na prawach powiatu oraz gmin dla działu 630 – „Turystyka” w latach 2007-2011 był wynikiem wzrostu zainteresowania turystyką jako sektorem pozytywnie oddziałującym na rozwój społeczno-gospodarczy danego regionu. Należy zwrócić uwagę na realizację wielu nowych zadań inwestycyjnych z zakresu turystyki na poziomie JST – szczególnie na poziomie gmin.

4.3. Turystyka jako kluczowy sektor gospodarki

Znaczenie sektora turystyki

Turystyka jest dynamiczną gałęzią gospodarki o dużym wpływie na wzrost gospodarczy oraz zatrudnienie w Europie i w Polsce. Po pierwsze, w skali całego świata, przemysł turystyczny stanowił w 2011 r. około 3% światowego PKB oraz 3,3% światowego zatrudnienia generowanego przez sam tylko przemysł turystyczny. Udział gospodarki turystycznej w światowym PKB szacuje się na 9,1%⁶⁵, zaś udział gospodarki turystycznej w światowym zatrudnieniu to około 8,7% (ok. 260 mln miejsc pracy)⁶⁶. Jedynie nieznaczne spadki wpływów z turystyki były rejestrowane w 2009 r. Było to związane ze światowym kryzysem gospodarczym.

Jak podaje Światowa Rada Podróży i Turystyki (*World Travel & Tourism Council*, WTTC) – pomimo trudności w światowej sytuacji gospodarczej, sektor turystyki i podróży jest jedynym, który w roku 2011 zanotował wzrost. Z tego względu, turystyka może tworzyć „parasol ochronny” generując systematycznie nowe miejsca pracy, szczególnie poprzez powstawanie nowych mikroprzedsiębiorstw (obecnie w gospodarce turystycznej znajduje zatrudnienie około 8,5% całkowitej siły roboczej UE – 18 mln miejsc pracy⁶⁷).

Po drugie, należy w tym miejscu odnotować, że pojęcie „przemysł turystyczny” jest definiowane jako „turystyka w wąskim znaczeniu”. Pod uwagę brane są wydatki poniesione przez turystów i podróżnych na dobra i usługi związane bezpośrednio z turystyką, np. wydatki na hotele i restauracje, biura podróży. Pojęcie „gospodarka turystyczna” zawiera w sobie wydatki nie tylko związane bezpośrednio z turystyką, ale również wydatki pośrednie, czyli takie wydatki, które nie byłyby poniesione gdyby nie turystyka (np. wydatki poniesione przez turystów i podróżnych na transport, żywność, paliwo, ubezpieczenie). Efekty pośrednie wpływu turystyki na gospodarkę wynikają przede wszystkim z aktywizowania gałęzi niezwiązanych bezpośrednio z turystyką (np. rolnictwo, budownictwo, transport kolejowy i wielu innych) i tej części udziału w PKB oraz zatrudnieniu, która nie istniałaby gdyby nie związek tych gałęzi z turystyką.

Oprócz wpływu na wydatki, turystyka generuje także dodatkowe miejsca pracy w sektorach pokrewnych. Szacuje się, że 1 miejsce pracy w sektorze turystyki generuje dodatkowo do 3-4 miejsc pracy w infrastrukturze okołoturystycznej. Zgodnie z przewidywaniami WTTC, turystyka jest jednym z kluczowych sektorów gospodarki, którego znaczenie ponadto będzie wzrastać w kolejnych latach.

Po trzecie, szczególne cechy sektora to bardzo duży udział MŚP w ogóle przedsiębiorstw – ponad 90% – oraz wysoki odsetek zatrudnienia osób młodych. W dobie

⁶⁵ Udział przemysłu motoryzacyjnego w globalnym PKB szacuje się na 8,5%, sektora bankowego – 11%. *Travel & Tourism Economic Impact 2012. World*, World Travel & Tourism Council WTTC 2012, http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf, s. 3.

⁶⁶ *Ibidem*, s. 11.

⁶⁷ *Travel & Tourism Economic Impact 2012. European Union*, World Travel & Tourism Council WTTC 2012, http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/european_union2012.pdf, s.3-4.

osłabienia koniunktury gospodarczej i wzrostu bezrobocia, zwłaszcza wśród młodzieży zasadne jest wspieranie sektora, który ma potencjał generowania miejsc pracy dla ludzi młodych. Polska jako kraj z wysokim odsetkiem bezrobocia – zwłaszcza wśród młodzieży – popiera pojawiające się w ramach Unii Europejskiej rozwiązania zwiększające konkurencyjność przedsiębiorstw turystycznych⁶⁸.

Sektor turystyki w Polsce

W Polsce **udział gospodarki turystycznej w PKB** ulegał w latach 2007-2011 nieznacznym wahaniom, jednak utrzymywał się na wysokim poziomie wnosząc wkład do PKB na poziomie ok. 5-6%. W 2007 r. wyniósł 6%, zaś w 2011 r. – około 4,9% – przy jednoczesnym wzroście wpływów z gospodarki turystycznej. W analizowanym okresie największe wpływy z gospodarki turystycznej zarejestrowano w 2008 r. (wyniosły one 75 mld zł) oraz w 2010 r. (74,2 mld zł). W 2011 r. wydatki w gospodarce turystycznej wyniosły w sumie 72,7 mld zł i były o 2,7 mld zł większe niż w roku 2007.

Należy zaakcentować, że powyższe spadki i wahania w latach 2008-2010 były wynikiem światowego kryzysu gospodarczego. Turystyka jest sektorem bardzo wrażliwym na zmiany gospodarcze – dlatego tak ważne dla jej rozwoju jest stymulowanie i realizacja działań inwestycyjnych, które zapewnią jej ciągłość rozwoju. Jednocześnie, turystyka w polskiej gospodarce zaczyna być dostrzegana jako znaczący i dynamicznie rozwijający się sektor. Zgodnie z prognozami WTTC przed Polską stoi perspektywa rozwoju sektora turystycznego tak, aby udział gospodarki turystycznej zwiększył się do 5,8% PKB – wzrost z 72,7 mld zł do ponad 120 mld zł (w 2022 r.)⁶⁹. Ilustruje to znaczący potencjał tego sektora w stymulowaniu wzrostu PKB Polski w kolejnych latach.

Tabela 10. Udział gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB w latach 2007-2011

Wyszczególnienie	2007	2008	2009	2010	2011
Produkt krajowy brutto (w mld zł)	1176,7	1275,4	1343,4	1415,4	1476,4
Wpływy z gospodarki turystycznej wg Instytutu Turystyki (w mld zł)	70	75	70,7	74,2	72,7
Udział gospodarki turystycznej w PKB (w %)	6,0	5,9	5,3	5,3	4,9

Źródło: GUS (PKB), Instytut Turystyki.

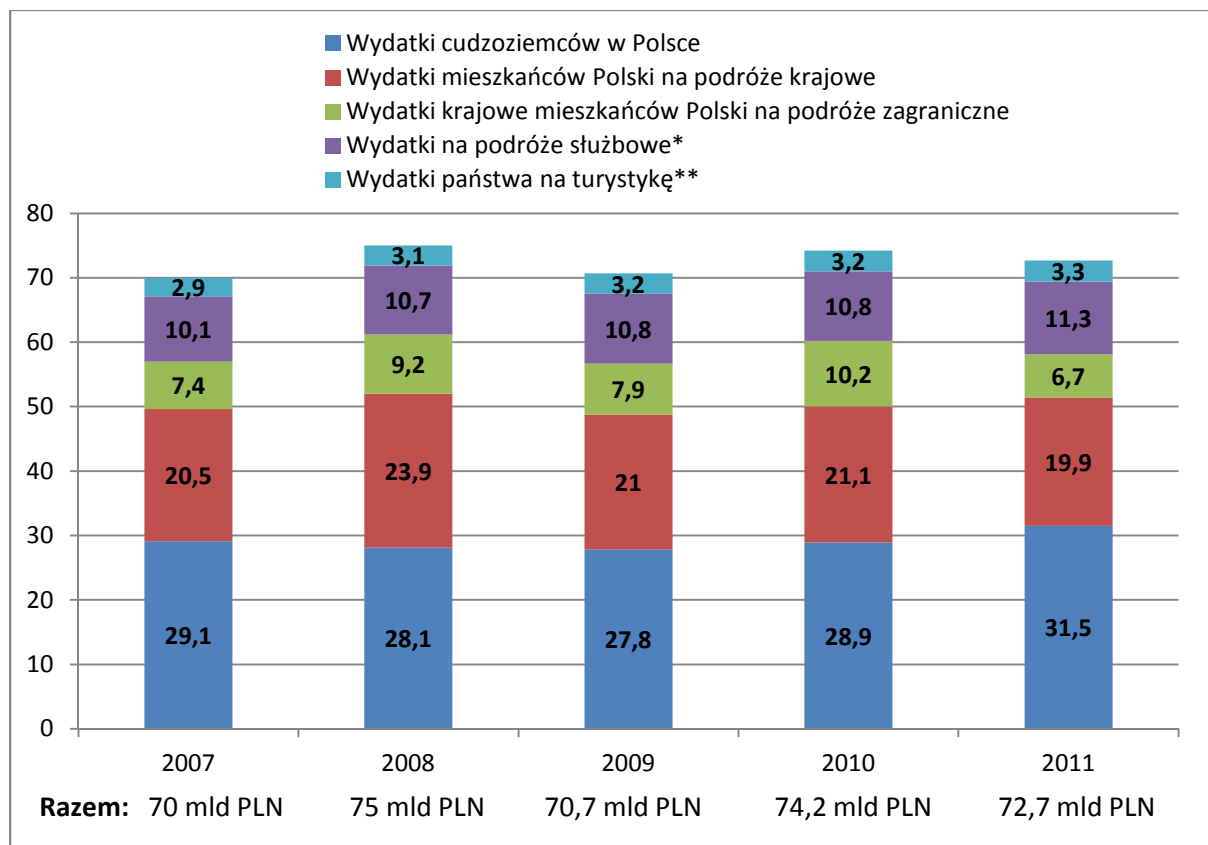
Według szacunków Instytutu Turystyki w 2011 r. wydatki cudzoziemców w Polsce wyniosły 31,5 mld zł i były o 8% większe w porównaniu z rokiem 2007. Wydatki mieszkańców Polski na podróże krajowe kształtowały się w okresie 2007-2011 na poziomie ok. 20-21 mld zł i ulegały jedynie nieznacznym wahaniom. Wydatki Polaków na podróże zagraniczne wyniosły w przedmiotowym okresie od 6,7 mld zł w 2011 r. do 10,2 mld zł w 2010 r. Największy wzrost zanotowano w wyżej wymienionym roku 2010 oraz roku 2008 –

⁶⁸ Informacje nt. polityki turystycznej Unii Europejskiej w rozdziale 1.

⁶⁹ *Travel & Tourism Economic Impact 2012. Poland*, World Travel & Tourism Council WTTC 2012, http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/poland2012.pdf, s. 3.

9,2 mld zł. Praktycznie na tym samym poziomie utrzymywały się w latach 2007-2011 wydatki na podróże służbowe: ponad 10 mld zł, z czego w roku 2011 odnotowano istotny wzrost do poziomu 11,3 mld zł. Podobnie na niezmiennym poziomie utrzymywały się wydatki państwa na turystykę – około 3 mld zł (w 2011 r. wyniosły dokładnie 3,3 mld zł).

Wykres 7. Gospodarka turystyczna w latach 2007-2011 (w mld zł)



* Wydatki na podróże służbowe obliczono przyjmując udział tych wydatków w PKB.

** Wydatki wszystkich szczebli administracji na podstawie RST 2002, a w 2008, 2009 i 2010 roku na podstawie wzrostu PKB w latach 2008-2010 (przyjęto udział wydatków w PKB). Wydatki wszystkich szczebli administracji w poz. Budżetowej 630 wyniosły w 2006 roku 209,2 mln zł.

Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki MSiT na podstawie danych Instytutu Turystyki.

Istotne znaczenie odgrywa turystyka w **wymianie handlowej Polski**. W 2011 r. eksport turystyczny⁷⁰ wyniósł 31,5 mld zł, co stanowiło 4,7% eksportu ogółem. Eksport turystyczny uległ zwiększeniu w porównaniu z rokiem 2007 o 2,4 mld zł (wzrost o 8%). Ogółem w latach 2007-2011 udział turystyki w eksporcie utrzymywał się na poziomie 5-6%.

⁷⁰ Turystyka przyjazdowa wraz z przychodami płynącymi z jej tytułu (a więc wydatki turystów zagranicznych i odwiedzających jednodniowych) jest zdefiniowana jako eksport usług.

Tabela 11. Udział turystyki międzynarodowej w eksporcie w latach 2007-2011

Eksport	2007	2008	2009	2010	2011
Eksport towarów i usług wg NBP	479,6 mld	508,9 mld	530,3 mld	598,1 mld	677,0 mld
Eksport turystyczny (wydatki cudzoziemców w Polsce) wg IT	29,1 mld	28,1 mld	27,8 mld	28,9 mld	31,5 mld
Udział turystyki w eksporcie	6,1%	5,6%	5,2%	4,8%	4,7%

Źródło: Rachunki narodowe 2005 - 2009 GUS, Bilans płatniczy 2010-2011 NBP, Instytut Turystyki (oszacowania wydatków w latach 2005-2011).

Tabela 12. Udział turystyki międzynarodowej w imporcie w latach 2007-2011

Import	2007	2008	2009	2010	2011
Import towarów i usług wg NBP	513,4 mld	559,5 mld	529,3 mld	624,2 mld	699,4 mld
Import turystyczny (wydatki mieszkańców Polski w czasie podróży zagranicznych) wg IT	19,0 mld	18,5 mld	13,5 mld	18,3 mld	11,7 mld
Udział turystyki w imporcie	3,7%	3,3%	2,6%	2,9%	1,7%
Bilans wymiany handlowej z turystyki (export turystyczny –import turystyczny)	9,5 mld	5,7 mld	9,8 mld	10,6 mld	19,8 mld

Źródło: Rachunki narodowe 2005 - 2009 GUS, Bilans płatniczy 2010-2011 NBP, Instytut Turystyki (oszacowania wydatków w latach 2005-2011).

W 2011 r. odnotowano spadek importu turystycznego do poziomu 11,7 mld zł z poziomu 18,3 mld zł w 2010 r. Ogólnie w latach 2007-2011 zaobserwowano dwa znaczące spadki importu turystycznego: w roku 2009 oraz we wspomnianym roku 2011. Zmniejszenie wydatków mieszkańców Polski w czasie podróży zagranicznych w wyżej wymienionych latach odzwierciedla tendencje związane ze światowym kryzysem gospodarczym. W przedmiotowym okresie wydatki mieszkańców Polski na podróże zagraniczne nie spadły jednak w tak widoczny sposób (spadek w 2009 r. i 2011 r. odpowiednio o 1,3 mld zł oraz 3,5 mld zł). Pokazuje to, że spadek wydatków podczas podróży zagranicznych nie był wynikiem podobnego spadku w liczbie podróży zagranicznych – Polacy wyjeżdżali za granicę, ale ograniczali swoje wydatki podczas tych wyjazdów. Ogółem, bilans wymiany handlowej z turystyki wzrósł znacząco w latach 2007-2011: z poziomu 9,5 mld zł do 19,8 mld zł, ze spadkiem w roku 2008 (5,7 mld zł). Jest to wynikiem wzrostu eksportu turystycznego o 8% przy jednoczesnym spadku importu o 40%.

Wpływ światowego kryzysu gospodarczego na sektor turystyczny w Polsce

Kryzys gospodarczy zdominował sytuację gospodarczą i polityczną na świecie w 2009 r., zaś jego skutki miały wpływ na kondycję gospodarki światowej. Pojawiły się problemy inflacyjne, podatkowe spowodowane wprowadzaniem w krajach

wysokorozwiniętych tzw. „pakietów podtrzymujących gospodarkę”⁷¹ oraz problemy związane ze wzrostem długu publicznego i realnych stóp procentowych osłabiające tempo wzrostu gospodarczego. Kryzys w istotny sposób wpłynął na przekształcenia na gospodarczej mapie świata doprowadzając do wzrostu znaczenia krajów rozwijających się (*emerging markets*): tylko w 2009 r. tempo rozwoju gospodarczego w Azji Południowo-Wschodniej i Południowej wyniosło 6,5% wobec roku 2008 (UE: -4,0%, Stany Zjednoczone: -2,3%). Kryzys przyczynił się także do wzrostu bezrobocia w krajach wysokorozwiniętych.

Na światowym rynku podróży i turystyki kryzys został bardzo silnie odnotowany: w 2009 r. wartość globalnego popytu turystycznego spadła o 10,2%. Spowolnienie dotknęło zarówno ruch międzynarodowy, jak i wewnątrzkrajowy, ruch i wydatki biznesowe oraz inwestycje w sektorze turystyki. Ilustruje to fakt, że osłabienie dotknęło w większym stopniu całą gospodarkę turystyczną niż tylko przemysł turystyczny – kryzys wpłynął na zachowania turystów, którzy zmniejszyli tzw. wydatki okołoturystyczne. Dane prezentowane przez UNWTO pokazują, że spadek przychodów z tytułu przyjazdów był większy niż spadek ruchu: liczba podróży międzynarodowych zmniejszyła się w 2009 r. o 4,3%, zaś globalne wpływy z turystyki międzynarodowej o ok. 8-8,5%. Wynikało to z podstawy „wyjechać na wakacje trzeba, ale wydać musimy mniej”⁷². Rok 2009 był bardzo niekorzystny także dla branży lotniczej, z wyjątkiem tzw. linii niskokosztowych, które w 2009 r. obsłużyły więcej pasażerów niż w 2008 r. Turystyka okazała się obszarem bardzo wrażliwym wobec kryzysu, wskutek czego niektóre z państw wprowadziły specjalne instrumenty wsparcia tej branży⁷³.

Polska gospodarka również odczuła skutki kryzysu. Mimo utrzymania wzrostu PKB wzrosło bezrobocie i pogorszyła się znacznie sytuacja finansów publicznych⁷⁴. Ponadto, na przestrzeni 2009 r. relacje kursowe PLN do euro i dolara były stosunkowo niestabilne.

Kryzys wpłynął na gospodarkę turystyczną: w 2009 r. zmniejszeniu uległ popyt turystyczny o 4,3%, udział gospodarki turystycznej w PKB spadł z poziomu 5,9% do 5,3% (spadek z 75 mld zł do 70 mld zł). Nieznacznie zmniejszył się udział turystyki w eksporcie: z 5,6% w 2008 r. do 5,2% w 2009 r., jednak wartości bezwzględne eksportu turystycznego (wydatki cudzoziemców w Polsce) praktycznie pozostały bez zmian: 28,1 mld zł w 2008 r. oraz 27,8 mld zł w 2009 r.

Pogorszyły się wskaźniki w większości segmentów działalności turystycznej: w 2009 r. spadła liczba podróży krajowych (o 12%) i zagranicznych Polaków (o 21,7%).

⁷¹ T. Dziedzic, K. Łopaciński, A. Saja, J. Szegidewicz, *Polska gospodarka w okresie światowego kryzysu*, Instytut Turystyki, Polska Agencja Rozwoju Turystyki S.A., Warszawa 2010 (opracowanie wykonane na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki), s. 6.

⁷² *Ibidem*, s.12-14.

⁷³ Przykładowo w wybranych państwach Europy zastosowano następujące instrumenty: redukcja podatków lokalnych; zmiana stawek VAT za usługi hotelowe; ułatwienia kredytowe dla inwestycji turystycznych; redukcja opłat lotniskowych; zwiększenie środków na badania nad turystyką; stworzenie programów wsparcia turystyki krajowej (turystyka socjalna, czeki wakacyjne); ułatwienia wizowe. Działania te były szczególnie rozbudowane w krajach, gdzie gospodarka turystyczna odgrywa ważną rolę w gospodarce narodowej (Europa Południowa). Więcej: *Ibidem*, s. 16-17 oraz s. 54-57.

⁷⁴ Informacje nt. sytuacji makroekonomicznej Polski w latach 2007-2011 w podrozdziale 4.1.

Na zmniejszenie częstotliwości wyjazdów zagranicznych wpływ miał m.in. spadek wyjazdów w celach biznesowych, związany z oszczędnościami przedsiębiorstw. Kryzys w znacznie większy sposób wpłynął na zmniejszenie wydatków Polaków podczas wyjazdów zagranicznych niż podczas krajowych. Ponadto, spadek przyjazdów turystycznych do Polski w 2009 r. był bardziej widoczny niż w Europie, na co wpływ miało m.in. zmniejszenie liczby przyjazdów po przystąpieniu Polski do układu z Schengen⁷⁵. Zmniejszyła się również liczba korzystających z bazy noclegowej oraz liczba pasażerów na polskich lotniskach⁷⁶.

Do pozytywnych zjawisk odnotowanych w roku 2009 r. należy zaliczyć znikomy spadek wydatków cudzoziemców w Polsce, wzrost ruchu czarterowego oraz wzrost bazy hotelowej. Ponadto, wsparcie branży turystycznej poprzez środki finansowe w ramach wieloletniej perspektywy finansowej UE 2007-2013, było jednym z czynników osłabiających negatywne skutki kryzysu na poziomie gospodarki turystycznej⁷⁷. Łagodzenie następstw recesji odbywało się także poprzez działania na rzecz zdefiniowania wpływu kryzysu gospodarczego na branżę turystyczną w ramach Międzyresortowego Zespołu do spraw koordynacji zadań Rządu określonych w „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku;” wsparcie przedsiębiorców – w szczególności MŚP (zmiany prawne, ułatwienia w dostępie do kredytów, liberalizacja warunków prowadzenia działalności gospodarczej); działania promocyjne Polski realizowane przez Polską Organizację Turystyczną,

Podsumowanie

- W „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku” określono jeden wskaźnik tworzący system monitoringu i ewaluacji realizacji celów polityki turystycznej w odniesieniu do gospodarki turystycznej: udział gospodarki turystycznej w PKB (poniższa tabela). Udział gospodarki turystycznej w PKB utrzymywał się w latach 2007-2011 na poziomie ok. 5% – powyżej zakładanego w „Kierunkach” poziomu. Zgodnie z prognozami przed Polską stoi perspektywa rozwoju sektora turystycznego do 5,8% PKB – wzrost z 72,7 mld zł do ponad 120 mld zł (w 2022 r.). W 2011 r. eksport turystyczny wyniósł 31,5 mld zł, co stanowiło 4,7% eksportu ogółem.

Lp.	Wskaźniki	2007- prognoza	2007 - realizacja	2008 - prognoza	2008- realizacja	2009- prognoza	2009- realizacja	2010- prognoza	2010- realizacja	2011- prognoza	2011- realizacja
1.	Udział gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB (w %)*	4,62	6,0	4,59	5,9	4,65	5,3	4,76	5,3	4,76	4,9

Czerwona czcionka – wskaźnik poniżej założeń, zielona czcionka – wskaźnik powyżej założeń.

*bez wydatków państwa na turystykę oraz podróży służbowych.

⁷⁵ Prawie 1/3 ogólnej liczby spadków przyjazdów przypada na 3 kraje sąsiadujące z Polską: Ukrainę, Białoruś. Rosję. Z drugiej strony spadek wielkości przyjazdów do Polski związany był z recesją gospodarczą w państwach emisyjnych i nawet duże zintensyfikowanie działań promocyjnych Polski nie miało możliwości przełożenia się na wielkość ruchu. Więcej: *Ibidem*, s. 27-28. Informacje nt. ruchu turystycznego w rozdziale 6.

⁷⁶ Informacje nt. transportu lotniczego w rozdziale 8.

⁷⁷ Informacje nt. funduszy unijnych w turystyce w rozdziale 7.

- Turystyka wpływa na rozwój innych sektorów poprzez wydatki pośrednie oraz elastycznie stymuluje tworzenie nowych miejsc pracy – w sektorze turystyki i w sektorach pokrewnych. Ponad 90% przedsiębiorstw turystycznych to MŚP;
- Wahania gospodarcze i walutowe w roku 2009 w istotny sposób wpłynęły na turystykę w Polsce – spadł udział gospodarki turystycznej w PKB oraz w eksporcie. Na problemy nałożyły się występujące w latach kolejnych zjawiska społeczno-polityczne i katastrofy naturalne⁷⁸. Wydłużył się okres wychodzenia branży z kryzysu, jednocześnie jednak turystyka jako jedna z niewielu na świecie w 2011 r. odnotowała wzrost (9% światowego PKB) – także w liczbie turystycznych przyjazdów międzynarodowych (980 mln w 2011 r., wzrost o 4,4% w stosunku do roku 2010).

4.4. Zatrudnienie w turystyce

W latach 2007-2010 liczba osób pracujących w Sekcji I. Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (Polska Klasyfikacja Działalności 2007) wahała się na poziomie 170-200 tys. osób. W roku 2007 było to 181 tys., następnie w 2008 r. zaobserwowano wzrost do 209 tys. W 2011 r. liczba osób pracujących w Sekcji I spadła do 171,8 tys. Liczba osób pracujących w Sekcji I stanowiła ok. 1,2 % w stosunku do ogólnej liczby pracujących w wieku powyżej 15 lat w okresie 2007-2011 w Polsce – ok. 16 mln osób.

Światowa Rada Podróży i Turystyki (WTTC) podaje, że liczba osób pracujących w sektorze turystyki w Polsce wyniosła w 2011 r. 306 tys. osób (ok. 2% ogółu pracujących). W gospodarce turystycznej – biorąc pod uwagę sektory pokrewne na które wpływa turystyka – było to 761 tys. osób (4,7% ogólnego zatrudnienia)⁷⁹.

Największe zatrudnienie w turystyce w latach 2007-2011 zarejestrowano w woj. mazowieckim – średnio ok. 25 tys. osób, śląskim – ponad 20 tys. osób, małopolskim – ok. 20 tys. oraz w dolnośląskim i pomorskim (średnio powyżej 15 tys. osób). Natomiast najmniejsze zatrudnienie w turystyce w 2009 r. zarejestrowano w woj. opolskim, świętokrzyskim oraz podlaskim – średnio ok. 4 tys. osób. Zróżnicowanie regionalnie może być wynikiem m.in. dużej koncentracji ruchu turystycznego wokół największych miast i rosnącym potencjałem turystyki w miastach i kulturowej.

Należy zauważyć, że turystyka jest sektorem niezwykle pracochłonnym, wymagającym dużej rzeszy osób o niezbyt wysokich kwalifikacjach oraz wysoce wyspecjalizowanej kadry zarządzającej. Z tego względu, w turystyce istnieje możliwość stosunkowo szybkiego przyuczenia do zawodu – kreacja strony podaźowej na rynku pracy może przebiegać relatywnie szybko i przynosić wymierne efekty społeczno-gospodarcze

⁷⁸ Niektóre z nich: erupcja wulkanu Eyjafjallajökull (Islandia) w kwietniu 2010 r., co spowodowało zamknięcie przestrzeni powietrznej w większości krajów Europy oraz zamieszki polityczne w Północnej Afryce (m.in. w Tunezji, Algierii, Libi, Egipcie) na przełomie 2010 i 2011 r.

⁷⁹ *Travel & Tourism Economic Impact 2012. Poland*, s. 4.

w krótkim czasie⁸⁰. Turystyka generuje także dodatkowe miejsca pracy w sektorach pokrewnych. Jak już wcześniej zauważono szacuje się, że 1 miejsce pracy w sektorze turystyki generuje dodatkowo do 3-4 miejsc pracy w infrastrukturze okołoturystycznej.

Tabela 13. Pracujący w Sekcji I według województw w latach 2007-2010

Województwo	wg PKD 2007			
	2007	2008	2009	2010
Polska ogółem	181 108	209 413	187 252	171 795
DOLNOŚLĄSKIE	14526	17659	15204	14045
KUJAWSKO-POMORSKIE	7546	8758	7662	6888
LUBELSKIE	6726	7763	7119	6771
LUBUSKIE	4900	5654	4962	4290
ŁÓDZKIE	9885	11352	9350	8347
MAŁOPOLSKIE	19167	22422	20656	19524
MAZOWIECKIE	23403	25663	26386	25112
OPOLSKIE	4471	5325	4288	3912
PODKARPACKIE	6704	8170	7275	6959
PODLASKIE	3909	4530	4258	3907
POMORSKIE	14410	17309	16285	14763
ŚLĄSKIE	24110	27351	23805	20858
ŚWIĘTOKRZYSKIE	4340	5251	4442	3783
WARMIŃSKO-MAZURSKIE	6020	6653	5615	5558
WIELKOPOLSKIE	15549	17280	15774	14342
ZACHODNIOPOMORSKIE	15442	18273	14171	12736

Źródło: Bank Danych Regionalnych Główny Urząd Statystyczny (08.2012 r.).

W takiej sytuacji istotne jest zwiększenie znaczenia turystyki w gospodarce, w szczególności jej udziału w PKB – w celu zwiększenia zatrudnienia w tym sektorze. Obecne wskaźniki zatrudnienia – 4,7% ogółu pracujących w gospodarce turystycznej – odbiegają od poziomu udziału turystyki na rynku pracy Unii Europejskiej (pracujący w gospodarce turystycznej stanowią 8,5 % całkowitej siły roboczej UE⁸¹) oraz na rynku światowym (8,7%). Pokazuje to potencjał, który Polska powinna wykorzystać przy rozwiązywaniu problemów rynku pracy. Zgodnie z prognozami WTTC w 2022 r. liczba osób pracujących w sektorze turystyki w Polsce może osiągnąć prawie 400 tys., zaś w gospodarce turystycznej - ok. 950 tys. (5,8%).

Rejestrowane bezrobocie w turystyce i gastronomii

Liczba zarejestrowanych bezrobotnych w Polsce (stan na 30 czerwca danego roku) w latach 2007-2011 była zróżnicowana – wahania związane były ze światowym kryzysem gospodarczym oraz wynikającymi z niego problemami na rynku pracy w Polsce. W 2007 r.

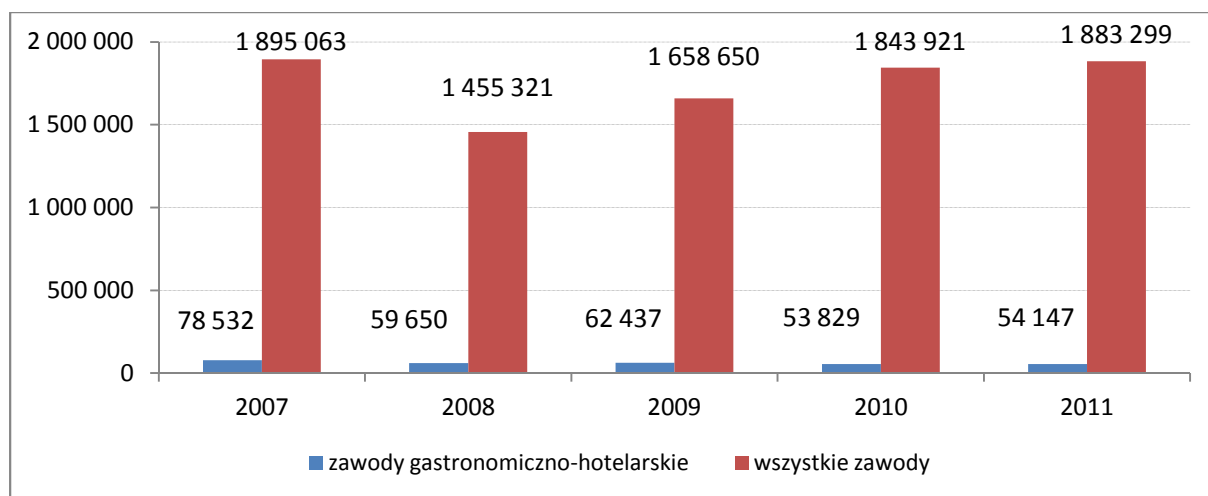
⁸⁰ T. Dziedzic, K. Łopaciński, A. Saja, J. Szegidewicz, *Wpływ światowego kryzysu gospodarczego na stan i perspektywy rozwoju sektora turystyki w Polsce*, Instytut Turystyki, Warszawa 2009 (opracowanie wykonane na zlecenie Ministerstwa Sportu i Turystyki), s. 26.

⁸¹ Travel & Tourism Economic Impact 2012. European Union, s. 3-4.

liczba ta wyniosła 1,89 mln, w połowie 2008 r. zmalała do poziomu 1,45 mln, a następnie wzrastała – do poziomu ponad 1,8 mln w roku 2011.

Jednocześnie bezrobocie w zawodach gastronomiczno-hotelarskich w latach 2007-2011 systematycznie malało z poziomu 78,5 tys. w 2007 r. do poziomu 54,1 tys. w 2011 r. (spadek o ok. 31%). Pozostało to jednak bez wpływu na udział liczby bezrobotnych w zawodach gastronomiczno-hotelarskich w liczbie bezrobotnych ogółem. W przedmiotowym okresie udział ten stanowił ok. 3-4%.

Wykres 8. Zarejestrowani bezrobotni w połowie roku w latach 2007-2011 w zawodach gastronomiczno-hotelarskich oraz wszystkich zawodach (stan na 30 czerwca danego roku)

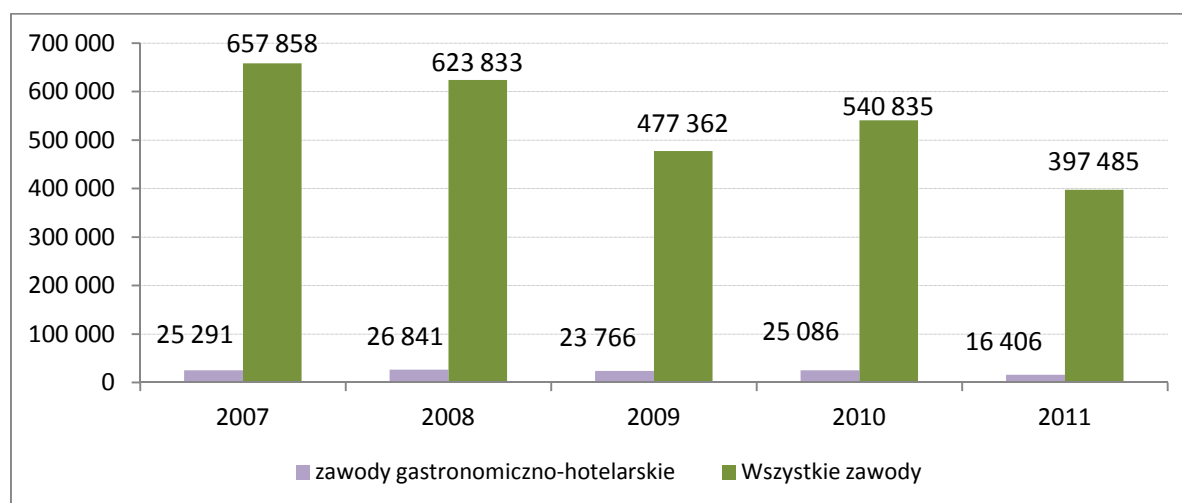


Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki na podstawie danych Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej.

Liczba zgłoszonych ofert w urzędach pracy w pierwszej połowie roku w latach 2007-2011 w zawodach gastronomiczno-hotelarskich wyniosła 25 tys. w 2007 r. oraz 26,8 tys. w 2008 r. W kolejnych latach nastąpił zdecydowany spadek liczby ofert w wymienionych zawodach od poziomu 23,7 tys. w 2009 r. do poziomu 16,4 tys. ofert w 2011 r., jedynie z nieznacznym wzrostem do poziomu 25 tys. w 2010 r. Jest to zjawisko wynikające przede wszystkim z obserwowanych na poziomie horyzontalnym trendów.

Liczba ofert ogółem, zgłoszonych we wszystkich zawodach w latach 2007-2011, spadła dramatycznie w roku 2011 r. do prawie 400 tys. (z poziomu 657 tys. w 2007 r. oraz 540 tys. w 2010 r.). Jest to spadek o prawie 40%, natomiast dla zawodów gastronomiczno-hotelarskich spadek ten wynosi 36%. Prognozowana w latach kolejnych 2012-2013 kolejna fala spowolnienia gospodarczego oraz problemy z wysoką stopą bezrobocia w innych państwach Unii Europejskiej, nie zachęcają pracodawców do zgłaszania zapotrzebowania na nowych pracowników. Należy zwrócić uwagę, że w sytuacji wahań koniunkturalnych wrasta liczba osób zatrudnianych sezonowo, bez podpisywania umowy o pracę bądź umowy cywilnoprawnej (tzw. praca nierejestrowana). Redukcja zatrudnienia spowodowana zjawiskami kryzysowymi powoduje wzrost skłonności pracowników do samozatrudnienia (tworzenie samodzielnych form działalności gospodarczej, mikroprzedsiębiorstw).

Wykres 9. Liczba ofert pracy zgłoszonych w trakcie pierwszej połowy roku w zawodach gastronomiczno-hotelarskich oraz we wszystkich zawodach ogółem w latach 2007-2010



Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki na podstawie danych Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej.

Na jedną ofertę pracy w zawodach gastronomiczno-hotelarskich w okresie 2007-2011 przypadało od 2 do 3 bezrobotnych. Udział ofert pracy zgłoszonych w zawodach gastronomiczno-hotelarskich do wszystkich ofert pracy ogółem w analizowanym okresie wyniósł od 3,8-4,9%. Do najbardziej poszukiwanych⁸² przez pracodawców zawodów wśród zawodów gastronomiczno-hotelarskich w urzędach pracy zaliczyć można: pozostałych kucharzy (ponad 3 oferty na 1 osobę bezrobotną w 2010 i 2011 r.), przewodnika turystycznego terenowego (ok. 2 ofert/ 1 osobę w 2010 i 2011 r.), pokojową (ok. 2 ofert/ 1 osobę w 2010 r.). Do najmniej poszukiwanych zawodów spośród zawodów turystycznych za pośrednictwem urzędów pracy⁸³ można zaliczyć: przewodnika turystycznego górskiego⁸⁴, organizatora usług hotelarskich (145 osoby bezrobotne na 1 ofertę w 2011 r.), organizatora usług gastronomicznych (57 osoby/1 ofertę w 2011 r.).

Podsumowanie

- Liczba osób pracujących w sektorze turystyki wyniosła w latach 2007-2011 r. ok. 200-300 tys. osób. W gospodarce turystycznej liczba osób pracujących wyniosła ok. 761 tys. osób (4,7% ogólnego zatrudnienia). W przedmiotowym okresie udział liczby bezrobotnych w zawodach gastronomiczno-hotelarskich w liczbie bezrobotnych ogółem stanowił ok. 3-4%;
- Zgodnie z szacunkami ekspertów 1 miejsce pracy w sektorze turystyki generuje dodatkowo do 3-4 miejsc pracy w infrastrukturze okołoturystycznej. Z tego względu turystyka ma ogromny potencjał w walce z bezrobociem generując systematycznie nowe miejsca pracy, szczególnie poprzez powstawanie mikroprzedsiębiorstw i MŚP.

⁸² Zawodów, dla których liczba ofert pracy była równa lub większa liczbie bezrobotnych według stanu na 30 czerwca 2010 r. i 30 czerwca 2011 r.

⁸³ Zawodów, dla których liczba osób zarejestrowanych jako bezrobotne przekraczała ponad dziesięciokrotnie liczbę ofert pracy zgłoszonych w urzędach według stanu na 30 czerwca 2010 r. i 30 czerwca 2011 r.

⁸⁴ Brak ofert pracy w analizowanym okresie.

5. CHARAKTERYSTYKA PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH

5.1. Biura podróży

Istotną grupą podmiotów gospodarczych funkcjonujących na rynku usług turystycznych są biura podróży. Działalność biur podróży, poza przepisami ogólnymi (horyzontalnymi) dotyczącymi podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej, jest regulowana przepisami szczególnymi (sektorowymi), w tym przede wszystkim przepisami rozdziału 2. i 3. ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268, z późn. zm.) oraz aktów wykonawczych do tej ustawy. Ustawa o usługach turystycznych nie posługuje się pojęciem biura podróży, lecz przewiduje trzy formy działalności prowadzonej pod tą potocznie używaną nazwą. Jest to działalność:

- organizatorów turystyki - zgodnie z przepisami art. 3 pkt 4 i 5 ustawy o usługach turystycznych, organizator turystyki to przedsiębiorca, którego działalność polega na organizowaniu imprez turystycznych, czyli przygotowywaniu lub oferowaniu, a także realizacji imprez turystycznych;
- pośredników turystycznych – zgodnie z przepisami art. 3 pkt 6 ww. ustawy, pośrednik turystyczny to przedsiębiorca, którego działalność polega na wykonywaniu, na zlecenie klienta, czynności faktycznych i prawnych związanych z zawieraniem umów o świadczenie usług turystycznych;
- agentów turystycznych - zgodnie z przepisami art. 3 pkt 7 ww. ustawy, agent turystyczny to przedsiębiorca, którego działalność polega na stałym pośredniczeniu w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych na rzecz organizatorów turystyki posiadających zezwolenie w kraju lub na rzecz innych usługodawców posiadających siedzibę w kraju.

Zgodnie z art. 4 ust. 1 ustawy o usługach turystycznych, działalność gospodarcza w zakresie organizowania imprez turystycznych oraz pośredniczenia na zlecenie klientów w zawieraniu umów o świadczenie usług turystycznych jest działalnością regulowaną w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jednolity: Dz. U. z 2010 r. Nr 220, poz. 1447, z późn. zm.) i wymaga uzyskania wpisu w rejestrze organizatorów turystyki i pośredników turystycznych⁸⁵. Wpis do rejestru organizatorów turystyki i pośredników turystycznych może uzyskać tylko taki przedsiębiorca, który spełnia warunki określone w ww. ustawie o usługach turystycznych. W aktualnym stanie prawnym warunkiem uzyskania wpisu do rejestru, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych, jest przedstawienie dokumentów potwierdzających posiadanie zabezpieczenia finansowego na wypadek niewypłacalności w formie określonej przedmiotową ustawą.

Natomiast zgodnie z art. 4 ust. 2 ustawy o usługach turystycznych działalność gospodarcza agentów turystycznych nie jest działalnością regulowaną w rozumieniu ustawy o swobodzie działalności gospodarczej i w związku z tym nie podlega wpisowi do rejestru

⁸⁵ Organem właściwym do prowadzenia rejestru jest marszałek województwa właściwy ze względu na siedzibę przedsiębiorcy; minister właściwy do spraw turystyki prowadzi Centralną Ewidencję Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych.

organizatorów turystyki i pośredników turystycznych. W myśl przepisów art. 10b przedmiotowej ustawy, agent turystyczny jest natomiast zobowiązany do wykonywania działalności tylko na rzecz organizatorów uprawnionych do zawierania umów z klientami na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, a więc posiadających wpis do rejestru organizatorów turystyki i pośredników turystycznych, a także do jednoznacznego wskazywania w umowach zawieranych z klientami właściwego organizatora turystyki, którego reprezentuje, oraz do działania na podstawie ważnej umowy agencyjnej.

W środowisku organizatorów turystyki, pośredników turystycznych i agentów turystycznych nie funkcjonuje jeden ogólnokrajowy, spójny i jednolity samorząd gospodarczy – m.in. ze względu na sprzeczne interesy poszczególnych grup podmiotów. Ponadto, rozdrobnienie branży nie sprzyja powstawaniu takiego samorządu. Warto jednak zauważyć, że na poziomie krajowym liczba stowarzyszeń ogranicza się wyłącznie do czterech:

- Polska Izba Turystyki (PIT), istniejąca od 1990 r.;
- Izba Turystyki Rzeczypospolitej Polskiej (ITRP), która powstała w 2009 r. jako następca Rady Krajowej Izb Turystyki w Polsce (RKIT), istniejącej od 1995 r.;
- Polski Związek Organizatorów Turystyki (PZOT), który powstał w 2011 r.;
- Ogólnopolskie Stowarzyszenie Agentów Turystycznych (OSAT), które powstało w 2011 r.

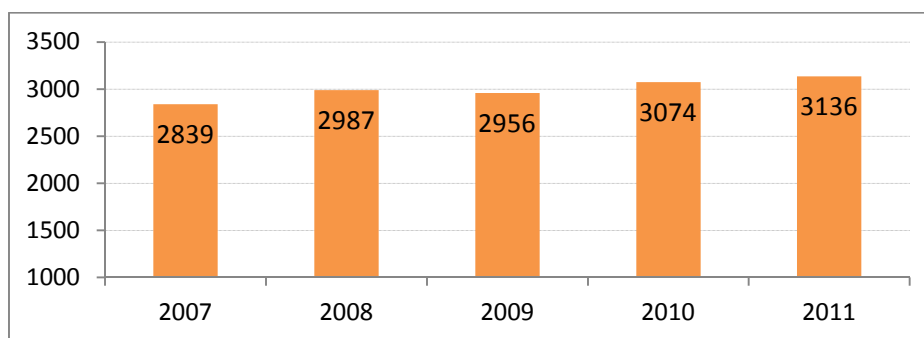
Rola samorządu gospodarczego branży turystycznej polega m.in. na reprezentowaniu interesów gospodarczych swoich członków, wypełnianiu zadań partnerów społecznych w procesie stanowienia prawa, podnoszeniu poziomu i kultury obsługi turystów poprzez samokształcenie w formie wyjazdów studyjnych, warsztatów, seminariów i konferencji, konkursów branżowych, kształtowaniu zasad etyki w działalności gospodarczej oraz firmowaniu jakości usług świadczonych przez swojego członka prestiżem nazwy organizacji.

Organizatorzy turystyki i pośrednicy turystyczni – zmiany ilościowe

W latach 2007-2011 liczba organizatorów turystyki i pośredników turystycznych ulegała nieznacznym wahaniom. W 2008 r. nastąpił wzrost o 5% w liczbie analizowanych podmiotów. W 2009 r. zarejestrowano nieznaczny spadek o 1% w ich liczbie, co mogło być wynikiem m.in. światowego kryzysu gospodarczego w Polsce. Natomiast w 2010 r. zarejestrowano kolejny wzrost o 4%. W 2011 r. utrzymała się tendencja wzrostowa wynosząca 2% i w drugiej połowie roku (wrzesień 2011 r.) na polskim rynku turystycznym funkcjonowało 3136 organizatorów turystyki i pośredników turystycznych.

W poszczególnych województwach liczba organizatorów turystyki i pośredników turystycznych jest zróżnicowana. W województwie o większej liczbie mieszkańców i o większej powierzchni oraz o wyższym poziomie urbanizacji, a więc potencjalnie większym popycie na usługi turystyczne, oczywiście jest zarejestrowanych więcej biur podróży.

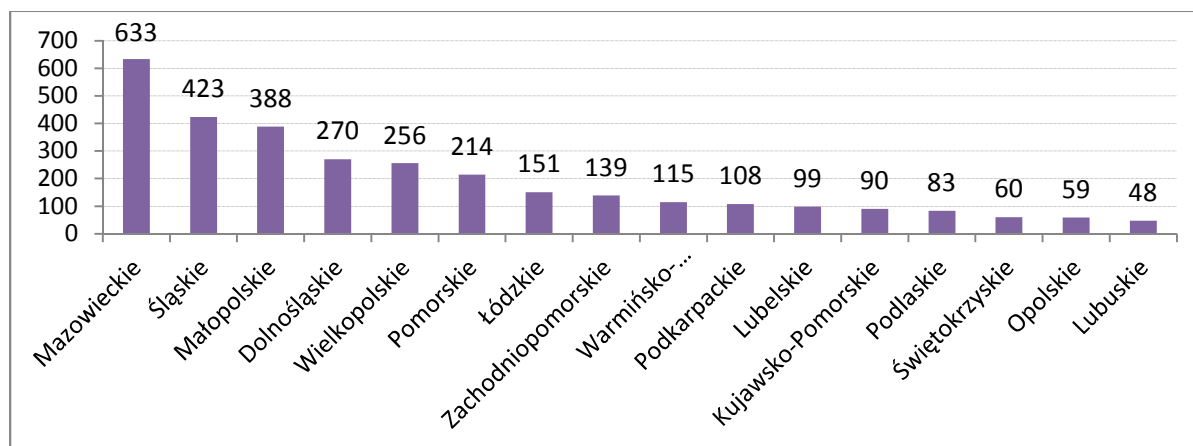
Wykres 10. Liczba organizatorów turystyki i pośredników turystycznych w latach 2007-2011



Źródło: za lata 2007-2010 Instytut Turystyki na podstawie danych z Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych; 2010 r. – stan na 9.12.2010 r.; 2011 r. – stan na 11.01.2012.

Najwięcej biur podróży jest zarejestrowanych w województwie mazowieckim – 633 w 2011 r., co stanowiło 20% wszystkich organizatorów turystyki i pośredników turystycznych, w województwie śląskim – 423, co stanowiło 13% analizowanych podmiotów oraz w województwie małopolskim – 388, tj. 12%. Najmniej biur podróży zarejestrowanych było w województwie lubuskim – 48 w 2011 r. (tj. 1,5% wszystkich podmiotów turystycznych).

Wykres 11. Liczba organizatorów turystyki i pośredników turystycznych według województw w 2011r.



Źródło: Centralna Ewidencja Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych (XII 2011).

Według rejestru REGON na dzień 31 grudnia 2011 r. prawie 97% podmiotów prowadzących działalność związaną z turystyką (sekcja PKD 2007: N 79)⁸⁶ to tzw. mikroprzedsiębiorstwa, zatrudniające do 9 osób. Ponadto, z danych dla grupy PKD 79.1 "Działalność agentów i pośredników turystycznych oraz organizatorów turystyki",

⁸⁶ Sekcja PKD 2007: N 79: Działalność organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych oraz pozostała działalność usługowa w zakresie rezerwacji i działalności z nią związane. Stan rejestru REGON na 31 grudnia 2011 r. na 12895 podmiotów w tej sekcji PKD: 12566 podmiotów zatrudniających do 9 osób, 302 podmioty zatrudniające 10-49 osób, 20 (50-249), 6 (250-999), 1 (1000 i więcej). Źródło: Główny Urząd Statystyczny, Rejestr REGON, http://www.stat.gov.pl/bip/389_5699_PLK_HTML.htm.

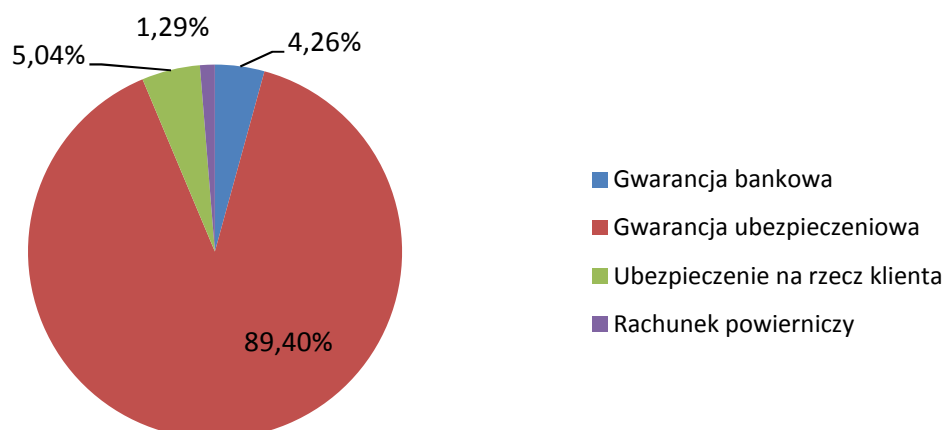
uzyskanych na podstawie formularza F-01/I-01 za lata 2009-2011, wynika, że zysk ze sprzedaży netto dla jednostek zatrudniających powyżej 9 osób (sprawozdawczością objęto 88 podmiotów – małe i średnie przedsiębiorstwa z grupy 79.1) wyniósł w 2009 r. 37 mln zł, w 2010 r. – 52 mln zł, a w 2011 r. – 56 mln zł, natomiast strata netto zarejestrowana w tej grupie podmiotów wyniosła w 2009 r. 91 mln zł., a w latach 2010-2011 osiągnęła odpowiednio wysokość 50 i 54 mln zł. Oznacza to, iż przeciętnie podmiot zatrudniający powyżej 9 osób charakteryzował się w 2009 r. ujemnym wynikiem finansowym wynoszącym 620 tys. na jedną jednostkę (w 2010 r. odnotowano zysk na jednostkę w wysokości 23 tys. zł, natomiast w 2011 r. kolejną stratę netto w wysokości 94 tys. zł). Jednakże analizując biura podróży pod względem liczby osób zatrudnionych można wskazać, iż małe biura podróży (zatrudniające od 10 do 49 pracowników) w 2009 r. charakteryzowały się zyskiem netto wynoszącym 12 mln, tyle samo w 2010 r., natomiast w 2011 r. – 7,3 mln zł. Średnie i duże biura podróży (tj. zatrudniające 50 pracowników i więcej) charakteryzowały się w 2009 r. stratą wynoszącą 66 mln zł, w 2010 r. – tylko 9,9 mln zł, natomiast w 2011 r. – 15,7 mln zł.

Zabezpieczenie finansowe na wypadek niewypłacalności przedsiębiorcy turystycznego może być zrealizowane w formie gwarancji bankowej lub gwarancji ubezpieczeniowej lub ubezpieczenia na rzecz klientów. Należy zauważyć, że w roku 2010⁸⁷ dla ułatwienia prowadzenia działalności biur podróży rozszerzono możliwe formy zabezpieczeń finansowych wymaganych od organizatorów turystyki i pośredników turystycznych o dodatkową formę, tj. przyjmowanie wpłat klientów na rachunek powierniczy. Organizator turystyki i pośrednik turystyczny może zastosować tę formę zabezpieczenia, jeżeli wykonuje usługi turystyczne wyłącznie na terenie kraju i złoży marszałkowi województwa oświadczenie o przyjmowaniu wpłat wyłącznie na rachunek powierniczy.

Na przestrzeni lat 2007-2011 udział poszczególnych form zabezpieczeń finansowych na wypadek niewypłacalności organizatorów turystyki i pośredników turystycznych działających w Polsce ulegał zmianom. Na początku 2012 r. dominującym typem zabezpieczenia była gwarancja ubezpieczeniowa, którą posiada ponad 89% przedsiębiorców (2767 na 3095). Gwarancja bankowa stanowi zabezpieczenie jedynie dla 4,3% przedsiębiorstw, a ubezpieczenie na rzecz klienta 5%. Rachunek powierniczy to zabezpieczenie finansowe dla 1,3% przedsiębiorstw (40 przedsiębiorstw), najwięcej przedsiębiorstw korzysta z tej formy zabezpieczenia w województwie śląskim (21).

⁸⁷ Ustawa z dnia 29 kwietnia 2010 r. o zmianie ustawy o usługach turystycznych oraz o zmianie ustawy – Kodeks wykroczeń (Dz. U. Nr 106 poz. 672) - weszła w życie w dniu 17 września 2010 r.

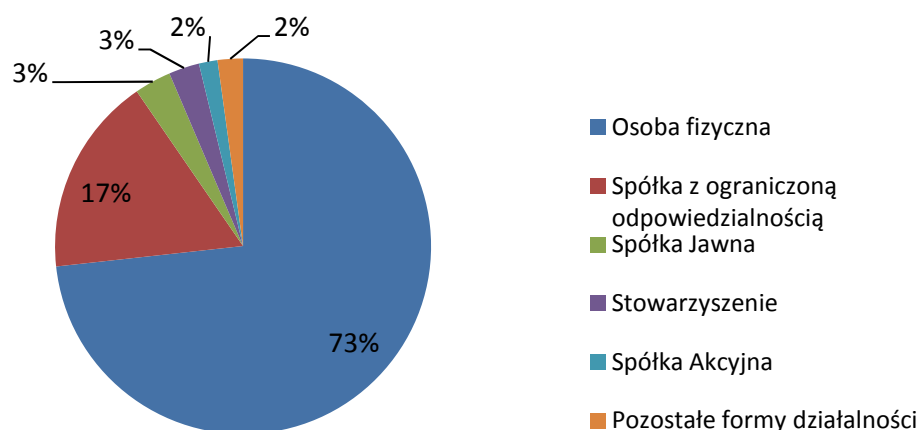
Wykres 12. Udział poszczególnych form zabezpieczeń finansowych (w %) w zabezpieczeniach finansowych organizatorów turystyki i pośredników turystycznych



Źródło: Centralna Ewidencja Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych (stan na 09.01.2012).

Dominującą formą prawną wśród organizatorów turystyki i pośredników turystycznych jest „osoba fizyczna” (w 2011 r. 73% wszystkich organizatorów turystyki i pośredników turystycznych korzystało właśnie z takiej formy prawnej). Drugą w kolejności formą prawną jest spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, którą jako formę wybrało 17% działających podmiotów. Poza spółką jawną, stowarzyszeniem, spółką akcyjną pozostałe formy prawne mają marginalne znaczenie – łącznie stanowią 2,18% wszystkich form prawnych⁸⁸.

Wykres 13. Organizatorzy turystyki i pośrednicy turystyczni według form prawnych w układzie wojewódzkim w 2011 r.



Źródło: Centralna Ewidencja Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych (XII 2011).

⁸⁸ Spółka cywilna – 0,5%, spółdzielnia – 0,4%, fundacja – 0,4%, kościelna osoba prawna – 0,2%, samorządowa jednostka organizacyjna – 0,1%, spółka komandytowa – 0,1%, spółka komandytowo-akcyjna – 0,1%, osoba prawna – 0,1%, państwowa jednostka organizacyjna 0,1% oraz przedsiębiorstwo państwowe – 0,06%.

Od chwili przekazania zadań z Prezesa UKFiT na wojewodów właściwych ze względu na siedzibę przedsiębiorców, tj. w okresie od 1999 r., do Centralnej Ewidencji uzyskało wpis prawie 8 tysięcy podmiotów, z których ponad 4,5 tys. zakończyło działalność⁸⁹. Główną przyczyną wykreślenia z ewidencji było wykreślenie na wniosek własny podmiotu (średnio 70% wykreśleń rocznie) i zakaz działalności (średnio 30% wykreśleń rocznie).

Organizatorzy turystyki i pośrednicy turystyczni – problemy i wyzwania

W latach 2007-2011 sytuacja na rynku biur podróży dynamicznie się zmieniała. Interdyscyplinarny charakter turystyki sprawia, że jest ona **sektorem wrażliwym** na wahania gospodarcze, a także zjawiska społeczno-polityczne, czy też przyrodnicze. W analizowanym okresie wystąpił szereg czynników ze wszystkich wyżej wymienionych obszarów, które wywarły istotny wpływ na sektor turystyczny, w tym na rynek biur podróży.

Lata 2007-2008 były wyjątkowo dobre dla biur podróży, kiedy ich sytuacja ekonomiczna poprawiła się. Po okresie znacznych spadków liczby zarejestrowanych organizatorów turystyki i pośredników turystycznych w latach 2004-2006 i spadku przychodów małych biur podróży w 2005 r., na rynku pozostały biura, które były w lepszej kondycji finansowej i wypracowywały większy zysk. W 2007 r. ok. 100 największych biur podróży (zatrudniających powyżej 9 osób) osiągnęło przychody na poziomie 3,7 mld zł, podczas gdy w 2005 r. przychody 100 największych biur wynosiły 2,8 mld zł. Przyczyną dobrej koniunktury były m.in. korzystne kursy walut. Lata 2006-2007 były okresem dość stabilnej wartości złotego, a niski kurs USD i EUR w 2008 r. stał się dodatkowo impulsem do wzrostu turystyki wyjazdowej. Dodatkowo, wzrost dochodów mieszkańców Polski miał wpływ na wzrost popytu na wyjazdy zagraniczne, w tym na droższe wycieczki, co z kolei przełożyło się na wyższe przychody biur podróży w 2007 i 2008 r.

Wysoki kurs złotego w stosunku do USD i EUR, który sprzyjał rozwojowi turystyki wyjazdowej, przyczynił się natomiast do spadku przyjazdów zachodnich turystów zagranicznych do Polski w 2008 r. Ponadto wejście Polski do strefy Schengen w grudniu 2007 r. przyczyniło się do spadku liczby turystów z państw takich, jak Rosja, Ukraina i Białoruś, w związku z wprowadzeniem obowiązku posiadania przez nich wiz.

Po okresie dobrej koniunktury w latach 2007-2008, od jesieni 2008 r., wraz z pojawieniem się światowego kryzysu gospodarczego, nastąpiło osłabienie polskiej waluty, wzrost cen wycieczek i kosztów pobytu za granicą, co stało się przyczyną znacznego zmniejszenia się popytu na wyjazdy zagraniczne w 2009 r. Ponadto spowolnienie gospodarcze wywołane światowym kryzysem ekonomicznym zwiększyło skłonność do ograniczania wydatków na zaspokajanie potrzeb wyższego rzędu, do których zalicza się również turystyka. Ograniczenie popytu turystycznego w warunkach recesji gospodarczej polegało jednak nie na zupełnej rezygnacji z wyjazdów, lecz na skracaniu długości pobytu i wyborze niższego standardu zakwaterowania, co w konsekwencji oznacza obniżenie wydatków turystycznych. Na osłabienie koniunktury wpływ miały również wzrosty cen paliw i opłat lotniczych.

⁸⁹ Stan na 16.08.2012: do Centralnej Ewidencji uzyskały wpis 7962 podmioty, 4670 zakończyło działalność.

Kondycja finansowa biur podróży w znacznej mierze zależy od tego, jak wielkie jest zainteresowanie ich usługami. Kryzys gospodarczy znacznie obniżył optymizm konsumencki w 2009 r., co zadecydowało o zmniejszeniu się popytu na wyjazdy zagraniczne. W 2009 r. ponad połowa z 15 czołowych biur podróży odnotowała straty, natomiast w 2009 r. 10 największych touroperatorów uzyskało przychody w łącznej wysokości 3,1 mld zł, w 2010 r. – 3,3 mld zł, a w 2011 r. – 3,42 mld zł.

W 2010 r. wzrost koniunktury i sprzedaży wycieczek został zahamowany w wyniku serii wydarzeń, które miały miejsce w okresie od kwietnia do czerwca i wywarły niekorzystny wpływ na sektor turystyczny, w tym na biura podróży. W 2010 r. sektor turystyczny ucierpiał z powodu paralizu ruchu lotniczego wywołanego pyłem wulkanicznym po wybuchu wulkanu na Islandii (kwiecień), zamieszek w Grecji i wysokiego kursu USD i EUR (maj) oraz powodzi w Polsce (maj-czerwiec). W konsekwencji spowodowało to, że przedsiębiorcy zostali zmuszeni do zmiany swoich strategii – większość wyjazdów sprzedawana była w ofercie last minute. Ponadto, istotnym obciążeniem finansowym i logistycznym dla biur podróży była konieczność sprowadzenia klientów do kraju – co w przypadku paralizu praktycznie wszystkich lotnisk Europy było znacznie utrudnione⁹⁰.

Początek 2011 r. upłynął z kolei pod znakiem rewolucji w krajach Afryki Północnej, które spowodowały wstrzymanie wyjazdów do Tunezji (styczeń) i Egiptu (luty), a więc dwóch najpopularniejszych kierunków wyjazdów turystycznych Polaków. Najbardziej ucierpiały te biura podróży, których oferta nastawiona była wyłącznie na kierunki północnoafrykańskie. Zyskały natomiast biura podróży, które miały zdywersyfikowaną ofertę. Pomimo to 2011 r. był jednak dość udany dla organizatorów turystyki. W 2011 r. duże biura podróży zwiększyły sprzedaż, szczególnie w lipcu i sierpniu, kiedy to niekorzystna pogoda nad polskim morzem spowodowała masowy wzrost liczby klientów biur podróży zainteresowanych wyjazdami zagranicznymi. Najwięksi touroperatorzy odnotowali wzrost obrotów w 2011 r. w stosunku do roku poprzedniego. Łączne przychody 10 największych touroperatorów w 2011 r. wyniosły 3,4 mld zł. Jednak słabnący złoty i drożejąca ropa (wysokie ceny paliw) spowodowały straty lub pogorszenie wyników finansowych biur podróży, pomimo że zwiększyły się ich przychody. Problemy te dotknęły w większości małe i średnie biura, nie posiadające dużego zgromadzonego kapitału własnego. Liderzy branży odnotowali znaczące wzrosty⁹¹. Z drugiej strony, ponowne pogorszenie sytuacji na światowych rynkach finansowych w II połowie 2011 r. z pewnością nie pozostało bez wpływu na popyt na usługi turystyczne i kondycję finansową biur podróży.

Rok 2011 to również okres zmian w obszarze stowarzyszeń branżowych zrzeszających biura podróży. Po kilkunastu latach funkcjonowania na polskim rynku jedynie dwóch organizacji ogólnopolskich (Polskiej Izby Turystyki, Rady Krajowej Izby Turystyki, przekształconej w Izbę Turystyki Rzeczypospolitej Polskiej) w 2011 r. powstały dwie nowe ogólnopolskie organizacje samorządu gospodarczego – jedna zrzeszająca agentów turystycznych – Ogólnopolskie Stowarzyszenie Agentów Turystycznych, druga reprezentująca interesy organizatorów turystyki – Polski Związek Organizatorów Turystyki.

⁹⁰ „Touroperatorzy. Raport 2011” *Wiadomości Turystyczne. Wydanie specjalne*, 16 czerwca 2011, s. 5-6.

⁹¹ „Touroperatorzy. Raport 2012” *Wiadomości Turystyczne. Wydanie specjalne*, 16 czerwca 2012, s. 6.

Powstanie tych organizacji jest wyrazem polaryzacji interesów tych dwóch grup biur podróży. W 2011 r. wyraźnie widoczne stało się zjawisko walki o sprzedaż pomiędzy organizatorami turystyki i agentami turystycznymi. Organizatorzy turystyki wykorzystują w coraz większym stopniu alternatywne kanały sprzedaży poprzez strony internetowe i własne sieci sprzedaży, np. przyznając klientom rabaty przy zakupie oferty bezpośrednio u organizatora imprezy. Dlatego też w 2011 r., podczas gdy agenci turystyczni odnotowali spadek sprzedaży, sprzedaż imprez turystycznych, a co za tym idzie obroty czołowych organizatorów turystyki, wzrosły.

Od 2007 r., po okresie znacznych spadków liczby zarejestrowanych organizatorów turystyki i pośredników turystycznych w latach 2004-2006, następuje zrównoważony wzrost liczby podmiotów wpisanych do rejestru organizatorów turystyki i pośredników turystycznych. Choć turystyka jest branżą wrażliwą na wahania koniunktury gospodarczej, zawirowania społeczno-polityczne, czy klęski żywiołowe, których nie brakowało w latach 2009-2011, liczba biur podróży wcale się nie zmniejsza. Po spadku odnotowanym w 2009 r., liczba wyjeżdżających na wycieczki zagraniczne powoli rośnie, co zachęca do otwierania nowych biur podróży.

Niezależnie od wydarzeń wpływających na branżę i przekładających się na ich wyniki finansowe oraz stabilność gospodarczą, rynek biur podróży można określić mianem ustabilizowanego⁹². W czołówce **największych firm**, osiągających największe obroty, od kilku lat utrzymują się te same biura, które w kolejnych latach zamieniają się między sobą miejscami w rankingach⁹³. Analizowany okres, a zwłaszcza lata 2009-2011, to jednak czas znaczących zmian własnościowych (np. sprzedaż PBP Orbis Funduszowi Enterprise Investors), fuzji i przejęć (np. przejęcie Bee & Free Sp. z o.o. przez Rainbow Tours S.A.) i upadków kilku czołowych biur podróży (BP Kopernik w 2009 r., BP Selectour & Telemac i PBP Orbis w 2010 r.). W 2011 r. z grupy największych organizatorów turystyki zniknęło również BP Triada S.A., które złożyło wniosek do marszałka województwa o wykreślenie z rejestru organizatorów turystyki i pośredników turystycznych i zostało agentem BP Sky Club, które przejęło funkcję organizatora turystyki dla całej grupy kapitałowej Triada.

Na sytuację biur podróży w analizowanym okresie miały wpływ również **zmiany przepisów prawa**⁹⁴, a szczególnie zmiany wprowadzone ustawą z dnia 29 kwietnia 2010 r. o zmianie ustawy o usługach turystycznych oraz o zmianie ustawy – Kodeks wykroczeń (Dz. U. Nr 106, poz. 672), która weszła w życie w dniu 17 września 2010 r. oraz zmiany wprowadzone na mocy aktów wykonawczych do znowelizowanej ustawy. Nowelizacja zharmonizowała przepisy ustawy o usługach turystycznych z art. 7 Dyrektywy Rady 90/314/EWG z dnia 13 czerwca 1990 r. w sprawie zorganizowanych podróży, wakacji i wycieczek, w celu usunięcia zgłoszonego przez Komisję Wspólnot Europejskich naruszenia w zakresie nieprawidłowego wdrożenia przez Rząd Rzeczypospolitej Polskiej art. 7 dyrektywy 90/314/EWG dotyczącego obowiązku zapewnienia dostatecznego zabezpieczenia finansowego na wypadek niewypłacalności biur podróży (naruszenie nr 2007/4555). Zharmonizowanie to polega na:

⁹² Warto jednak odnotować wzrost konkurencji pomiędzy agentami turystycznymi oraz organizatorami turystyki rozbudowującymi w latach 2007-2011 własne sieci sprzedaży.

⁹³ M.in. ranking „Touroperatorzy” publikowany przez *Wiadomości Turystyczne*.

⁹⁴ Informacje nt. nowelizacji ustawy o usługach turystycznych w rozdziale 1.

- wykreśleniu przepisu stanowiącego o proporcjonalnym obniżaniu wypłat ze środków zabezpieczenia finansowego w przypadku, gdy są one niewystarczające;
- określeniu, iż zabezpieczenie finansowe organizatora turystyki i pośrednika turystycznego ma zapewnić klientom na wypadek jego niewypłacalności:
 - pokrycie kosztów powrotu klientów z imprezy turystycznej do miejsca wyjazdu lub planowanego powrotu z imprezy turystycznej w wypadku gdy organizator turystyki lub pośrednik turystyczny wbrew obowiązkowi nie zapewnia tego powrotu;
 - zwrot wpłat wniesionych tytułem zapłaty za imprezę turystyczną w wypadku gdy z przyczyn dotyczących organizatora turystyki lub pośrednika turystycznego oraz osób, które działają w ich imieniu impreza turystyczna nie zostanie zrealizowana;
 - zwrot części wpłat wniesionych tytułem zapłaty za imprezę turystyczną, odpowiadającą części imprezy turystycznej, która nie zostanie zrealizowana z przyczyn dotyczących organizatora turystyki lub pośrednika turystycznego oraz osób, które działają w ich imieniu.

Zmiana przepisów ustawy o usługach turystycznych pociągnęła za sobą zmianę aktów wykonawczych określających minimalną wysokość zabezpieczeń finansowych wymaganych od organizatorów turystyki i pośredników turystycznych – rozporządzeń Ministra Finansów w sprawie minimalnych sum gwarancji bankowych i ubezpieczeniowych oraz w sprawie ubezpieczenia na rzecz klientów, które obowiązują w pełni od września 2011 r. Na mocy wyżej wymienionych rozporządzeń Ministra Finansów, zróżnicowano minimalną wysokość sum gwarancyjnych wymaganych od organizatorów turystyki i pośredników turystycznych w zależności od ryzyka z jakim wiążą się poszczególne rodzaje imprez turystycznych (tj. w zależności od zasięgu terytorialnego i środka transportu oraz terminu i wysokości przyjmowanych przedpłat) i znacząco podniesiono wysokości wymaganych zabezpieczeń finansowych z poziomu 6% rocznych przychodów do poziomu od 12-20% rocznych przychodów dla imprez obarczonych największym ryzykiem, organizowanych z wykorzystaniem lotów czarterowych do krajów europejskich i niezależnie od środka transportu do krajów pozaeuropejskich.

Charakterystyczną cechą polskiego rynku biur podróży jest **niekorzystna relacja wielkości kapitałów własnościowych** biur podróży do ich przychodów. Niewielki udział własnych funduszy oznacza, że środki do działalności biura czerpią z przedpłat klientów lub z kredytów. Dominujące na polskim rynku finansowanie działalności biur podróży z przedpłat klientów (bazowanie na przepływie gotówkowym) jest zjawiskiem niekorzystnym z punktu widzenia ich bezpieczeństwa finansowego. Wpłaty od klientów, którzy za swój wyjazd płacą przed jego realizacją, często z bardzo dużym wyprzedzeniem, są przeznaczane na finansowanie bieżącej działalności (na pokrywanie kosztów wyjazdów realizowanych w danym momencie). Dlatego też firmom nieposiadającym własnych kapitałów trudno finansować działalność w drugiej połowie roku, kiedy sprzedaż wycieczek na kolejne

miesiące spada, a co za tym idzie ilość pieniędzy przedpłaconych przez klientów maleje, a jednocześnie liczba imprez realizowanych w danym momencie jest najwyższa.

Wyeliminowaniu, a przynajmniej ograniczeniu skali tego zjawiska, służyło wspomniane już zróżnicowanie wysokości wymaganych zabezpieczeń finansowych na wypadek niewypłacalności biur podróży w zależności od terminu i wysokości przyjmowanych przez nie przedpłat na poczet imprez turystycznych. Zgodnie z nowymi zasadami dotyczącymi zabezpieczeń finansowych, obowiązującymi w pełni od 17 września 2011 r., im wyższe przedpłaty i wcześniejszy termin przyjmowania przedpłat, a co za tym idzie większe ryzyko dla klienta, tym wyższe sumy zabezpieczeń finansowych wymaganych od biur podróży. Ponadto, jako podstawą wyliczenia wielkości zabezpieczenia przyjęto przychód.

Nowe zasady dotyczące zabezpieczeń finansowych wymaganych od organizatorów turystyki i pośredników turystycznych, obowiązujące w pełni od jesieni 2011 r. stanowią wyzwanie dla części biur podróży. Dla firm o słabszej kondycji finansowej podwyższenie sum gwarancyjnych stanowi trudność, ponieważ wiąże się z wyższymi składkami i depozytami w bankach lub towarzystwach ubezpieczeniowych na wypadek wypłaty odszkodowań, co z kolei oznacza konieczność zamrożenia dodatkowych pieniędzy. Sama branża turystyczna zwraca uwagę, że brak przejrzystości finansowej niektórych touroperatorów – informowanie jedynie o obrotach – to jeden z problemów tego sektora. Finansowa kondycja biura jest zaś wynikiem trzech wartości: obrotów w danym okresie, kapitału własnego i zysku (lub straty)⁹⁵.

Analizowany okres upłynął pod znakiem szybkiego rozwoju **internetowych form sprzedaży** oraz wzrostu rezerwacji usług turystycznych dokonywanych przez klientów za pośrednictwem Internetu składających się na tzw. pakiety dynamiczne (pakiety tworzone przez klientów za pomocą strony internetowej i odpowiednich linków na strony rezerwacyjne: hoteli, linii lotniczych itd.). Popularne stały się portale zakupów grupowych (ok. 100 w Polsce), wartość ofert z sektora turystyki sprzedanych za ich pomocą w 2011 r. szacuje się na 40 mln zł (na całkowitą wartość wszystkich sprzedanych ofert – 18 mld zł)⁹⁶. W Polsce jednak nadal występuje efekt ROPO (*research online, purchase offline*), który sprawia, że turyści informacji o wyjazdach szukają w sieci, samego zakupu imprezy dokonują jednak w stacjonarnym biurze podróży⁹⁷. Jednak rozwój sprzedaży internetowej w turystyce to trend, który zdominuje przyszłość turystyki w Polsce.

Lata 2007-2011 to także okres rozwoju biur podróży oferujących indywidualne, tworzone na zamówienie pakiety, w tym rozwoju tzw. butikowych biur podróży, których działalność jest skierowana na małe grupy podróżnych. Wyjazdy organizowane przez ekskluzywne biura butikowe to m.in. podróże tematyczne, kulinarne, wyjazdy za granicę w celu, np. nauki tańca czy też wyjazdy alpinistyczne, które łączy dokładne poznanie wybranego rejonu świata.

⁹⁵ „Touroperatorzy. Raport 2012”, s. 4.

⁹⁶ Prezentacja Michała Rudnickiego (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie) „Nowoczesne narzędzia sprzedaży internetowej jako sposób reagowania branży na sytuację kryzysową,” Seminarium Naukowe nt. „Reagowanie branży turystycznej na sytuację kryzysową,” 9 grudnia 2011 r., Szkoła Główna Handlowa w Warszawie.

⁹⁷ „Touroperatorzy. Raport 2012”, s. 18.

Podsumowanie

- W latach 2007-2011 liczba organizatorów turystyki i pośredników turystycznych ulegała nieznacznym wahaniom. W 2011 r. na polskim rynku turystycznym funkcjonowało 3136 organizatorów turystyki i pośredników turystycznych, z czego mikroprzedsiębiorstwa stanowiły ponad 90%. Na początku 2012 r. dominującym typem zabezpieczenia finansowego na wypadek niewypłacalności organizatorów turystyki i pośredników turystycznych była gwarancja ubezpieczeniowa, którą posiada ponad 89% przedsiębiorców;
- Po stosunkowo dobrych dla biur podróży latach 2007-2008, w 2009 r. i 2010 r. sektor turystyczny ucierpiał z powodu kryzysu gospodarczego, paraliżu ruchu lotniczego wywołanego pyłem wulkanicznym po wybuchu wulkanu na Islandii, istotnych wahań walut, wzrostu cen paliw. Początek 2011 r. upłynął z kolei pod znakiem rewolucji w krajach Afryki Północnej oraz spowolnienia gospodarczego w Europie. Z drugiej strony, liderzy branży oraz biura posiadające zdywersyfikowaną ofertę odnotowali znaczące wzrosty w 2011 r. Ponadto, pomimo zawirowań społeczno-politycznych czy klęsk żywiołowych, których nie brakowało w latach 2009-2011, liczba biur podróży wcale się nie zmniejszyła;
- Problemy systemowe, które wpływają na rynek biur podróży w Polsce to przede wszystkim: niekorzystna relacja wielkości kapitałów własnościowych biur podróży do ich przychodów, bazowanie na przepływie gotówkowym w finansowaniu działalności oraz wpływający bezpośrednio na sprzedaż efekt ROPO (*research online, purchase offline*). Wyzwaniem dla części biur podróży są nowe zasady dotyczące zabezpieczeń finansowych, obowiązujące w pełni od jesieni 2011 r.;
- Analizowany okres to z jednej strony rozwój internetowych form sprzedaży, w tym poprzez portale zakupów grupowych, zwiększających możliwość sprzedaży imprez turystycznych na masową skalę. Z drugiej strony, na rynku zaistniały biura podróży oferujące indywidualne – tworzone na zamówienie – pakiety, których działalność jest skierowana na obsługę małych grup (tzw. butikowe biura podróży);
- W kolejnych latach przewiduje się dalszą konsolidację firm branży turystycznej, w tym biur podróży, której celem będzie zmniejszanie kosztów działania i zwiększanie konkurencyjności. Jednocześnie firmy nierentowne będą znikły z rynku.

5.2. Branża hotelarska

Branża hotelarska w Polsce podlega nieustannym przemianom pod względem ilościowym oraz jakościowym. Dość charakterystyczne dla Polski jest istnienie bardzo wielu grup obiektów zbiorowego zakwaterowania – w szczególności obiektów charakterystycznych jedynie dla Europy Środkowo-Wschodniej, np. ośrodków wczasowych, które nie występują w strukturze obiektów noclegowych w krajach Europy Zachodniej.

Lata 2007-2011 to przede wszystkim okres dużych nakładów inwestycyjnych w tym sektorze. Wzrost rynku dokonywał się nie tylko poprzez oddawanie do eksploatacji nowych hoteli, ale również poprzez rozbudowę i modernizację obiektów już istniejących lub adaptację innych budynków na cele hotelowe.

Hotelarski samorząd gospodarczy jest w Polsce rozproszony. Brak organizacji o zasięgu ogólnopolskim z obligatoryjną przynależnością decyduje o jego słabości. Pośród organizacji zrzeszających właścicieli i gestorów bazy noclegowej należy wymienić:

- Polską Izbę Hotelarstwa: powstała w marcu 2002 r. jako organizacja gospodarcza zrzeszająca polskie przedsiębiorstwa hotelowe i producentów na rzecz hotelarstwa oraz szkoły hotelarskie. Głównym jej zadaniem jest obrona interesów członków, ochrona prawna, doskonalenie wiedzy zawodowej, doradztwo inwestycyjne;
- Izbę Gospodarczą Hotelarstwa Polskiego: powstała w listopadzie 2003 r. Jest rzecznikiem środowiska biznesu hotelowego i gastronomicznego w kontaktach z administracją państwową na szczeblu lokalnym, regionalnym, krajowym oraz w Unii Europejskiej. Lobbuje na rzecz tworzenia warunków rozwoju życia gospodarczego w tym szczególnie hotelarstwa i gastronomii oraz wspiera wszelkie inicjatywy gospodarcze swoich członków;
- Polską Federacją Campingu i Caravaningu: do zadań należy m.in. prowadzenie ewidencji, klasyfikacji, rekomendacji i kontroli oraz funkcjonowania i wyposażenia campingów w Polsce. Aktualnie funkcjonuje w Polsce 135 campingów o łącznej ilości ponad 20 000 miejsc noclegowych⁹⁸. Spośród campingów funkcjonujących w Polsce ponad 97% należy do Federacji;
- Polską Federacją Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”: jednym z istotnych zadań Federacji jest kategoryzacja Wiejskiej Bazy Noclegowej – czyli dobrowolnej oceny obiektów turystyki wiejskiej, przeprowadzanej przez licencjonowanych inspektorów. Celem kategoryzacji jest podnoszenie jakości usług świadczonych w obiektach turystyki wiejskiej, ich rekomendacja i promocja;
- Polskie Towarzystwo Turystyczno Krajoznawcze - zrzesza około 61 tysięcy członków w całym kraju. Towarzystwo posiada ponad 260 oddziałów zrzeszających około 2500 kół i klubów oraz prawie 200 obiektów noclegowych o różnym standardzie.

⁹⁸ *Turystyka w 2011 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012.

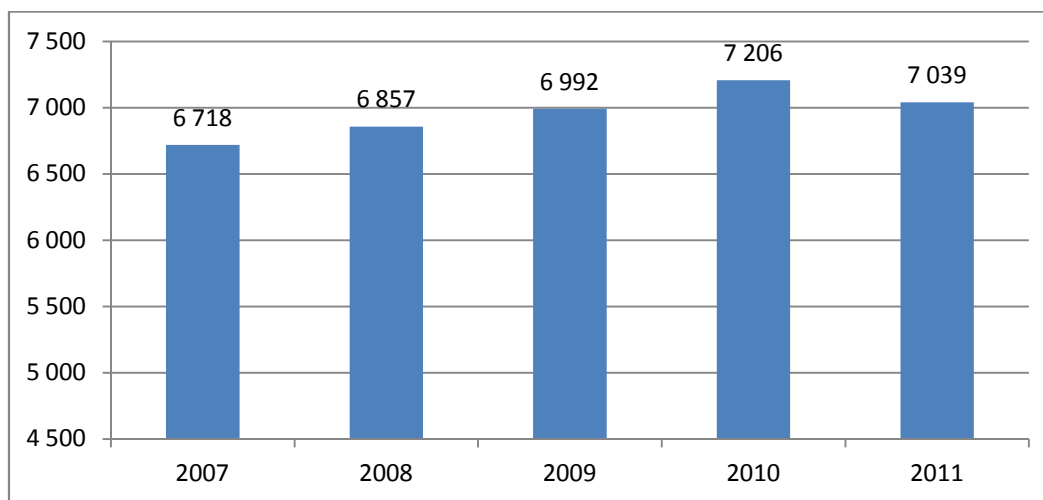
- Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych: reprezentant w Polsce światowego rynku schronisk młodzieżowych;
- Stowarzyszenie Zarządców Obiektów Rekreacyjno-Turystycznych, którego celem jest stworzenie systemu rekomendacji obiektów wypoczynkowych, rekreacyjnych, konferencyjnych, profilaktyki i rehabilitacji zdrowotnej i innych pełniących podobne funkcje oraz promowanie systemu rekomendacji w celu stworzenia marki rozpoznawalnej w kraju i za granicą, a także nadawanie rekomendacji obiektom zarządzanym przez członków Stowarzyszenia

Rynek hotelarski – zmiany ilościowe

Główny Urząd Statystyczny wyróżnia dwie grupy obiektów noclegowych:

- obiekty zakwaterowania zbiorowego (16 rodzajów):
 - hotele, motele, pensjonaty, domy wycieczkowe, schroniska, schroniska młodzieżowe, szkolne schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, kolonijne, szkoleniowo-wypoczynkowe, domy pracy twórczej, zespoły ogólnodostępnych domków turystycznych, campingi, pola biwakowe, ośrodki wypoczynku sobotnio-niedzielnego i świątecznego, zakłady uzdrowiskowe, pozostałe niesklasyfikowane;
- turystyczne obiekty indywidualnego zakwaterowania:
 - kwatery prywatne (tzw. pokoje gościnne) i kwatery agroturystyczne.

Wykres 14. Liczba obiektów zbiorowego zakwaterowania w latach 2007-2011

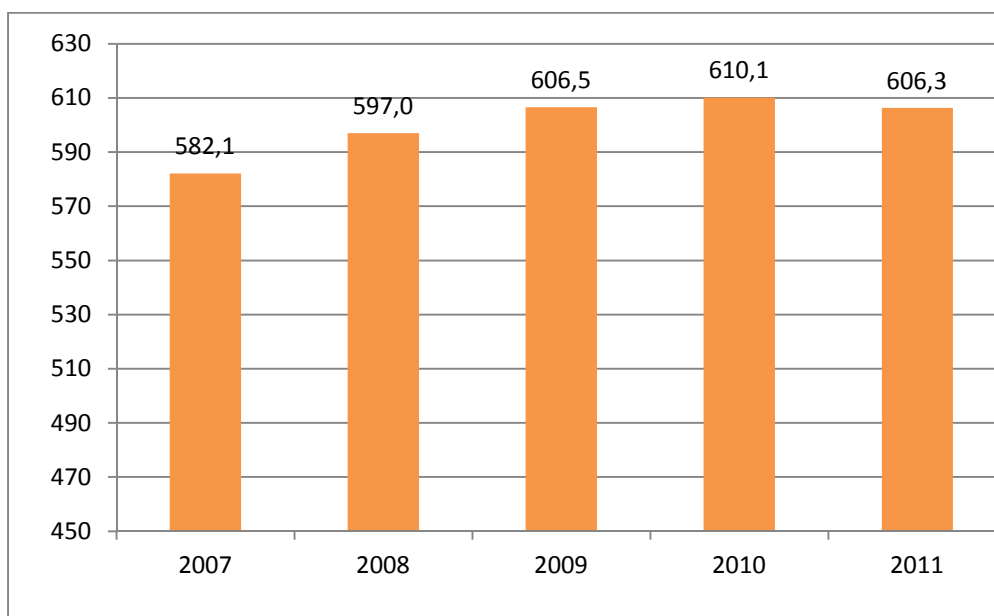


Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki, MSiT na podstawie danych GUS.

W latach 2007-2011 zaobserwowano tendencję wzrostową liczby obiektów od 6 718 w roku 2007 do 7 206 w roku 2010 i niewielki spadek do 7 039 w roku 2011, ale powyżej poziomu z roku 2009 liczby obiektów zbiorowego zakwaterowania. W przedmiotowym okresie zanotowano także wzrost w liczbie miejsc noclegowych w obiektach zbiorowego

zakwaterowania – z 582,1 tys. w 2007 r. do 606,3 tys. w 2011 r. (wzrost o 4%). W roku 2011 nieznaczny spadek liczby miejsc noclegowych.

Wykres 15. Liczba miejsc noclegowych w obiektach zbiorowego zakwaterowania w latach 2007-2011 (w tys.)



Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki, MSiT na podstawie danych GUS oraz przekazane przez GUS.

W 2008 r. i 2009 r. roku liczba miejsc noclegowych wzrosła odpowiednio o 2,5% i 1,6% w porównaniu z latami poprzednimi. W 2010 r. zarejestrowanych było 610,1 tys. miejsc noclegowych – wzrost o 0,6% w stosunku do roku 2009. Jednak w roku 2011 nastąpił spadek w liczbie samych obiektów o 167, który przełożył się także na spadek liczby miejsc noclegowych o 3,9 tys. Należy jednak zauważyć, że spadek w roku 2011 dotyczył głównie: innych obiektów hotelowych (spadek o 21 obiektów) oraz pozostałych obiektów zbiorowego zakwaterowania (spadek o 229 obiektów).

Tabela 14. Turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania w latach 2007-2011

	Ogółem	Hotele	Motele	Pensjonaty	Inne obiekty hotelowe	Pozostałe obiekty zbiorowego zakwaterowania
Turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania – liczba						
2007	6718	1370	108	250	715	4275
2008	6857	1488	106	250	798	4215
2009	6992	1634	119	274	809	4156
2010	7206	1796	123	293	1011	3983
2011	7039	1883	123	289	990	3754

Miejsca noclegowe						
2007	582 105	141 121	4 065	11 117	34 084	391 718
2008	596 998	155 819	4 144	11 141	39 403	386 491
2009	606 501	165 595	4 511	11 846	39 681	384 868
2010	610 111	176 035	4 665	12 746	47 521	369 144
2011	606 246	186 968	4 574	12 610	48 359	353 735

Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki, MSiT na podstawie *Turystyka w 2011 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012 i poprzednie edycje.

Najliczniejszą grupę wśród rejestrowanej bazy noclegowej stanowią hotele, których liczba w latach 2007-2011 rosła dynamicznie. W całym analizowanym okresie wzrosła ona o 37%, co oznacza średnio roczny przyrost o 9%. W przypadku hoteli w 2011 r. zanotowano – w porównaniu z rokiem 2010 – wzrost zarówno w ich liczbie (o 87), jak i w miejscach noclegowych (o ponad 11 tys.). Jest to bardzo wysokie tempo wzrostu, a najwyższy wskaźnik wzrostu w liczbie hoteli zarejestrowano w 2010 r.

Na tle całej bazy noclegowej liczba pokoi w hotelach w 2010 r. przekroczyła liczbę 90 tys. – wzrost w porównaniu z rokiem 2009 o 5,6 tys.⁹⁹. Warto zauważyć, że znaczący wzrost odnotowano w liczbie hoteli trzygwiazdkowych (z 547 w 2007 r. do 845 w 2011 r.) oraz w liczbie hoteli pięciogwiazdkowych, gdzie prawie dwukrotnie zwiększyła się ich liczba (z 24 w 2007 r. do 45 w 2011 r.).

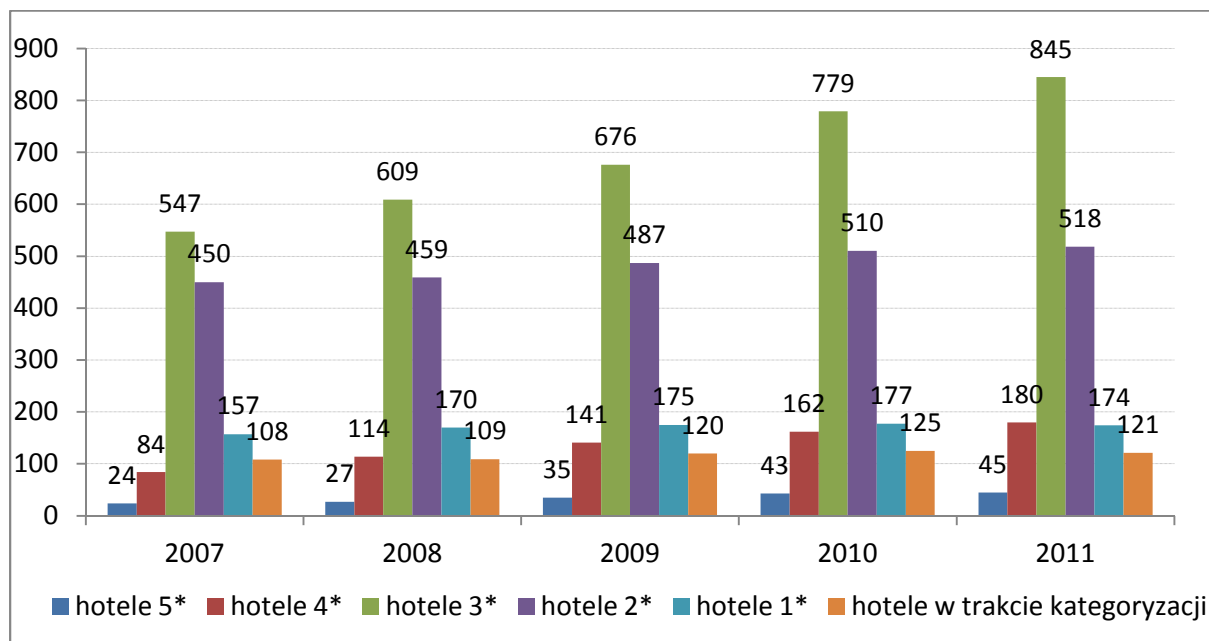
Wśród największych nowych inwestycji hotelowych w latach 2007-2011 należy wskazać Hilton w Gdańsku, Angelo i Best Western Premier w Katowicach, Borowiecki i Ambassador w Łodzi oraz pierwszy obiekt z sieci B&B w Toruniu¹⁰⁰. W 2010 r. i 2011 r. na polskim rynku intensywniej zaczęło działać więcej międzynarodowych sieci hotelowych (np. Choice Hotels, Hilton Hotels, Best Western, Wyndham, Louvre Hotels, Qubus, Accor). Ten trend z pewnością w latach kolejnych będzie się pogłębiał. Choć rok 2010 – w porównaniu do lat wcześniejszych – charakteryzował się dalszym wzrostem liczby nowych hoteli, tempo tego wzrostu było mniejsze¹⁰¹. Wynikało to przede wszystkim ze skutków światowego kryzysu gospodarczego, który dopiero od roku 2010 zaczął wywierać znaczący wpływ na polską gospodarkę, utrudniając przedsiębiorcom dostęp do kredytów. Według specjalistów z Horecanet.pl inwestycje zapoczątkowane i uruchomione w roku 2010 to przede wszystkim takie, które pozyskały finansowanie przed kryzysem. Z drugiej strony specjaliści wskazują także, że dopiero w roku 2010 branża hotelarska zaczęła odrabiać wcześniejsze straty.

⁹⁹ „Rynek Hotelarski w Polsce 2011,” Raport (wydanie specjalne) Świat Hoteli i horecanet.pl, s. 12 (<http://www.horecanet.pl/Nasze-media/Raport-Rynek-Hotelarski-w-Polsce-2009/01-2011.aspx>, 20.03.2012).

¹⁰⁰ *Ibidem*, s.6,

¹⁰¹ *Ibidem*, s. 6.

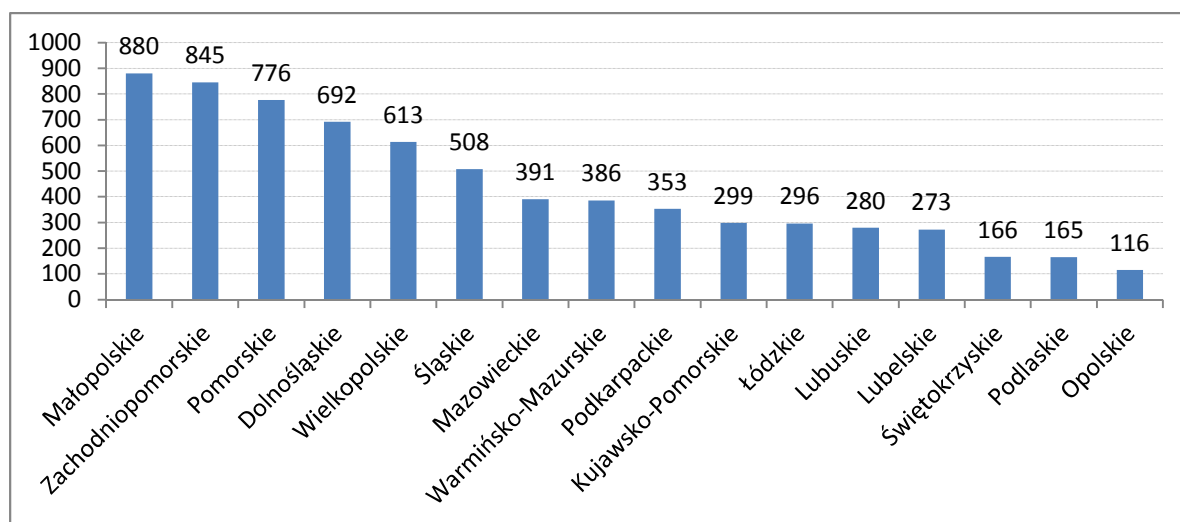
Wykres 16. Liczba hoteli według kategorii w latach 2007-2011



Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki, MSiT na podstawie danych GUS („Turystyka w 2011 r.” i edycje wcześniejsze).

W podziale na regiony rozmieszczenie zasobów bazy noclegowej w Polsce nie jest równomierne. Blisko połowa wszystkich zasobów jest zlokalizowana w czterech województwach o dużych walorach turystycznych: małopolskim, zachodniopomorskim, pomorskim i dolnośląskim. Spowodowane jest to faktem, iż wielkość oraz struktura rodzajowa i przestrzenna bazy noclegowej odzwierciedla przede wszystkim występowanie walorów turystycznych oraz zapotrzebowanie na bazę (popyt turystyczny).

Wykres 17. Turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania według województw w 2011 r.



Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki, MSiT na podstawie *Turystyka w 2011 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012.

Branża hotelarska – problemy i wyzwania

W latach 2007-2011 bardzo istotnym **impulsem do rozwoju** bazy noclegowej w Polsce było przygotowanie do organizacji Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012TM oraz poprzedzające to wydarzenie przejście przez Polskę w drugiej połowie 2011 r. Prezydencji w Radzie Unii Europejskiej. Organizacja unijnych konferencji i spotkań i związany z nią ruch biznesowy pozytywnie wpłynęły na pobudzenie popytu na usługi świadczone przez hotele. Z tego powodu lata 2007-2011 to przede wszystkim okres nakładów inwestycyjnych w tym sektorze. Co istotne, wzrost rynku dokonywał się nie tylko poprzez oddawanie do eksploatacji nowych hoteli, ale również poprzez rozbudowę i modernizację obiektów już istniejących lub adaptację innych budynków na cele hotelowe. Z drugiej strony, ograniczenie kredytowania kapitałochłonnych inwestycji hotelowych uniemożliwiło realizację wielu projektów¹⁰².

Jak stwierdzają eksperci z branży hotelarskiej¹⁰³ nowym zjawiskiem na rynku było **obniżanie oficjalnej kategorii obiektów** przez niektóre hotele w celu poszerzenia grupy klientów docelowych. Kryzys gospodarczy przyczynił się do ograniczenia przez firmy wydatków na podróże służbowe, konferencje, czy szkolenia.

Problemem polskiego hotelarstwa, jak wskazują eksperci, są zbyt wysokie ceny noclegów, ograniczające dostępność hoteli dla średniozamożnych Polaków podróżujących w celach turystycznych, a nie biznesowych. Odpowiedzią wydaje się wzrost od roku 2007 liczby **hotelu ekonomicznych**, szczególnie obiektów markowych w ramach sieci hotelowych (np. Best Western, Accor – Ibis i Ibis Budget, Louvre Hotels – Campanile, B&B, Qubus).

Hotelarze wskazują także na inne bariery ograniczające działalność gospodarczą w tym sektorze: utrudnienia wynikające z aktualnie obowiązującego prawa budowlanego oraz przepisów przeciwpożarowych; problemy związane z podatkami i innymi opłatami (podatek od nieruchomości, podatek VAT, opłaty z tytułu użytkowania praw autorskich i praw pokrewnych). Kolejną grupę problemów stanowią ograniczenia związane z utrudnionym dostępem hotelarzy do zewnętrznych źródeł finansowania inwestycji (m.in. kredyty, gwarancje, dotacje unijne)¹⁰⁴. Innym problematycznym obszarem jest brak inwestycji obiektów hotelarskich w strony internetowe, będące same w sobie narzędziem sprzedaży¹⁰⁵. Ponadto wzrastają koszty prowadzonej działalności, na co wpływają między innymi coraz wyższe opłaty za media (energia elektryczna, woda, gaz itp.)

¹⁰² *Marketbeat – Raport o Rynku Nieruchomości w Polsce*, Cushman & Wakefield Polska, Wiosna 2011, <http://www.cwinvestment.pl/pl/raporty/marketbeat>, s.24.

¹⁰³ *Ibidem*, s.24.

¹⁰⁴ Problemy wskazane przez przedstawicieli Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego na IX posiedzeniu Międzyresortowego Zespołu do spraw koordynacji zadań Rządu określonych w „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku” w dniu 27 października 2010 r. w Ministerstwie Sportu i Turystyki.

¹⁰⁵ Analiza przeprowadzona w ramach Programu „Złoty Standard w Obsłudze Klienta”. Źródło: Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego, „Raport: czym konkurują polskie hotele?”, 21.11.2011, <http://www.ighp.pl/ekspert-radzi/analizy-i-raporty/art,25,raport-czym-konkuruja-polskie-hotele.html>.

Podsumowanie

- Lata 2007-2011 to przede wszystkim dalszy rozwój branży hotelarskiej, która doskonaląc narzędzia zarządzania oraz kontynuując wcześniejsze inwestycje, była – pomimo okresowych spadków – najbardziej rentownym sektorem turystyki;
- W przedmiotowym okresie zanotowano wzrost liczby obiektów zbiorowego zakwaterowania o 5%, do 7039 w 2011 r. oraz wzrost w liczbie miejsc noclegowych o 4%, do 606,2 tys. w 2011 r.;
- Na ograniczenie rozwoju tego sektora wpływa przede wszystkim: trudna dostępność do kredytów oraz niespójność przepisów prawa. Jednym z kierunków rozwoju branży jest dalsze wchodzenie na rynek wielu międzynarodowych sieci hotelowych oraz wzrost liczby hoteli ekonomicznych.

5.3. Branża gastronomiczna

Rynek usług gastronomicznych stanowi ważną część gospodarki turystycznej. Choć z usług gastronomicznych korzystają nie tylko podróżni i odwiedzający, ale także mieszkańcy, znaczenie usług gastronomicznych w turystyce jest nie do przecenienia. Oprócz pełnienia tradycyjnej roli jako sektor turystyczny, warto zwrócić uwagę, że gastronomia często jest celem turysty samym w sobie – o czym świadczy rozwój turystyki kulinarnej.

Rynek usług gastronomicznych - zmiany ilościowe

Usługi gastronomiczne są bardzo dobrze rozwijającą się dziedziną usług. Według danych GUS w 2010 r. działało w Polsce 70 tys. placówek gastronomicznych (stałych i sezonowych). Mimo, iż liczba placówek gastronomicznych uległa zmniejszeniu z 88,9 tys. w 2007 r. do 70,4 tys. w 2010 r. (spadek o 20%) to można zaobserwować wysoką tendencję wzrostową w liczbie restauracji w analizowanym okresie (wzrost o 4 tys. restauracji – tj. o 37%). Ograniczeniu uległa liczba barów, stołówek i punktów gastronomicznych. Wraz ze wzrostem poziomu życia społeczeństwa oraz m.in. zmianami związanymi z czasem pracy, powinny się dokonywać dalsze przekształcenia w strukturze sieci gastronomicznej oraz podnoszenie standardu jakości obsługi konsumentów.

Tabela 15. Liczba placówek gastronomicznych w latach 2007-2011

Wyszczególnienie	2007	2008	2009	2010	2011
Liczba placówek gastronomicznych	88 995	81 131	75 378	70 483	67 356
Restauracje	10 927	13 731	13 501	14 937	15 287
Bary	38 391	33 151	30 519	27 145	25 866
Stołówki	6 576	5 207	4 373	4 509	4 271
Punkty gastronomiczne	33 101	29 042	26 985	23 892	21 932

Źródło: Rynek wewnętrzny w 2011 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012 oraz poprzednie edycje

W 2011 r., podobnie jak w latach ubiegłych, najliczniejszą grupą wśród placówek gastronomicznych były bary, które stanowiły nieco ponad 38% wszystkich placówek w skali całej Polski. Punkty gastronomiczne stanowiły 32,6% całej bazy gastronomicznej, restauracje 22,7%, natomiast stołówki – 6,3%. W analizowanym okresie zmniejszył się udział sektora publicznego w gastronomii, sektor prywatny w gastronomii w 2011 r. objął 98% wszystkich placówek¹⁰⁶.

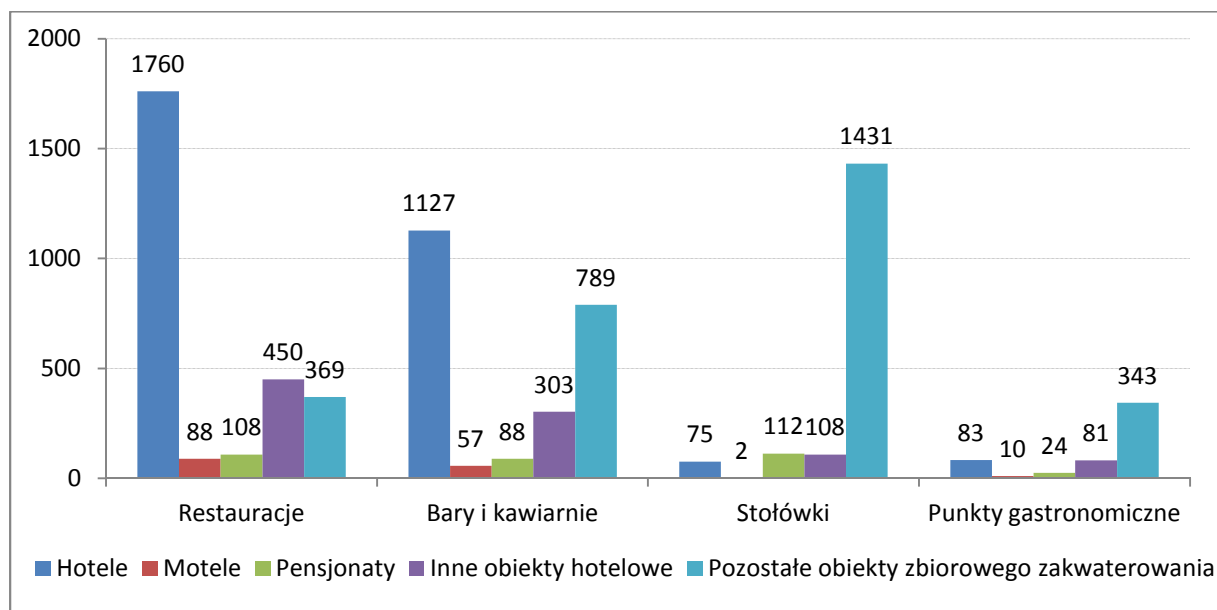
¹⁰⁶ W tym: 99,2% restauracji, 99% barów, 82,2% stołówek i 98,6% punktów gastronomicznych. Źródło: Rynek wewnętrzny w 2010 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2011

Tabela 16. Przychody ogółem przedsiębiorstw gastronomicznych w latach 2007-2011 (w mln zł)

Wyszczególnienie	2007	2008	2009	2010	2011
Przychody ogółem (w mln zł)	20 220	20 777,4	21 532,0	21 682,8	22 782,6
ze sprzedaży towarów	-	6 905,0	6 577,6	6 043,2	6 319,1
w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów	-	4 760,4	4 518,7	4 199,6	4 362,7
z produkcji gastronomicznej	-	13299,2	14 394,8	15 022,0	15 833,2
z pozostałej działalności	-	573,2	559,6	617,6	630,3

Źródło: Rynek wewnętrzny w 2011 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012 oraz poprzednie edycje.

Przychody ogółem z działalności gastronomicznej w 2010 r. wyniosły według szacunków 21,7 mld zł i zwiększyły się w stosunku do roku 2009 o 0,7%. W 2010 r. udział przychodów ze sprzedaży towarów handlowych w przychodach ogółem wyniósł 27%, w tym ze sprzedaży napojów alkoholowych i wyrobów tytoniowych – 19% (oba wskaźniki uległy zmniejszeniu w stosunku do roku 2009). W 2010 r. udział przychodów z produkcji gastronomicznej w przedsiębiorstwach gastronomicznych w przychodach ogółem wyniósł 69% (był to wzrost o 2 pkt procentowe w stosunku do roku 2009).

Wykres 18. Placówki gastronomiczne w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w 2011 r.

Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki na MSiT podstawie *Turystyka w 2011 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012.

W 2011 r., podobnie jak w roku poprzednim, najwięcej placówek gastronomicznych zlokalizowanych było w hotelach – 3045 oraz w pozostałych obiektach zbiorowego zakwaterowania – 2932. Restauracje dominowały w hotelach (1760) oraz w grupie innych obiektów hotelowych, gdzie stanowiły 47,8% ogółu placówek gastronomicznych (450 na 952). W pozostałych obiektach, innych niż hotelowe, najliczniejszą grupę stanowiły stołówki – 1431, czyli 48,8% ogółu placówek gastronomicznych w tej grupie obiektów

noclegowych. Bary i kawiarnie w znaczącej liczbie zlokalizowane były w hotelach (1127) oraz w pozostałych obiektach zbiorowego zakwaterowania (789).

Branża gastronomiczna – problemy i wyzwania

Według portalu „Rynek Horeca” po dużym rozwoju w latach 2007-2008 gastronomia w Polsce ogranicza tempo wzrostu ze względu na spowolnienie gospodarcze. Firmy wprowadzają oszczędności, zmniejszają kadry, rzadziej wprowadzają nowości. Istotny jest jednak fakt, iż poprawia się jakość obsługi gości zagranicznych. Większe znaczenie odgrywa zapewnienie konsumentom jasnych i rzetelnych informacji na temat zamawianych przez nich dań (wartość odżywcza, pochodzenie składników itp.). Ponadto, zmieniają się upodobania Polaków (szczególnie w wieku 25-35 lat), którzy częściej spędzają czas wolny poza domem – tym samym częściej korzystają z usług branży gastronomicznej.

Z drugiej strony, w Polsce wydatki przeznaczane na restauracje i hotele w strukturze spożycia indywidualnego kształtują się na niskim poziomie w porównaniu z innymi krajami Unii Europejskiej. W 2009 r. udział tych wydatków w Unii Europejskiej wyniósł 8,5%, w tym w Polsce 2,9% (w 2010 r. 2,3%)¹⁰⁷.

Podsumowanie

- Rynek usług gastronomicznych stanowi ważną część gospodarki turystycznej. Oprócz pełnienia tej roli przez gastronomię, warto zwrócić uwagę na rozwój turystyki kulinarnej;
- Usługi gastronomiczne są bardzo dobrze rozwijającą się dziedziną usług. Według danych GUS w 2010 r. działało w Polsce 70 tys. placówek gastronomicznych. Można zaobserwować wysoką tendencję wzrostową w liczbie restauracji w okresie 2007-2011 – wzrost o 4 tys. (o 37%);
- W 2011 r., podobnie jak w roku poprzednim, najwięcej placówek gastronomicznych zlokalizowanych było w hotelach oraz w pozostałych obiektach zbiorowego zakwaterowania. Restauracje dominowały w hotelach oraz w grupie innych obiektów hotelowych, stołówki – w pozostałych obiektach zbiorowego zakwaterowania.

¹⁰⁷ Rynek wewnętrzny w 2010 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2011.

5.4. Przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek

Przewodnikiem turystycznym lub pilotem wycieczek może zostać osoba, która posiada uprawnienia określone ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (tekst jednolity: Dz. U. z 2004 r. Nr 223, poz. 2268, z późn. zm.). Nadawanie, odmawianie nadania, zawieszanie, przywracanie i cofanie uprawnień pilota wycieczek i przewodnika turystycznego leży w kompetencjach marszałków poszczególnych województw od 1 stycznia 2006 r. Przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek należą do grupy usługodawców turystycznych, którzy mają bezpośredni i nierzadko długotrwały kontakt z turystą, dlatego też jakość usług świadczonych przez tę grupę zawodową ma tak istotne znaczenie dla zadowolenia turystów z odwiedzenia nowego miejsca. W ostatnich latach sukcesywnie zwiększa się liczba turystów z odległych krajów Azji i obu Ameryk, a także z odleglejszych krajów europejskich, co wymaga od grupy zawodowej polskich pilotów i przewodników nabywania znajomości nowych, egzotycznych języków. Liczba nadanych uprawnień przewodnika turystycznego i pilota wycieczek stale się zwiększa, zaś w obliczu promowania polskiej turystyki miejskiej oraz coraz częściej dostrzeganych walorów polskich miast, szczególnie rośnie znaczenie przewodnictwa miejskiego, o czym świadczy najbardziej dynamiczny wzrost liczby tych uprawnień na przestrzeni lat 2007-2011.

Osoby świadczące usługi przewodnickie i pilockie w niezwykle elastyczny sposób muszą dostosowywać się do szybko zmieniających się potrzeb klientów, w szczególności turystów zagranicznych. Przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek wykonują tzw. wolny zawód, a więc nie są związani na stałe z jednym pracodawcą, ale przyjmują zlecenia od wielu firm równolegle. W związku z sezonowo zmieniającym się zapotrzebowaniem na usługi turystyczne, przewodnicy i piloci nie są z reguły objęci stosunkiem pracy, a wykonują zlecenia na podstawie umów cywilno-prawnych, tzn. umowy zlecenie lub umowy o dzieło, bądź też świadczą usługi w ramach prowadzonej przez siebie działalności gospodarczej. Sezonowe zapotrzebowanie na usługi turystyczne oraz niepewność uzyskania stałego dochodu przyczynia się do wykonywania zawodu przewodnika turystycznego lub pilota wycieczek w większości przypadków dodatkowo, okazjonalnie, jako działalność uzupełniającą, nie stanowiącą głównego źródła dochodów. Jedynie niewielka grupa usługodawców wykonuje tę działalność zawodowo i traktuje jako główne źródło utrzymania, nie rezygnując jednak z uzyskiwania dochodów z tytułu świadczenia innych usług, w szczególności poza sezonem turystycznym (np. usługi szkoleniowe, wydawnicze, tłumaczeniowe itp.).

Duża liczba osób posiadających uprawnienia do wykonywania tego zawodu oraz regionalne lub lokalne rozróżnienie rodzajów uprawnień nie są okolicznościami sprzyjającymi powstawaniu jednego ogólnokrajowego, spójnego samorządu gospodarczego. Przewodnicy i piloci zrzeszają się jednak dobrowolnie w licznych stowarzyszeniach, których rola wobec swoich członków sprowadza się m.in. do:

- prowadzenia samokształcenia w formie dodatkowych szkoleń, wyjazdów studyjnych, warsztatów, seminariów i konferencji, konkursów branżowych;

- ustanawiania wewnętrznych standardów jakości usług za pomocą narzędzi samoregulacji, tj. kodeksy dobrych praktyk, regulaminy przynależności do organizacji, systemy certyfikacji;
- firmowania jakości usług świadczonych przez swojego członka prestiżem nazwy organizacji;
- rekomendacji usług swoich członków zleceniodawcom – organizatorom turystyki oraz bezpośrednio turystom;
- pełnienia w imieniu członków m.in. roli partnerów społecznych w procesie stanowienia prawa.

Pośród licznych organizacji zrzeszających przewodników turystycznych lub pilotów wycieczek warto wyróżnić działające:

- na skalę ogólnopolską (m.in.: Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, w ramach którego działa Krajowy Samorząd Przewodników Turystycznych PTTK, Polska Federacja Pilotażu i Przewodnictwa, Polskie Stowarzyszenie Przewodników Wysokogórskich, Polskie Stowarzyszenie Pilotów Wycieczek Zagranicznych);
- na skalę regionalną (w tym regionalne samorządy przewodników turystycznych PTTK, regionalne stowarzyszenia przewodników i pilotów);
- na skalę lokalną (w tym lokalne samorządy przewodników turystycznych PTTK, studenckie i akademickie koła przewodnickie, lokalne stowarzyszenia przewodników i pilotów).

Przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek – zmiany ilościowe

Nadawanie uprawnień do wykonywania działalności pilota wycieczek i zawodu przewodnika turystycznego

Według stanu na koniec roku 2011 r., uprawnienia pilota wycieczek posiadało 44 412 osób, natomiast uprawnień przewodnika turystycznego zostało nadanych łącznie 19 680, w tym przewodnika terenowego – 7 966, przewodnika miejskiego – 6 000, a przewodnika górskiego – 5 714¹⁰⁸.

Tabela 17. Łączna liczba uprawnień pilota wycieczek i przewodnika turystycznego figurujących w ewidencjach marszałków województw (stan na 31.12. 2011 r.)

	Województwo	Pilot wycieczek	Przewodnik turystyczny		
			terenowy	miejski	górski
1	dolnośląskie	2 899	419	476	867
2	kujawsko-pomorskie	1 966	283	294	14
3	lubelskie	2 907	690	253	58
4	lubuskie	657	173	6	21
5	łódzkie	2 344	259	316	83
6	małopolskie	6 210	900	1 199	2 006

¹⁰⁸ Patrz Załączniki – Łączna liczba uprawnień pilota wycieczek figurujących w ewidencjach marszałków województw (wykres) oraz Łączna liczba uprawnień przewodnika turystycznego figurujących w ewidencjach marszałków województw (wykres).

7	mazowieckie	7 367	678	1 738	201
8	opolskie	1 662	91	1	31
9	podkarpackie	3 456	425	23	601
10	podlaskie	1 114	532	8	5
11	pomorskie	1 934	445	743	81
12	śląskie	6 508	1 015	600	1 786
13	świętokrzyskie	1 444	708	56	20
14	warmińsko-mazurskie	1 133	555	224	9
15	wielkopolskie	2 277	431	424	31
16	zachodniopomorskie	1 736	559	388	6
Łącznie w Polsce		45 614	8 163	6 749	5 820
			20 732		
			66 346		

Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki MSiT na podstawie danych przekazanych przez marszałków województw.

Najwięcej uprawnień **pilota wycieczek** zostało nadanych w województwach: mazowieckim, śląskim, małopolskim (w każdym z tych województw ta liczba przekracza 6 000), natomiast najmniej – w województwach: lubuskim, podlaskim i warmińsko-mazurskim (w każdym z tych województw poniżej 1 200).

Pod względem liczby nadanych uprawnień **przewodnika górskiego** zdecydowanie przodują województwa: małopolskie (2 006) i śląskie (1 786). O ponad połowę mniej uprawnień przewodnika górskiego nadano w województwie dolnośląskim (867) i podkarpackim (601). Na terenie wyżej wymienionych województw znajdują się pasma górskie (Tatry, Beskidy, Sudety). Poza tymi województwami, jeszcze tylko w województwie mazowieckim nadano znaczącą liczbę uprawnień przewodnika górskiego (201). Najmniej osób posiadających uprawnienia przewodnika górskiego znajduje się w województwach: podlaskim, zachodniopomorskim oraz warmińsko-mazurskim (w każdym z tych województw poniżej 10, województwa te nie obejmują żadnych obszarów górskich).

Zdecydowanie najwięcej uprawnień **przewodnika miejskiego** zostało nadanych w województwach: mazowieckim (1 738) i małopolskim (1 199), co łącznie stanowi ponad połowę wszystkich nadanych uprawnień przewodnika miejskiego w Polsce. Zdecydowanie najmniej przewodników miejskich znajduje się w województwach: opolskim, lubuskim i podlaskim (w każdym poniżej 10) oraz podkarpackim, świętokrzyskim i warmińsko-mazurskim (odpowiednio 23, 56 i 224). Wynika to głównie z faktu, iż stolicy wyżej wymienionych województw nie należą do grupy miast, do oprowadzania po których konieczne jest posiadanie uprawnień przewodnika turystycznego miejskiego¹⁰⁹. Należy także zauważyć, iż we wszystkich tych województwach liczba nadanych uprawnień przewodnika terenowego znacznie przekracza liczbę nadanych uprawnień przewodnika miejskiego, co można interpretować tak, że zadania przewodników miejskich w ww. województwach przejmują przewodnicy terenowi (wykres 43 w załączniku).

¹⁰⁹ Rozporządzenie Ministra Sportu i Turystyki z dnia 4 marca 2011 r. w sprawie przewodników turystycznych i pilotów wycieczek (Dz. U. Nr 60, poz. 302).

Najwięcej uprawnień **przewodnika terenowego** nadano w województwach: śląskim, małopolskim (w obu 900 lub więcej), świętokrzyskim, lubelskim i mazowieckim (ponad 600) natomiast najmniejszą liczbę w województwach: opolskim, lubuskim, łódzkim, kujawsko-pomorskim (w każdym z tych województw poniżej 300).

Potwierdzanie znajomości języków obcych przez pilotów wycieczek i przewodników turystycznych

Aby móc zgodnie z prawem świadczyć usługi przewodnickie lub pilockie w języku obcym, należy posiadać wpis do legitymacji przewodnika turystycznego lub pilota wycieczek, formalnie poświadczający znajomość tego języka. Wpisu dokonuje właściwy urząd marszałkowski na podstawie odpowiednich certyfikatów językowych lub świadectwa zdania egzaminu z języka obcego przed komisją powołaną przez marszałka województwa.

Tabela 18. Liczba pilotów wycieczek i przewodników turystycznych posiadających potwierdzoną znajomość co najmniej jednego języka obcego oraz ich udział w liczbie wszystkich osób, posiadających dane uprawnienie (stan na 31.12.2011 r.).

	Województwo	Pilot wycieczek		Przewodnik turystyczny					
				terenowy		miejski		górski	
1	dolnośląskie	661	22,80%	44	10,50%	128	26,89%	69	7,96%
2	kujawsko-pomorskie	484	24,62%	35	12,37%	38	12,93%	0	0,00%
3	lubelskie	677	23,29%	19	2,75%	42	16,60%	1	1,72%
4	lubuskie	203	30,90%	21	12,14%	1	16,67%	1	4,76%
5	łódzkie	267	11,39%	35	13,51%	42	13,29%	4	4,82%
6	małopolskie	1 741	28,04%	38	4,22%	698	58,22%	127	6,33%
7	mazowieckie	2 425	32,92%	27	3,98%	642	36,94%	12	5,97%
8	opolskie	258	15,52%	11	12,09%	0	0,00%	0	0,00%
9	podkarpackie	372	10,76%	16	3,76%	17	73,91%	0	0,00%
10	podlaskie	207	18,58%	91	17,11%	2	25,00%	0	0,00%
11	pomorskie	467	24,15%	77	17,30%	308	41,45%	10	12,35%
12	śląskie	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd	bd
13	świętokrzyskie	268	18,56%	122	17,23%	7	12,50%	1	5,00%
14	warmińsko-mazurskie	352	31,07%	123	22,16%	57	25,45%	1	11,11%
15	wielkopolskie	717	31,49%	41	9,51%	119	28,07%	3	9,68%
16	zachodniopomorskie	428	24,65%	86	15,38%	83	21,39%	0	0,00%
Łącznie w Polsce		9 527 (24,36%)		786	11,00%	2 184	35,52%	229	5,68%
				3 199 (18,46%)					
				12 726 (22,55%)					

Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki MSiT na podstawie danych przekazanych przez marszałków województw.

Opierając się na dostępnych danych (15 województw), potwierdzoną znajomość języka obcego posiada 12 726 wszystkich uprawnionych z tych województw (wzrost w stosunku do 2006 r. o 3%), w tym:

- 24,4% wszystkich pilotów wycieczek w tych województwach (wzrost w stosunku do 2006 r. o 1,6%);
- 18,5% wszystkich przewodników turystycznych w tych województwach (wzrost w stosunku do 2006 r. o 5,4%), w tym:
 - 35,5% przewodników miejskich (wzrost w stosunku do 2006 r. o 4,5%);
 - 11% przewodników terenowych (wzrost w stosunku do 2006 r. o 1,9%);
 - 5,7% przewodników górskich (wzrost w stosunku do 2006 r. o 1,8%).

Podaż usług świadczonych w języku obcym jest kształtowana w odpowiedzi na zmiany popytu na takie usługi. Można zatem wnioskować, iż największe zapotrzebowanie na obcojęzyczne usługi grupy zagraniczne przedstawiają w obszarze **przewodnictwa miejskiego**. Wiąże się to z wysokim zainteresowaniem turystów zagranicznych walorami szczególnie polskich miast.

Podsumowując powyższe dane warto zauważyć, że w Polsce jest ponad dwa razy więcej osób posiadających uprawnienia pilota wycieczek, niż osób posiadających uprawnienia przewodnika turystycznego. Wynika to z faktu, że uprawnienia pilota wycieczek można zdobyć w krótszym okresie niż uprawnienia przewodnika turystycznego, zaś szkolenia dla kandydatów na pilotów wycieczek są tańsze o ok. $\frac{1}{3}$ - $\frac{1}{2}$ od najtańszych szkoleń dla kandydatów na przewodników turystycznych. W opinii środowiska przewodników turystycznych i pilotów wycieczek, egzamin na pilota wycieczek – wymagający raczej umiejętności organizacyjnych – jest łatwiejszy do zaliczenia, niż egzamin na przewodnika turystycznego, do zdania którego należy opanować obszerną wiedzę krajoznawczą. Dlatego też osoby, które podejmują drogę zawodową związaną z bezpośrednią obsługą klienta w turystyce, często rozpoczynają rozwój swojej działalności od nabycia uprawnień pilota wycieczek, a w dalszej kolejności starają się o uprawnienia przewodnika turystycznego na kolejne obszary uprawnień.

W liczbie wszystkich nadanych dotychczas uprawnień pilota wycieczek i przewodnika turystycznego zdecydowanie przodują województwa: małopolskie, mazowieckie i śląskie.

W latach 2006-2011 w Polsce przybyło niemal 17 000 osób z uprawnieniami z zakresu pilotażu lub przewodnictwa, z których ponad 72% nabyło uprawnienia pilota wycieczek, a ponad 27% uprawnienia przewodnika turystycznego.

Warto zwrócić uwagę na stosunkowo niewielką liczbę osób z uprawnieniami pilota wycieczek lub przewodnika turystycznego posiadających potwierdzoną znajomość co najmniej jednego języka obcego. Sytuacja jednak stopniowo ulega poprawie. W 2006 r. jedynie co piąta spośród osób zajmujących się przewodnictwem lub pilotażem posiadała prawo do oprowadzania turystów z użyciem języka obcego. Obecnie umiejętność taką posiada średnio prawie co czwarta osoba z uprawnieniami przewodnika lub pilota. Mimo poprawy, jest to wciąż stosunkowo niski wskaźnik, mając na uwadze fakt, iż duża część oferty ich usług jest skierowana do turystów zagranicznych (w przypadku przewodników

turystycznych) lub wiąże się z kontaktami z zagranicznymi przedsiębiorcami i usługodawcami obsługującymi polskich turystów za granicą (w przypadku pilotów wycieczek).

Przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek – problemy i wyzwania

Głównym problemem, w obliczu którego staje grupa zawodowa przewodników turystycznych i pilotów wycieczek, jest **sezonowość** turystyki. W okresie zimowym w większości regionów i miast Polski zamiera zapotrzebowanie na usługi świadczone przez tę grupę. Jedynie w dużych miastach wojewódzkich (Warszawa, Kraków, Wrocław) popyt na przewodnictwo miejskie pozostaje na poziomie pozwalającym usługodawcom na utrzymanie się z wykonywania jedynie tego zawodu. Pozostała część przewodników turystycznych i pilotów wycieczek w sezonie zimowym podejmuje działania na rzecz podnoszenia własnych kwalifikacji: realizuje samokształcenie, zdobywa nowe uprawnienia, doskonali poziom znajomości języków. Działania te stanowią koszty prowadzenia działalności i w tym czasie nie przynoszą wymiernych finansowych zysków. W celu uzyskania przychodu pozwalającego na utrzymanie poza sezonem turystycznym, usługodawcy podejmują dodatkowe działalności zarobkowe, (np. działalność szkoleniowa, wydawnicza, tłumaczeniowa).

Istotnym problemem dotyczącym osoby prowadzące działalność gospodarczą z zakresu przewodnictwa turystycznego lub pilotażu wycieczek, są **wysokie koszty** jej prowadzenia. Jako jednoosobowe przedsiębiorstwa, przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek płacą miesięczną składkę ZUS w wysokości obecnie dochodzącej do 1 000 zł, przy uwzględnieniu minimalnej wysokości składki zdrowotnej, czyli 9% podstawy składki ZUS¹¹⁰. W niskim sezonie turystycznym oraz poza sezonem nierzadko przychody z tytułu świadczenia usług pilotażu i przewodnictwa nie są wystarczające na pokrycie składki ZUS lub po pokryciu składki, nie wystarczają na bieżące potrzeby. Dlatego też przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek na okres pozasezonowy zawieszają działalność gospodarczą, aby uniknąć obciążających opłat. Skutkuje to jednak brakiem możliwości korzystania z publicznej służby zdrowia¹¹¹. Przewodnicy i piloci stają więc w obliczu niestabilności i nieciągłości zatrudnienia (w tym wypadku samozatrudnienia), co powoduje konieczność opracowywania rozwiązań zastępczych, nie zawsze korzystnych dla usługodawcy.

Piloci wycieczek oraz przewodnicy turystyczni prowadzą działalność gospodarczą o charakterze stricte usługowym, opierającą się na wykorzystaniu umiejętności osobistych i interpersonalnych. Dlatego też trudno tym przedsiębiorcom korzystać z narzędzi **wspomagających rozwój przedsiębiorstw**, takich, jak m.in. inkubatory przedsiębiorczości, które zakładają wsparcie w głównej mierze na wydatki inwestycyjne, tj. lokal na potrzeby siedziby firmy, sprzęt specjalistyczny, czy komputerowy, oprogramowanie itd. Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą w zakresie pilotażu i przewodnictwa nie mają potrzeby ponoszenia ww. kosztów inwestycyjnych, natomiast muszą ponosić wydatki

¹¹⁰ Po założeniu działalności gospodarczej przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek jako mikroprzedsiębiorcy mogą korzystać z ulgowej składki ZUS w wysokości oscylującej obecnie w okolicach 400 zł/miesiąc. Jest to jednak przywilej na czas nie dłuższy niż 2 lata prowadzenia nowo założonej działalności gospodarczej.

¹¹¹ Umowy cywilno-prawne zawierane na potrzeby realizacji innych, podejmowanych w tym czasie okazjonalnych, dodatkowych zleceń nie zawsze zapewniają opiekę zdrowotną na czas realizacji umowy.

stanowiące opłaty za podnoszenie własnych kwalifikacji, tj. kursy i szkolenia specjalistyczne i językowe, czy opłaty składek ZUS – te koszty nie są wspierane przez inkubatory przedsiębiorczości.

Problemem tej grupy zawodowej jest także funkcjonowanie usługodawców z tzw. „szarej strefy”, czyli posiadających stosowne uprawnienia przewodnika turystycznego lub pilota wycieczek, lecz pracujących bez stosownych umów i nie odprowadzających podatków od uzyskanych przychodów. Niższe ceny oferowane przez takich usługodawców powodują odbieranie zleceń osobom legalnie świadczącym te usługi, co skutkuje zmniejszeniem opłacalności prowadzenia działalności, a nawet jej likwidacją.

Przed grupą zawodową przewodników turystycznych i pilotów wycieczek stoją wyzwania doby XXI wieku, wynikające z wzrastającej konkurencji w wykorzystywaniu nowatorskich metod i technik, nowoczesnych technologii, a także coraz większej świadomości klientów-turystów dotyczącej ich praw jako konsumentów oraz nieustannie rosnących oczekiwań w stosunku do jakości usług. Sukcesywnie wzrasta popyt turystów na **multisensoryczne formy przekazu informacji** (głos, obrazy, smaki, zapachy, własne doświadczenie). Dlatego też coraz większą popularnością cieszą się m.in. interaktywne muzea, pozwalające na dotykanie i doświadczanie eksponatów, degustacje regionalnej kuchni podczas zwiedzania specyficznego regionu, warsztaty, np. z rękodzieła ludowego zastępujące oglądanie ekspozycji. Usługodawcy wykorzystują m.in. nagrania (np. muzyki Chopina podczas wycieczki śladami kompozytora), stroje pochodzące z danej epoki (np. w Toruniu) czy bezprzewodowe urządzenia nagłaśniające. Zgodnie ze światowymi tendencjami zmian z popularnego 3S (*sea, sun and sand*) na 3E (*entertainment, education, excitement*), przewodnicy i piloci wprowadzają nowatorskie formy, takie jak:

- gry miejskie z określoną fabułą;
- zwiedzanie fabularyzowane, czyli przedstawienia, scenki, wcielanie się nie tylko przewodnika, ale i członków grupy, w fikcyjne lub historyczne postacie;
- questing, czyli turystyka z zagadkami;
- reżyserowana przygoda, np. przejazd kolejką wąskotorową czy kuligiem z napadem zbójników i porywaniem członków grupy, zakończony wspólnym ogniskiem z udziałem zbójców;
- aktywizacja turystów w trakcie zwiedzania, np. wykonywanie zadań, konkursy, współzawodnictwo.¹¹²

Kolejnym wyzwaniem stojącym przed usługodawcami z branży turystycznej, w tym przewodników turystycznych i pilotów wycieczek, jest konieczność sprostanie rosnącym wymaganiom turystów zagranicznych w zakresie **obsługi w językach obcych**. Ustawa o usługach turystycznych nakłada na organizatorów turystyki obowiązek zapewnienia grupie turystów z zagranicy lub wysyłanych za granicę opieki osób posługujących się odpowiednim

¹¹² Por. A. Mikos von Rohrscheidt, „Przewodnictwo miejskie w kontekście wyzwań współczesnej turystyki kulturowej” [w:] Z. Kruczek (red.) *Specjalizacja i profesjonalizacja we współczesnym pilotażu i przewodnictwie*, Proksenia, Kraków 2012.

językiem obcym¹¹³. Dynamicznie wzrastające wskaźniki turystyki przyjazdowej w Polsce wskazują na potrzebę ustawicznego podnoszenia kwalifikacji językowych zarówno w kontekście ilościowym (liczby osób posiadających poświadczoną znajomość języka obcego), jak i jakościowym (wyższy poziom znajomości danego języka przez usługodawcę). W celu jakościowej poprawy standardu usług świadczonych w językach obcych, nowelizacją ustawy o usługach turystycznych z 2010 r.¹¹⁴ podniesiono wymagania dotyczące koniecznego poziomu znajomości języka obcego do poziomu B2, zgodnie z Europejskim Systemem Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy. Przed usługodawcami postawiono tym samym wyzwanie podnoszenia poziomu kwalifikacji, któremu muszą sprostać, o ile chcą zachować konkurencyjność na polskim rynku usług turystycznych. Warto zwrócić uwagę na rosnące zapotrzebowanie na rzadkie języki obce, tj. litewski, łotewski, języki skandynawskie, języki ugrofińskie, języki azjatyckie – w przypadku turystyki przyjazdowej, oraz m.in. arabski, rumuński, węgierski, litewski, łotewski i języki bałkańskie – w przypadku turystyki wyjazdowej.

Podsumowanie

- Lata 2007-2011 to przede wszystkim wzrost znaczenia przewodnictwa miejskiego pośród innych rodzajów przewodnictwa i pilotażu. Świadczyć to może o wzmożonym zainteresowaniu turystów walorami turystycznymi polskich miast. W obliczu coraz silniej zaznaczonej obecności Polski na europejskim rynku turystycznym, a także w konsekwencji przeprowadzonych w roku 2012 r. w Polsce Mistrzostw Europy w piłce nożnej, prognozuje się utrzymanie powyższych tendencji;
- Sukcesywnie rośnie znaczenie umiejętności językowych pilotów i przewodników turystycznych. Szczególnie wzrasta zapotrzebowanie na rzadkie języki obce. W kontekście ustawicznie wzrastającego zainteresowania Polską pośród turystów zagranicznych, przed grupą zawodową przewodników turystycznych i pilotów wycieczek stoi wyzwanie dynamicznego podnoszenia kwalifikacji językowych;
- Głównym problemem grupy zawodowej przewodników turystycznych i pilotów wycieczek jest sezonowość turystyki, a w jej kontekście ekonomiczne problemy z utrzymaniem stałości zatrudnienia lub samozatrudnienia i okresowe pozostawanie bez dochodu z tytułu świadczenia usług przewodnika turystycznego lub pilota wycieczek. Brakuje narzędzi do skutecznego wspierania rozwoju przedsiębiorczości w obszarze świadczenia usług przewodnika turystycznego lub pilota wycieczek;
- Najwięcej uprawnień każdego rodzaju jest nadawanych w województwach: małopolskim, mazowieckim i śląskim, które charakteryzują się:

¹¹³ Dla turystów z zagranicy organizator turystyki ma obowiązek zapewnić usługi przewodnika turystycznego i opieki pilota wycieczek, posiadających znajomość języka obcego umożliwiającą swobodny kontakt z uczestnikami lub języka uzgodnionego z kontrahentem zagranicznym. Dla grupy turystów wyjeżdżających za granicę organizator turystyki jest obowiązany zapewnić opiekę pilota wycieczek posiadającego znajomość języka powszechnie znanego w kraju odwiedzanym lub języka uzgodnionego z kontrahentem zagranicznym (Art. 31 ustawy o usługach turystycznych)

¹¹⁴ Ustawa z dnia 29 kwietnia 2010 r. o zmianie ustawy o usługach turystycznych oraz o zmianie ustawy – Kodeks wykroczeń (Dz. U. z 2010 r. Nr 106, poz. 672)

- o największą liczbą ludności w skali kraju¹¹⁵,
- o znaczną liczbą dużych touroperatorów, zapewniających miejsca pracy dla osób, które nabyły uprawnienia,
- o najwyższym wskaźnikiem atrakcyjności turystycznej i najbardziej wzmożonym ruchem turystycznym,
- o znaczną liczbą ośrodków akademickich z ofertą kierunku turystyka i rekreacja, w ramach którego studenci nabywają kompetencje w zakresie pilotażu i przewodnictwa.

Wyraźnie mniej uprawnień nadawanych jest w województwach o mniejszej liczbie ludności oraz o mniejszej intensywności ruchu turystycznego, w szczególności w województwach: lubuskim, podlaskim i opolskim.

Prognozuje się, iż tendencja ta utrzyma się na tym samym poziomie, z uwagi na powyższe niezmiennie wskaźniki, w tym atrakcyjność turystyczną danego regionu. Ilościowa struktura rodzajów nadawanych uprawnień jest ściśle powiązana z występującymi w danym województwie atrakcjami turystycznymi (np. obszary górskie, atrakcyjne miasta, wybrzeże morskie lub pojezierza);

- Wyzwaniem pilotażu i przewodnictwa XXI wieku jest podążanie za współczesnymi trendami w obsłudze klienta, zarówno w kontekście wykorzystywania nowoczesnych technologii, jak i opracowywania nowatorskich metod pracy, oferowanych turystom.

¹¹⁵ Rocznik Statystyczny Województw 2011, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.

6. RUCH TURYSTYCZNY W POLSCE

Liczba międzynarodowych przyjazdów turystycznych w 2011 r. na świecie wyniosła 982 miliony i wzrosła o 41 milionów (o 4,4%) w porównaniu z 2010 r., o 98 mln (o 11,1%) w porównaniu z 2009 r. i o 63 mln w porównaniu z przedkryzysowym rokiem 2008 (tj. o 6,9%). Liczba międzynarodowych przyjazdów turystycznych wzrosła w 2011 r. i to pomimo niepokojów w Afryce Północnej i klęsk żywiołowych w Japonii.

Dane UNWTO¹¹⁶ dla 2011 r. wskazują na kontynuację tendencji zwyżkowej z 2010 r. Przodują w tempie wzrostu Azja i Pacyfik oraz Europa, zwłaszcza Środkowo-Wschodnia. Ogólny wzrost liczby przyjazdów do Europy (o 6%) był znaczący na tle pozostałych regionów świata. Kraje Europy Środkowej i Wschodniej, po dużym spadku w 2009 r., zanotowały w 2010 r. największy wzrost (o 5,3%), który był kontynuowany w 2011 r. (wzrost o 8%), a kraje Europy Północnej – wzrost o 5%. Znacznie większe tempo wzrostu niż Europa zanotowały takie regiony, jak Ameryka Południowa i Azja.

Wpływy z turystyki międzynarodowej na świecie osiągnęły w 2011 r. wartość 1,030 biliona dolarów amerykańskich (740 mld euro), w porównaniu z 919 mld USD (693 mld euro) w 2010 r. Wpływy z turystyki międzynarodowej wzrosły nominalnie o 12%. Wzrost wpływów z turystyki międzynarodowej pozostaje w ścisłym związku ze wzrostem liczby międzynarodowych przyjazdów. Typowym dla okresów ożywienia po poważnych załamaniach rynku jest zjawisko, gdy konkurencja jest mocniejsza i wpływa na obniżanie cen, a turyści wolą podróżować bliżej domu i na krótsze okresy.

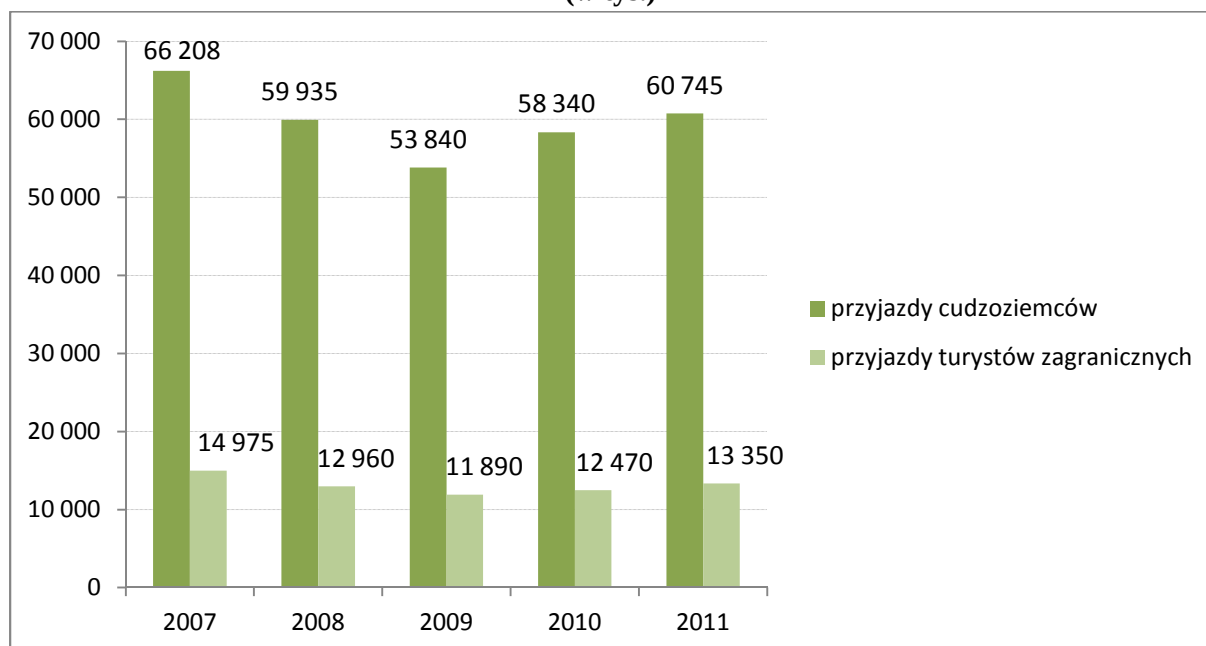
6.1. Turystyka przyjazdowa do Polski

W latach 2007-2011 nastąpił spadek przyjazdów cudzoziemców do Polski, który wyniósł w całym okresie 8,3%. W analizowanym okresie następował także spadek liczby turystów zagranicznych odwiedzających Polskę. W ciągu pięciu lat ich liczba zmniejszyła się o 10,9%. Było to spowodowane głównie światowym kryzysem finansowym i gospodarczym, który miał miejsce w latach 2008 i 2009 oraz wejściem Polski do strefy Schengen w 2007 r. Warto zauważyć, że w roku 2010 zanotowano, po raz pierwszy po okresie spadków, wzrost liczby przyjazdów w stosunku do roku 2009 – o 4,9%. W kolejnym 2011 r. tempo wzrostu uległo jeszcze zwiększeniu. Jest to oznaka powolnego wychodzenia z kryzysu i ożywiania się rynku po znacznym jego załamaniu.

Zgodnie z danymi Instytutu Turystyki w ciągu całego 2011 r. było ok. 60,8 mln przyjazdów cudzoziemców (o 4,1% więcej niż w 2010 r.), w tym 13,3 mln turystów (wzrost o 7%). Tempo wzrostu liczby przyjazdów turystów malało z kwartału na kwartał: od 8% w pierwszym do około 2% w czwartym kwartale.

¹¹⁶ UNWTO World Tourism Barometer, <http://mkt.unwto.org/en/barometer>.

Wykres 19. Przyjazdy cudzoziemców i turystów zagranicznych do Polski w latach 2007-2011
(w tys.)



Źródło: Instytut Turystyki.

Swobodę podróżowania sąsiadów ze wschodu: Ukraińców, Białorusinów i Rosjan, ogranicza konieczność uzyskania wiz wjazdowych. Porozumienie z Ukrainą i Rosją o małym ruchu granicznym¹¹⁷, jest istotnym ułatwieniem, ale dotyczy tylko strefy przygranicznej. Niekorzystną okolicznością dla Polski jest to, że kraje, które generują znaczny ruch przyjazdowy zostały dotknięte kryzysem w stopniu większym niż przeciętny. Jednak widać, że od roku 2010 nastąpiła poprawa. Jest to zgodne z globalnymi wynikami turystyki międzynarodowej, podawanymi przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO).

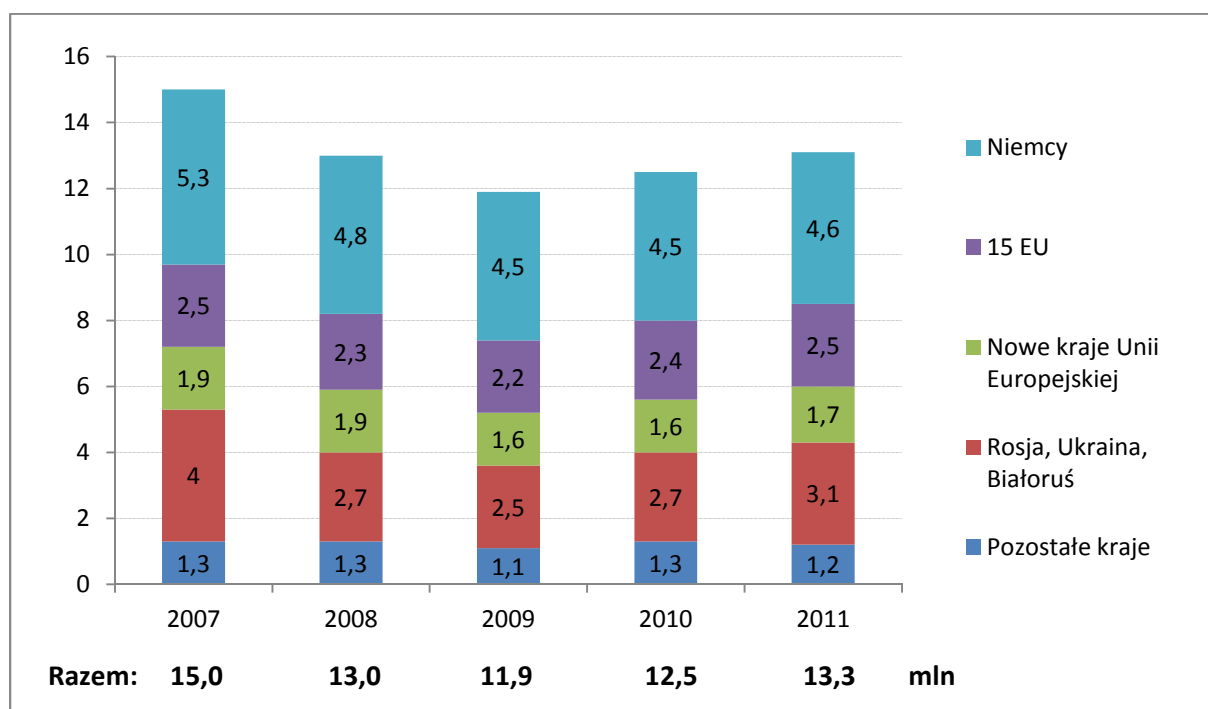
Liczba turystów zagranicznych wzrosła w 2011 r. po raz kolejny po okresie spadków. W analizowanym okresie dominującą grupę turystów przyjeżdżających stanowili turyści z Niemiec – ich udział w ogólnej liczbie przyjazdów wynosił przeciętnie 36% rocznie.

Znaczącą grupę stanowiły także przyjazdy turystyczne z krajów sąsiadujących z Polską od wschodu, tj. z Rosji, Ukrainy i Białorusi. Udział przyjazdów z tych krajów w ogólnej liczbie przyjazdów wynosił prawie 23%. Trzecią grupę w kolejności stanowili turyści z 15 krajów tzw. „starej Unii.” W 2011 r. wzrosła także liczba przyjazdów z nowych krajów unijnych, po okresie stagnacji w latach 2009 i 2010.

Jednym z najważniejszych skutków wzrostu, po okresie spadku, liczby przyjazdów cudzoziemców do Polski był wzrost wpływów z turystyki przyjazdowej. W 2010 r. łączne przychody wyniosły 10,4 mld USD, z czego 5,2 mld USD (tj. 50% wobec 54% w poprzednim roku) to wpływy od turystów, pozostała zaś część – od odwiedzających jednodniowych.

¹¹⁷ M.in. podpisana w dniu 14 grudnia 2011 r. Umowa między Rządem Rzeczypospolitej Polskiej a Rządem Federacji Rosyjskiej o zasadach małego ruchu granicznego (między obwodem kaliningradzkim Federacji Rosyjskiej, a częścią Pomorza, Warmii i Mazur). Porozumienie umożliwi wielokrotne przekraczanie granicy polsko-rosyjskiej przez mieszkańców stref przygranicznych obu państw.

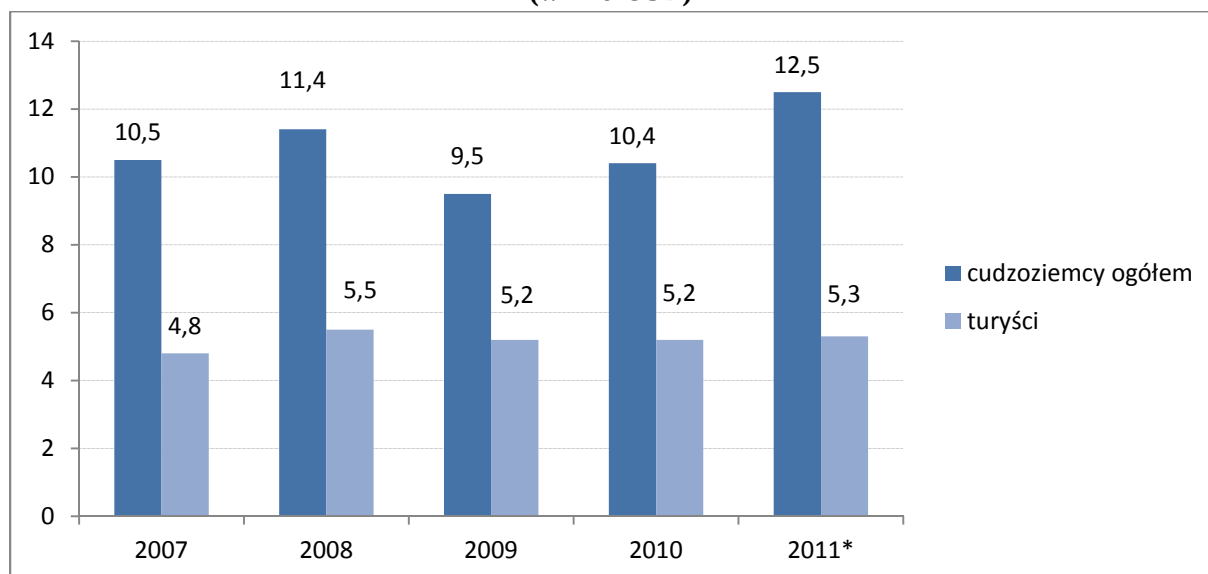
Wykres 20. Liczba przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w latach 2007-2011 (w mln)



Źródło: Instytut Turystyki.

W 2011 r. wzrost łącznych przychodów był jeszcze bardziej znaczący i wyniósł 20,2% wobec odnotowanego w 2010 r. oraz 31,6% w stosunku do 2009 r. Niekorzystnym zjawiskiem jest zmniejszenie się w tych przychodach udziału wpływów od turystów, których wzrost był relatywnie niewielki (o 1,9% wobec 2010 r.) i wyniósł tylko 42%.

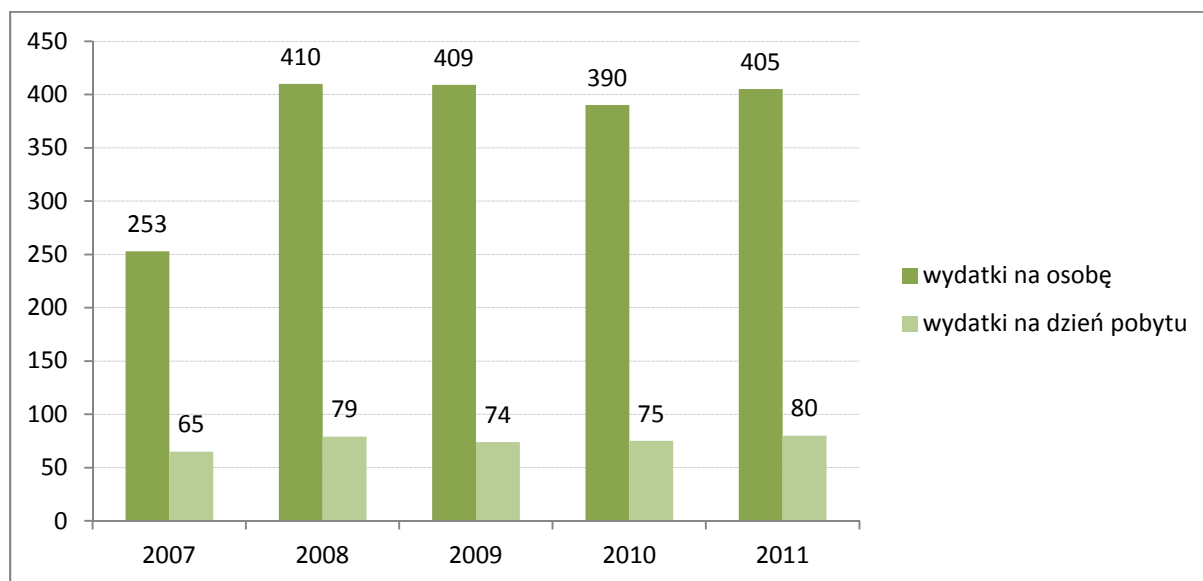
Wykres 21. Wydatki cudzoziemców i turystów zagranicznych w Polsce w latach 2007-2011 (w mld USD)



Źródło: oszacowania Instytutu Turystyki.

W latach 2007-2011 wysokość wydatków ponoszonych przez turystów zagranicznych w Polsce ulegała pewnym wahaniom, zarówno w przeliczeniu na jedną osobę, jak i na dzień pobytu. Najwyższy poziom wydatków na osobę odnotowano w 2008 r. (410 USD). W 2009 r. wielkość obydwu rodzajów wydatków utrzymywała się na zbliżonym poziomie do odnotowanego w 2008 r. i dopiero w 2010 r. tendencje uległy zmianie: wysokość wydatków na osobę zmalała, a wysokość wydatków na dzień pobytu nieznacznie wzrosła. W 2011 r. ponownie wzrosły wielkości obydwu rodzajów wydatków (odpowiednio o: 3,8% i 6,7%).

Wykres 22. Wydatki turystów zagranicznych w Polsce na osobę i na dzień pobytu w latach 2007-2011 (w USD)

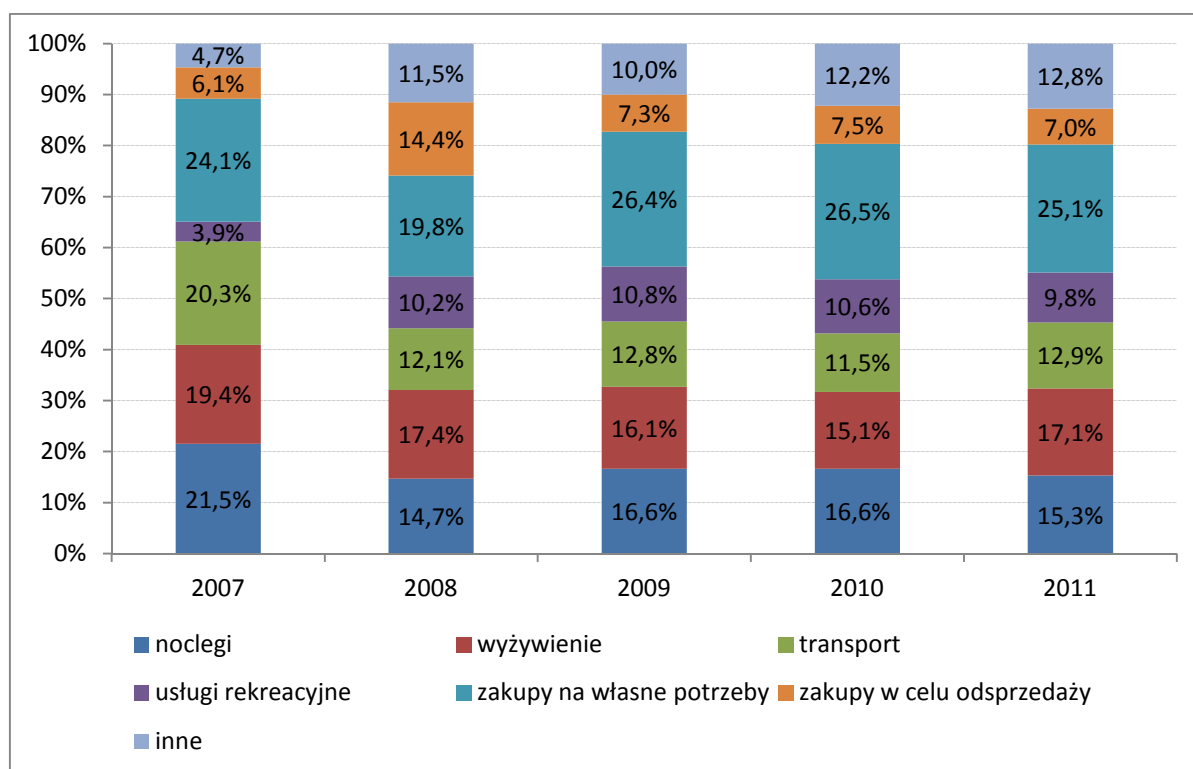


Źródło: badania Instytutu Turystyki.

Wahania wielkości wydatków na osobę i dzień pobytu były głównie zależne od zmiany kursów walut. Na początku okresu kryzysu Polska była postrzegana jako kraj relatywnie tani, co mogło powodować zwiększenie wydatków na zakupy połączonych z wolumenem tych zakupów. Koniec analizowanego okresu charakteryzuje się wzrostem kursu euro w Polsce i w jego wyniku podwyższeniem cen dóbr i usług, co wpłynęło na zwiększenie poziomu wydatków ponoszonych przez cudzoziemców w czasie podróży do Polski, bez zwiększenia ilości nabywanych produktów.

Od wielu lat polską turystykę przyjazdową charakteryzuje znaczący udział zakupów dokonywanych w celu dalszego odsprzedaży w łącznej sumie wydatków: w 2011 r. wyniósł on 7%. Należy pamiętać, że wydatki te mają charakter nieturystyczny i powinny być analizowane osobno.

Wykres 23. Struktura wydatków turystów zagranicznych w Polsce w latach 2007-2011 (w %)



Źródło: Instytut Turystyki.

Analiza zmian przychodów dewizowych w okresie 2007-2011 pokazuje ich pewną naturalną nierównomierność, wynikającą z sezonowości ruchu turystycznego. W tej sytuacji zrozumiałym jest, że największe przychody obserwuje się w trzecim kwartale (zarówno w 2009 r., jak i 2010 r. po 30%, w 2008 r. – 28%), najmniejsze – w pierwszym (ok. 16% wobec 21% w 2009 r. i 20% w 2008 r.). Spadek poziomu przychodów w pierwszym kwartale 2010 r. był kontynuacją niekorzystnego trendu z końca 2009 r.

Od kilku lat odnotować należy także istotne zmiany w strukturze przychodów według najistotniejszych grup krajów. Udział rynku niemieckiego, a więc najważniejszego rynku emitującego ruch turystyczny do Polski, w przychodach ogółem, kolejny rok z rzędu uległ znaczącemu ograniczeniu (30% w 2011 r. wobec 35% w 2010 r., 42,6% w 2009 r., 52% w 2008 r. i 54,5% w 2007 r.), wzrasta natomiast znaczenie rynków pozostałych krajów sąsiedzkich (z 27% w 2008 r., 34,6% w 2009 r., 44% w 2010 r. do 45% w 2011 r.). Zmiany w pozostałych grupach rynków są znacznie mniej istotne: nieco wzrosło znaczenie przychodów z pozostałych krajów Unii Europejskiej (poza ościennymi) – o 2 punkty procentowe, spadło natomiast – z krajów pozaeuropejskich (o 3 punkty procentowe).

Obserwowane w 2011 r. tendencje były dość jednorodne co do kierunków (zdecydowana przewaga wzrostów), jednak zróżnicowane co do dynamiki. Ze względu na tempo i kierunki zmian można wyodrębnić następujące grupy rynków emisyjnych:

- Kraje, które cechują duże i nieprzerwane od 2008 r. wzrosty przeciętnych wydatków turystów. Do tej grupy należą: Ukraina i Słowacja. Trwałą tendencję wzrostową

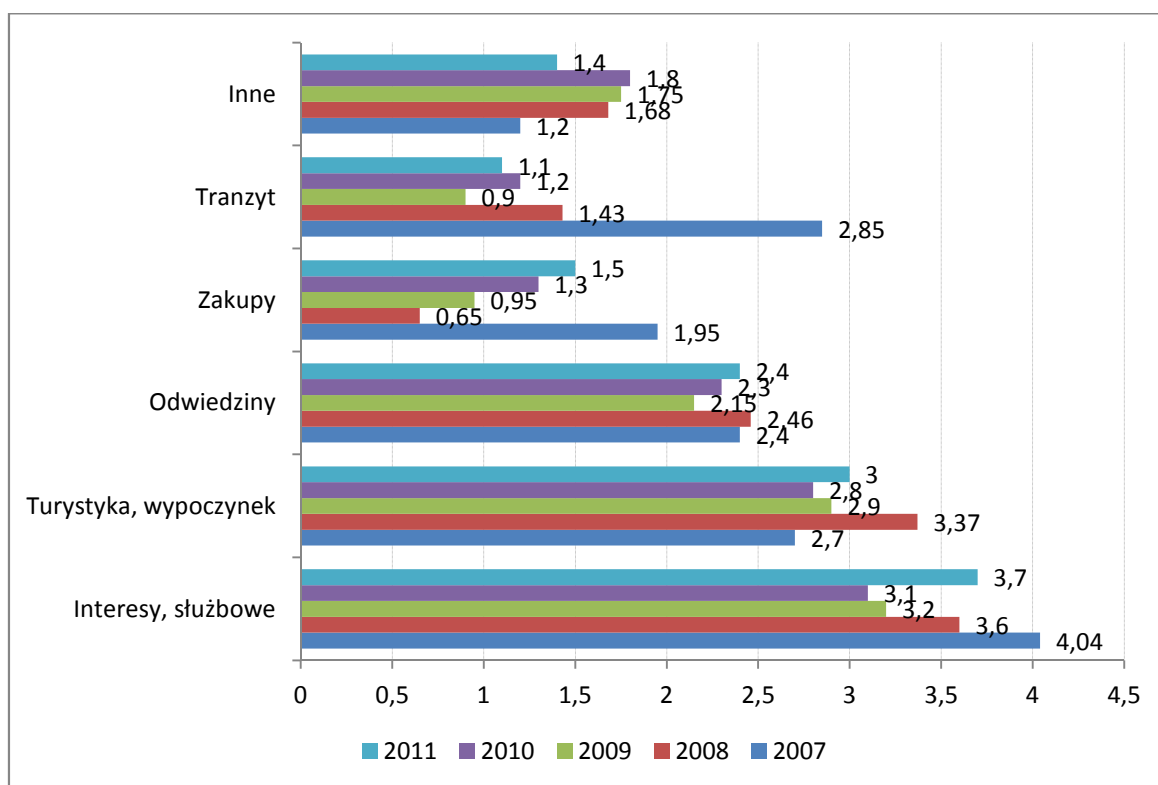
obserwuje się także w odniesieniu do Austrii i Białorusi, jednak w przypadku tego ostatniego rynku tempo wzrostu w 2011 r. znacząco spadło;

- Kilka rynków, co do których – po wzrostach, obserwowanych w latach 2008-2009 a nawet do 2010 r. – notuje się ponowne spadki przeciętnych wydatków turystów. Są to: Włochy, Wielka Brytania i Belgia. Warto zauważyć, że w odniesieniu do Wielkiej Brytanii notuje się spadek już drugi rok z rzędu;
- Bardzo korzystnym zjawiskiem jest powrót na ścieżkę wzrostu wydatków nierezydentów z Niemiec, krajów zamorskich, krajów skandynawskich, Francji, Holandii i Węgier. Przyjazdy z wielu z tych rynków cechuje umiarkowany bądź niewielki poziom wzrostu (o 10-20%: Niemcy i Francja, poniżej 10%: kraje zamorskie, Skandynawia).

W 2011 r. struktura celów pobytu nieco się zmieniła. Dominujący segment przyjazdów służbowych i w interesach wzrósł do około 3,7 mln wizyt. Liczba wizyt turystyczno-wypoczynkowych również wzrosła, ale nieznacznie – do ok. 3 mln. Ostatnie trzy lata cechuje rozwój turystyki zakupowej (do 1,5 mln wizyt w 2011 r.).

Analiza celów przyjazdów do Polski pozwala stwierdzić, że w latach 2007-2011 utrzymał się największy udział przyjazdów w celach służbowych oraz odwiedzin krewnych i znajomych. Natomiast w analizowanym okresie nastąpił spadek przyjazdów w celach turystyczno-wypoczynkowych (niewielki wzrost w 2011 r.) oraz bardzo znaczący w segmencie obejmującym przyjazdy tranzytowe.

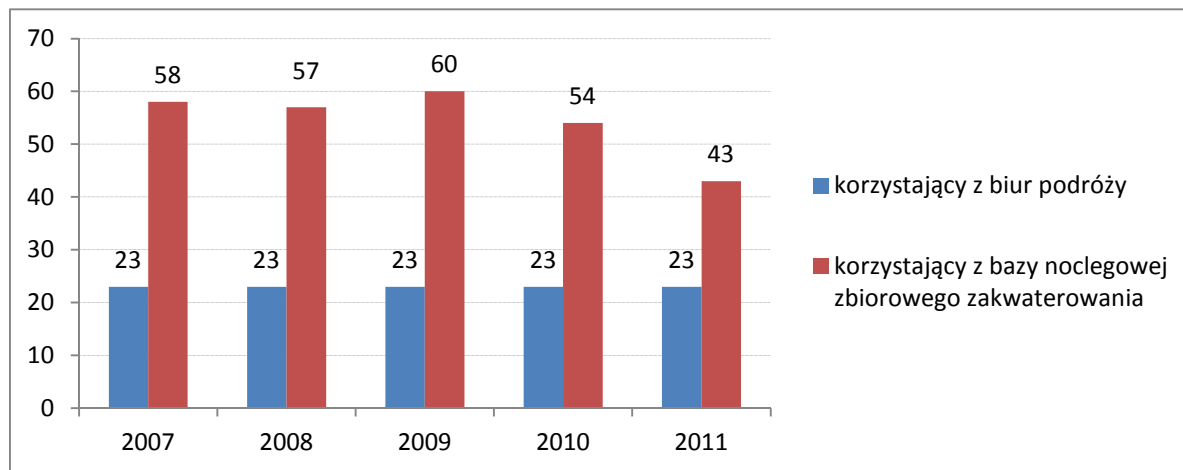
Wykres 24. Podstawowe segmenty w turystyce przyjazdowej w latach 2007-2011 (w mln)



Źródło: Instytut Turystyki.

Korzystnym zjawiskiem w turystyce przyjazdowej do Polski jest stale utrzymujący się duży udział liczby cudzoziemców korzystających zarówno z usług biur podróży, jak i zakwaterowania w rejestrowanej bazie noclegowej zbiorowego zakwaterowania, co jest charakterystycznym zjawiskiem dla przyjazdów w celach biznesowych.

Wykres 25. Udział sektora usług turystycznych w obsłudze zagranicznej turystyki przyjazdowej w latach 2007-2011 (w %)



Źródło: Instytut Turystyki.

Rozmieszczenie terytorialne turystyki przyjazdowej nie podlega istotnym zmianom pod względem hierarchii odwiedzanych województw. W 2010 r. do najczęściej odwiedzanych województw należały: mazowieckie (2,0 mln wizyt), małopolskie (1,9 mln), zachodniopomorskie (1,4), dolnośląskie (1,3 mln) oraz wielkopolskie, pomorskie i lubelskie (po 0,9 mln). Wyniki badań ankietowych Instytutu Turystyki pokazują, że w 2010 r. wzrosła liczba wizyt w województwach: małopolskim, podlaskim, podkarpackim, pomorskim i kujawsko-pomorskim. Spadek objął województwa: śląskie, opolskie, wielkopolskie i łódzkie. W 2011 r. nastąpił wzrost liczby wizyt turystów w większości województw, a zwłaszcza w: warmińsko-mazurskim, śląskim, pomorskim, zachodniopomorskim i lubelskim. Spadek dotyczy województw podlaskiego oraz, w mniejszym stopniu, wielkopolskiego.

Oszacowane na rok 2011 liczby odwiedzin w najliczniej odwiedzanych województwach przedstawiają się następująco:

1. Mazowieckie – 2,0 mln;
2. Małopolskie – 1,8 mln;
3. Zachodniopomorskie – 1,5 mln;
4. Dolnośląskie – 1,3 mln;
5. Pomorskie – 1,1 mln;
6. Lubelskie – 1,0 mln.

Podsumowanie

- W „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku” określono cztery wskaźniki tworzące system monitoringu i ewaluacji realizacji celów polityki turystycznej w odniesieniu do turystyki przyjazdowej do Polski. Wskaźniki wraz ze stanem ich realizacji przedstawia poniższa tabela:

Lp.	Wskaźniki	2007- prognoza	2007 - realizacja	2008 - prognoza	2008- realizacja	2009- prognoza	2009- realizacja	2010- prognoza	2010- realizacja	2011- prognoza	2011- realizacja
1.	Liczba cudzoziemców przyjeżdżających do Polski (w mln)	66,2	66,2	69,5	59,9	71,2	53,8	72,8	58,3	74,2	60,8
2.	Liczba turystów zagranicznych przyjeżdżających do Polski (w mln)	15,0	15,0	15,6	13,0	16,4	11,9	17,1	12,5	17,8	13,3
3.	Oszacowanie wydatków cudzoziemców w Polsce (w mld USD)	9,0	10,6	9,1	11,4	9,6	9,5	10,1	10,4	10,5	12,5
4.	Oszacowanie wydatków turystów zagranicznych w Polsce (w mld USD)	4,0	4,8	4,0	5,5	4,3	5,2	4,6	5,2	4,9	5,3

Czerwona czcionka – wskaźnik poniżej założeń, zielona czcionka – wskaźnik powyżej założeń.

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

„Turystyka zagraniczna”, symbol w rządowym Programie Badań Statystycznych Statystyki Publicznej : 1.30.05

„Aktywność turystyczna Polaków”, symbol w Programie Badań Statystycznych: 1.30.06.

- Na podstawie prognoz wskaźników zawartych w „Kierunkach ...” oraz ich realizacji w latach 2007-2011 zaobserwowano wyraźny trend spadkowy w przyjazdach turystów zagranicznych do Polski. Warto zauważyć, że w 2010-2011 odnotowano po okresie spadków, powolny wzrost przyjazdów – w 2011 r. w stosunku do roku 2009 o 13%. Jest to oznaka wychodzenia z kryzysu i zwiększania się aktywności turystycznej w Polsce. Dane liczbowe dotyczące 2010 r. i 2011 r. wskazują na zahamowanie wielu niekorzystnych tendencji i możliwość poprawy na rynku turystyki przyjazdowej do Polski w następnych latach;
- Należy zwrócić uwagę na wskaźnik „oszacowanie wydatków turystów zagranicznych w Polsce.” Choć w latach 2007-2011 nastąpił spadek liczby turystów przyjeżdżających do Polski, turyści ci wydawali nawet więcej – 5,3 mld USD – niż założono na rok 2011 – 4,9 mld USD. Z jednej strony może to być dowodem relatywnie tanich usług turystycznych w Polsce w porównaniu z innymi krajami. Z drugiej jednak strony, może to świadczyć o rozwoju tzw. turystyki zakupowej, szczególnie w obszarach przygranicznych.

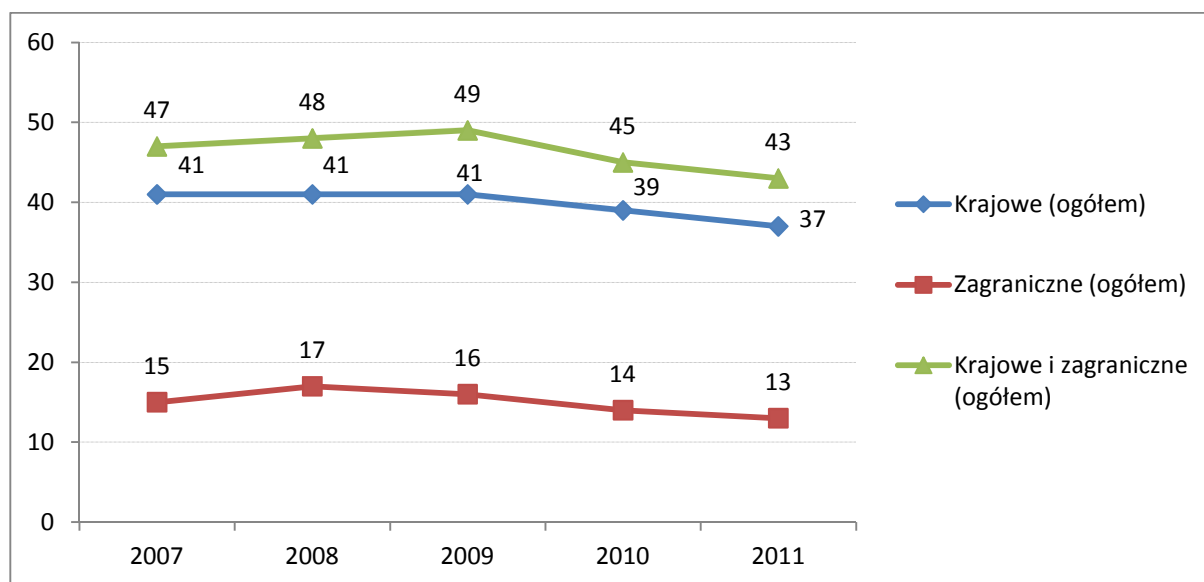
6.2. Turystyka krajowa mieszkańców Polski

W latach 2007-2011 poziom uczestnictwa mieszkańców Polski w wieku 15 i więcej lat w wyjazdach krajowych nie ulegał większym wahaniom. Od 2010 r. systematycznie maleje o dwa punkty procentowe rocznie. Główny wpływ na wielkość uczestnictwa miało zmniejszenie odsetka biorących udział w wyjazdach długookresowych oraz niewielki wzrost uczestnictwa w krajowych wyjazdach krótkookresowych. Zaobserwowano również spadek uczestnictwa w wyjazdach zagranicznych.

Spadek uczestnictwa spowodowany był pogarszającą się sytuacją ekonomiczną gospodarstw domowych oraz zmianą stylu życia i tendencją do skracania długości wyjazdów.

W rezultacie w 2011 r. uczestnictwo Polaków w wieku 15 i więcej lat w wyjazdach turystycznych w kraju lub za granicę było o kolejne dwa punkty procentowe niższe niż w 2010 r. Jest to najniższy poziom uczestnictwa w całym analizowanym okresie.

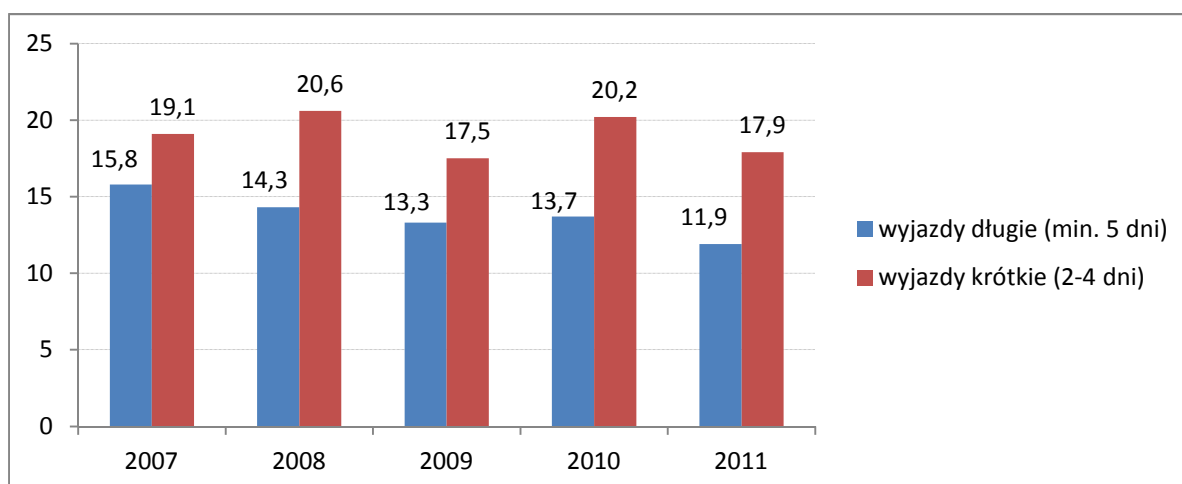
**Wykres 26. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych
(% populacji w wieku 15 i więcej lat)**



Źródło: Instytut Turystyki.

W 2011 r., wraz ze znacznie niższym poziomem uczestnictwa Polaków w wieku 15 i więcej lat w krajowych wyjazdach na co najmniej 5 dni, obserwuje się także spadek liczby wyjazdów długookresowych: osoby wyjeżdżające podróżowały rzadziej niż rok wcześniej. Mimo wzrostu poziomu uczestnictwa Polaków w wyjazdach na 2-4 dni odnotowano spadek liczby podróży krótkookresowych.

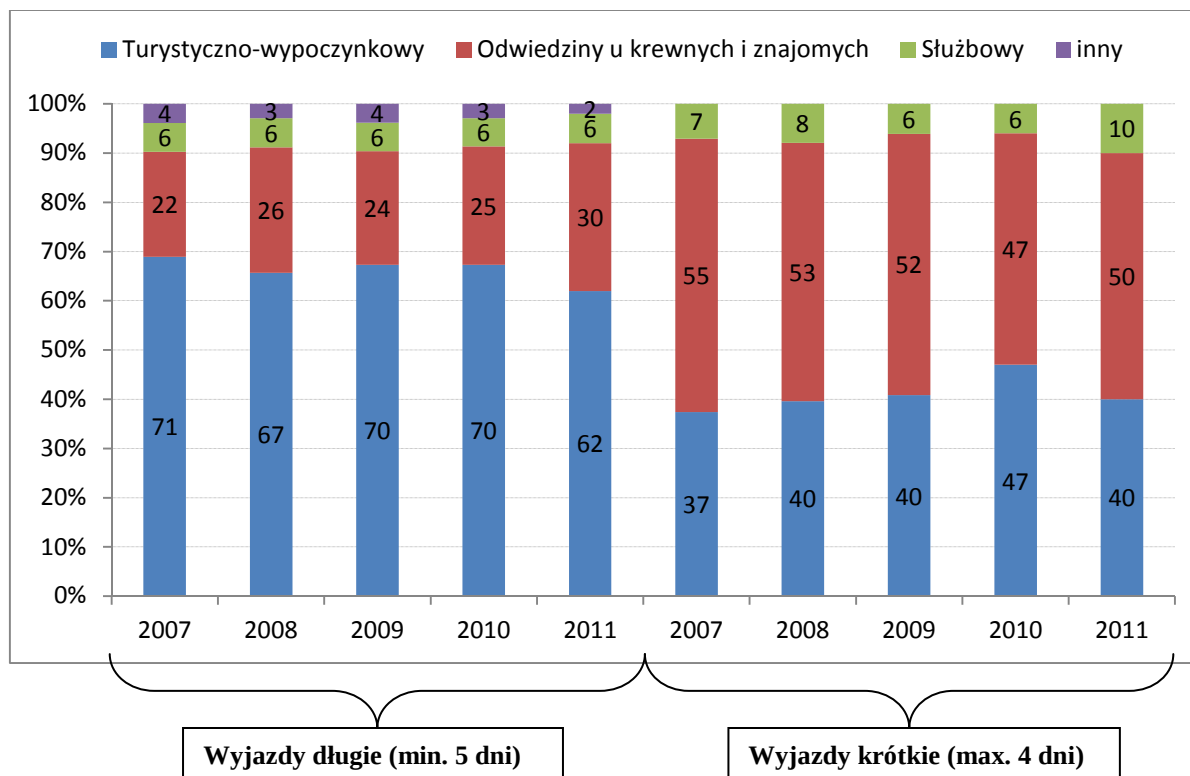
Wykres 27. Podróże krajowe mieszkańców Polski w latach 2007-2011 (w mln)



Źródło: Instytut Turystyki.

Według szacunków Instytutu Turystyki w 2011 r. Polacy wzięli udział w 29,8 mln krajowych podróży turystycznych, czyli o 12,1% mniej niż w 2010 r., z których prawie 40% stanowiły długookresowe, a ponad 60% – krótkookresowe. Osoby uczestniczące w podróżach na 5 i więcej dni wyjeżdżały na krótszy okres niż rok wcześniej, osoby uczestniczące w podróżach na 2-4 dni – na podobny.

Wykres 28. Podstawowe cele wyjazdów krajowych w latach 2007-2011 (w %)

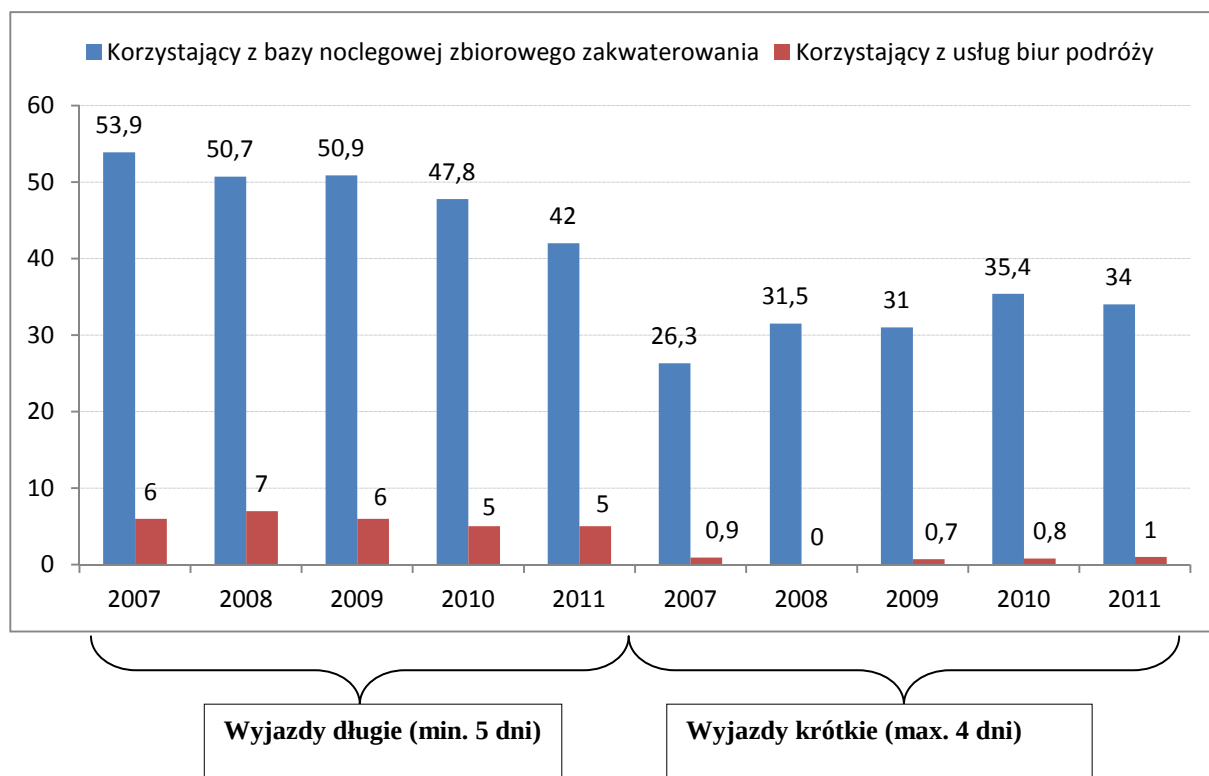


Źródło: opracowane w Departamencie Turystyki MSiT na podstawie danych Instytut Turystyki.

W analizowanym okresie 2007-2011 dominującym celem w wyjazdach krajowych na minimum 5 dni była typowa turystyka i wypoczynek – wyjazdy turystyczno-wypoczynkowe stanowiły prawie $\frac{3}{4}$ takich wyjazdów. Istotne znaczenie w wyjazdach długookresowych miały także odwiedziny u krewnych i znajomych. W przypadku podróży krótkich dominowały odwiedziny u krewnych i znajomych (około 50%), odnotowano również około 40-procentowy udział wyjazdów w celach turystyczno-wypoczynkowych.

Podczas podróży na 5 i więcej dni, spośród głównych rodzajów obszarów turystycznych kraju Polacy najczęściej odwiedzają tereny nadmorskie. Na 2-4 dni częściej niż nad morze Polacy jeżdżą w góry i nad jeziora. Jedna piąta uczestników wyjazdów długookresowych i prawie dwie piąte krótkookresowych odwiedzała miasta. Zwiększył się odsetek uczestników krajowych wyjazdów na 5 i więcej dni odwiedzających tereny wiejskie położone poza głównymi turystycznymi regionami kraju, zaś zmniejszył się odsetek odwiedzających takie tereny na 2-4 dni. Podczas podróży długookresowych Polacy najczęściej odwiedzali województwa: pomorskie, zachodniopomorskie, mazowieckie i małopolskie. Najwięcej wyjazdów na 2-4 dni nastąpiło do województwa mazowieckiego, a następnie do pomorskiego, dolnośląskiego, śląskiego i wielkopolskiego. Największe natężenie krajowego ruchu, uwzględniając oba rodzaje wyjazdów, odnotowano do województwa pomorskiego, potem zaś do mazowieckiego, zachodniopomorskiego, dolnośląskiego i małopolskiego.

Wykres 29. Udział sektora usług turystycznych w obsłudze turystyki krajowej w latach 2007-2011 (w %)



Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki MSiT na podstawie danych Instytutu Turystyki.

W latach 2007-2011 Polacy w czasie wyjazdów urlopowo-wakacyjnych w około 50% korzystali z bazy noclegowej zbiorowego zakwaterowania. Natomiast nadal niewielki jest odsetek mieszkańców Polski korzystających w organizacji wyjazdów krajowych z usług biur podróży. W szczególności przy wyjazdach krótkich Polacy praktycznie nie decydowali się korzystać z usług organizatorów turystyki, pośredników i agentów turystycznych – średnio mniej niż 1% turystów krajowych w latach 2007-2011 decydował się powierzyć organizację swojego krótkiego wyjazdu tym podmiotom. Pokazuje to, że rola biur podróży w turystyce krajowej jest szczególnie ważna i może odegrać rolę w kreowaniu turystyki w przyszłości, ale najprawdopodobniej tylko przy wyjazdach dłuższych – wtedy Polacy chętniej decydują się skorzystać z usług organizatora turystyki.

Podsumowanie

- W „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku” określono trzy wskaźniki tworzące system monitoringu i ewaluacji realizacji celów polityki turystycznej w odniesieniu do turystyki krajowej mieszkańców Polski. Wskaźniki wraz ze stanem ich realizacji przedstawia poniższa tabela:

Lp.	Wskaźniki	2007- prognoza	2007 - realizacja	2008 - prognoza	2008- realizacja	2009- prognoza	2009- realizacja	2010- prognoza	2010- realizacja	2011- prognoza	2011- realizacja
1.	Uczestnictwo mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych (w %)	47	47	51	48	53	49	55	45	57	43
1 a)	W wyjazdach krótkookresowych (1-3 noclegów) (w %)	26	23	25	20	25	21	26	22	27	21
2 b)	W wyjazdach urlopowo-wakacyjnych (minimum 5-dniowych) (w %)	33	28	33	29	34	30	36	26	38	23
2.	Liczba krajowych podróży turystycznych mieszkańców Polski (w mln)	34,9	34,9	38,9	34,9	40,2	30,8	41,5	33,9	42,7	29,8
3.	Oszacowanie wydatków mieszkańców Polski na krajowe wyjazdy turystyczne (w mld zł).	20,1	20,5	21,3	23,9	22,6	21,0	24,0	21,1	25,5	19,9

Czerwona czcionka – wskaźnik poniżej założeń, zielona czcionka – wskaźnik powyżej założeń.

- Po kilkuletnim okresie wzrostu krajowego ruchu turystycznego, w latach 2007-2011 do 43% obniżył się wskaźnik uczestnictwa Polaków w wyjazdach turystycznych, przy czym spadek dotyczył głównie wyjazdów długookresowych;
- Liczba krajowych podróży Polaków ogółem spadła w 2011 r. do 29,8 mln i była o 12,1% niższa niż rok wcześniej. Do głównych przyczyn spadku uczestnictwa Polaków w podróżach krajowych zaliczyć można pogarszającą się sytuację

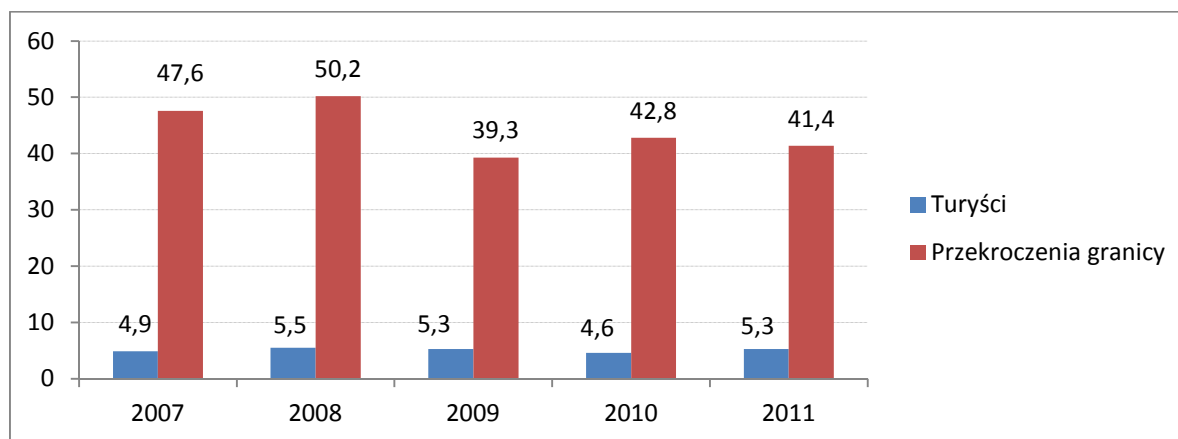
ekonomiczną gospodarstw domowych, a także niekorzystne warunki klimatyczne w kraju w okresie sezonu letniego;

- Niewielkie wahania w liczbie podróży krótkich w latach 2007-2011 świadczą o znacznie większej wrażliwości popytu w segmencie podróży krótkich w warunkach dekoniunktury i pogarszania się nastrojów konsumenckich. Skłania to do wniosku, że w przypadku pogarszającej się sytuacji finansowej konsumenci znacznie łatwiej podejmują decyzję o rezygnacji z wyjazdów krótkich niż z wyjazdów dłuższych, ale także w okresach poprawy sytuacji gospodarczej łatwiej do nich wracają.

6.3. Turystyka zagraniczna mieszkańców Polski

W 2011 r. granice Polski przekroczyło prawie 41,4 mln polskich obywateli udających się do innych krajów, czyli o 3,3% więcej niż w 2010 r. Wśród przekraczających granicę 7,5 mln (18,1%) stanowili turyści (wzrost o 5,6% w stosunku do 2010 r. – 7,1 mln), a więc osoby, które spędziły poza granicami kraju co najmniej jedną noc. Uczestnicy podróży zagranicznych wyjeżdżali rzadziej niż w 2010 r.: średnia liczba podróży zagranicznych wyniosła 1,4 na osobę (w 2010 r. – 1,6) i na krótszy okres: średnia długość pobytu objęła 9,8 noclegu (w 2010 r. – 10,5).

Wykres 30. Liczba turystycznych wyjazdów zagranicznych i przekroczeń granicy mieszkańców Polski w latach 2007-2011 (w mln)



Źródło: Instytut Turystyki.

Polscy turyści najczęściej odwiedzali Niemcy – w 2011 r. odwiedziło ten kraj około 17% polskich turystów, potem Wielką Brytanię (9,8%), Czechy (5,9%), Włochy (5,2%), Hiszpanię (4,4%), Słowację (3,8%) i Grecję (3,7%). Spośród krajów najczęściej odwiedzanych przez Polaków największy wzrost liczby wyjazdów w stosunku do roku 2010 zanotowano w Wielkiej Brytanii, na Słowacji, w Turcji i Norwegii. Największy spadek liczby wizyt dotyczył Włoch, Szwajcarii, Francji i Hiszpanii.

Tabela 19. Zagraniczne wyjazdy polskich turystów według odwiedzanych krajów (w mln)

	2007	2008	2009	2010	2011
Razem wyjazdów turystycznych	6,90	7,60	6,30	7,10	7,50
Niemcy	1,55	1,90	1,30	1,25	1,30
Wielka Brytania	0,85	0,45	0,50	0,60	0,70
Włochy	0,35	0,45	0,65	0,55	0,40
Francja	0,45	0,35	0,20	0,45	0,20
Czechy	0,40	0,65	0,35	0,40	0,40
Hiszpania	0,30	0,30	0,25	0,40	0,30
Litwa	0,15	0,30	0,10	0,35	0,10
Chorwacja	0,25	0,30	0,30	0,30	0,30
Egipt	0,15	0,25	0,25	0,30	0,30
Grecja	0,15	0,30	0,15	0,30	0,30
Turcja	0,10	0,15	0,15	0,25	0,30
Austria	0,35	0,30	0,35	0,20	0,25
Słowacja	0,45	0,45	0,20	0,20	0,30
Bułgaria	0,15	0,10	*	0,15	0,10
Holandia	0,30	0,35	0,35	0,15	0,20
Szwajcaria	*	*	*	0,15	*
Szwecja	0,15	0,10	0,20	0,15	0,20
Tunezja	*	*	0,10	0,15	0,10
Ukraina	0,25	0,15	0,10	0,15	0,10
Belgia	0,30	0,15	0,35	0,10	0,10
Dania	0,25	0,10	0,10	0,10	0,10
Irlandia	0,15	0,25	0,20	0,10	0,10
Norwegia	0,15	0,10	*	0,10	0,20
Rosja	*	0,20	*	0,10	0,10
Węgry	0,15	0,20	0,10	0,10	0,10
Białoruś	*	0,15	*	*	0,10
Inne	0,40	0,60	0,65	0,35	0,85

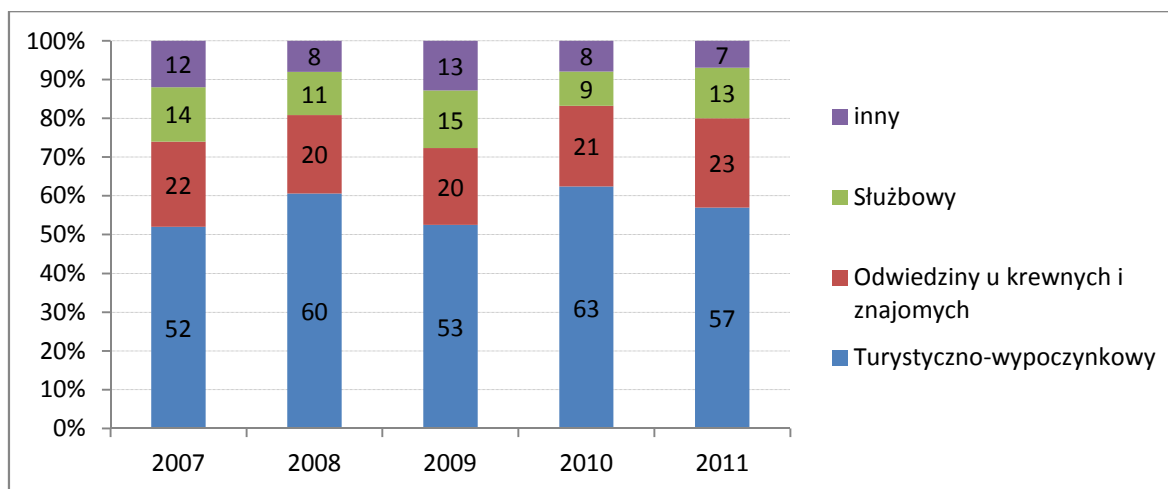
* Poniżej 0,1 mln.

Uwagi: suma wizyt w poszczególnych krajach jest większa niż liczba wyjazdów turystycznych: część turystów odwiedziła kilka krajów podczas jednej podróży; dane dotyczą całej populacji mieszkańców Polski (łącznie z dziećmi w wieku do 14 lat).

Źródło: szacunki na podstawie badań ankietowych Instytutu Turystyki

W latach 2007-2011, w grupie wyjazdów zagranicznych trwających minimum jedną dobę, zmniejszyła się liczba wyjazdów turystyczno-wypoczynkowych i służbowych, natomiast wzrosła liczba odwiedzin u krewnych i znajomych. Nie były to duże zmiany. Udział wyjazdów w celach turystycznych wahał się w analizowanym okresie i zależał od sytuacji ekonomicznej na rynkach zagranicznych i na rynku krajowym. Potwierdzają to dane z kryzysowego 2009 r., kiedy udział wyjazdów turystycznych uległ zmniejszeniu, natomiast wzrósł w tym roku udział wyjazdów w celach służbowych.

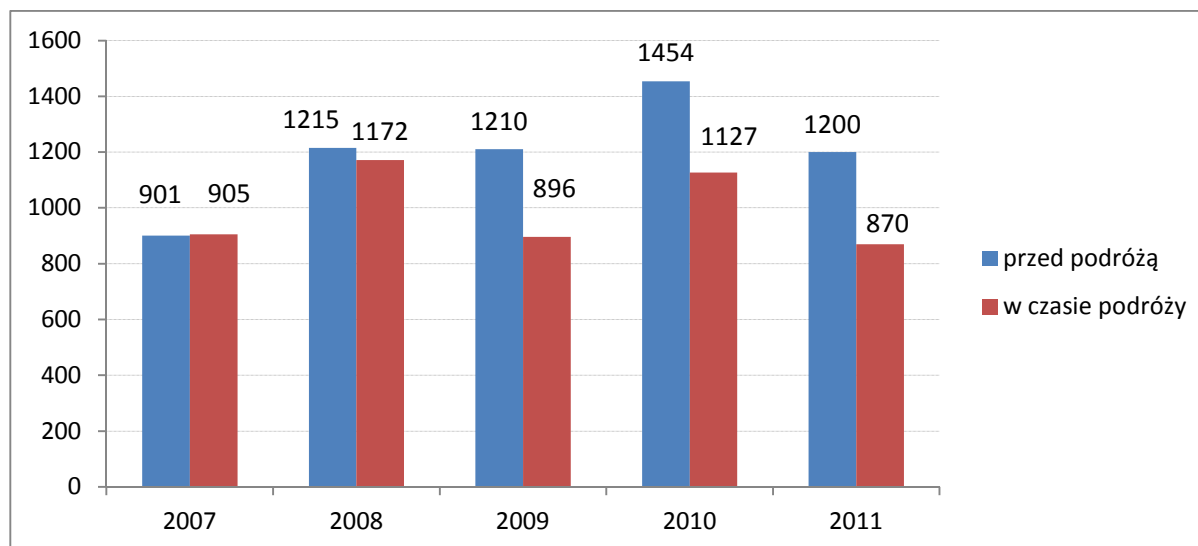
Wykres 31. Cele zagranicznych wyjazdów mieszkańców Polski w latach 2007-2011 (w %)



Źródło: Instytut Turystyki

W latach 2007-2010 nastąpił znaczny wzrost wydatków dokonywanych przez mieszkańców Polski przed rozpoczęciem podróży zagranicznej, głównie z powodu wzrostu cen wycieczek. Wahania wielkości wydatków ponoszonych w czasie podróży związane są natomiast głównie z wahaniami kursu złotówki wobec euro i dolara.

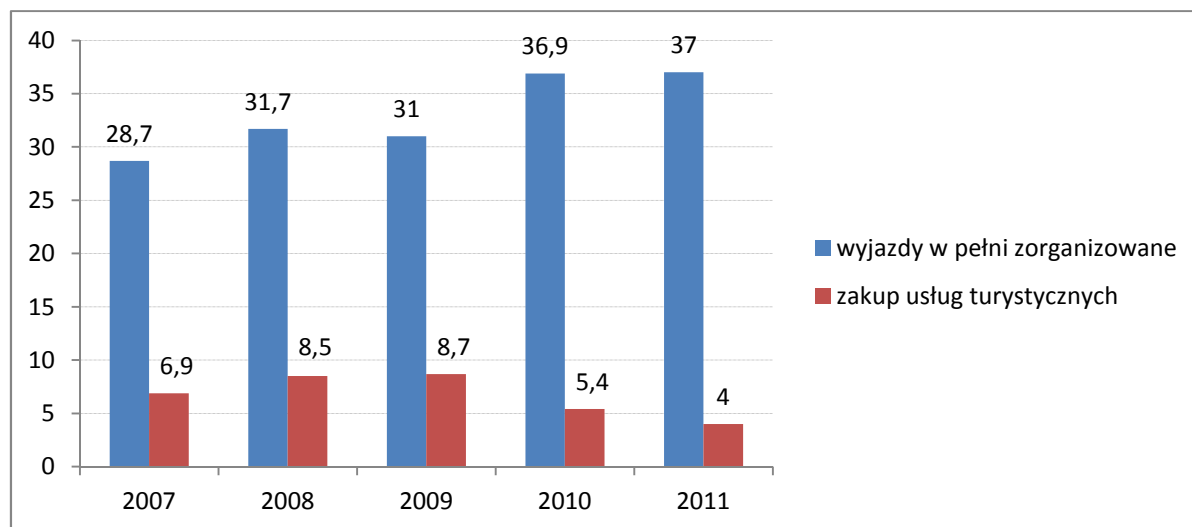
Wykres 32. Wydatki mieszkańców Polski na podróż zagraniczną w latach 2007-2011 (w zł)



Źródło: Instytut Turystyki

Ponadto, w Polsce obserwuje się zjawisko wzrostu liczby zakupów wyjazdów w pełni zorganizowanych i zmniejszenie rezerwacji i zakupów pojedynczych usług turystycznych. Jest to spowodowane m.in. wygodą kupujących, którzy organizację wyjazdu przenoszą na biuro podróży. Wiąże się to także z dość znacznym zwiększeniem liczby podróży w celach służbowych, w przypadku których nierzadko podmiot delegujący zamawia obsługę wyjazdu w profesjonalnym biurze podróży.

Wykres 33. Udział sektora biur podróży w obsłudze turystyki wyjazdowej (w %)



Źródło: badania Instytutu Turystyki.

Podsumowanie

- W latach 2007-2011 uległa znacznemu zmniejszeniu liczba wyjazdów mieszkańców Polski za granicę. Po znacznym spadku w 2009 r. (o 21,7%) w stosunku do roku poprzedniego, w 2010 r. nastąpiło nieznaczne ożywienie, jednakże rok 2011 znowu charakteryzował spadek wyjazdów zagranicznych Polaków;
- Nadal najważniejszym rynkiem docelowym są dla polskich turystów Niemcy, które odwiedza około 17-18% polskich turystów rocznie;
- W analizowanym okresie zmniejszyła się liczba wyjazdów turystycznych i służbowych, przy wzroście liczby odwiedzin u krewnych i znajomych;
- Systematycznie następuje wzrost zakupu wyjazdów w pełni zorganizowanych, co jest korzystnym zjawiskiem dla sektora usług turystycznych.

7. KONKURENCYJNOŚĆ POLSKIEJ TURYSTYKI

7.1. Międzynarodowe rankingi konkurencyjności

Zgodnie z definicją OECD konkurencyjność oznacza zarówno zdolność firm, przemysłów, regionów, narodów lub ponadnarodowych ugrupowań do sprostania międzynarodowej konkurencji, jak i do zapewnienia relatywnie wysokiej stopy zwrotu od zastosowanych czynników produkcji oraz relatywnie wysokiego poziomu zatrudnienia na trwałych podstawach. W długim okresie zwiększona konkurencyjność prowadzi do wzrostu globalnej produktywności. Szczególnie wzrost produktywności jest istotny dla poprawy konkurencyjności na rynkach otwartych na międzynarodową konkurencję, w celu doprowadzenia do długofalowej poprawy jakości życia oraz kreacji nowych miejsc pracy. W rezultacie wzrost produktywności prowadzi do lepszego wykorzystania przewag konkurencyjnych, które nie będą już dłużej ograniczane do obecności zasobów naturalnych w gospodarce oraz w światowej konkurencji¹¹⁸.

Konkurencyjności krajów pod względem turystycznym obrazuje m.in. ***The Travel & Tourism Competitiveness Index*** – **wskaźnik konkurencyjności turystyki (TTCI)**, opracowany przez ekspertów Światowego Forum Ekonomicznego (World Economic Forum) w kontekście Programu Partnerskiego Światowego Forum Ekonomicznego dla Przemysłu Lotniczego, Podróży i Turystyki. Celem TTCI jest zmierzenie czynników i polityki, które sprawiają, że rozwój sektora turystyki i podróży jest atrakcyjny w różnych krajach¹¹⁹. Ranking państw według indeksu TCCI wraz z analizą sektora turystyki są publikowane co dwa lata w raportach *The Travel & Tourism Competitiveness Report*.

Na wskaźnik konkurencyjności turystyki (TTCI) składa się 14 elementów (czynników) podzielonych na trzy subwskaźniki – grupy czynników:

- „Turystyka – ramy regulujące” – obejmuje czynniki wpływające na konkurencyjność w obszarze turystyki, które leżą w kompetencjach władz państwowych;
- „Otoczenie biznesowe i infrastruktura turystyczna”;
- „Zasoby przyrodnicze, kulturowe i ludzkie w turystyce”.

Zgodnie z wynikami raportu z roku 2011 – *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn*¹²⁰ – Polska uzyskała pod względem konkurencyjności turystycznej 49 miejsce (na 139 krajów). Był to zdecydowanie lepszy wynik niż w roku 2009 – 58 miejsce na 130 państw. W 2007 r. Polska zajęła 63 miejsce na 124 państwa. Polska od 2007 r. swoje miejsce w rankingu poprawiła o 14 pozycji. Pozycję Polski i miejsce w rankingu pod kątem każdego z 14 elementów przedstawia poniższa tabela.

¹¹⁸ *Industrial Structure Statistics* 1994, OECD, Paris 1996, s.17-19, za Zofia Wysokińska, „Konkurencyjność w międzynarodowym i globalnym handlu towarami technologicznie intensywnymi (*high-tech*)” *Studia Europejskie* 1/2002, s. 128.

¹¹⁹ „The TTCI aims to measure the factors and policies that make it attractive to develop the T&T sector in different countries.”

¹²⁰ Jennifer Blanke, Thea Chiesa, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn*, World Economic Forum, Geneva 2011.

Tabela 20. Miejsce Polski w międzynarodowym rankingu konkurencyjności "The Travel & Tourism Competitiveness Report" w latach 2007, 2009 i 2011

Wskaźnik główny i subwskaźniki		Miejsce Polski		
		2007	2009	2011
Wskaźnik konkurencyjności turystyki		63	↑ 58	↑ 49
• „Turystyka – ramy regulujące”		63	↓ 72	↑ 49
	1. Polityka turystyczna	66	75	49
	2. Zrównoważony rozwój	65	63	37
	3. Bezpieczeństwo	71	91	50
	4. Opieka zdrowotna i warunki sanitarne	89	67	44
	5. Priorytetowość turystyki	42	82	98
• „Otoczenie biznesowe i infrastruktura turystyczna”		62	↓ 68	↑ 65
	6. Infrastruktura transportu lotniczego	86	79	88
	7. Infrastruktura transportu drogowego	61	68	78
	8. Infrastruktura turystyczna	46	59	52
	9. Infrastruktura telekomunikacyjna	43	41	44
	10. Konkurencyjność cenowa	83	105	66
• „Zasoby przyrodnicze, kulturowe i ludzkie w turystyce”		60	↑ 29	↓ 30
	11. Zasoby ludzkie	44	56	43
	12. Stosunek do turystyki	122	102	132
	13. Zasoby naturalne	19	54	54
	14. Zasoby kulturowe		21	17

Na podstawie danych zawartych w raporcie można stwierdzić, iż Polska jest konkurencyjna ze względu na swój potencjał turystyczny w postaci atrakcyjności kulturowej i przyrodniczej (odpowiednio 17. miejsce i 54. miejsce). Polska również wypadła dobrze pod względem zrównoważonego rozwoju turystyki (37. miejsce), jakości zasobów ludzkich (43. miejsce) oraz infrastruktury telekomunikacyjnej (44. miejsce). W szczególności, na przestrzeni lat 2007-2011, znaczącej poprawie uległa pozycja Polski względem

subwskaźnika: „Turystyka – ramy regulujące” – z 63. na 49. miejsce oraz subwskaźnika „Zasoby przyrodnicze, kulturowe i ludzkie w turystyce” – z 60. na 30. miejsce.

Warto jednak zwrócić uwagę, w tzw. rankingu konkurencyjności turystyki w podziale na regiony Polska zajęła w 2011 r. 28. miejsce na 42 kraje Europy. Przed Polską znalazły się państwa takie, jak: Chorwacja (24. miejsce w rankingu Europa), Czarnogóra (25.) Bułgaria (27.) oraz sąsiedzi Polski: Niemcy (2.), Czechy (22.) i Węgry (26.).

W rankingu z 2011 r. (podobnie jak w 2009 r.) pierwsze trzy miejsca zajęły odpowiednio: Szwajcaria, Niemcy i Austria. Wysokie miejsca w rankingu generalnym kraje te zawdzięczają wysokim pozycjom we wszystkich grupach wskaźników. Polska sklasyfikowana w ramach indeksu konkurencyjności w obszarze turystyki na 49. miejscu znalazła się za Czechami (31. miejsce), Węgrami (38.) a także Estonią (25.).

Autorzy koncepcji oraz metodologii tworzenia indeksu konkurencyjności w obszarze turystyki przedstawianego w raportach Światowego Forum Ekonomicznego podkreślają, że opracowany w ramach indeksu ranking krajów jest pozytywnie oraz dość wysoko skorelowany zarówno z liczbą przyjazdów turystów, jak i z przychodami z turystyki poszczególnych krajów.

Podsumowanie

- Wyniki międzynarodowych rankingów konkurencyjności turystyki pokazują, że na turystykę wpływa wiele różnych elementów. Z tego względu, minister właściwy do spraw turystyki powinien nie tylko samodzielnie oddziaływać na te czynniki, ale także inicjować działania wspólnie z innymi organami administracji rządowej i państwowymi jednostkami organizacyjnymi, organami samorządu terytorialnego oraz z organami samorządu gospodarczego oraz innymi organizacjami społecznymi i przedstawicielami środowiska turystycznego;
- Ze względu na niską pozycję Polski – miejsce 65. – w subwskaźniku „Otoczenie biznesowe i infrastruktura turystyczna” należy zwrócić szczególną uwagę na wpływ infrastruktury transportowej na rozwój sektora turystyki. Intensyfikacji powinny ulec działania na rzecz m.in. zwiększenia ilości autostrad i połączenia ich w systemie międzynarodowym, poprawy stanu dróg tranzytowych, zwiększenia liczby lotnisk lokalnych oraz poprawy stanu dworców kolejowych;
- Ważne jest, aby w dalszym ciągu zmieniać wizerunek kraju, który na zachodzie postrzegany jest jako kraj podwyższonego ryzyka – jeszcze w roku 2009 Polska zajmowała pozycję 91. pod względem bezpieczeństwa. W tym zakresie obserwuje się pozytywne zmiany, gdyż w roku 2011 Polska znalazła się już na 50. pozycji.

7.2. Polska turystyka na tle krajów UE

W 2009 r. przyjazdy turystów międzynarodowych na całym świecie uległy zmniejszeniu o 4,2%. Jednak w ostatnim kwartale 2009 r. pojawiła się tendencja wzrostowa w liczbie zagranicznych podróży turystycznych. Europa zarejestrowała w całym 2009 r. spadek o 5,7%, a pierwszej połowie 2009 r. wyniósł on -10%. W 2009 r. kraje Europy Środkowej i Wschodniej oraz Północnej najmocniej odczuły kryzys w turystyce, natomiast wyniki w Europie Zachodniej, Południowej i basenie Morza Śródziemnego były nieco lepsze. Wpływy z turystyki międzynarodowej w 2009 r. uległy zmniejszeniu o 5,7%. Jednakże porównując tempo spadków wpływów z turystyki do zmniejszenia się eksportu w Europie (o 12%) można także interpretować to jako pewną odporność tej branży na wahania koniunktury gospodarczej.

W 2010 r. Europa miała słabe tempo wychodzenia z kryzysu. Liczba podróży wzrosła jedynie o 3,3%. Najlepsze wyniki miała Europa Środkowo-Wschodnia + 5,3%, najgorsze – Europa Południowa (2,8%). Przyjazdy zagranicznych turystów do Polski w 2010 r. stanowiły 13% wszystkich przyjazdów turystycznych do Europy Środkowo-Wschodniej.

Tabela 21. Przyjazdy turystów zagranicznych na świecie według regionów w latach 2007-2011
(w mln)

	2007	2008	2009	2010	2011	2010/2009 (w %)	2011/2010 (w %)
Świat ogółem	898	917	882	940	980	+ 6,4	+ 4,6
Europa	482,9	485,2	461,5	476,7	502,8	+ 3,3	+ 5,0
Europa Północna	62,6	60,8	57,7	58,5	60,9	+ 1,4	+ 6,0
Europa Zachodnia	153,9	153,2	148,6	153,6	158,3	+ 3,4	+ 3,0
Europa Środkowo- Wschodnia	96,6	100,0	90,2	94,9	100,8	+ 5,3	+ 8,0
Europa Południowa i Śródziemnomorska	169,9	171,2	165,1	169,7	182,8	+ 2,8	+ 8,0

Źródło: *Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2010 r.*, Instytut Turystyki 2011 – na podstawie danych: UNWTO World Tourism Barometer, Interim update, April 2011; UNWTO World Tourism Barometer, Advanced Release, Vol. 10, January 2012,

W 2011 r. liczba przyjazdów zagranicznych do Europy osiągnęła ponad 500 milionów, tym samym wzrost w porównaniu do roku 2010 osiągnął poziom 6%. Przede wszystkim jest to wynikiem znaczącego wzrostu w liczbie przyjazdów zagranicznych do Europy Środkowo-Wschodniej (wzrost o 8%) oraz do Europy Zachodniej (+3%) i Północnej (+6%). Należy także zwrócić uwagę na zauważalny wzrost w liczbie podróży do Europy Południowej i Śródziemnomorskiej w 2011 (+8%) w porównaniu z przyrostem w roku 2010 (wzrost o 2,8% w porównaniu z rokiem 2009).

Tabela 22. Przyjazdy turystów zagranicznych do wybranych krajów europejskich w latach 2007-2010

	2007	2008	2009	2010
Dania	4 681	9 016	8 547	b.d.
Finlandia	3 519	3 583	3 423	3 670
Islandia	1 054	1 106	1 280	1 213
Irlandia	8 332	8 026	7 189	b.d.
Norwegia	4 290	4 347	4 346	4 767
Szwecja	5 224	4 555	4 678	4 951
Wielka Brytania	30 871	30 142	28 199	28 133
Austria	20 766	21 935	21 355	22 004
Belgia	7 045	7 165	6 814	7 217
Francja	81 900	79 218	76 824	76 800
Hiszpania	58 666	57 192	52 178	52 677
Niemcy	24 420	24 866	24 223	26 875
Holandia	11 008	10 104	9 921	10 883
Szwajcaria	8 448	8 608	8 294	8 628
Bułgaria	5 151	5 780	5 739	6 047
Republika Czeska	6 680	6 649	6 032	6 334
Estonia	1 900	1 970	1 900	2 120
Węgry	8 638	8 814	9 058	9 510
Łotwa	1 653	1 684	1 323	b.d.
Litwa	1 486	1 611	1 341	b.d.
Polska	14 975	12 960	11 890	12 470
Rumunia	1 551	1 466	1 276	1 343
Federacja Rosyjska	b.d.	21 566	19 420	b.d.
Słowacja	1 685	1 767	1 298	1 327
Ukraina	23 122	25 449	20 798	21 203
Chorwacja	9 307	9 415	9 335	b.d.
Cypr	2 416	2 404	2 141	2 173
Grecja	b.d.	15 939	14 915	15 007
Włochy	43 654	42 734	43 239	43 626
Portugalia	12 321	6 962	6 439	6 865

Źródło: *Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2010 r.*, Instytut Turystyki 2011 oraz poprzednie edycje.

7.3. Absorpcja funduszy unijnych a poprawa konkurencyjności polskiej turystyki

Istotnym wsparciem dla branży turystycznej są środki w ramach wieloletniej perspektywy finansowej 2007-2013. Dzięki zapisom wprowadzonym do „Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013¹²¹” fundusze strukturalne dla polskiej turystyki są po raz pierwszy dostępne na poziomie horyzontalnym¹²².

Głównym źródłem funduszy unijnych dla turystyki jest wsparcie przewidziane Programem Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka 2007-2013 w ramach Działania 6.3 Promowanie turystycznych walorów Polski oraz Działania 6.4 Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym.

Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka – Działanie 6.3 Promowanie turystycznych walorów Polski

Celem Działania 6.3 jest wzmocnienie konkurencyjności gospodarki poprzez promocję Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie. Polska posiada wiele atrakcji turystycznych, stanowiących wartość na skalę europejską, a nawet światową, jednak świadomość ich istnienia wśród turystów zagranicznych jest niska, a atrakcje te są rzadko promowane za granicą. W tej sytuacji intensywna, kompleksowa promocja walorów turystycznych Polski przyczyni się w sposób istotny do zwiększenia rozwoju gospodarczego i wzmocnienia konkurencyjności polskiej gospodarki.

Beneficjentem tego działania jest Polska Organizacja Turystyczna, realizująca w ramach PO IG 6.3. projekt „Promujmy Polskę Razem.” Realizacja projektu przypada na okres ważnych wydarzeń, przede wszystkim takich, jak Rok Chopinowski, przygotowanie i pełnienie przez Polskę przewodnictwa w Radzie Unii Europejskiej oraz realizacja zadań związanych z rolą gospodarza trzeciej pod względem wielkości imprezy sportowej na świecie, finałowego turnieju Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012TM (tzw. kotwice medialne).

Na działanie przewidziane jest 30 mln euro (141 780 000 zł). Wydatkowanie środków następuje w obrębie trzech komponentów, na które składają się kampanie wizerunkowo-promocyjne (m.in. kampania produktowo-wizerunkowa z wykorzystaniem obecności polskiego żaglowca w portach poszczególnych krajów, jako nośnika idei przewodniej – projekt „Chopin-Polska The Course”; multimedialna kampania wizerunkowo-produktowa na rynkach brytyjskim, francuskim i niemieckim – 2011-2012), wydarzenia targowe,

¹²¹ „Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007-2013 wspierające wzrost gospodarczy i zatrudnienie. Narodowa Strategia Spójności,” Dokument zaakceptowany decyzją Komisji Europejskiej zatwierdzającą pewne elementy Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia, Ministerstwo Rozwoju Regionalnej, Warszawa 2007 r.

¹²² Dane zawarte w podrozdziale zaczerpnięto z następującego materiału: „Realizacja projektów z zakresu turystyki realizowanych w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych, Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej, Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka oraz Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki wg stanu na 31.12.2011 roku” – materiał dla Ministerstwa Sportu i Turystyki przygotowany przy współpracy Departamentu Koordynacji Wdrażania Programów Regionalnych, Departamentu Programów Ponadregionalnych, Departamentu Zarządzania Programami Konkurencyjności i Innowacyjności oraz Departamentu Zarządzania Europejskim Funduszem Społecznym w Ministerstwie Rozwoju Regionalnego, Warszawa luty 2012 r.

stworzenie systemu informacji turystycznej i działania w sferze edukacji, pogłębiania wiedzy i wymiany doświadczeń.

Czas realizacji projektu „Promujmy Polskę Razem” wynosi ponad 3 lata – od września 2009 r. do grudnia 2012 r. W ramach całego projektu realizowane są 23 podprojekty, z których część została już zakończona.

Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka – Działanie 6.4 Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym

Celem Działania 6.4 jest wsparcie inwestycji dla stworzenia konkurencyjnych i innowacyjnych o unikatowej randze produktów turystycznych o charakterze ponadregionalnym. W działaniu przewidziano wsparcie projektów o największym znaczeniu turystycznym, które miały przyczynić się do wzrostu atrakcyjności kraju w świetle przygotowań do organizacji finałowego turnieju Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO 2012TM. Wsparcie zostały również projekty, które pozwolą na rozwój turystyki w kilku województwach, przy jednoczesnym zachowaniu chłonności terenów turystycznych i ich pojemności.

Instytucją Wdrażającą (Instytucją Pośredniczącą II stopnia) dla Działania 6.4 jest Polska Organizacja Turystyczna. Na działanie 6.4 przewidziane jest 138 mln euro (565 989 435,88 zł).

W dniu 7 lipca 2009 r. weszło w życie rozporządzenie Ministra Sportu i Turystyki z dnia 30 czerwca 2009 r. w sprawie szczegółowego przeznaczenia, warunków i trybu udzielania pomocy publicznej na wspieranie inwestycji w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym w zakresie regionalnej pomocy inwestycyjnej oraz pomocy de minimis w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 (Dz. U. Nr 107, poz. 893). Kluczowe dla wdrażania Działania 6.4 PO IG było wejście w życie w dniu 21 lipca 2010 r. rozporządzenia Ministra Sportu i Turystyki z dnia 15 lipca 2010 r. w sprawie szczegółowego przeznaczenia, warunków i trybu udzielania pomocy publicznej na wspieranie inwestycji w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym w zakresie wspierania kultury i dziedzictwa kulturowego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 (Dz. U. Nr 131, poz. 887). Umożliwiło ono złożenie wniosków o dofinansowanie dla wszystkich projektów, dla których powyższy akt prawny stanowi adekwatny program pomocowy. Fakt ten przyczynił się do znacznego przyspieszenia tempa wdrażania Działania 6.4.

Dziesięć projektów realizowanych w ramach Działania wykracza zasięgiem terytorialnym poza dwa województwa. Osiem pozostałych przedsięwzięć jest realizowanych na terenie województw: pomorskiego, śląskiego, lubelskiego, małopolskiego, dolnośląskiego oraz podkarpackiego.

Niektóre z realizowanych 21 projektów to m.in.: Pętla Żuławska – rozwój turystyki wodnej Etap I; Szlaki nowej przygody w zabytkowej Kopalni Soli „Wieliczka”; Rewitalizacja Kanału Elbląskiego na odcinkach: Jezioro Drużno-Miłomłyn, Miłomłyn-Zalewo, Miłomłyn-

Ostróda-Stare Jabłonki; Śladem europejskiej tożsamości Krakowa - Szlak Turystyczny po podziemiach Rynku Głównego; Toruń Hanza nad Wisłą; Południowozachodni Szlak Cysterski; Termy Cieplickie - Dolnośląskie Centrum Rekreacji Wodnej; Hala Stulecia we Wrocławiu - Centrum Innowacyjności w Architekturze i Budownictwie; czy też Centrum Dziedzictwa Szkła w Krośnie.

W ramach działania 6.4 PO IG wartość środków pozostałych do wydatkowania do 31 grudnia 2011 r. wynosiła 23 944 174,27 zł.

Program Operacyjny Rozwój Polski Wschodniej

Projekty związane z turystyką zostały ujęte również w Programie Operacyjnym Rozwój Polski Wschodniej, który jest realizowany na terenie 5 województw: lubelskiego, podkarpackiego, podlaskiego, świętokrzyskiego i warmińsko-mazurskiego:

- **Działanie V.1 Promowanie zrównoważonego rozwoju turystyki**

Beneficjentem działania jest Polska Organizacja Turystyczna. Na działanie przeznaczonych jest 5,88 mln euro (23 944 117,68 zł). Celem działania V.1. jest wzrost zainteresowania ofertą turystyczną pięciu wschodnich regionów Polski. Przedsięwzięcie, zaplanowane na lata 2008-2012, składa się z dwóch komponentów:

1. Studium uwarunkowań atrakcyjności turystycznej Polski Wschodniej

W ramach komponentu przeprowadzono prace analityczne, w ramach których dokonano inwentaryzacji atrakcji turystycznych wschodnich województw kraju, przeprowadzono analizę segmentów turystyki oraz zawarto rekomendacje dla przyszłej kampanii promocyjnej. Integralną część komponentu stanowiło badanie jakościowe opinii i postaw potencjalnych turystów wobec potencjału turystycznego Polski Wschodniej.

2. Kampania promocyjna prezentująca walory turystyczne Polski Wschodniej

Projekt realizowany jest od lipca 2010 r. jako kampania multimedialna promująca pięć województw Polski Wschodniej. Zgodnie z założeniami cała kampania dzieli się na etapy, w ramach których realizowane są poszczególne kampanie: telewizyjne, radiowe, prasowe, internetowe, outdoor oraz działania PR.

W lipcu 2010 r. uruchomiono stronę internetową www.pieknywschod.pl, która stanowi bazę na bieżąco aktualizowanych atrakcji turystycznych i wydarzeń. Strona posiada kilka wersji językowych: angielską, niemiecką, ukraińską. W IV kwartale 2011 r. rozpoczęto intensyfikację działań kampanii outdoorowej w największych miastach Polski: Warszawa, Łódź, Kraków, Gdańsk oraz aglomeracja śląska.

- **Działanie V.2 Trasy rowerowe** - na kompleksowy projekt mający na celu stworzenie podstawowej infrastruktury związanej z obsługą ruchu rowerowego obejmujący swoim zasięgiem 5 województw Polski Wschodniej (całkowity koszt inwestycji to ponad 300 mln zł). Projekt Trasy rowerowe w Polsce Wschodniej wpisuje się

w realizację jednego z priorytetowych obszarów tematycznych wskazanych w Strategii UE dla Regionu Morza Bałtyckiego pn. utrzymanie i wzmocnienie atrakcyjności Regionu Morza Bałtyckiego w szczególności poprzez edukację, turystykę i poziom zdrowotności. Projekt składa się z dwóch komponentów:

1. Wytyczanie i oznakowanie tras rowerowych oraz budowa, rozbudowa i modernizacja dróg (ścieżek) dla rowerów o utwardzonej nawierzchni, które umożliwią bezpieczne przemieszczanie się turysty rowerowego oraz połączą miejsca kluczowe z punktu widzenia ruchu rowerowego (dworce kolejowe, autobusowe, parkingi, atrakcje turystyczne);
 2. Budowa i montaż podstawowej infrastruktury towarzyszącej, tj. stojaków na rowery, wiat postojowych, wiat widokowych, itp. oraz innych urządzeń niezbędnych do zapewnienia bezpiecznego przejazdu po drogach (ścieżkach) rowerowych realizowanych w ramach Programu.
- **Działanie III.2 Infrastruktura turystyki kongresowej i targowej** - wsparcie budowy i modernizacji infrastruktury konferencyjno-wystawienniczo-targowej.

W ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej alokacja ogółem przeznaczona na działania z zakresu turystyki wynosi 186 363 697,47 euro (764 333 358,6 zł), w tym dofinansowanie ze środków UE – 161 338 127,43 euro (661 696 062 zł), co stanowi 86,6% całej kwoty.

Regionalne Programy Operacyjne

Fundusze na rozwój turystyki zostały uwzględnione również we wszystkich Regionalnych Programach Operacyjnych, co odzwierciedla fakt, że wszystkie polskie regiony widzą swoją szansę w tym sektorze gospodarki.

W ramach tych programów przewidziana jest przede wszystkim budowa i modernizacja lokalnej bazy turystycznej, takiej m.in., jak: infrastruktura noclegowa i gastronomiczna, publiczna infrastruktura turystyczna i rekreacyjna, infrastruktura uzdrowiskowa, system informacji turystycznej oraz promocja turystyki.

W ramach Regionalnych Programów Operacyjnych na dofinansowanie projektów w zakresie turystyki przewidziano ogółem 731 323 920 EUR (środki UE), co po przeliczeniu daje kwotę 2 999 378 793 zł, co stanowi 4,2% ogólnej alokacji dostępnej na realizację RPO. Najwięcej środków na realizację projektów z zakresu turystyki przeznaczono w województwie warmińsko-mazurskim (7% całej alokacji dostępnej dla tego województwa w ramach RPO w latach 2007-2013 – 306,8 mln zł). Najmniej środków na realizację projektów z obszaru turystyka przeznaczono w województwie podkarpackim (1,9% dostępnej alokacji na realizację RPO w tym województwie – 93,1 mln zł).

W skali kraju w ramach komponentu „Turystyka” podpisano łącznie 790 umów o łącznej wartości dofinansowania (środki UE) 2 492 mln zł.

Do końca grudnia 2011 r. w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych:

- wybudowano/przebudowano łącznie 972 km szlaków turystycznych. Najwięcej wybudowanych/przebudowanych szlaków turystycznych powstało w województwie śląskim – 441,5 km, podkarpackim – 205 km, podlaskim – 149,1 km, najmniej w województwie dolnośląskim – 2,7 km. Biorąc jednak pod uwagę podpisane umowy o dofinansowanie projektów, przewiduje się wybudowanie lub przebudowanie łącznie 4 971 km szlaków turystycznych;
- łącznie w skali kraju wybudowano lub przebudowano 546 obiektów turystycznych i rekreacyjnych. Najwięcej obiektów turystycznych i rekreacyjnych zostało wybudowanych lub przebudowanych w województwie pomorskim – 147, śląskim – 101, w województwie opolskim – 51, a najmniej w województwie mazowieckim – 1. Docelowo w ramach 16 RPO planuje się wybudowanie lub przebudowanie 1 706 obiektów turystycznych i rekreacyjnych. Najwięcej obiektów turystycznych i rekreacyjnych zostanie wybudowanych lub przebudowanych w następujących województwach: śląskim – 377, opolskim 182 oraz pomorskim – 147. Najmniejszą liczbę obiektów turystycznych i rekreacyjnych przewidziano do wybudowania lub przebudowania w województwie mazowieckim – 12 i lubuskim – 17;
- w wyniku realizacji projektów z zakresu turystyki łącznie powstało 344 miejsc pracy. Najwięcej miejsc pracy powstało w województwie lubelskim – 96 oraz w lubuskim – 56.

Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013

Żadne z działań zaproponowanych w ramach czterech osi PROW 2007-2013 nie jest dedykowane tylko i wyłącznie turystyce. Zastosowane w programie podejście do rozwoju turystyki uwzględnia równowagę pomiędzy wspieraniem inwestycji infrastrukturalnych a rozwojem przedsiębiorczości i rynku pracy na obszarach wiejskich. W obecnym okresie programowania osoby prowadzące działalność turystyczną na wsi korzystają z instrumentów wsparcia inwestycyjnego w ramach następujących działań¹²³:

- **Działanie osi 3 (311). Różnicowanie w kierunku działalności nierolniczej**

Celem działania jest różnicowanie działalności rolniczej w kierunku podejmowania lub rozwijania przez rolników, domowników i małżonków rolników, działalności nierolniczej lub związanej z rolnictwem (w tym podjęcie lub rozwój działalności w zakresie usług turystycznych oraz związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem).

Do końca grudnia 2011 r. w ramach działania przeprowadzono pięć naborów wniosków o przyznanie pomocy – w 2008 r., 2009 r., 2010 r. oraz dwa nabory w 2011 r. Ogółem w ramach przeprowadzonych naborów, przyjęto 29 001 wniosków na łączną kwotę 2 634 844 247,31 zł. Najwięcej wniosków o przyznanie pomocy złożono w województwie wielkopolskim oraz mazowieckim, a najmniej

¹²³ „Informacja o stanie realizacji Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 (PROW 2007-2013) w IV kwartale 2011 r.” – materiał Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

w województwach lubuskim oraz zachodniopomorskim. Zawarto 10 224 umowy na łączną kwotę 892 360 871,03 zł. Najwięcej umów zawartych zostało w województwach: wielkopolskim oraz mazowieckim, najmniej zaś w województwach: lubuskim oraz zachodniopomorskim.

- **Działanie osi 3 (312). Tworzenie i rozwój mikroprzedsiębiorstw:**

Celem działania jest wzrost konkurencyjności gospodarczej obszarów wiejskich, rozwój przedsiębiorczości i rynku pracy, a w konsekwencji – wzrost zatrudnienia na obszarach wiejskich (w tym na inwestycje związane z tworzeniem lub rozwojem mikroprzedsiębiorstw, działających w zakresie usług turystycznych oraz związanych ze sportem, rekreacją i wypoczynkiem).

Ogółem w ramach przeprowadzonych naborów w 2009 r., w 2010 r. oraz w 2011 r. złożono 31 254 wnioski o przyznanie pomocy na łączną kwotę 6 115 954 387,32 zł. Najwięcej wniosków o przyznanie pomocy złożono w województwie wielkopolskim, a najmniej w województwach: lubuskim, opolskim oraz podlaskim. Zawarto 6 091 umów na łączną kwotę 1 045 481 427,81 zł. Najwięcej umów zawarto w województwie wielkopolskim, a najmniej w województwach: lubuskim oraz dolnośląskim.

Wzrost atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej obszarów wiejskich jest wspierany także w ramach¹²⁴:

- **Działania osi 3 (313, 323, 333). Odnowa i rozwój wsi.**

W ramach działania najczęściej realizowane są projekty dotyczące budowy, przebudowy, remontu lub wyposażenia obiektów infrastruktury publicznej, zaspokajania potrzeb społecznych w zakresie turystyki, zachowania dziedzictwa kulturowego, zaspokajania potrzeb społecznych w zakresie sportu i rekreacji. Limit środków dla działania na lata 2007-2013 wynosi ponad 589 mln euro (w tym EFRROW ponad 442 mln euro).

- **Działania osi 4 (413). Wdrażanie lokalnych strategii rozwoju.**

W ramach działania realizowane są w/w działania osi 3 oraz inne projekty zwane „małymi projektami”, które przyczyniają się do poprawy jakości życia lub różnicowania działalności gospodarczej na obszarze działania LGD. Działanie ma na celu umożliwienie mieszkańcom obszaru objętego lokalną strategią rozwoju (LSR) realizacji projektów w ramach tej strategii. Działania Leader są realizowane przez samorządy województw i te podmioty są dysponentami środków, tak więc samorządy województw mogą kreować politykę rozwoju turystyki wiejskiej i ją wspierać. Całkowity limit środków dla działania na okres programowania 2007-2013 wynosi ponad 620 mln euro (w tym EFRROW ponad 496 mln euro).

¹²⁴ „Informacja o stanie realizacji Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 (PROW 2007-2013) w IV kwartale 2011 r.” – materiał Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Pozostałe programy operacyjne

Wsparcie projektów, które mogą w sposób pośredni przyczynić się do rozwoju turystyki przewiduje również **Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko**. Realizowane są w nim projekty dotyczące m.in. rewitalizacji, rewaloryzacji, konserwacji, renowacji, zachowania, modernizacji, adaptacji na cele kulturalne zabytkowych obiektów i zespołów obiektów wraz z ich otoczeniem. Zgodnie z zapisami Programu w ramach priorytetu XI Kultura i dziedzictwo kulturowe, alokacja ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR) wynosi 1 953,09 mln zł, co stanowi 8,6% alokacji środków z EFRR w ramach programu.

Dla rozwoju zasobów ludzkich stworzony został horyzontalny **Program Operacyjny Kapitał Ludzki**, gdzie na zasadach ogólnych branża turystyczna również otrzymuje wsparcie. Łączna wartość środków zakontraktowanych w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki dla projektów związanych z turystyką kształtuje się na poziomie 352 mln PLN. Na Dolnym Śląsku zakontraktowano najwyższą kwotę w ramach projektów dotyczących turystyki – blisko 141 mln PLN. Na tle pozostałych regionów można wyróżnić również województwo pomorskie, gdzie w ramach projektów realizowanych w obszarze turystyki zakontraktowano ponad 41 mln zł. Należy podkreślić, iż w województwie lubuskim wg stanu na 31 grudnia 2011 r. nie podpisano żadnej umowy o dofinansowanie realizacji projektu o charakterze turystycznym, a w województwie śląskim i świętokrzyskim ta liczba również jest znikoma.

Podsumowanie

- Fundusze unijne przeznaczone na wsparcie turystyki w latach 2007-2013 są wielką szansą na rozwój turystyczny Polski i regionów. Jest ich pięciokrotnie więcej niż w okresie 2004-2006. Dzięki funduszom unijnym istnieje możliwość realizacji wielu ciekawych inicjatyw i przedsięwzięć, których wdrożenie przyczynia się do poprawy konkurencyjności polskiej turystyki i podniesienia atrakcyjności regionów. Powstanie produktów turystycznych o znaczeniu ponadregionalnym, promocja turystycznych walorów Polski, tworzenie systemów informacji turystycznej, rozwój uzdrowisk, agroturystyki, modernizacja ścieżek rowerowych, budowa i rozbudowa bazy noclegowej, gastronomicznej i konferencyjnej korzystnie wpływa na oblicze polskich miast i obszarów wiejskich. Zauważalna jest zmiana estetyki tych miejsc co wyraża się w zwiększeniu wzrostu ruchu turystycznego i wydłużeniu się sezonu turystycznego. Przekłada się to również na wzrost zainteresowania inwestorów, podnoszenia jakości życia lokalnych społeczności, rozwoju przedsiębiorczości oraz miejsc pracy, a także przyczynia do rewitalizacji obszarów zdegradowanych. Obok aspektów społecznych i ekonomicznych działania realizowane w ramach funduszy sprzyjają również ochronie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego.
- Z analizy obecnego poziomu wsparcia w ramach perspektywy finansowej na lata 2007-2013, w stosunku do składanych przez beneficjentów wniosków wynika, że zainteresowanie jest większe niż pula środków. Przykładowo, inwestycje

w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym (Działanie 6.4 PO IG) oraz Promocja turystycznych walorów Polski (Działanie 6.3 PO IG) wykazały się dużą efektywnością i były odpowiedzią na ogromne zapotrzebowanie branży turystycznej (175 fiszek aplikacyjnych na 21 wybranych projektów w przypadku Działania 6.4). Zarówno powstanie markowych produktów turystycznych, jak również działania promocyjne na rynkach zagranicznych przyczyniły się do wzrostu rozpoznawalności i konkurencyjności turystycznej Polski na arenie międzynarodowej.

- W związku z tym w nowej perspektywie finansowej 2014-2020 istnieje konieczność kontynuowania wyżej wymienionych działań związanych z rozwojem turystyki, zarówno na poziomie krajowym, jak i regionalnym. Przyczyni się to do komplementarnego rozwoju turystyki w Polsce, a ten możliwy jest wówczas gdy jednocześnie inwestuje się w infrastrukturę turystyczną i jakość kadr, tworzy się nowe produkty turystyczne, a także promuje i rozwija system informacji turystycznej.

8. INFRASTRUKTURA TURYSTYCZNA I PARATURYSTYCZNA W POLSCE

8.1. Transport pasażerski

Dostępność transportowa jest bardzo istotnym czynnikiem sprzyjającym rozwojowi turystyki w poszczególnych regionach Polski. Często jest ona czynnikiem decydującym, czy w danym regionie może rozwinąć się turystyka na masową skalę. Inwestycje w infrastrukturę transportową są jednocześnie istotnym czynnikiem zwiększającym tempo rozwoju turystyki w Polsce. Natomiast postrzeganie przez turystów zagranicznych Polski jako kraju ze słabą infrastrukturą transportową (w tym głównie drogową) sprawia, iż do wielu regionów zagraniczni turyści trafiają w o wiele mniejszej liczbie, niż wynikałoby to z wielkości i jakości bazy noclegowej. Ponadto, Polska nadal jest postrzegana jako kraj o niskim stopniu bezpieczeństwa w transporcie drogowym.

Transport lotniczy

Dominującym czynnikiem warunkującym w ostatnich latach rozwój przewozów lotniczych w Polsce był kryzys gospodarczy. Przerwał on wysoką dynamikę wzrostu, jaką rynek notował od wejścia Polski do UE. Do spadku ruchu doszło już na wiosnę 2008 r., nie mniej dzięki dynamicznym pierwszym miesiącom, w całym roku porty lotnicze w Polsce zanotowały dodatnią dynamikę przewozów. Kryzys wyraźnie zaznaczył się jednak w 2009 r. Doszło wówczas do 8% spadku przewozów lotniczych w Polsce. Mimo negatywnego całorocznego wyniku, ruch lotniczy w 2009 r. powrócił do dodatniej dynamiki wzrostu. W efekcie w kolejnych latach polski rynek notował wzrosty na poziomie 8% i 6%, odpowiednio dla 2010 i 2011 r. Analizując dynamikę ruchu lotniczego w ostatnich latach należy zwrócić uwagę, że na jego rozwój miały wpływ również inne czynniki zewnętrzne, poza stanem światowej gospodarki. Należało do nich zamknięcie przestrzeni powietrznej, wywołane erupcją wulkanu na Islandii w 2010 r. Na kształt rynku lotniczego w Polsce miała również wpływ sytuacja polityczna w Afryce Północnej na przełomie 2010 i 2011 r. W efekcie w całym 2011 r. znacząco zmalały przewozy czarterowe do Egiptu i Tunezji. Nie oznaczało to jednak ogólnego spadku ruchu czarterowego. Beneficjentami tej sytuacji stały się przewozy do Grecji, Hiszpanii, Portugalii, Turcji i na Cypr.

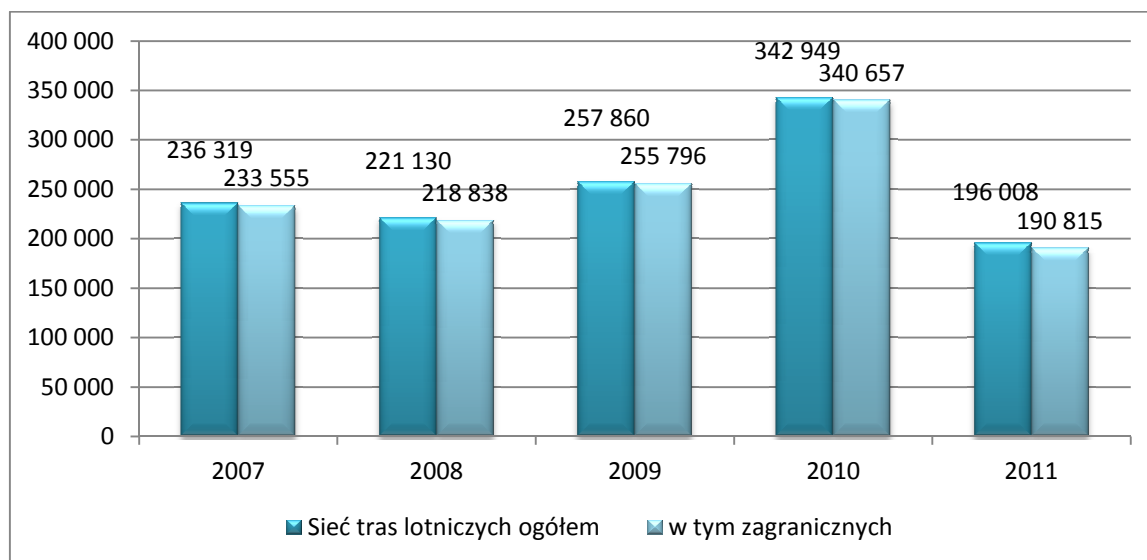
Analizując transport lotniczy od strony podażowej należy zauważyć jednak, że wahania w liczbie floty pasażerskiej w Polsce występowały w nieznacznym stopniu w tym okresie. Polski transport lotniczy rozkładowy dysponował w 2011 r. 54 samolotami (2010 r. – 56, 2009 i 2008 r. – 61). Ogólna liczba miejsc pasażerskich w samolotach wyniosła w 2011 r. 5 373, jest to ponowny spadek w porównaniu z latami wcześniejszymi (2010 r. – 5 611, spadek o 8,5%; 2009 r. spadek o 2,4%)¹²⁵.

Regularna komunikacja lotnicza prowadzona była w 2011 r. na 138 trasach lotniczych (15 krajowych i 123 zagranicznych). Jest to wyraźny spadek w porównaniu z latami wcześniejszymi (2010 r. – 173; 2009 r. – 161), w tym w szczególności na trasach

¹²⁵ *Transport – wyniki działalności w 2011 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2012, s. 198.

zagranicznych (2010 r. – 165; 2009 r. – 154 r.). Widać jednak trend wzrostowy w liczbie tras krajowych (2010 r. – 8; 2009 r. – 7). Liczba krajów oraz miast, z którymi utrzymywana była regularna komunikacja lotnicza wyniosła w 2010 r. odpowiednio 43 (2010 r. – 46; 2009 r. – 38) i 87, w tym 9 miast w sieci krajowej (2010 r. – 96, w tym 9 miast w sieci krajowej; 2009 r. – 94, w tym 7 miast w sieci krajowej)¹²⁶.

Wykres 34. Sieć tras lotniczych w latach 2007-2011 (w km)



Źródło: opracowano na podstawie *Transport – wyniki działalności w 2011 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2012 oraz poprzednie edycje.

Międzynarodowy ruch czarterowy okazał się znacznie bardziej odporny na kryzys w porównaniu do przewozów regularnych. Można wprawdzie dostrzec silne spowolnienie ruchu czarterowego w 2009 r., nie mniej był on nadal na dodatnim poziomie w porównaniu do 2008 r. W efekcie dobrych wyników przewozów czarterowych polskie porty lotnicze obsłużyły w 2011 r. blisko dwukrotnie większą liczbę pasażerów w porównaniu do roku 2007. W analogicznym okresie przewozy regularne wzrosły o 8%. Szczegółowe dane przewozowe zawiera tabela 23.

Tabela 23. Międzynarodowe przewozy czarterowe i regularne

TYP RUCHU	2007	2008	2009	2010	2011
regularny	17 101 898	17 812 738	16 095 914	17 335 908	18 431 717
czarterowy	1 695 037	2 816 113	2 830 345	3 130 968	3 279 418
Suma	18 796 935	20 628 851	18 926 259	20 466 876	21 711 135

Źródło: Urząd Lotnictwa Cywilnego

¹²⁶ *Ibidem*, s. 195.

Wśród najbardziej popularnych kierunków czarterowych w 2011 r. znalazły się kurorty wakacyjne w Turcji, Egipcie, Grecji oraz Hiszpanii. Szczegółowe dane zawiera tabela 24.

Tabela 24. Wiodące kierunki międzynarodowe w ruchu czarterowym w 2011 r.

Miasto	Liczba pasażerów	Udział
Antalya	484863	15%
Hurghada	359560	11%
Heraklion	212359	7%
Sharm el Sheikh	196896	6%
Enfidha	161744	5%
Rodos	161563	5%
Fuerteventura	107380	3%
Teneryfa	97116	3%
Palma de Mallorca	95337	3%
Tel Aviv	94368	3%
Pozostałe	1275683	39%

Źródło: Urząd Lotnictwa Cywilnego

Wśród najbardziej popularnych kierunków w ruchu regularnym znalazły się główne porty w Wielkiej Brytanii, Niemczech, Francji, Irlandii oraz Norwegii. Szczegółowe dane zawiera tabela 25.

Tabela 25. Wiodące kierunki międzynarodowe w ruchu regularnym w 2011 r.

Miasto	Liczba pasażerów	Udział
Londyn	2 610 951	16%
Frankfurt	1 018 455	6%
Monachium	868 421	5%
Paryż	812 124	5%
Dublin	722 698	4%
Oslo	635 522	4%
Mediolan	451 926	3%
Dortmund	425 937	3%
Bruksela	417 692	3%
Rzym	396 166	2%
Pozostałe	7 840 256	48%

Źródło: Urząd Lotnictwa Cywilnego

Należy odnotować, że w ostatnim okresie dynamicznie rozwijały się przewozy czarterowe realizowane przez polskich przewoźników. W efekcie w 2011 r. na pokładach polskich linii podróżowała połowa pasażerów czarterowych na polskim rynku. Warto również odnotować, że aż trzech polskich przewoźników znalazło się w pierwszej piątce linii czarterowych. Szczegółowe dane przedstawia tabela 26.

Tabela 26. Wiodący przewoźnicy w ruchu czarterowym w 2011 r.

Przewoźnik	Liczba pasażerów	Udział
Enter Air	904 463	28%
Travel Service	523 629	3%
LOT Polish Airlines	262 229	2%
Yes Airways	224 778	1%
Air Cairo	173 287	1%
Air Poland	165 479	1%
Small Planet Airlines	134 276	1%
Tunisair	103 779	1%
Onur Air	99 224	1%
Midwest Airlines (Egipt)	73 891	0%
Pozostali	614 383	61%

Źródło: Urząd Lotnictwa Cywilnego

Mimo dynamicznej ekspansji obcych przewoźników w ostatnich latach, w tym w szczególności linii niskokosztowych, wiodącą linią na polskim rynku przewozów regularnych pozostaje PLL LOT. Tuż za nim plasują się dwaj najwięksi w Polsce przewoźnicy niskokosztowi: Wizzair i Ryanair. Szczegółowe dane przedstawia tabela 27.

Tabela 27. Wiodący przewoźnicy w ruchu regularnym w 2011 r.

Przewoźnik	Liczba pasażerów	Udział
LOT Polish Airlines + EuroLOT	5 522 269	30%
Wizz Air	4 078 299	22%
Ryanair	3 840 404	21%
Lufthansa	1 441 138	8%
EasyJet	431 233	2%
Norwegian Air Shuttle	346 142	2%
Air France	313 937	2%
SAS	267 704	1%
KLM Royal Dutch Airlines	230 305	1%
British Airways	218 020	1%
Pozostali	1 742 266	9%

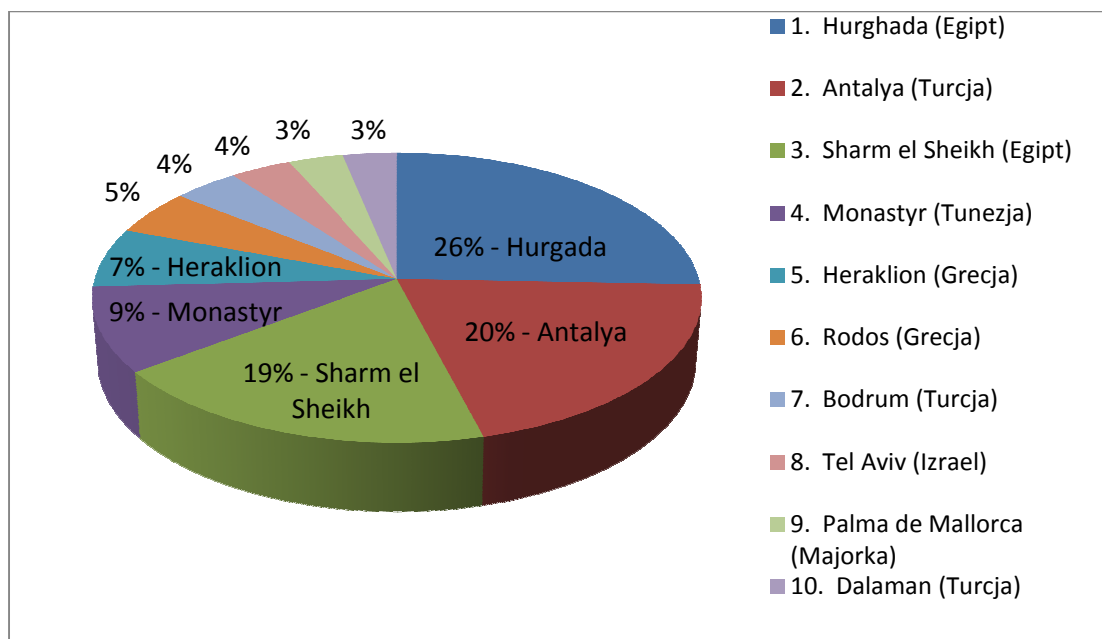
Źródło: Urząd Lotnictwa Cywilnego

Jednocześnie, należy podkreślić fakt, że lata 2009 i 2010 były dla transportu lotniczego mocno zróżnicowane. W 2009 r. spadek zanotowano w komunikacji międzynarodowej (o 9%), natomiast w komunikacji krajowej nastąpił wzrost (o 4,5%). W 2009 r. spadek ruchu pasażerów nastąpił w większości portów, w tym w Warszawie, Krakowie, Katowicach, Gdańsku, Wrocławiu, Poznaniu¹²⁷. Rok później, w 2010 r. ruch pasażerów w portach lotniczych, nie uwzględniając tranzytu, zwiększył się w porównaniu z 2009 r. o 7,6%. Wzrost ten został zarejestrowany w komunikacji międzynarodowej,

¹²⁷ Transport – wyniki działalności w 2010 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2011.

natomiast w komunikacji krajowej nastąpił niewielki spadek. Wzrost ruchu pasażerów obserwowano w większości portów lotniczych – w Warszawie, Krakowie, Gdańsku, Wrocławiu, Poznaniu. W 2011 r. wzrost w ruchu pasażerów w portach lotniczych nastąpił zarówno w przypadku komunikacji międzynarodowej (+4%), jak i krajowej (+14%)¹²⁸.

Wykres 35. Liczba obsługiwanych pasażerów w międzynarodowym ruchu czarterowym w 2010 r. – 10 najpopularniejszych kierunków/miast

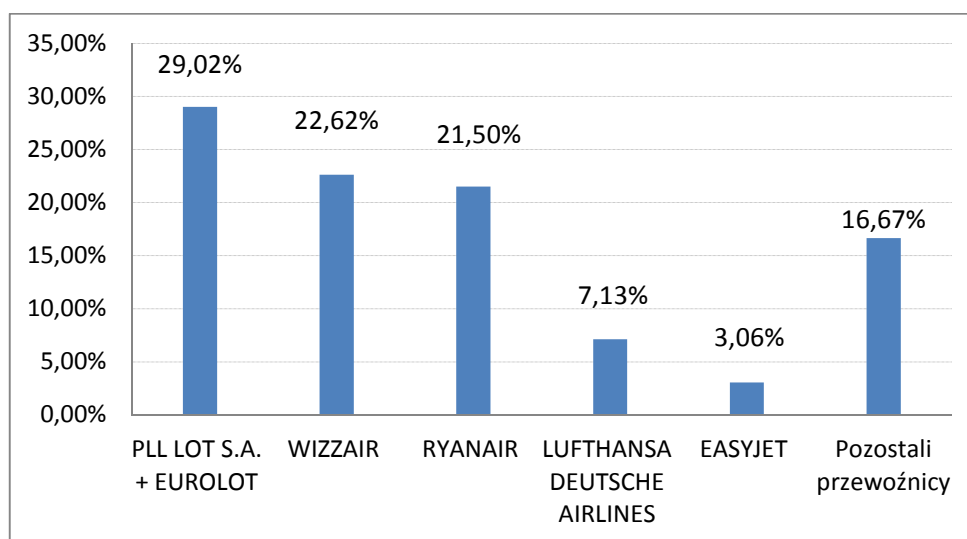


Źródło: opracowano na podstawie danych Urzędu Lotnictwa Cywilnego – *Analiza rynku lotniczego w Polsce w 2010 roku*, Warszawa, maj 2011.

Podsumowując dane dotyczące transportu lotniczego w Polsce, warto także zwrócić uwagę na najważniejszych przewoźników (ruch regularny), wśród których znajdują się przewoźnicy niskokosztowi (*Low Cost Carriers* – LCCs). W 2010 r. w piątce największych przewoźników znaleźli się kolejno: PLL LOT wraz z EUROLOT (29% pasażerów), WIZZAIR (22,6%), RYANAIR (21,5%), Lufthansa (7,1%) oraz EASYJET (3,1%). Według danych Urzędu Lotnictwa Cywilnego, niemalże od początku prowadzonych badań – od roku 2005 - udział pięciu największych przewoźników w rynku nieustannie rośnie.

¹²⁸ Transport – wyniki działalności w 2011 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2012, s. 205.

Wykres 36. Udział przewoźników w ruchu regularnym pod kątem liczby obsługiwanych pasażerów w roku 2010



Źródło: opracowano na podstawie danych Urzędu Lotnictwa Cywilnego – *Analiza rynku lotniczego w Polsce w 2010 roku*, Warszawa, maj 2011.

Transport kolejowy

Transport kolejowy jest preferowany przez Unię Europejską oraz traktowany jako kluczowy i perspektywiczny. Polska jednak w niewielkim stopniu wykorzystuje fundusze UE na jego rozbudowę i modernizację, pomimo faktu, że stan infrastruktury kolejowej w Polsce pozostaje na poziomie niezadowalającym. Warto zauważyć, że ten rodzaj transportu ze względu na bezpieczeństwo i wygodę, powinien zostać doceniony jako ważny czynnik rozwoju gospodarczego i społecznego. Wprawdzie transport kolejowy – pomimo istotnych braków infrastrukturalnych – jest doceniany przez turystów krajowych, ale turyści zagraniczni zdecydowanie narzekają na jego jakość oraz dostępność informacji.

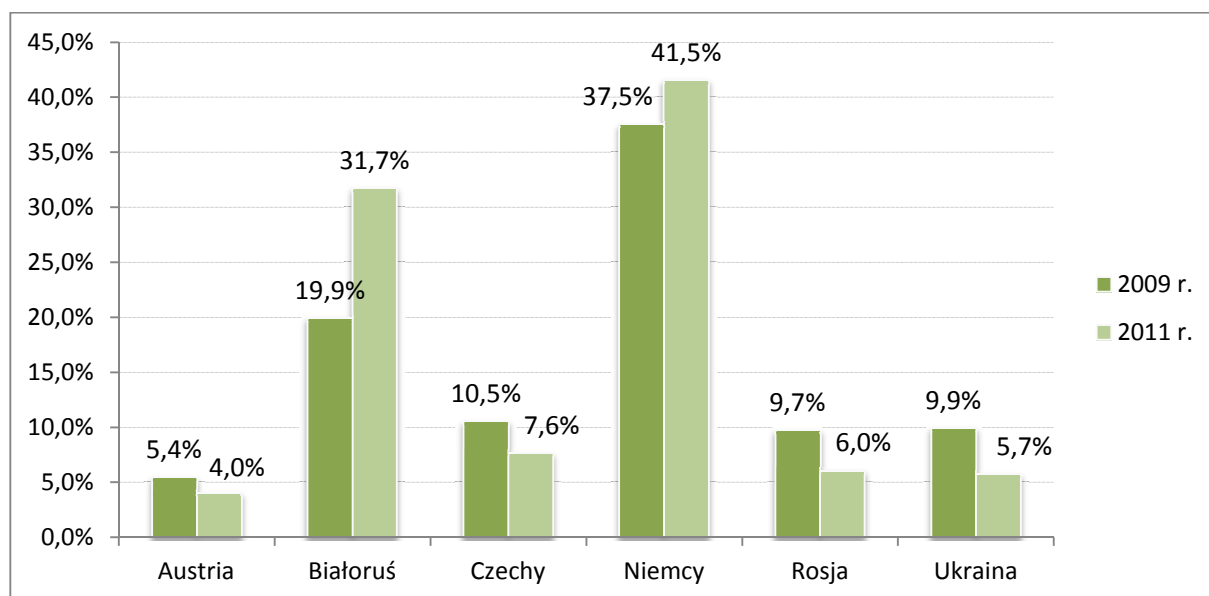
Z drugiej strony, można zaobserwować poprawę jakości usług w odniesieniu do przewozów międzywojewódzkich i międzynarodowych, natomiast najgorsze efekty odnotowywane są w sferze pasażerskich przewozów regionalnych (w tym w obsłudze przewozów podmiejskich). Na tle powyższych zjawisk widoczny jest znaczący problem ograniczonej dostępności przestrzennej niektórych obszarów¹²⁹. Ponadto, w przypadku dalszego rozwoju krajowego transportu lotniczego niskokosztowego oraz transportu autokarowego, transport kolejowy może stracić swój potencjał jako bodźca rozwojowego.

W szczególności, niepokojące są dane na temat długości sieci kolejowej w Polsce, która wyniosła zarówno w 2011 r., jak i 2010 r. ogółem ok. 20,2 tys. km (spadek o ok. 200 km w stosunku do roku 2009), z czego 11,5 tys. km to linie o znaczeniu państwowym. W roku 2009 długość sieci kolejowej (20,4 tys. km) była o 0,8% większa niż w 2008 r. (20,2 tys. km) i o 2,1 % większa niż w 2007 r. (20,1 tys. km).

¹²⁹ Raport Polska 2011. Gospodarka – Społeczeństwo – Regiony, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, s.85-86.

W 2010 r. transportem kolejowym przewieziono 261,3 mln pasażerów, czyli o 7,5% mniej niż w 2009 r. Utrzymała się tendencja spadkowa przewozów pasażerskich z 2009 r. – wyniosła ona wtedy -3,2%. Na ogólny spadek przewozów pasażerów w 2010 r., podobnie jak w roku 2009, wpłynęło zmniejszenie przewozów w komunikacji krajowej. Jednocześnie zanotowano wzrost przewozów w komunikacji międzynarodowej – z 1,5 mln w roku 2009 do 1,8 mln pasażerów w roku 2010 r. (wzrost o 17%). W 2011 r. liczba pasażerów nieznacznie wzrosła do 263 mln, wzrost nastąpił zarówno w komunikacji krajowej, jak i zagranicznej (o 16%, do 2 mln pasażerów).

Wykres 37. Udział przyjazdów z wybranych państw w całkowitych przyjazdach pasażerów transportem kolejowym międzynarodowym do Polski w latach 2009 i 2011 r.



Źródło: opracowano na podstawie: *Transport – wyniki działalności w 2010 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2011 oraz poprzednie edycje.

Najwięcej przyjazdów, tak jak rok wcześniej odnotowano z następujących państw: Niemcy, Białoruś, Republika Czeska, Ukraina i Rosja¹³⁰, co obrazuje znaczenie transportu kolejowego dla rozwoju turystyki przyjazdowej z tych państw.

Transport wodny

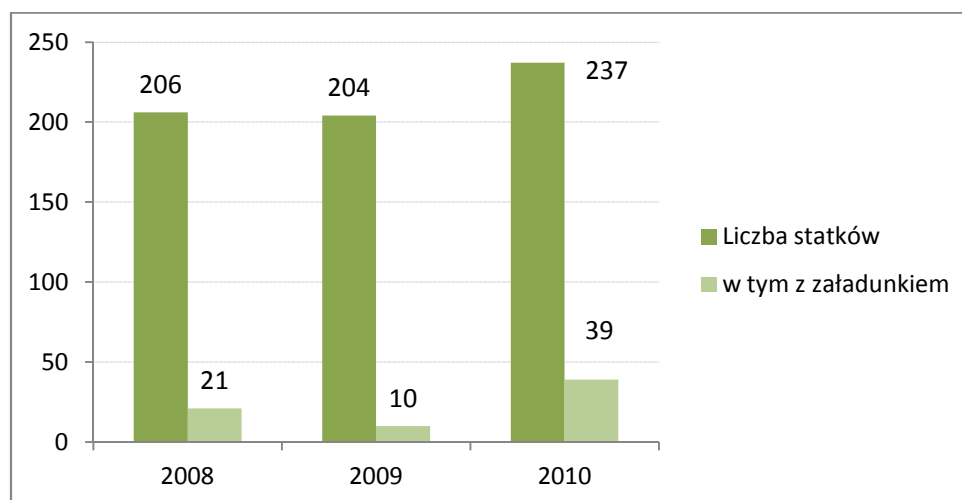
Transport morski

Transport morski w ostatnich latach cieszył się większą popularnością. W roku 2010 żeglugą morską przewieziono 671 tys. pasażerów, co stanowiło o 1,5% więcej niż w roku 2009, kiedy przewieziono 661,2 tys. pasażerów (tj. o 8,9% mniej niż w 2008 roku). W 2011 r. nastąpił spadek do 636 tys. pasażerów. W analizowanych latach były to głównie przewozy wykonywane w komunikacji międzynarodowej (przewozy w komunikacji krajowej w 2010 r.

¹³⁰ *Transport – wyniki działalności w 2011 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2012 oraz poprzednie edycje.

stanowiły poniżej 0,3%). W 2011 r. identycznie jak w 2009 r. i 2010 r., zdecydowana większość przewozów (97%) realizowana była w żegludze promowej.

Wykres 38. Statki wycieczkowe (cruise ships) wchodzące do polskich portów w latach 2008-2010



Źródło: opracowano na podstawie: *Rocznik statystyczny gospodarki morskiej 2011, 2012*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.

Ponadto, do Polski przybywa coraz więcej statków wycieczkowych. Zainteresowanie tego typu turystyką jest w ostatnich latach coraz większe, a firmy organizujące taki wypoczynek coraz częściej decydują się na postój w Polsce. Wielkie wycieczkowce wpływające do portów to z jednej strony prestiż dla miasta, z drugiej strony napływ zagranicznych turystów oraz atrakcja turystyczna dla turystów krajowych.

W 2010 r. do Polski przybyło 237 statków wycieczkowych (w tym 39 z załadunkiem), zaś ogółem w latach 2008-2010 do Polski przybyło o 31 statków wycieczkowych więcej niż w latach poprzednich. Jednak, istotną przeszkodą w rozwoju tego typu turystyki w Polsce są nierzadko warunki infrastrukturalne (niesprzyjająca dostępność portu i nabrzeża, pływizny).

Do portów Gdańsk, Gdynia oraz Szczecin i Świnoujście wycieczkowce wpływają bez problemu. Na poprawę infrastruktury porty wykorzystują dofinansowanie z funduszy unijnych. Dodatkowo przykładem jest Gdynia, gdzie dla pasażerów turystyki promowej z Karlskrony został udostępniony autobus tzw. "shuttle bus", który dowozi ich do miasta. Informacje dotyczące warunków infrastrukturalnych nie dotyczą głównych portów morskich w Polsce. Zarządy portów uczestniczą w międzynarodowych targach turystycznych, na których nawiązują kontakty m.in. z organizatorami turystyki morskiej. Przyjazdy wycieczkowców do Polski wynikają z uwzględnienia w planach wycieczek do głównych portów bałtyckich portów Gdańsk, Gdynia lub Szczecin i Świnoujście. Uwzględnienie polskich portów morskich na trasach wycieczkowców związane jest z aktywnym uczestnictwem przedstawicieli portów w międzynarodowych targach oraz spotkaniach branży

turystycznej. Złe warunki infrastrukturalne dotyczą tylko małych portów, do których wycieczkowce zagraniczne nie przypływają.

Żegluga przybrzeżna

Żegluga przybrzeżna mogłaby się stać ogromną atrakcją dla turystów krajowych i zagranicznych, jednak obecnie jej znaczenie w komunikacji krajowej i międzynarodowej jest marginalne. Dane statystyczne zaprezentowane przez Główny Urząd Statystyczny świadczą o spadku liczby przewozów żeglugą przybrzeżną w ostatnich latach.

W tym rodzaju transportu w 2010 r. przewieziono 518 tys. pasażerów (w 2010 r. zarejestrowano spadek w stosunku do roku 2009 o 10%, kiedy to przewieziono 574,9 tys. pasażerów). Jest to kolejny rok z 10% spadkiem (podobnie jak w roku 2009). Zmniejszyła się również praca przewozowa (w 2010 r. o 32%, a w 2009 r. o 14%). W 2011 r. nastąpił nieznaczny wzrost w liczbie pasażerów (521 tys.) oraz w pracy przewozowej (o 2%). W komunikacji międzynarodowej przewieziono jedynie 4 tys. w 2011 r. i 4,2 tys. pasażerów w 2010 r., w 2009 r. – 4,5 tys. pasażerów, co stanowiło w analizowanych latach (2007-2010) niespełna 1% przewozów ogółem statkami morskiej przybrzeżnej floty transportowej¹³¹. Warto zauważyć, że większość statków (23 na 27) w żegludze przybrzeżnej ma ponad 26 lat.

Transport śródlądowy

Żegluga śródlądowa, podobnie jak przybrzeżna, mogłaby się stać magnesem przyciągającym turystów krajowych i zagranicznych. Nie zawsze musi ona być sama rentowna, ale przyciągając turystów może sprawić, iż więcej wydatków dewizowych zostanie poniesionych w bazie noclegowej i gastronomicznej oraz bazie paraturystycznej. Niestety, podobnie jak w przypadku transportu przybrzeżnego, i w tym przypadku można zaobserwować tendencje spadkowe – związane m.in. z trudną dostępnością portów.

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego liczba pasażerów przewiezionych żeglugą śródlądową w 2010 r. wyniosła 879 tys. i była mniejsza o 20% w stosunku do roku 2009. Po latach spadków, w 2011 r. nastąpił wzrost do 998 tys. pasażerów. Wszystkich przewozów dokonano w komunikacji krajowej, a średnia odległość na jaką przewieziono jednego pasażera wynosiła w okresie 2009-2011 ok. 14 km. Długość dróg wodnych śródlądowych w latach 2007-2011 nie ulegała zmianie i wynosiła jedynie 3 660 km¹³².

Transport samochodowy

Transport samochodowy jest tym rodzajem transportu, który rozwijał się dynamicznie i systematycznie w analizowanym okresie. Jego dostępność była coraz powszechniejsza, ceny samochodów (w tym głównie używanych) były coraz niższe. Z drugiej strony, mankamentem transportu samochodowego są koszty eksploatacji (w tym koszty paliwa), natężenie ruchu drogowego (szczególnie w dużych miastach) oraz kwestie bezpieczeństwa na drogach.

¹³¹ *Ibidem.*

¹³² *Ibidem.*

W latach 2007-2011 liczba zarejestrowanych samochodów osobowych w Polsce systematycznie rosła. W 2007 r. wyniosła ona 19 mln zł, zaś w roku 2011 r. ponad 24 mln¹³³. Niestety liczba nowo wybudowanych autostrad i dróg szybkiego ruchu nie dorównuje tempu wzrostu liczby zarejestrowanych samochodów. W związku z tym, pomimo wzrostu liczby zarejestrowanych samochodów, liczba przewozów transportem drogowym od roku 2008 do roku 2011 ulegała systematycznemu zmniejszeniu. Wskaźnik liczby samochodów na 1000 mieszkańców ulega powoli systematycznej poprawie w Polsce. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego na 1000 mieszkańców w 2011 r. przypadały 474 samochody, podczas gdy w 2010 r. – 451, w 2009 r. – 432, a w 2008 r. – 422¹³⁴. Zgodnie z danymi Eurostatu w 2009 r. średni wskaźnik dla 27 krajów UE wyniósł 473 samochody osobowe na 1000 mieszkańców¹³⁵, co pokazuje, że wskaźnik dla Polski w 2009 r. był poniżej średniej.

Transport autobusowy

Transport autobusowy ma zdecydowanie większe znaczenie dla turystów krajowych niż zagranicznych. Jednak, ze względu na duże natężenie ruchu w Polsce oraz stary tabor autobusowy w komunikacji krajowej, usługi komunikacji autobusowej nie są świadczone na wysokim poziomie. Należy podkreślić jednak, że w ostatnich latach na rynku pojawiają się także firmy autokarowe wyposażone w nowoczesny tabor (m.in. dostępność Internetu bezprzewodowego na pokładzie, udogodnienia dla osób niepełnosprawnych, klimatyzacja, pasy bezpieczeństwa w każdym autokarze) oferujące nowe połączenia międzymiastowe, nierzadko w promocyjnych cenach.

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego regularna komunikacja autobusowa¹³⁶ w 2011 r. odbywała się na 18,5 tys. linii krajowych o ogólnej długości 0,95 mln km. W ostatnich trzech latach zarejestrowano spadek w liczbie krajowych linii autobusowych oraz w jej długości (2010 r. – 19,6 tys. linii krajowych o długości 1 mln km, 2009 r. – 22,2 tys. linii krajowych o długości 1,1 mln km)¹³⁷. Podobne tendencje zostały zarejestrowane w komunikacji międzynarodowej, która w 2010 r. odbywała się na 201 liniach międzynarodowych o długości 360, tys. km (2010 r. – 203 linie o długości 366 tys.; 2009 r. – 300 linii o długości 556 tys. km.). W ogólnej liczbie linii krajowych dominowały linie podmiejskie, które stanowiły ok. 77% całości.

W 2011 r. transportem autobusowym przewieziono ponad 530 mln pasażerów, co stanowiło o 6,1% mniej pasażerów niż w roku 2010 r. Był to podobny spadek (7-8%) jak w latach 2010 i 2009 w stosunku do lat wcześniejszych¹³⁸. Interesujący jest natomiast fakt, iż w 2010 r. przewozy pasażerów w komunikacji międzynarodowej uległy zwiększeniu o 3,5%, zaś w 2011 r. o 8,3 %. W latach 2009-2011 r. praktycznie 70-75% przewozów

¹³³ *Ibidem*.

¹³⁴ *Ibidem*.

¹³⁵ Eurostat nie dysponuje danymi na lata 2010 r. i 2011 r. (stan na 28.08.2012 r.)

¹³⁶ Komunikacja w ruchu krajowym i międzynarodowym, realizowana przez przedsiębiorstwa o liczbie pracujących powyżej 9 osób; bez przedsiębiorstw komunikacji miejskiej.

¹³⁷ *Transport – wyniki działalności w 2011 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2012 oraz poprzednie edycje.

¹³⁸ *Ibidem*.

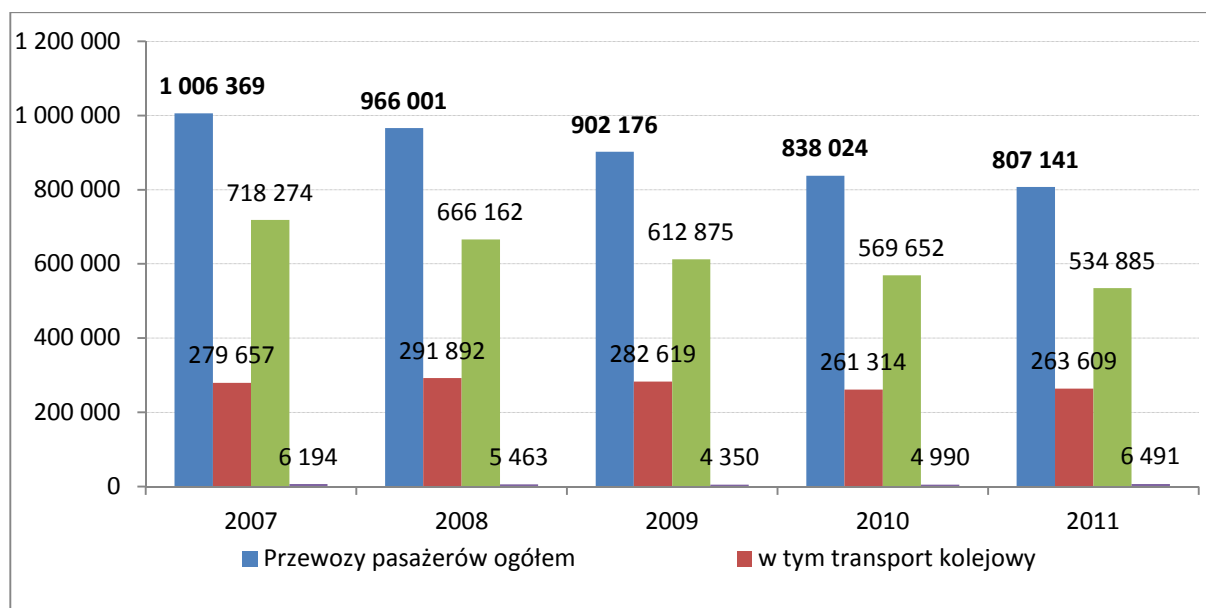
realizowanych było w ramach komunikacji regularnej, resztę stanowiły przewozy pozostałe (w 2011 r. komunikacja międzynarodowa stanowiła 15%).

W 2010 r. zanotowano znaczny spadek przewozów do dotychczasowych krajów-liderów: Holandii, Wielkiej Brytanii, Słowacji. Natomiast w stosunku do Niemiec zanotowano wzrost w 2010 r. i 2011 r. – przewozy do Niemiec stanowią ok. 40% wszystkich przewozów międzynarodowych. Wzrosty zarejestrowano także w stosunku do Grecji, Bułgarii, Białorusi, Litwy, Francji, Belgii (w 2010 r.). W 2009 r. natomiast zarejestrowano znaczny (tj. pow. 20%) spadek przewozów do Francji, Wielkiej Brytanii, Republiki Czeskiej, Włoch oraz Austrii. Co ważne, transport autokarowy jest szczególnie popularny w przypadku turystyki kulturowej (zwiedzanie) oraz w przypadku turystyki związanej z uprawianiem sportów zimowych (komfort jazdy, łatwość w przewozie bagażu – w porównaniu do transportu lotniczego, możliwość dojazdu do wyciągów). Ponadto, kwestie finansowe mają także istotny wpływ na wybór przez turystów przejazdu autokarem.

Podsumowanie

- Według danych statystycznych zgromadzonych przez Główny Urząd Statystyczny można zaobserwować, iż największa liczba przewozów pasażerskich rejestrowana była w Polsce w roku 2007, czyli przed światowym kryzysem gospodarczym i wyniosła ponad 1,006 mld. Zmniejszeniu uległy łączne przewozy pasażerów we wszystkich rodzajach środków transportu – transporcie kolejowym, lotniczym i samochodowym. W 2011 r. wyniósł on 807 mln, co oznacza spadek o 20% w stosunku do roku 2007.

Wykres 39. Liczba przewozów pasażerów w latach 2007-2010 (w tys.)



Źródło: opracowano na podstawie: *Transport – wyniki działalności w 2011 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2011 oraz poprzednie edycje. Dot. polskich przewoźników.

- Należy jednak zauważyć, że pomimo wcześniejszych spadków w roku 2008 i 2009 polski transport lotniczy zanotował w roku 2010 wzrost o 640 tys. pasażerów¹³⁹. Zaś, biorąc pod uwagę wszystkich przewoźników, polskie porty lotnicze obsłużyły łącznie w ruchu handlowym 20,469 mln pasażerów, co stanowiło wzrost odpowiednio o 8,1% w stosunku do roku 2009 (18, 93 mln) i prawie dorównało wynikom z roku 2008 (20,65 mln). W 2011 r. zanotowano kolejny znaczący wzrost o 30% do poziomu prawie 6,5 tys. pasażerów. W dobie rozwoju niskokosztowych linii lotniczych (ponad 50% udział w rynku), transport lotniczy ma znaczny potencjał do dalszego rozwoju¹⁴⁰.
- Z pewnością wzmocnieniu powinny ulec nakłady na rewitalizację infrastruktury kolejowej (w tym w ramach funduszy UE w Wieloletniej Perspektywie Finansowej 2014-2020), uwzględniając także potrzeby rozwoju taboru i oferty przewozowej. Transport kolejowy będzie miał w kolejnych latach wyraźny wpływ na rozwój ruchu międzyregionalnego w Europie, szczególnie uwzględniając rozwój tzw. Kolei Dużych Prędkości (KDP). Ponadto, rozwój turystyki opartej na komunikacji własnej oraz transporcie autokarowym, jest silnie skorelowany z rozwojem sieci autostrad i dróg ekspresowych w Polsce. W związku z tym, dalsza rozbudowa i modernizacja infrastruktury drogowej mogłaby się stać elementem wzmacniającym turystykę krajową.
- Podsumowując, powyższe dane potwierdzają tendencje, które były obserwowane na rynku turystycznym. W latach 2007-2011 turyści częściej decydowali się na krótsze i bliższe wyjazdy, rezygnowali z wyjazdów zagranicznych. Jednak dążyli do tego, aby zrealizować minimum jedną podróż wakacyjną – weryfikowali jej koszt i uwzględniając koszty dojazdu w zależności od środka transportu (transport lotniczy, transport autokarowy, transport kolejowy, dojazd własny) wybierali opcję najtańszą.

8.2. Szlaki turystyczne

Rozwój szlaków turystycznych w Polsce jest bardzo istotny z punktu widzenia rozwoju zagospodarowania turystycznego w Polsce. Wiele projektów nie ogranicza się tylko do znakowania przebiegu szlaku, ale nadaje mu charakter tematyczny, włącza lokalne funkcje ekonomiczne do jego funkcjonowania i stara się w sposób strategiczny zagospodarowywać teren w bliskości szlaku. Ponadto, już istniejące lokalne szlaki są wykorzystywane jako element rozszerzenia proponowanej oferty turystycznej. Niektórym ze szlaków towarzyszy odpowiednia infrastruktura: tablice informacyjne, wiaty, miejsca do odpoczynku.

Według danych publikowanych przez GUS długość szlaków turystycznych w Polsce¹⁴¹ w 2010 r. wynosiła 67,8 tys. km i zmniejszyła się w porównaniu z rokiem 2009 o 2,2 km. W 2009 r. zarejestrowano zwiększenie się długości szlaków w porównaniu

¹³⁹ Dot. tylko polskich przewoźników.

¹⁴⁰ *Analiza rynku lotniczego w Polsce w 2010 roku*, Warszawa, maj 2011.

¹⁴¹ Dot. szlaków turystycznych wytyczonych i znajdujących się pod opieką oddziałów PTTK łącznie z będącymi poza ewidencją Komisji ZG PTTK (w 2011 – ok. 5,7 tys. km, w 2010 – ok. 5,2 tys. km). Źródło: *Turystyka w 2011 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012, Tablica IV/4, s. 175.

z 2008 r. o ok. 1,9 tys. km. Zarejestrowany w 2009 r. wzrost długości szlaków był pozytywnym zjawiskiem świadczącym o wykorzystywaniu unikatowych walorów przyrodniczych i kulturowych jako czynnika rozwoju lokalnego. Ponowny wzrost nastąpił w roku 2011 – długość szlaków turystycznych w Polsce wyniosła 72,2 tys. km.

W 2010 r. i 2011 r. do najdłuższych szlaków turystycznych należały szlaki piesze nizinne – odpowiednio 33,9 tys. km oraz 37,8 tys. km w 2011 r. i rowerowe¹⁴² – 16,4 tys. km oraz 17,1 tys. km w 2011 r. W 2011 r. zmniejszeniu uległa długość szlaków narciarskich (z 415 km do 359 km) oraz górskich (z 11 tys. km do 10 tys. km). Największą długością szlaków turystycznych mogą pochwalić się województwa: małopolskie – 9,3 tys. km szlaków turystycznych; zachodniopomorskie – 6,7 tys. km; oraz dolnośląskie – 6,1 tys. km.

Aktualnym problemem w zakresie tworzenia i utrzymywania szlaków turystycznych jest kwestia odpowiedzialności. Rzadko wyznaczeniu szlaku towarzyszy kontynuacja działań w zakresie monitorowania jego stanu oraz czystości i bezpieczeństwa na nim. Kwestia odpowiedzialności podmiotów – właścicieli terenów publicznych – ogranicza się jedynie do wyrażenia zgody na utworzenie lub zlecenie utworzenia szlaku bez zachowania ciągłości konsekwencji w zakresie zapewniania jego funkcjonowania.

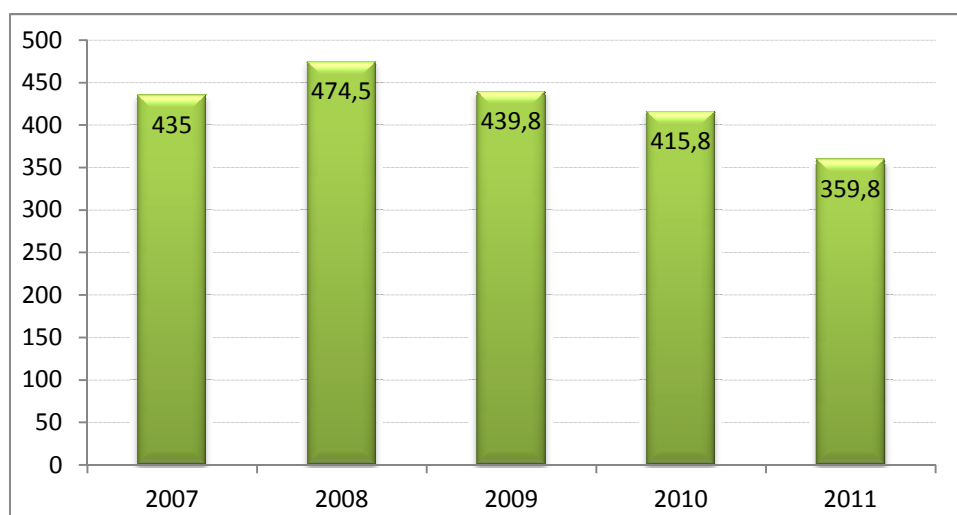
Ważnym elementem działań na rzecz konserwacji szlaków jest ich wspieranie w ramach otwartych konkursów ofert na realizację zadań publicznych z zakresu turystyki. Corocznie w ramach konkursu ofert, ogłaszanego przez Ministerstwo Sportu i Turystyki dla jednostek spoza sektora finansów publicznych, uwzględniany jest priorytet związany z kształtowaniem przestrzeni turystycznej oraz bezpieczeństwem turystów korzystających ze szlaków, uwzględniający działania takie, jak: wytyczanie, znakowanie, konserwacja i inwentaryzacja szlaków, popularyzacja i promocja szlaków na terenie Polski. Ogółem, w latach 2008-2011 w ramach priorytetów związanych z kształtowaniem przestrzeni turystycznej dofinansowano 39 zadań: 2008 r. – 10; 2009 r. – 9; 2010 r. – 12 oraz 2011 r. – 8. Wspierano projekty nie tylko dotyczące konserwacji szlaków w terenie, ale także działania na rzecz tworzenia wirtualnych opisów/map szlaków i udostępniania ich na stronach internetowych, wydawania przewodników po szlakach. Ponadto, w ramach innych priorytetów dofinansowywano zadania publiczne związane pośrednio z rozwojem szlaków turystycznych (np. rozwój produktu turystycznego opartego na istniejącym szlaku, rozwój produktów turystycznych w oparciu o turystykę miejską, kulturową oraz turystykę aktywną).

Szlaki narciarskie

Narciarstwo jest jedną z popularniejszych zimowych dyscyplin sportowych, w ramach którego można wyróżnić kilka dyscyplin, np. narciarstwo alpejskie, narciarstwo klasyczne, biegi narciarskie oraz skoki narciarskie.

¹⁴² Informacje nt. turystyki rowerowej, narciarstwa, szlaków rowerowych oraz narciarskich w rozdziale 1.

Wykres 40. Długość szlaków narciarskich w Polsce w latach 2007-2011 (w km)

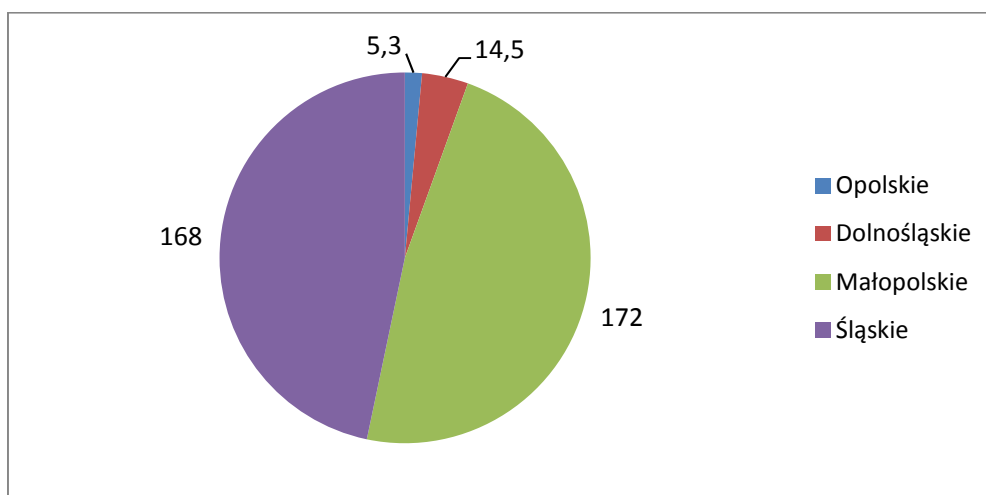


Źródło: *Turystyka w 2011 r.*, 2012, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa oraz poprzednie edycje (trasy narciarskie będące w ewidencji PTTK).

Długość szlaków narciarskich¹⁴³ w Polsce należy do najkrótszych spośród poszczególnych kategorii szlaków i w 2011 r. wyniosła 359 km, co oznacza ponowne zmniejszenie ich długości w stosunku do roku 2010 o 56 km. Długość szlaków narciarskich w Polsce w 2010 r. i 2009 r. uległa również zmniejszeniu o odpowiednio: 24 i 34,7 km. Udział długości szlaków narciarskich do szlaków ogółem w Polsce wynosił w 2011 r. 0,4%.

Rosnąca liczba szlaków turystycznych świadczy o wykorzystywaniu unikatowych walorów przyrodniczych i kulturowych jako czynnika rozwoju lokalnego. Niepokojący jest jednak fakt, iż długość szlaków narciarskich maleje.

Wykres 41. Długość szlaków narciarskich według województw w 2010 r. (w km)



Źródło: *Ibidem* (trasy narciarskie będące w ewidencji PTTK).

¹⁴³ Dot. szlaków turystycznych wytyczonych i znajdujących się pod opieką oddziałów PTTK łącznie z będącymi poza ewidencją Komisji ZG PTTK (w 2011 – ok. 5,7 tys. km, w 2010 – ok. 5,2 tys. km). Źródło: *Turystyka w 2011 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012, Tablica IV/4, s. 175.

Podsumowanie

- Rozwój szlaków turystycznych ma bardzo ważne znaczenie dla rozwoju turystyki aktywnej – górskiej, rowerowej, narciarstwa. Dane pokazują, że w szczególności należy rozwijać szlaki wodne (kajakowe) i narciarskie, nie zapominając przy tym o rozbudowie już istniejących szlaków pieszych i rowerowych.
- Jednocześnie, zmniejszająca się całkowita długość szlaków turystycznych pokazuje, że inwestując w powstawanie nowych szlaków należy zadbać o odpowiednie instrumenty monitoringu i zarządzania szlakiem (m.in. odpowiednia infrastruktura na szlaku oraz jego regularna konserwacja).

8.3. Muzea i instytucje paramuzealne

Muzea pełnią ważną rolę w ukazywaniu historii, tradycji oraz upowszechniają kulturę w naszym kraju¹⁴⁴. Wydatki budżetowe na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego można podzielić na wydatki budżetu państwa oraz wydatki budżetów jednostek samorządu terytorialnego. Wydatki te w 2010 r. wyniosły 8 292,9 mln zł, w 2011 r. – 8 077,3 mln zł. Około 17% tej kwoty wydatkowano z budżetu państwa (2011 r. – 1 422 mln zł), natomiast 83% z budżetów jednostek samorządu terytorialnego (2011 r. – 6 654 mln zł).

Dynamiczniej wzrastają wydatki jednostek samorządu terytorialnego w porównaniu z wydatkami budżetu państwa. Najwięcej na kulturę wydatkowały gminy – około 43% całości wydatków na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego, 2 888 mln zł (w 2009 r. – 38%). Wydatki na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego stanowiły w 2010 r., podobnie jak w 2009 r., 0,5% ogółu wydatków budżetu państwa.

Tabela 28. Muzea – obiekty i odwiedzający w latach 2007-2011, stan w dniu 31 XII

Rok	Muzea	Muzealia (w tys.)	Wystawy czasowe				Zwiedzający (w tys.)	
			własne		Obce		Ogółem	w tym młodzież szkolna
			w kraju	za granicą	krajowe	z zagranicy		
2007	720	13 105	2 753	138	1 331	187	20 438	6 625
2008	743	13 215	2 883	129	1 521	193	20 727	6 290
2009	774	13 621	3 053	150	1 512	182	20 655	5 902
2010	782	14 133	3 004	144	1 572	174	22 216	5 513
2011	777	15 117	3 038	168	1 555	197	24 918	5 808

Źródło: *Kultura w 2010 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2011 oraz dane GUS.

Od kilku lat obserwuje się tendencję rozwoju sieci muzeów w Polsce. W 2011 r. było 777 muzeów (o 57 więcej niż w 2007 r.) Należy także zwrócić uwagę na rozwój jakościowy

¹⁴⁴ Informacje nt. rozwoju turystyki kulturowej znajdują się w rozdziale 1.

muzeów w latach 2007-2011 – włączenie nowoczesnych technologii do ekspozycji, wszechstronny dostęp zwiedzających do eksponatów oraz rozwój instrumentów promocji. Nowoczesne, tematyczne muzea nierzadko stały się już celem podróży samym w sobie, tworząc unikalny produkt turystyczny.

Biorąc pod uwagę zróżnicowanie tematyczne muzeów, największą liczbę muzeów według rodzajów stanowiły w okresie 2007-2011 r. muzea regionalne – ok. 150-200 (w 2011 r. 18% wszystkich muzeów). W 2010 r. muzea regionalne i tzw. inne liczyły łącznie 341 i stanowiły one 43% wszystkich muzeów w Polsce (w ramach tej grupy aż 185 stanowiły tzw. inne, 102 – interdyscyplinarne, 43 – techniki i nauki).

Tabela 29. Muzea według rodzajów w Polsce w latach 2007-2011 (stan w dniu 31 XII)

Rok	Ogółem	Artystyczne	Archeologiczne	Etnograficzne	Historyczne	Biograficzne	Martyrologiczne	Przyrodnicze	Techniki	Regionalne	Inne
2007	720	83	15	52	124	49	21	39	37	202	98
2008	743	91	21	51	126	50	20	39	42	199	104
2009	774	89	22	54	123	51	21	44	55	198	117
2010	782	81	22	51	149	46	19	30	43	341*	
2011	777	86	22	46	133	52	21	26	42	142	207**

* W 2010 r. przyjęto inną kategoryzację muzeów: wydzielono także literackie - 5, geologiczne - 14, techniki i nauki - 43, militarne - 8, interdyscyplinarne - 102, skansenowskie - 18, muzea wnętrz – 9 oraz inne - 185.

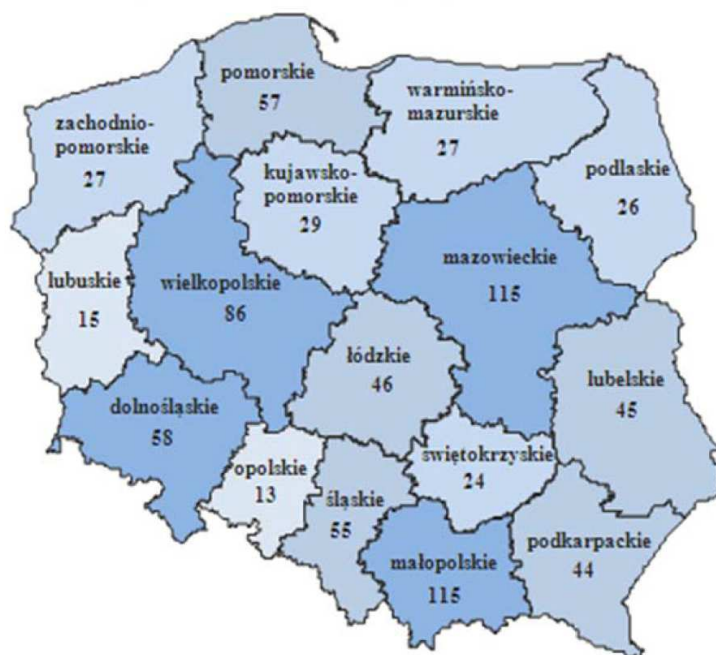
** W 2011 r. sklasyfikowano dodatkowo muzea: literackie - 6, geologiczne - 12, militarne - 12, interdyscyplinarne - 83, skansenowskie - 22 oraz muzea wnętrz - 11.

Źródło: *Kultura w 2010 r.*, Główny Urząd Statystyczny, 2011, Warszawa oraz dane GUS.

Drugą grupę według rodzajów stanowiły muzea historyczne, których było w 2011 r. 133 (tj. 17% ogółu muzeów). Muzea artystyczne stanowiły 11%, etnograficzne i biograficzne – po ok. 6%, techniki – ok. 5,5%, przyrodnicze – ok. 3,5%, archeologiczne oraz martyrologiczne – poniżej 3%.

Najwięcej muzeów w 2010 r. zlokalizowanych było w województwach małopolskim, mazowieckim i wielkopolskim - łącznie aż 40% ogółu muzeów w Polsce. Najmniej muzeów w 2010 r. znajdowało się w województwach: opolskim – 13 oraz lubuskim – 15.

Rysunek 1. Muzea województw w 2010 r. (stan w dniu 31 XII)



Źródło: *Kultura w 2010 r.*, Główny Urząd Statystyczny, 2011, Warszawa.

Muzea prowadziły różną działalność oświatową, do której zaliczyć można organizację odczytów, seanse filmowe, koncerty i lekcje. Najwięcej uczestników miały lekcje muzealne – od 1,5 do 1,6 mln uczestników każdego roku.

Tabela 30. Działalność oświatowa muzeów w Polsce w latach 2007-2011

Rok	Odczyty		Seanse filmowe		Koncerty		Lekcje		
	zorganizowane przez muzea								
	odczyty	uczestnicy	seanse	widzowie	konce	Słuchacze	temat	zajęcia	uczestnicy
2007	8 182	397 334	17 059	697 912	3 594	790 949	6 942	68 043	1 688 367
2008	7 043	536 253	17 904	715 898	4 661	1 011 182	7 720	71 164	1 684 772
2009	8 228	588 772	20 511	623 428	3 679	956 881	8 991	73 244	1 932 259
2010	10 678	570 548	16 993	1 389 394	2 727	589 265	7 371	63 007	1 584 059
2011	9 047	467 979	15 021	503 362	2 357	568 940	6 831	60 283	1 427 052

Źródło: *Kultura w 2010 r.*, Główny Urząd Statystyczny, 2011, Warszawa oraz dane GUS.

Atrakcję dla zwiedzających stanowią również instytucje paramuzealne, tj. placówki w swoim charakterze zbliżone do muzeów takie, jak: ogrody zoologiczne, akwaria, terraria (w których hodowane są niewielkie gady i płazy) oraz wiwaria (będące połączeniem akwariów z terrariami). Według danych GUS w Polsce w 2011 r. funkcjonowało 14 ogrodów zoologicznych, 15 ogrodów botanicznych, 18 rezerwatów, 3 parki kulturowe oraz 49 innego rodzaju instytucji (planetariów, miasteczek i centrów techniki) określanych łącznie mianem instytucji paramuzealnych. Według zaleceń UNESCO są one badane łącznie z muzeami. W 2009 r. instytucje paramuzealne odwiedziło 10,3 mln osób, rok później 9 mln zwiedzających, zaś w 2011 r. - już 12 mln. Największą popularnością wśród odwiedzających cieszyły się ogrody zoologiczne.

Tabela 31. Liczba zwiedzających instytucje paramuzealne w latach 2007-2011

Instytucje paramuzealne	Zwiedzający				
	2007	2008	2009	2010	2011
Ogrody zoologiczne	3 810 673	4 012 694	4 279 877	3 605 953	4 303 989
Ogrody botaniczne	882 924	1 003 545	907 473	837 924	814 373
Rezerваты	988 713	1 066 235	2 130 936	1 882 493	3 556 565
Inne	1 928 493	3 236 049	3 014 236	2 727 039	3 898 850
Ogółem	7 610 803	9 318 523	10 332 522	9 053 409	12 573 777

Źródło: Kultura w 2010 r., Główny Urząd Statystyczny, 2011 oraz dane GUS.

Podsumowanie

- Wzrost wydatków na kulturę w połączeniu z promocją wydarzeń kulturalnych w danym mieście, czy regionie może pomóc poszczególnym obszarom w budowaniu własnej marki – tym samym w rozwoju turystyki. Wydatki budżetowe na kulturę i ochronę dziedzictwa narodowego w 2011 r. wyniosły 8 077,3 mln zł, z czego 83% tej kwoty wydatkowano z budżetów jednostek samorządu terytorialnego;
- Należy zauważyć duże zróżnicowanie regionalne w liczbie muzeów. Na obszarze województw z dużymi miastami wojewódzkimi, nasyconych atrakcjami turystycznymi – małopolskiego, mazowieckiego, wielkopolskiego – znajduje się łącznie aż 40% ogółu muzeów w Polsce. Z drugiej strony, celem nie powinien być sam rozwój ilościowy muzeów, a raczej nacisk na jakość oraz na tworzenie nowoczesnych narzędzi zarządzania i promocji. Obok muzeów, bardzo ważną funkcję w rozwoju destynacji turystycznej mogą pełnić instytucje paramuzealne.

8.4. Parki narodowe i krajobrazowe – turystyka przyrodnicza

W wielu rankingach konkurencyjności turystycznej od lat podkreślane są unikalne walory przyrodnicze Polski. W Polsce funkcjonują 23 parki narodowe, których obszar stanowi 1% powierzchni kraju. Do najliczniej odwiedzanych parków należały: Tatrzański Park Narodowy (ok. 2,2 mln osób rocznie), Karkonoski Park Narodowy (2 mln osób), Woliński Park Narodowy (ok. 1,5 mln osób). Te trzy parki narodowe skupiły w latach 2007-2011 ponad 50% ruchu turystycznego w parkach. Na Liście Światowego Dziedzictwa UNESCO w Polsce znalazł się jeden obiekt przyrodniczy, którym jest od 1979 r. Puszcza Białowieska. Jest to obiekt wpisany na listę wspólnie z Białorusią.

Tabela 32. Obiekty o szczególnych walorach przyrodniczych w latach 2007-2011

	2007	2008	2009	2010	2011
Parki narodowe	23	23	23	23	23
Rezerваты przyrody	1 423	1 441	1 451	1 463	1 469
Parki krajobrazowe	120	121	121	121	121
Obszary chronionego krajobrazu	412	418	384	386	386
Pozostałe formy	7 046	7 176	7 155	7 350	7 433

* Bez obszarów sieci Natura 2000.

Źródło: Ochrona Środowiska 2011, 2011, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa i edycje poprzednie.

Najsilniejszym atutem Polski jest bogate dziedzictwo przyrody i kultury stanowiące podstawę do rozwoju różnych form ekoturystyki. Wysokie zróżnicowanie siedlisk przyrodniczych plasuje Polskę w czołówce państw europejskich pod względem zachowania bioróżnorodności. Parki narodowe i inne obszary prawnie chronione są uznawane przez międzynarodowych ekspertów za najbardziej cenne ostoje przyrody w Europie. Ekoturystyka, powiązana z pokrewnymi jej formami gospodarowania, takimi jak rolnictwo małej skali i przetwórstwo, rzemiosło użytkowe i artystyczne oraz dodatkowymi formami zrównoważonej turystyki dostosowanymi do warunków danego regionu (np. agroturystyka, turystyka aktywna, zielone szkoły, turystyka uzdrowiskowa), jest stymulatorem rozwoju regionów, których największym kapitałem jest przyroda, kultura i tradycja¹⁴⁵.

Rosnące zainteresowanie krajami Europy Środkowo-Wschodniej ze strony turystów z państw wysoko rozwiniętych, a także dynamika rozwoju rodzimego rynku turystycznego, stanowią szansę dla rozwoju takich produktów markowych, jak ekoturystyka. Światowa Organizacja Turystyki UNWTO notuje, że wraz z rozwojem turystyki na świecie rośnie dywersyfikacja produktów turystycznych, a także popyt na formy turystyki do miejsc przyrodniczo cennych, w tym ekoturystykę¹⁴⁶. Wg raportów Światowego Stowarzyszenia Ekoturystycznego (*The International Ecotourism Society*) opracowywanych na podstawie danych UNWTO oraz badaczy z Ameryki Północnej (m.in. Ceballos-Laskurain'a) ekoturystyka ma generować około 7% wydatków turystów na świecie¹⁴⁷. Postawy współczesnych turystów ulegają zmianie, która przejawia się przede wszystkim w zwiększeniu się ich świadomości ekologicznej i wymagań co do jakości usług. Coraz więcej turystów, głównie mieszkańców wielkich aglomeracji miejskich, poszukuje ciszy i spokoju, odpoczynku blisko przyrody, czystej wody i zdrowych posiłków.

Tabela 33. Powierzchnia o szczególnych walorach przyrodniczych prawnie chroniona w latach 2007-2011

	2007	2008	2009	2010	2011	% powierzchni ogólnej kraju w 2011 r.
	(w tys. hektarów)					
Parki narodowe	317,3	314,5	314,5	314,5	314,6	1,0
Rezerваты przyrody	168,8	173,6	163,4	164,2	164,5	0,5
Parki krajobrazowe	2 515,1	2 513,8	2 518,1	2 529,0	2 529,6	8,1
Obszary chronionego krajobrazu	6 959,8	6 969,1	6 973,1	6 990,0	6 992,5	22,4
Pozostałe formy	140,4	131,0	134,6	145,4	147,5	0,5

* Od 2005 r. łącznie z tą częścią obszarów sieci Natura 2000, która mieści się w granicach obszarów prawnie chronionych.

Źródło: *Ochrona Środowiska 2011*, 2011, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa oraz dane GUS.

¹⁴⁵ D. Zaręba, *Ekoturystyka. Wyzwania i nadzieje*, PWN, Warszawa 2000.

¹⁴⁶ *Sustainable Development of Ecotourism: A Compilation of Good Practices in SMEs*, World Tourism Organization, 2003.

¹⁴⁷ *The Ecotourism Statistical Fact Sheet* (Ceballos-Lascurian), The International Ecotourism Society, 2000.

Obszary o szczególnych walorach przyrodniczych prawnie chronione w Polsce, zajmujące łącznie 32,5% powierzchni kraju, są terenami o wybitnych walorach środowiska przyrodniczego oraz szczególnych wartościach kulturowych, estetyczno-krajobrazowych i turystyczno-wypoczynkowych. Warunki te umożliwiają tworzenie konkurencyjnych w skali europejskiej, a nawet światowej ofert turystycznych. Celem zagospodarowania terenów chronionych jest nie tylko ochrona walorów przyrodniczych, ale również zapewnienie warunków udostępnienia turystycznego tych terenów. Wynika to m.in. z podpisanej w 1992 r. przez polski rząd „Konwencji o różnorodności biologicznej”, w której zobligowano się do podjęcia działań gwarantujących realizację celów związanych m.in. z udostępnianiem obszarów chronionych dla rekreacji i usług turystycznych.

Występujące obecnie na obszarach chronionych zróżnicowane formy ruchu turystycznego, mają duży wpływ na ich środowisko przyrodnicze. Jednocześnie w wielu przypadkach dla społeczności lokalnych turystyka jest jedną z szans rozwoju ekonomicznego. Wobec tych uwarunkowań rozwój turystyki na obszarach chronionych powinien mieć charakter rozwoju zrównoważonego. Wymaga to przede wszystkim:

- przekształcenia zagospodarowania i użytkowania turystycznego większości obszarów chronionych na przyjazne dla środowiska, w tym m.in. podjęcie działań ekologicznych dotyczących istniejącego zagospodarowania i użytkowania turystycznego;
- podjęcia odpowiedniej promocji turystycznych form proekologicznych;
- powiązania bezpośredniej obsługi turystów ze społecznościami lokalnymi;
- podjęcia radykalnych działań w celu zwiększania rentowności oraz konkurencyjności usług turystycznych związanych z obszarami chronionymi na rynkach krajowych i zagranicznych.”¹⁴⁸

Tabela 34. Parki narodowe – powierzchnia i liczba odwiedzających (stan na 2010 r.)

Park	Województwo	Obszar (w ha)	Liczba turystów (w tys.)
Babiogórski	Małopolskie	3 391	75
Białowiecki	Podlaskie	10 517	133,8
Biebrzański	Podlaskie	59 223	27,2
Bieszczadzki	Podkarpackie	29 202	330
„Bory	Pomorskie	4 613	60
Drawieński	Zachodniopomorskie, Lubuskie, Wielkopolskie	11 342	48
Gorczański	Małopolskie	7 030	65
Gór Stołowych	Dolnośląskie	6 340	335
Kampinoski	Mazowieckie	38 544	1 000
Karkonoski	Dolnośląskie	5 581	2 000
Magurski	Podkarpackie, Małopolskie	19 438	45
Narwiański	Podlaskie	7 350	10
Ojcowski	Małopolskie	2 146	400

¹⁴⁸ J. Owsiak, J. Sewerniak, G. Andrzejewska, G. Szwedowska, *Rozwój turystyki na obszarach chronionych*, Instytut Turystyki – Zakład Naukowo-Badawczy w Toruniu, Toruń 2000.

Park	Województwo	Obszar (w ha)	Liczba turystów (w tys.)
Pieniński	Małopolskie	2 372	710
Poleski	Lubelskie	9 764	23,7
Roztoczański	Lubelskie	8 483	100
Słowiński	Pomorskie	21 573	317,1
Świętokrzyski	Świętokrzyskie	7 626	193,4
Tatrzański	Małopolskie	21 197	2 234
„Ujście Warty”	Lubuskie	8 074	20
Wielkopolski	Wielkopolskie	7 584	1 200
Wigierski	Podlaskie	15 054	110
Woliński	Zachodniopomorskie	10 916	1 500
Razem	Polska	317 360	10 937,2

Źródło: *Ochrona Środowiska 2011*, 2011, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.

Zarządzanie rozwojem ekoturystyki i innych pokrewnych jej form turystyki zrównoważonej na obszarach chronionych ma polegać przede wszystkim na umiejętnym sterowaniu ruchem turystycznym w czasie i przestrzeni, urządzaniu stref służących różnym typom penetracji turystycznej oraz zaplanowaniu potrzebnej infrastruktury dostosowanej do indywidualnych warunków obszaru chronionego. Prawidłowy rozwój ekoturystyki na obszarach chronionych powinien spełniać trzy grupy celów: ekologiczne, społeczne i ekonomiczne. Do priorytetów ekologicznych należy zaliczyć zapewnienie ochrony przyrody i krajobrazu w długiej perspektywie oraz budowanie klimatu poparcia dla terenów chronionych wśród społeczności lokalnych oraz turystów. Ekoturystyka może spełniać cele społeczne przez zapewnienie turystom atrakcyjnego i wartościowego pobytu na łonie natury, poprawę jakości życia ludności miejscowej, szerzenie zasad i potrzeby rozwijania zrównoważonej turystyki oraz zagwarantowanie, że różne grupy społeczne będą korzystać z istnienia terenów chronionych. Cele ekonomiczne wiążą się ze wspieraniem zrównoważonego rozwoju gospodarczego naszego kraju, likwidowania bezrobocia i dostarczania środków finansowych na cele ochrony przyrody i krajobrazu¹⁴⁹.

Podsumowanie

- Parki narodowe i krajobrazowe mogą - podobnie jak instytucje kultury – wspierać rozwój turystyki w danym regionie. W tym wypadku rozwój infrastruktury turystyczno-sportowej na danym obszarze wraz z prawidłową i regularną konserwacją szlaków (pieszych, rowerowych, narciarskich) może przyczynić się do rozwoju turystyki aktywnej.
- Z drugiej strony, rozwijając i promując turystykę aktywną na obszarach parków narodowych i krajobrazowych oraz rezerwatów przyrodniczych należy pamiętać, że są to przede wszystkim obszary prawnie chronione. Ruch turystyczny może się tu

¹⁴⁹ *Loving them to death? Sustainable tourism in Europe's Nature and National Parks*, Federation of Nature and National Parks of Europe, Grafenau 1993.

odbywać wyłącznie na przystosowanych do tego obszarach, szlakach, w większości przypadków ma on charakter sezonowy, zaś zagęszczenie infrastruktury turystycznej jest obcym elementem wprowadzanym w naturalny lub kulturowy krajobraz obszarów chronionych¹⁵⁰.

- Ponadto, analizując wykorzystanie obszarów prawnie chronionych w turystyce, wskazuje się, że funkcja ekologiczna (ochronna) parków narodowych stoi w wyraźnej sprzeczności z szeroko rozumianą funkcją turystyczną z różnymi jej formami organizacyjnymi (wypoczynkową, edukacyjną, dydaktyczną itp.) oraz rozmiarami¹⁵¹. Jednocześnie udostępnianie turystyczne w celach edukacyjnych, kulturowych i rekreacyjnych jest jednym z celów każdego terenu prawnie chronionego.

¹⁵⁰ J. Partyka „Udostępnianie turystyczne parków narodowych w Polsce a krajobraz,” Krajobraz a turystyka, Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego Nr 14, Komisja Krajobrazu Kulturowego PTG, Sosnowiec, 2010, s. 2 (<http://www.krajobraz.kulturowy.us.edu.pl/publikacje/artykuly/turystyka/partyka.pdf>).

¹⁵¹ *Ibidem*, s.10.

PODSUMOWANIE

Interdyscyplinarny charakter turystyki z jednej strony powoduje, że może ona być stymulatorem rozwoju wielu sektorów, a tym samym regionów. Z drugiej jednak strony sprawia, że rozwój turystyki jest uzależniony od rozwoju wielu innych dziedzin gospodarki.

Do oceny stanu gospodarki turystycznej w latach 2007-2011 służyło analizowanie poziomu ośmiu wskaźników odnoszących się do gospodarki turystycznej oraz ruchu turystycznego w Polsce, wyznaczonych do monitoringu i ewaluacji zawartych w „Kierunkach ...” celów rozwoju turystyki.

Wskaźniki wraz z wyznaczonym poziomem na poszczególne lata kształtują się następująco:

Lp.	Wskaźniki	2007- prognoza	2007 - realizacja	2008 - prognoza	2008- realizacja	2009- prognoza	2009- realizacja	2010- prognoza	2010- realizacja	2011- prognoza	2011- realizacja
1.	Udział gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB (w %)¹	4,62	6,0	4,59	5,9	4,65	5,3	4,76	5,3	4,76	4,9
2.	Uczestnictwo mieszkańców Polski w wyjazdach turystycznych (w %)	47	47	51	48	53	49	55	45	57	43
2 a)	W wyjazdach krótkookresowych (1-3 noclegów) (w %)	26	23	25	20	25	21	26	22	27	21
2 b)	W wyjazdach urlopowo-wakacyjnych (minimum 5-dniowych) (w %)	33	28	33	29	34	30	36	38	38	23
3.	Liczba krajowych podróży turystycznych mieszkańców Polski (w mln)	34,9	34,9	38,9	34,9	40,2	30,8	41,5	33,9	42,7	29,8
4.	Liczba cudzoziemców przyjeżdżających do Polski (w mln)	66,2	66,2	69,5	59,9	71,2	53,8	72,8	58,3	74,2	60,8
5.	Liczba turystów zagranicznych przyjeżdżających do Polski (w mln)	15,0	15,0	15,6	13,0	16,4	11,9	17,1	12,5	17,8	13,3
6.	Oszacowanie wydatków cudzoziemców w Polsce (w mld USD)	9,0	10,6	9,1	11,4	9,6	9,5	10,1	10,4	10,5	12,5
7.	Oszacowanie wydatków turystów zagranicznych w Polsce (w mld USD)	4,0	4,8	4,0	5,5	4,3	5,2	4,6	5,2	4,9	5,3

Lp.	Wskaźniki	2007- prognoza	2007 - realizacja	2008 - prognoza	2008- realizacja	2009- prognoza	2009- realizacja	2010- prognoza	2010- realizacja	2011- prognoza	2011- realizacja
8.	Oszacowanie wydatków mieszkańców Polski na krajowe wyjazdy turystyczne (w mld zł).	20,1	20,5	21,3	23,9	22,6	21,0	24,0	23,3	25,5	19,9

Czerwona czcionka – wskaźnik poniżej założeń, zielona czcionka – wskaźnik powyżej założeń.

1) bez wydatków państwa na turystykę oraz podróży służbowych.

Źródło: Badania i prognozy Instytutu Turystyki oraz GUS, w szczególności: „Turystyka zagraniczna”, symbol w rządowym Programie Badań Statystycznych Statystyki Publicznej 1.30.05 „Aktywność turystyczna Polaków”, symbol w Programie Badań Statystycznych: 1.30.06.

Udział gospodarki turystycznej w PKB utrzymywał się w latach 2007-2011 na poziomie ok. 5% – generalnie powyżej zakładanego w „Kierunkach ...” poziomu. Zgodnie z prognozami przed Polską stoi perspektywa rozwoju sektora turystycznego do 5,8% PKB – wzrost z 72,7 mld zł do ponad 120 mld zł (w 2022 r.). Powyżej prognozowanych wartości ukształtowały się także w analizowanym okresie szacunki wydatków poniesionych w Polsce przez cudzoziemców i turystów zagranicznych. Choć w latach 2007-2011 nastąpił spadek liczby turystów przyjeżdżających do Polski, turyści ci wydawali więcej niż założono na rok 2011. Na początku analizowanego okresu (lata 2007-2009) przyczyną takiego zjawiska były relatywnie tanie usługi turystyczne w Polsce w porównaniu z innymi krajami. Świadczy to także o rozwoju tzw. turystyki zakupowej, szczególnie na obszarach przygranicznych. Zwiększone wydatki były także efektem zmian w segmencie przyjazdów. Przy ogólnym spadku liczby przyjazdów wzrosła liczba przyjeżdżających w celach służbowych związanych z organizacją Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej UEFA EURO2012.

W latach 2007-2011 zaobserwowano wyraźny trend spadkowy w przyjazdach cudzoziemców i turystów zagranicznych do Polski. Trend ten został zapoczątkowany w 2008 r. i był efektem rozprzestrzeniania się kryzysu finansowego oraz gospodarczego w głównych krajach generujących ruch turystyczny do Polski oraz wstąpieniem Polski do strefy Schengen. Najniższy poziom został odnotowany w roku 2009. Warto zauważyć, że w latach 2010-2011 odnotowano, po okresie spadków, powolny wzrost przyjazdów (o 13% w 2011 r. w stosunku do roku 2009). Jest to oznaka wychodzenia z kryzysu i zwiększania się aktywności turystycznej w Polsce. Jednocześnie warto zwrócić uwagę na fakt, że w stosunku do zakładanego poziomu przyjazdów w roku 2011 jest to nadal zjawisko niekorzystne. Pomimo to wyniki badań dotyczące 2010 i 2011 r. wskazują na zahamowanie wielu niekorzystnych tendencji i możliwość poprawy na rynku turystyki przyjazdowej do Polski w następnych latach.

Odnosnie turystyki krajowej w latach 2007-2011, po kilkuletnim okresie wzrostu krajowego ruchu turystycznego, wskaźnik uczestnictwa Polaków w wyjazdach turystycznych obniżył się do 43%, przy czym spadek dotyczył głównie wyjazdów długookresowych. Liczba krajowych podróży Polaków ogółem spadła w 2011 r. do 29,8 mln i była o 12,1% niższa niż rok wcześniej. Był to poziom niższy od wartości prognoz na dany rok, ale także niższy od wartości prognozy na rok 2007. Do głównych przyczyn spadku uczestnictwa Polaków w podróżach krajowych zaliczyć można pogarszającą się sytuację ekonomiczną gospodarstw

domowych, a także niekorzystne warunki klimatyczne w kraju w okresie sezonu letniego. Niewielkie wahania w liczbie podróży krótkich w latach 2007-2011 świadczą o znacznie większej wrażliwości popytu w segmencie podróży krótkich w warunkach dekoniunktury i pogarszania się nastrojów konsumenckich. Skłania to do wniosku, że w przypadku pogarszającej się sytuacji finansowej konsumentów znacznie łatwiej podejmują decyzję o rezygnacji z wyjazdów krótkich, niż z wyjazdów dłuższych, ale także w okresach poprawy sytuacji gospodarczej łatwiej do nich wracają.

Przyczyny spadku uczestnictwa mieszkańców Polski w turystycznych wyjazdach krajowych uzasadniają potrzebę działań na rzecz opracowania założeń programu turystyki społecznej oraz konieczność wdrożenia mechanizmów mających na celu pobudzenie popytu turystycznego Polaków, zwłaszcza słabszych ekonomicznie grup społecznych, a co za tym idzie, wsparcie podaży usług turystycznych.

Kondycja gospodarki turystycznej jest bardzo silnie uzależniona od kondycji gospodarki narodowej. Ograniczenie wydatków sektora finansów publicznych przekłada się na niewystarczające wydatki budżetu państwa na rozwój turystyki, a tym samym na promocję turystyczną Polski. Do grupy czynników ekonomicznych mających niekorzystny wpływ na rozwój gospodarki turystycznej w latach 2007-2011 zaliczono:

- sytuację gospodarczą Polski – wysokie bezrobocie i ograniczenie świadczeń socjalnych wpłynęły na relatywne obniżenie dochodów polskich rodzin, a tym samym na zmniejszenie skłonności Polaków do wydatkowania środków finansowych na turystykę;
- niekorzystną sytuację w sektorze finansów publicznych, która prowadziła do przeznaczania zbyt małych (w stosunku do potrzeb) środków na infrastrukturę turystyczną oraz na promocję turystyczną Polski;
- zbyt małe środki finansowe przeznaczane na badania rynku turystycznego;
- systematyczne zmniejszanie się środków finansowych dla społecznych podmiotów (organizacji pozarządowych) prowadzących działania na rzecz upowszechniania turystyki w Polsce wśród różnych grup (np. dzieci i młodzież);
- brak instrumentów finansowych służących do rozwijania i poprawy stanu infrastruktury turystycznej (np. preferencyjnych kredytów, funduszy gwarancyjnych, funduszy poręczeniowo-kredytowych);
- zbyt małe zachęty lub brak zachęt ze strony samorządów dla inwestorów rozwijających komercyjną infrastrukturę turystyczną.; brak ram prawnych dla tworzenia i funkcjonowania szlaków turystycznych (pieszych, górskich, nizinnych, rowerowych, jeździeckich i narciarskich), co jest bardzo niekorzystne ze względu na fakt, iż szlaki są ważnym elementem produktów turystycznych i promocji turystycznej;
- istotną barierą prawno-ekonomiczną jest brak instrumentów zwiększających zainteresowanie samodzielnym kształtowaniem wypoczynku przez rodziny polskie;
- istnienie zjawiska „szarej strefy” w turystyce.

Analiza wartości wskaźników na koniec roku 2011 wskazuje, że zostały osiągnięte założone wielkości jedynie trzech z ośmiu wskaźników zawartych w „Kierunkach ...”. Jedną z przyczyn takiego stanu rzeczy, prawdopodobnie główną, jest światowy kryzys gospodarczy, który wpłynął na turystykę zarówno od strony makro-, jak i mikroekonomicznej. W 2009 r. zmniejszeniu uległ popyt turystyczny o 4,3%, udział gospodarki turystycznej w PKB spadł z poziomu 5,9% do 5,3%. Nieznacznie zmniejszył się udział turystyki w eksporcie, jednak wartości bezwzględne eksportu turystycznego (wydatki cudzoziemców w Polsce) praktycznie pozostały bez zmian. Na zmniejszenie częstotliwości wyjazdów zagranicznych wpływ miał m.in. spadek wyjazdów w celach biznesowych, związany z oszczędnościami przedsiębiorstw. Kryzys w znacznie większy sposób wpłynął na zmniejszenie wydatków Polaków podczas wyjazdów zagranicznych, niż podczas krajowych. Ponadto, spadek przyjazdów turystycznych do Polski w 2009 r. był bardziej widoczny niż w Europie, na co wpływ miało m.in. zmniejszenie liczby przyjazdów po przystąpieniu Polski do układu z Schengen¹⁵². Zmniejszyła się również liczba korzystających z bazy noclegowej oraz liczba pasażerów na polskich lotniskach. Do pozytywnych zjawisk odnotowanych w roku 2009 r. należy zaliczyć znikomy spadek wydatków cudzoziemców w Polsce, wzrost ruchu czarterowego oraz wzrost bazy hotelowej.

W analizowanym okresie wydatki rządowe na turystykę ulegały jedynie nieznacznym wahaniom. W 2011 r. wyniosły 47,4 mln zł, w tym 38 mln zł (80%) stanowił budżet Polskiej Organizacji Turystycznej. Ponadto, zwraca uwagę prawie czterokrotny wzrost wydatków samorządów wojewódzkich, powiatowych, miast na prawach powiatu oraz gmin dla działu 630 – „Turystyka” w latach 2007-2011, który był wynikiem wzrostu zainteresowania turystyką jako sektorem pozytywnie oddziałującym na rozwój społeczno-gospodarczy danego regionu. Obrazuje to fakt, że niezależnie od działań podejmowanych na rzecz rozwoju turystyki w Polsce, spełnienie prognoz zawartych w „Kierunkach”, ze względu na uwarunkowania zewnętrzne, nie było możliwe. Jednocześnie, w kolejnych latach należy położyć nacisk na dalszy rozwój turystyki przyjazdowej do Polski, w tym promocję kraju za granicą oraz na działania aktywizujące turystykę krajową.

W latach 2007-2011 wsparciem dla sektora turystyki były środki finansowe w ramach wieloletniej perspektywy finansowej 2007-2013 (fundusze strukturalne UE). W ramach Regionalnych Programów Operacyjnych na dofinansowanie projektów w zakresie turystyki przewidziano ogółem 731,3 mln EUR (środki UE) - po przeliczeniu daje to kwotę 3 mld zł - co stanowi 4,2% ogólnej alokacji dostępnej na realizację RPO. Jak już wyżej zauważono, spadki i wahania w latach 2008-2010 w sektorze turystyki były wynikiem światowego kryzysu gospodarczego i spadek przyjazdów po wejściu Polski do strefy Schengen. Turystyka jest sektorem bardzo wrażliwym na zmiany gospodarcze – dlatego tak ważne dla jej rozwoju jest stymulowanie i realizacja działań inwestycyjnych, które zapewnią jej ciągłość rozwoju.

¹⁵² Prawie 1/3 ogólnej liczby spadków przyjazdów przypada na 3 kraje sąsiadujące z Polską: Ukrainę, Białoruś. Rosję. Z drugiej strony spadek wielkości przyjazdów do Polski związany był z recesją gospodarczą w państwach emisyjnych i nawet duże zintensyfikowanie działań promocyjnych Polski nie miało możliwości przełożenia się na wielkość ruchu. Więcej: *Ibidem*, s. 27-28. Informacje nt. ruchu turystycznego w rozdziale 6.

Z analizy obecnego poziomu wsparcia w ramach perspektywy finansowej na lata 2007-2013, w stosunku do składanych przez beneficjentów wniosków, wynika, że zainteresowanie jest większe niż pula środków. W związku z tym w nowej perspektywie finansowej istnieje konieczność kontynuowania wyżej wymienionych działań związanych z rozwojem turystyki, zarówno na poziomie krajowym, jak i regionalnym. W związku z tym, skala proponowanego wsparcia na rzecz rozwoju turystyki w nowej perspektywie finansowej powinna zostać zwiększona.

Oprócz sytuacji gospodarczej, wyzwaniem dla turystyki w nadchodzących latach pozostaną także kwestie demograficzne, technologiczne, trendy rozwoju transportu, spędzania czasu wolnego oraz zmiany marketingowe.

Wśród barier infrastrukturalnych w latach 2007-2011 najbardziej dotkliwy był niedorozwój infrastruktury transportowej, który powoduje małą dostępność komunikacyjną atrakcyjnych turystycznie regionów i miejscowości. W grupie tej wyróżniono:

- niedostatecznie rozwiniętą infrastrukturę drogową i powolny jej przyrost, niski standard kolei;
- niewystarczającą liczbę i przepustowość lotnisk regionalnych;

W kolejnych latach przewiduje się dalszą konsolidację firm branży turystycznej, w tym biur podróży, której celem będzie zmniejszanie kosztów działania i zwiększanie konkurencyjności. Jednocześnie firmy nierentowne będą znikły z rynku. Kolejne lata to wzrost liczby hoteli ekonomicznych oraz dalsze wchodzenie na rynek wielu międzynarodowych sieci hotelowych. Natomiast wyzwaniem pilotażu i przewodnictwa będzie podążanie za współczesnymi trendami w obsłudze klienta, zarówno w kontekście wykorzystywania nowoczesnych technologii, jak i opracowywania nowatorskich metod pracy, oferowanych turystom oraz rozwój kwalifikacji językowych.

W międzynarodowym rankingu konkurencyjności turystyki Polska uzyskała w 2011 r. pod względem konkurencyjności turystycznej 49 miejsce na 139 krajów¹⁵³. Był to zdecydowanie lepszy wynik niż w roku w 2007 i 2009 r. (odpowiednio: 63/124 i 58/130). Polska jest wysoce konkurencyjna ze względu na swój potencjał turystyczny w postaci atrakcyjności kulturowej i przyrodniczej (17. miejsce), pod względem zrównoważonego rozwoju turystyki (37. miejsce), jakości zasobów ludzkich (43. miejsce) oraz infrastruktury telekomunikacyjnej (44 miejsce).

Dalszy rozwój tego sektora będzie zależał przede wszystkim od działań bezpośrednio stymulujących rozwój turystyki – zarówno na poziomie krajowym, jak i Unii Europejskiej. Silny efekt mnożnikowy turystyki ma szansę znacznie wspomóc rozwój PKB Polski w kolejnych latach, jeśli wraz z działaniami prowadzonymi w regionach, rozwój turystyki zostanie także wsparty na poziomie krajowym poprzez działania rozbudowujące ofertę turystyczną (nowe produkty markowe Polski, rozwój wiodących typów turystyki w Polsce) oraz długotrwale stymulujące turystykę przyjazdową (budowa i modernizacja niezbędnej infrastruktury turystycznej). Należy pamiętać, że podatność turystyki na wpływy zewnętrzne,

¹⁵³ Jennifer Blanke, Thea Chiesa, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn*, World Economic Forum, Geneva 2011.

jej interdyscyplinarność, sezonowość i wrażliwość powoduje, że rynek turystyczny wymaga wsparcia zewnętrznego.

Rola gospodarki turystycznej w rozwoju gospodarczym jest bardzo ważna. Turystyka dynamicznie wpływa na rozwój innych sektorów, stymuluje wzrost PKB oraz nowych miejsc pracy. Z tych powodów, turystyka powinna zajmować szczególne miejsce w polityce krajowej – jako **sektor perspektywny dla Polski**, zarówno pod względem gospodarczym, jak też społecznym.

Wykaz skrótów

BTC – Baltic Sea Tourism Commission – Komisja Turystyki Morza Bałtyckiego
DMAI – Destination Marketing Association International - Międzynarodowe Stowarzyszenie Marketingu Destynacji
ECLF – European Chapter Leaders Forum
ECTAA – European Travel Agents' and Tour Operators – Europejska Federacja Związków Biur Podróży
EFAPCO – Europejska Federacja Stowarzyszeń Profesjonalnych Organizatorów Kongresów
ESNEP – European Site Networking & Education Programme
ETC – European Travel Commission – Europejska Komisja Turystyki
ETOA – European Tour Operators Association – Europejskie Stowarzyszenie Tour Operatorów
ICCA – International Congress and Convention Association – Międzynarodowe Stowarzyszenie Konwencji i Kongresów
IGHP – Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego
ITRP – Izba Turystyki Rzeczypospolitej Polskiej
KZ LZS – Krajowe Zrzeszenie Ludowych Zespołów Sportowych
MPI – Meeting Professionals International – Międzynarodowe Stowarzyszenie Profesjonalistów Przemysłu Spotkań
OSAT – Ogólnopolskie Stowarzyszenie Agentów Turystycznych
PCB – Poland Convention Bureau
PFCC – Polska Federacja Campingu i Caravaningu
PFTW – Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”
PIH – Polska Izba Hotelarstwa
PIT – Polska Izba Turystyki
POT – Polska Organizacja Turystyczna
PZOT – Polski Związek Organizatorów Turystyki
PTSM – Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych
PTTK – Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze
RST – rachunek satelitarny turystyki
SITE – Society of Incentive Travel Executives – Stowarzyszenie Organizatorów Podróży Motywacyjnych
UIA – Union of International Associations – Międzynarodowa Unia Stowarzyszeń
UNWTO – World Tourism Organisation – Światowa Organizacja Turystyki
WTTC – World Travel and Tourism Council – Światowa Rada do spraw Podróży i Turystyki

Spis źródeł

- „Informacja o stanie realizacji Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 (PROW 2007-2013) w IV kwartale 2011 r.” – materiał Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi.
- „Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku” Dokument rządowy przyjęty przez Radę Ministrów, Warszawa, wrzesień 2008.
- „Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007-2013 wspierające wzrost gospodarczy i zatrudnienie. Narodowa Strategia Spójności,” Dokument zaakceptowany decyzją Komisji Europejskiej zatwierdzającą pewne elementy Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia, Ministerstwo Rozwoju Regionalnej, Warszawa 2007 r.
- „Realizacja projektów z zakresu turystyki realizowanych w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych, Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej, Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka oraz Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki wg stanu na 31.12.2011 roku” – materiał dla Ministerstwa Sportu i Turystyki przygotowany przy współpracy Departamentu Koordynacji Wdrażania Programów Regionalnych, Departamentu Programów Ponadregionalnych, Departamentu Zarządzania Programami Konkurencyjności i Innowacyjności oraz Departamentu Zarządzania Europejskim Funduszem Społecznym w Ministerstwie Rozwoju Regionalnego, Warszawa luty 2012 r.
- „Rynek Hotelarski w Polsce 2011,” Raport (wydanie specjalne) Świat Hoteli i horecanet.pl, (<http://www.horecanet.pl/Nasze-media/Raport-Rynek-Hotelarski-w-Polsce-2009/01-2011.aspx>, 20.03.2012).
- Analiza rynku lotniczego w Polsce w 2010 roku*, Warszawa, maj 2011.
- Blanke Jennifer, Chiesa Thea, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. Beyond the Downturn*, World Economic Forum, Geneva 2011.
- Blanke Jennifer, Chiesa Thea, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007. Furthering the Process of Economic Development*, World Economic Forum, Geneva 2007.
- Burzyński T. (red.) *Dziedzictwo przemysłowe jako element zrównoważonego rozwoju turystyki*, Katowice 2009.
- Handszuh H., „Tworzenie wzorca jakości dla turystyki dziedzictwa przemysłowego,” w: *Dziedzictwo przemysłowe jako atrakcyjny produkt dla turystyki i rekreacji. Doświadczenia krajowe i zagraniczne* T. Burzyński i M. Łabaj (red.), Wydawnictwo GWSH, Katowice 2005, s. s. 20.
- Industrial Structure Statistics 1994*, OECD, Paris 1996, s.17-19, za Zofia Wysokińska, „Konkurencyjność w międzynarodowym i globalnym handlu towarami technologicznie intensywnymi (*high-tech*),” *Studia Europejskie* 1/2002, s. 128.

- Informacja o realizacji w roku 2011 zadań statutowych Członków Międzyresortowego Zespołu do spraw koordynacji zadań Rządu określonych w „Kierunkach rozwoju turystyki do 2015 roku” – zadania ministra właściwego do spraw kultury i ochrony dziedzictwa kulturowego.
- Jagusiewicz A., Byszewska-Dawidek M, *Turystyka wiejska w 2010 roku i założenia jej rozwoju*, Instytut Turystyki 2010.
- Komunikat Komisji Europejskiej „Europa 2020 Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważanego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu” KOM (2010) 2020, Bruksela 03.03.2010.
- Komunikat Komisji Europejskiej „Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego” KOM (2010) 352, Bruksela 30.06.2010.
- Kowalczyk A., Derek M., „Turystyka kulturowa w świetle koncepcji klastra turystycznego,” *Kultura i turystyka. Wspólnie zyskać*, A. Stasiak (red.), Wydawnictwo WSTH w Łodzi, Łódź 2009.
- Krupa J., Wagner W. „Potencjał infrastruktury turystycznej powiatów przygranicznych województwa podkarpackiego ze Słowacją,” E. Dziedzic (red.) *Turystyka wobec nowych zjawisk w gospodarce światowej*, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2011.
- Kultura w 2010 r.*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2011 oraz poprzednie edycje.
- Loving them to death? Sustainable tourism in Europe's Nature and National Parks*, Federation of Nature and National Parks of Europe, Grafenau 1993.
- Marketbeat – Raport o Rynku Nieruchomości w Polsce*, Cushman & Wakefield Polska, Wiosna 2011, <http://www.cwinvestment.pl/pl/raporty/marketbeat>.
- „Marketingowa strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020,” Polska Organizacja Turystyczna 2011 (<http://storage.pot.potsite.pl/data/PDF/STRATEGIA-POT.pdf>).
- Mikos von Rohrscheidt A., „Przewodnictwo miejskie w kontekście wyzwań współczesnej turystyki kulturowej” [w:] Z. Kruczek (red.) *Specjalizacja i profesjonalizacja we współczesnym pilotażu i przewodnictwie*, Proksenia, Kraków 2012.
- Ochrona Środowiska 2011*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2011 oraz poprzednie edycje.
- Owsiak J., Sewerniak J., Andrzejewska G., Szwedowska G., *Rozwój turystyki na obszarach chronionych*, Instytut Turystyki – Zakład Naukowo-Badawczy w Toruniu, Toruń 2000.
- Partyka Józef „Udostępnianie turystyczne parków narodowych w Polsce a krajobraz,” *Krajobraz a turystyka*, Prace Komisji Krajobrazu Kulturowego Nr 14, Komisja Krajobrazu Kulturowego PTG, Sosnowiec, 2010
- (<http://www.krajobraz.kulturowy.us.edu.pl/publikacje/artykuly/turystyka/partyka.pdf>).

Polska 2011. Raport o stanie Gospodarki, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2011 oraz poprzednie edycje.

Rachunek satelitarny turystyki dla Polski 2008 – wersja uproszczona, 2010, Instytut Turystyki, Warszawa

Raport Polska 2011. Gospodarka – Społeczeństwo – Regiony, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.

Rolnictwo w 2009 r., 2010, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa.

Rynek wewnętrzny w 2010 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2010 oraz poprzednie edycje.

Sustainable Development of Ecotourism: A Compilation of Good Practices in SMEs, World Tourism Organization, 2003.

The Ecotourism Statistical Fact Sheet (Ceballos-Lascurian), The International Ecotourism Society, 2000.

„Touropreatorzy. Raport 2011” Wiadomości turystyczne. Wydanie specjalne, 16 czerwca 2011.

„Touropreatorzy. Raport 2012” Wiadomości turystyczne. Wydanie specjalne, 16 czerwca 2012.

Transport – wyniki działalności w 2011 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa, 2012 oraz poprzednie edycje.

Travel & Tourism Economic Impact 2012. World, World Travel & Tourism Council WTTC 2012, http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2012.pdf.

Travel & Tourism Economic Impact 2012. European Union, World Travel & Tourism Council WTTC 2012, http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/european_union2012.pdf.

Travel & Tourism Economic Impact 2012. Poland, World Travel & Tourism Council WTTC 2012, http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/poland2012.

Turystyka w 2011 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2012 oraz poprzednie edycje.

Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w 2010 r., Instytut Turystyki, Warszawa 2011

UNWTO World Tourism Barometer, Advanced Release, Vol. 10, January 2012.

UNWTO World Tourism Barometer, Interim update, April 2011.

Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2010 r., Instytut Turystyki 2011.

Zaręba D., *Ekoturystyka. Wyzwania i nadzieje*, PWN, Warszawa 2000.

Strony internetowe

Bank danych regionalnych Głównego Urzędu Statystycznego www.stat.gov.pl

Główny Urząd Statystyczny www.stat.gov.pl

Grupa Wyszehradzka V4 – strona promocyjna „European Quartet – One Melody”
www.european-quartet.com

Europejskie Forum Turystyki 2011, Kraków <http://www.etf2011.gov.pl/>

Forum Turystyki Państw Bałtyckich <http://www.balticseaturism.net/>

Instytut Turystyki <http://www.intur.com.pl>

Komisja Europejska, Dyrekcja Generalna Przedsiębiorstwa i Przemysł – Turystyka
<http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/>

Komisja Turystyki Morza Bałtyckiego <http://www.balticsea.com>

Ministerstwo Gospodarki <http://www.mg.gov.pl/>

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi <http://www.minrol.gov.pl/>

Ministerstwo Rozwoju Regionalnego <http://www.mrr.gov.pl/>

Ministerstwo Sportu i Turystyki <http://msport.gov.pl/>

Ministerstwo Spraw Zagranicznych <http://www.msz.gov.pl/>

Ministerstwo Środowiska - Geologia dla Turystyki <http://www.mos.gov.pl/>

Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju OECD <http://www.oecd.org/>;
<http://www.oecd.org/cfe/tourism/>

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości <http://www.parp.gov.pl>

Polska Organizacja Turystyczna <http://www.pot.gov.pl/>; www.polska.travel

Światowa Organizacja Turystyki UNWTO <http://www2.unwto.org/>

Światowa Rada do spraw Podróży i Turystyki WTTC www.wttc.org

Spis tabel

Tabela 1. Wybrane sposoby spędzania czasu przez Polaków podczas podróży krótkookresowych w latach 2007-2011 (w %)	32
Tabela 2. Wybrane sposoby spędzania czasu przez Polaków podczas podróży długookresowych w latach 2007-2011 (w %)	33
Tabela 3. Kwatery agroturystyczne według województw w 2011 r. na podstawie Ewidencji Obiektów Turystycznych prowadzonych przez urzędy gmin	36
Tabela 4. Szlaki rowerowe w Polsce według województw w latach 2007-2011 (w km)	41
Tabela 5. Wykaz wybranych mierników działań promocyjnych POT w latach 2007-2011	59
Tabela 6. Pracujący w wieku powyżej 15 lat w 2007-2011 (w tys.)	66
Tabela 7. Obroty towarowe Polski w latach 2007-2011 (w mln EUR)	68
Tabela 8. Wydatki samorządów wojewódzkich, powiatowych, miast na prawach powiatu i gmin dla działu „Turystyka” w latach 2007-2011* (w zł)	71
Tabela 9. Ranking wydatków samorządów gmin dla działu "Turystyka" w 2011 r. (w zł)*	72
Tabela 10. Udział gospodarki turystycznej w tworzeniu PKB w latach 2007-2011	74
Tabela 11. Udział turystyki międzynarodowej w eksporcie w latach 2007-2011	76
Tabela 12. Udział turystyki międzynarodowej w imporcie w latach 2007–2011	76
Tabela 13. Pracujący w Sekcji I według województw w latach 2007-2010	80
Tabela 14. Turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania w latach 2007-2011	96
Tabela 15. Liczba placówek gastronomicznych w latach 2007-2011	101
Tabela 16. Przychody ogółem przedsiębiorstw gastronomicznych w latach 2007-2011 (w mln zł) ..	102
Tabela 17. Łączna liczba uprawnień pilota wycieczek i przewodnika turystycznego figurujących w ewidencjach marszałków województw (stan na 31.12. 2011 r.)	105
Tabela 18. Liczba pilotów wycieczek i przewodników turystycznych posiadających potwierdzoną znajomość co najmniej jednego języka obcego oraz ich udział w liczbie wszystkich osób, posiadających dane uprawnienie (stan na 31.12.2011 r.)	107
Tabela 19. Zagraniczne wyjazdy polskich turystów według odwiedzanych krajów (w mln)	126
Tabela 20. Miejsce Polski w międzynarodowym rankingu konkurencyjności <i>”The Travel & Tourism Competitiveness Report”</i> w latach 2007, 2009 i 2011	130
Tabela 21. Przyjazdy turystów zagranicznych na świecie według regionów w latach 2007-2011 (w mln)	132
Tabela 22. Przyjazdy turystów zagranicznych do wybranych krajów europejskich w latach 2007-2010	133

Tabela 23. Międzynarodowe przewozy czarterowe i regularne	143
Tabela 24. Wiodące kierunki międzynarodowe w ruchu czarterowym w 2011 r.	144
Tabela 25. Wiodące kierunki międzynarodowe w ruchu regularnym w 2011 r.....	144
Tabela 26. Wiodący przewoźnicy w ruchu czarterowym w 2011 r.	145
Tabela 27. Wiodący przewoźnicy w ruchu regularnym w 2011 r.....	145
Tabela 28. Muzea – obiekty i odwiedzający w latach 2007-2011, stan w dniu 31 XII.....	156
Tabela 29. Muzea według rodzajów w Polsce w latach 2007-2011 (stan w dniu 31 XII)	157
Tabela 30. Działalność oświatowa muzeów w Polsce w latach 2007-2011.....	158
Tabela 31. Liczba zwiedzających instytucje paramuzealne w latach 2007-2011	159
Tabela 32. Obiekty o szczególnych walorach przyrodniczych w latach 2007-2011.....	159
Tabela 33. Powierzchnia o szczególnych walorach przyrodniczych prawnie chroniona w latach 2007-2011	160
Tabela 34. Parki narodowe – powierzchnia i liczba odwiedzających (stan na 2010 r.).....	161
Tabela 35. Bezrobotni oraz zgłoszone oferty pracy w urzędach pracy według wybranych zawodów i specjalności w latach 2007-2011.....	180
Tabela 36. Wpływy z turystyki międzynarodowej w Europie w latach 2007-2010 (w mln USD)	182
Tabela 37. Ranking wydatków samorządów gmin dla działu "Turystyka" w 2010 r. (w zł)*	183

Spis wykresów

Wykres 1. Stopa wzrostu produktu krajowego brutto oraz spożycia indywidualnego w latach 2007-2011.....	64
Wykres 2. Dochody i wydatki budżetu państwa w latach 2007-2011 – wykonanie (w mld zł).....	65
Wykres 3. Wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych w latach 2007-2011 (pot. inflacja).....	66
Wykres 4. Wskaźnik zatrudnienia (15-64) w 2007-2011 (w %).	67
Wykres 5. Stopa rejestrowanego bezrobocia w latach 2007-2011 (w %).	67
Wykres 6. Wydatki administracji rządowej na turystykę w ramach budżetu cz. 40 – Turystyka w latach 2007-2011 (w tys. zł) – wykonanie.....	70
Wykres 7. Gospodarka turystyczna w latach 2007-2011 (w mld zł).....	75
Wykres 8. Zarejestrowani bezrobotni w połowie roku w latach 2007-2011 w zawodach gastronomiczno-hotelarskich oraz wszystkich zawodach (stan na 30 czerwca danego roku)	81
Wykres 9. Liczba ofert pracy zgłoszonych w trakcie pierwszej połowy roku w zawodach gastronomiczno-hotelarskich oraz we wszystkich zawodach ogółem w latach 2007-2010.....	82
Wykres 10. Liczba organizatorów turystyki i pośredników turystycznych w latach 2007-2011.....	85
Wykres 11. Liczba organizatorów turystyki i pośredników turystycznych według województw w 2011r.	85
Wykres 12. Udział poszczególnych form zabezpieczeń finansowych (w %) w zabezpieczeniach finansowych organizatorów turystyki i pośredników turystycznych	87
Wykres 13. Organizatorzy turystyki i pośrednicy turystyczni według form prawnych w układzie wojewódzkim w 2011 r.....	87
Wykres 14. Liczba obiektów zbiorowego zakwaterowania w latach 2007-2011	95
Wykres 15. Liczba miejsc noclegowych w obiektach zbiorowego zakwaterowania w latach 2007-2011 (w tys.).....	96
Wykres 16. Liczba hoteli według kategorii w latach 2007-2011	98
Wykres 17. Turystyczne obiekty zbiorowego zakwaterowania według województw w 2011 r.....	98
Wykres 18. Placówki gastronomiczne w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania w 2011 r.....	102
Wykres 19. Przyjazdy cudzoziemców i turystów zagranicznych do Polski w latach 2007-2011 (w tys.)	114
Wykres 20. Liczba przyjazdów turystów zagranicznych do Polski w latach 2007-2011 (w mln).....	115
Wykres 21. Wydatki cudzoziemców i turystów zagranicznych w Polsce w latach 2007-2011 (w mld USD).....	115

Wykres 22. Wydatki turystów zagranicznych w Polsce na osobę i na dzień pobytu w latach 2007-2011 (w USD)	116
Wykres 23. Struktura wydatków turystów zagranicznych w Polsce w latach 2007-2011 (w %)	117
Wykres 24. Podstawowe segmenty w turystyce przyjazdowej w latach 2007-2011 (w mln).....	118
Wykres 25. Udział sektora usług turystycznych w obsłudze zagranicznej turystyki przyjazdowej w latach 2007-2011 (w %)	119
Wykres 26. Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych (% populacji w wieku 15 i więcej lat)	121
Wykres 27. Podróże krajowe mieszkańców Polski w latach 2007-2011 (w mln).....	122
Wykres 28. Podstawowe cele wyjazdów krajowych w latach 2007-2011 (w %)	122
Wykres 29. Udział sektora usług turystycznych w obsłudze turystyki krajowej w latach 2007-2011 (w %).....	123
Wykres 30. Liczba turystycznych wyjazdów zagranicznych i przekroczeń granicy mieszkańców Polski w latach 2007-2011 (w mln)	125
Wykres 31. Cele zagranicznych wyjazdów mieszkańców Polski w latach 2007-2011 (w %).....	127
Wykres 32. Wydatki mieszkańców Polski na podróże zagraniczne w latach 2007-2011 (w zł)	127
Wykres 33. Udział sektora biur podróży w obsłudze turystyki wyjazdowej (w %).....	128
Wykres 34. Sieć tras lotniczych w latach 2007-2011 (w km)	143
Wykres 35. Liczba obsługiwanych pasażerów w międzynarodowym ruchu czarterowym w 2010 r. – 10 najpopularniejszych kierunków/miast	146
Wykres 36. Udział przewoźników w ruchu regularnym pod kątem liczby obsługiwanych pasażerów w roku 2010.....	147
Wykres 37. Udział przyjazdów z wybranych państw w całkowitych przyjazdach pasażerów transportem kolejowym międzynarodowym do Polski w latach 2009 i 2011 r.	148
Wykres 38. Statki wycieczkowe (cruise ships) wchodzące do polskich portów w latach 2008-2010	149
Wykres 39. Liczba przewozów pasażerów w latach 2007-2010 (w tys.).....	152
Wykres 40. Długość szlaków narciarskich w Polsce w latach 2007-2011 (w km)	155
Wykres 41. Długość szlaków narciarskich według województw w 2010 r. (w km).....	155
Wykres 42. Łączna liczba uprawnień pilota wycieczek figurujących w ewidencjach marszałków województw.	184
Wykres 43. Łączna liczba uprawnień przewodnika turystycznego figurujących w ewidencjach marszałków województw.	185

Spis rysunków

Rysunek 1. Muzea województw w 2010 r. (stan w dniu 31 XII)	158
---	-----

Załączniki

Tabela 35. Bezrobotni oraz zgłoszone oferty pracy w urzędach pracy według wybranych zawodów i specjalności w latach 2007-2011

Zawody i specjalności	Zarejestrowani bezrobotni w I półroczu 2007 r.	Liczba ofert pracy zgłoszonych w I półroczu 2007 r.	Zarejestrowani bezrobotni w I półroczu 2008 r.	Liczba ofert pracy zgłoszonych w I półroczu 2008 r.	Zarejestrowani bezrobotni w I półroczu 2009 r.	Liczba ofert pracy zgłoszonych w I półroczu 2009 r.
Kierownik małego przedsiębiorstwa w gastronomii, hotelarstwie i turystyce	94	68	156	56	174	61
Organizator obsługi turystycznej [zawód szkolny: Technik obsługi turystycznej]	1849	186	1 569	160	1 828	149
Organizator usług cateringowych	3	2	7	23	9	9
Organizator usług gastronomicznych [zawód szkolny: Technik organizacji usług gastronomicznych]	675	13	826	37	1267	94
Organizator usług hotelarskich [zawód szkolny: Technik hotelarstwa]	2 122	52	2 123	33	2847	39
Pozostali organizatorzy turystyki i pokrewni	193	20	165	26	31	4
Pracownik biura podróży	679	266	487	288	452	327
Pracownik informacji turystycznej	319	156	233	164	250	158
Pozostali informatorzy, pracownicy biur podróży i pokrewni	42	7	31	3	452	327
Pilot wycieczek	58	18	47	70	55	6
Przewodnik turystyczny górski	4	1	4	1	5	2
Przewodnik turystyczny miejski	16	35	12	32	10	41
Przewodnik turystyczny terenowy	31	55	28	34	30	31
Pozostali przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek	32	13	28	24	36	17
Inspektor piętra hotelowego	38	0	22	4	22	2
Prowadzący zakład hotelarski/gastronomiczny	20	1	17	7	19	1
Kucharz	38 757	7307	28 113	7 386	27 662	6 478
Kucharz małej gastronomii	5 121	650	5 543	652	8 451	657
Szef kuchni [kuchmistrz]	132	123	96	125	96	92
Pozostali kucharze	196	437	150	588	145	553
Bufetowy [barman]	4731	2131	3 300	2 443	3 174	2 125
Kelner	13185	5596	9 447	5 665	9 181	4 880
Pozostali kelnerzy i pokrewni	72	406	58	230	59	224
Pokojowa [w hotelu]	1662	1975	1 266	2 123	1 232	1 944
Pomoc kuchenna	8688	5837	6 076	6 716	5 572	5 929
Boy hotelowy	7	4	2	7	4	4
Specjalista do spraw organizacji usług gastronomicznych, hotelarskich i turystycznych*	BD	BD	BD	BD	BD	BD
Rezydent biura turystycznego*	BD	BD	BD	BD	BD	BD
Razem zawody gastronomiczno-hotelarskie	78 626	25 359	59 809	26 897	62 611	23 827
Razem wszystkie zawody	1 895 063	657 858	1 455 321	623 833	1 658 650	477 362
Udział zawodów gastronomiczno-hotelarskich do wszystkich zawodów	4,14%	3,85%	4,10%	4,31%	3,77%	4,99%

Zawody i specjalności	Zarejestrowani bezrobotni w I półroczu 2010 r.	Liczba ofert pracy zgłoszonych w I półroczu 2010 r.	Zarejestrowani bezrobotni w I półroczu 2011 r.	Liczba ofert pracy zgłoszonych w I półroczu 2011 r.
Kierownik małego przedsiębiorstwa w gastronomii, hotelarstwie i turystyce	200	61	174	61
Organizator obsługi turystycznej [zawód szkolny: Technik obsługi turystycznej]	1 612	201	1 259	129
Organizator usług cateringowych	7	11	14	12
Organizator usług gastronomicznych [zawód szkolny: Technik organizacji]	1 778	37	1 663	29
Organizator usług hotelarskich [zawód szkolny: Technik hotelarstwa]	3 828	67	3 635	25
Pozostali organizatorzy turystyki i pokrewni	361	64	BD	BD
Pracownik biura podróży	296	335	241	146
Pracownik informacji turystycznej	190	147	137	108
Pozostali informatorzy, pracownicy biur podróży i pokrewni	32	13	BD	BD
Pilot wycieczek	53	28	52	12
Przewodnik turystyczny górski	6	0	2	0
Przewodnik turystyczny miejski	11	15	13	10
Przewodnik turystyczny terenowy	18	38	34	54
Pozostali przewodnicy turystyczni i piloci wycieczek	18	36	BD	BD
Inspektor piętra hotelowego	14	1	8	1
Prowadzący zakład hotelarski/gastronomiczny	25	12	BD	BD
Kucharz	19 497	6 646	17 379	4 687
Kucharz małej gastronomii	9 270	985	9 503	607
Szef kuchni [kuchmistrz]	116	145	148	119
Pozostali kucharze	214	761	287	992
Bufetowy [barman]	3 074	2 557	2 885	1 367
Kelner	7 758	4 531	7 629	3 012
Pozostali kelnerzy i pokrewni	190	408	BD	BD
Pokojowa [w hotelu]	996	1 823	955	1 136
Pomoc kuchenna	4 460	6 224	8	5
Boy hotelowy	5	1	5	1
Specjalista do spraw organizacji usług gastronomicznych, hotelarskich i turystycznych*	BD	BD	3 578	68
Rezydent biura turystycznego*	BD	BD	17	4
Razem zawody gastronomiczno-hotelarskie	54 029	25 147	42 921	12 282
Razem wszystkie zawody	1 428 253	540 835	1 883 299	397 485
Udział zawodów gastronomiczno-hotelarskich do wszystkich zawodów	3,78%	4,64%	3,78%	4,64%

Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki na podstawie danych Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej.

Tabela 36. Wpływy z turystyki międzynarodowej w Europie w latach 2007-2010 (w mln USD)

	Wpływy (mln USD)			Zmiany (%) do odp. okresu poprzedniego roku Waluty lokalne, kursy stałe			
	2007	2008	2009	09/08	2010*	1kw 2010	2kw 2010
Europa	434,041	472,040	410,829				
Europa Północna	69,484	68,500	58,566				
Dania	5,978	6,242	5,673	-4,4	2,3	2,4	2,2
Finlandia	2,837	3,208	2,820	-7,3	1,1	-0,1	2,3
Islandia	0,596	0,611	0,568	30,8	23,5	38,9	16,1
Irlandia	6,066	6,294	4,890	-18,1	-20,6	-26,1	-17,1
Norwegia	4,522	4,911	4,204	-4,6	8,3	4,3	11,0
Szwecja	10,883	11,206	10,261	6,3	-0,3	-3,1	2,1
Wielka Brytania	38,602	36,028	30,149	-1,3	-5,1	-6,3	-3,9
Europa Zachodnia	149,502	162,169	143,676				
Austria	18,695	21,587	19,404	-5,2	0,9	2,9	-3,7
Belgia	10,989	11,762	9,833	-11,8	-3,5	11,6	-16,4
Francja	54,273	56,573	49,398	-7,9	-2,5	-10,5	-0,2
Niemcy	36,038	40,021	34,709	-8,5	3,4	0,0	3,6
Holandia	13,305	13,342	12,368	-2,2	10,8	14,8	7,7
Szwajcaria	12,180	14,401	13,789	-3,8	3,4	2,7	4,1
Europa Środkowo-Wschodnia	48,566	57,784	47,365				
Belarus	0,325	0,363	0,368	1,5	12,8	12,8	7,9
Bułgaria	3,550	4,204	3,728	-6,7	2,4	-3,0	0,0
Republika Czeska	6,383	7,207	6,478	0,4	2,0	-4,7	8,1
Estonia	1,035	1,213	1,091	-5,3	1,7	3,0	0,8
Gruzja	0,384	0,447	0,470	5,3	25,4	30,8	21,7
Węgry	4,721	5,935	5,631	11,5	-3,5	-6,8	-1,0
Łotwa	0,672	0,803	0,723	-5,3	-12,2	-14,7	-10,0
Litwa	1,153	1,343	1,092	-14,3	10,3	7,6	11,7
Polska	10,599	11,768	9,011	-0,8	-3,0	-14,9	6,5
Rumunia	1,610	1,997	1,227	-35,2	-12,7	-42,5	-2,8
Federacja Rosyjska	9,447	11,819	9,297	-21,3	-4,1	-2,4	-5,2
Słowacja	2,026	2,589	2,336	-4,9	-1,3	5,2	-3,4
Ukraina	4,597	5,768	3,576	-38,0	4,7	0,9	6,6
Europa Południowa	166,489	183,587	161,222				
Albania	1,373	1,720	1,816	11,3	-16,5	-23,8	-11,4
Chorwacja	9,254	10,971	8,898	-14,5	-4,9	8,0	-7,3
Cypr	2,685	2,737	2,162	-16,7	1,7	3,5	1,9
Grecja	15,513	17,114	14,506	-10,6	-7,3	-2,0	-11,2
Włochy	42,651	45,727	40,249	-7,2	3,3	1,4	7,7
Portugalia	10,145	10,943	9,650	-7,0	9,6	6,3	8,1
Słowenia	2,283	2,820	2,511	-6,1	4,0	0,6	1,9
Hiszpania	57,645	61,628	53,177	-9,0	2,7	0,2	0,4
Turcja	18,487	21,951	21,250	-3,2	1,4	-2,2	7,4

Źródło: Instytut Turystyki na podstawie UNWTO World Tourism Barometer; Volume 8, No. 3, October 2010.

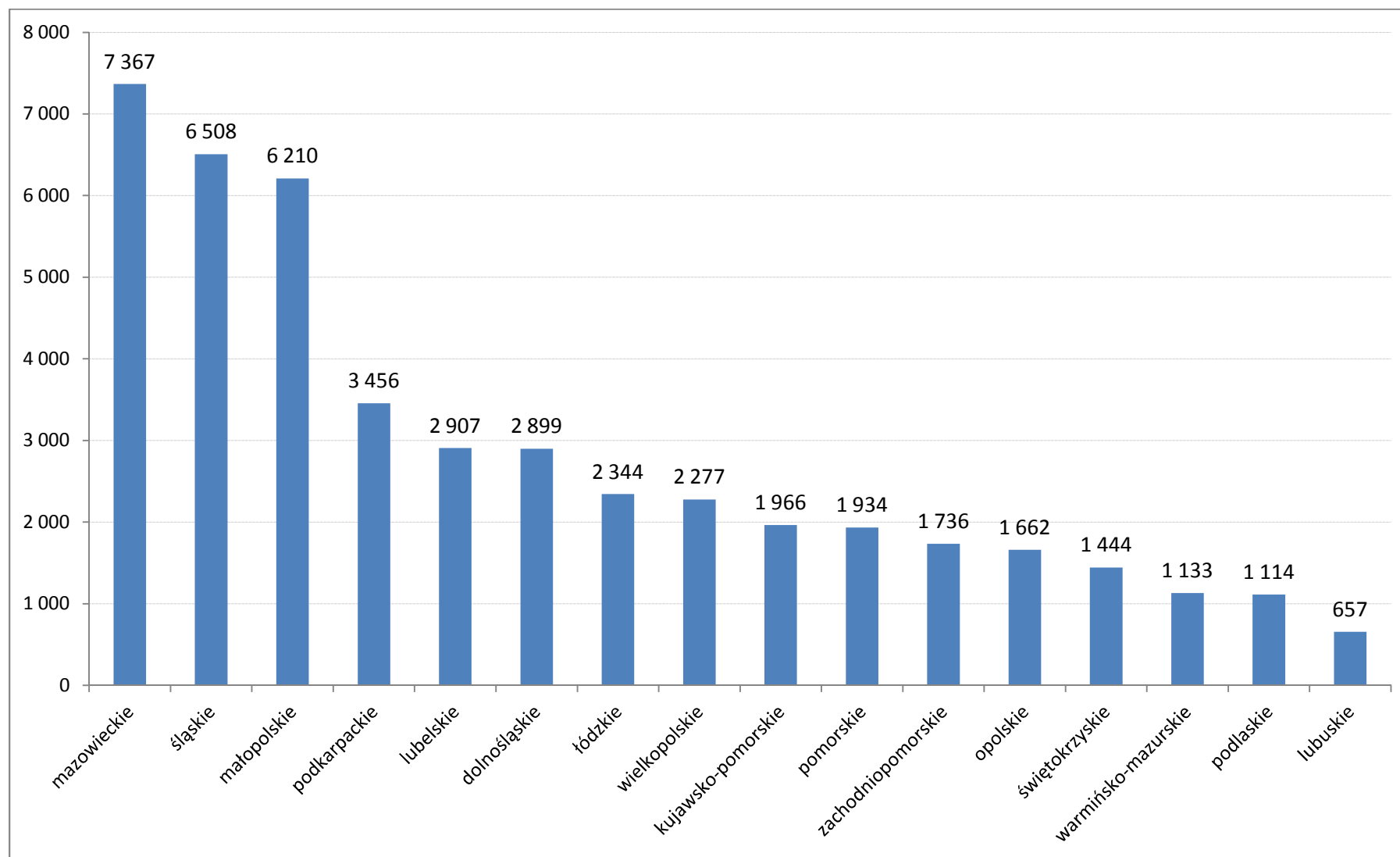
Tabela 37. Ranking wydatków samorządów gmin dla działu "Turystyka" w 2010 r. (w zł)*

Miejsce	Gmina	Województwo	Wydatki na turystykę (w zł)	Udział w wydatkach gmin ogółem (w %)
1	Kórnik	WIELKOPOLSKIE	32 392 464	7,0%
2	Giżycko	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	24 368 804	5,3%
3	Ostróda	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	16 462 957	3,6%
4	Iława	WARMIŃSKO-MAZURSKIE	14 692 901	3,2%
5	Strzelin	DOLNOŚLĄSKIE	10 554 340	2,3%
6	Kołobrzeg	ZACHODNIOPOMORSKIE	9 367 680	2,0%
7	Muszyna	MAŁOPOLSKIE	9 052 810	2,0%
8	Stepnica	ZACHODNIOPOMORSKIE	8 950 130	1,9%
9	Lębork	POMORSKIE	8 377 560	1,8%
10	Bieliny	ŚWIĘTOKRZYSKIE	8 149 858	1,8%
11	Nowa Ruda	DOLNOŚLĄSKIE	8 146 094	1,8%
12	Kutno	ŁÓDZKIE	7 382 727	1,6%
13	Kartuzy	POMORSKIE	7 244 814	1,6%
14	Ozimek	OPOLSKIE	6 207 359	1,3%
15	Sztum	POMORSKIE	5 908 256	1,3%
16	Szczyrk	ŚLĄSKIE	5 535 002	1,2%
17	Kruszwica	KUJAWSKO-POMORSKIE	5 456 093	1,2%
18	Człuchów	POMORSKIE	5 420 159	1,2%
19	Ząbki	MAZOWIECKIE	5 030 932	1,1%
20	Nowy Dwór Gdański	POMORSKIE	4 993 303	1,1%

* Na szaro zaznaczone gminy, które wydatkowały na turystykę min. 2% całości wydatków wszystkich gmin.

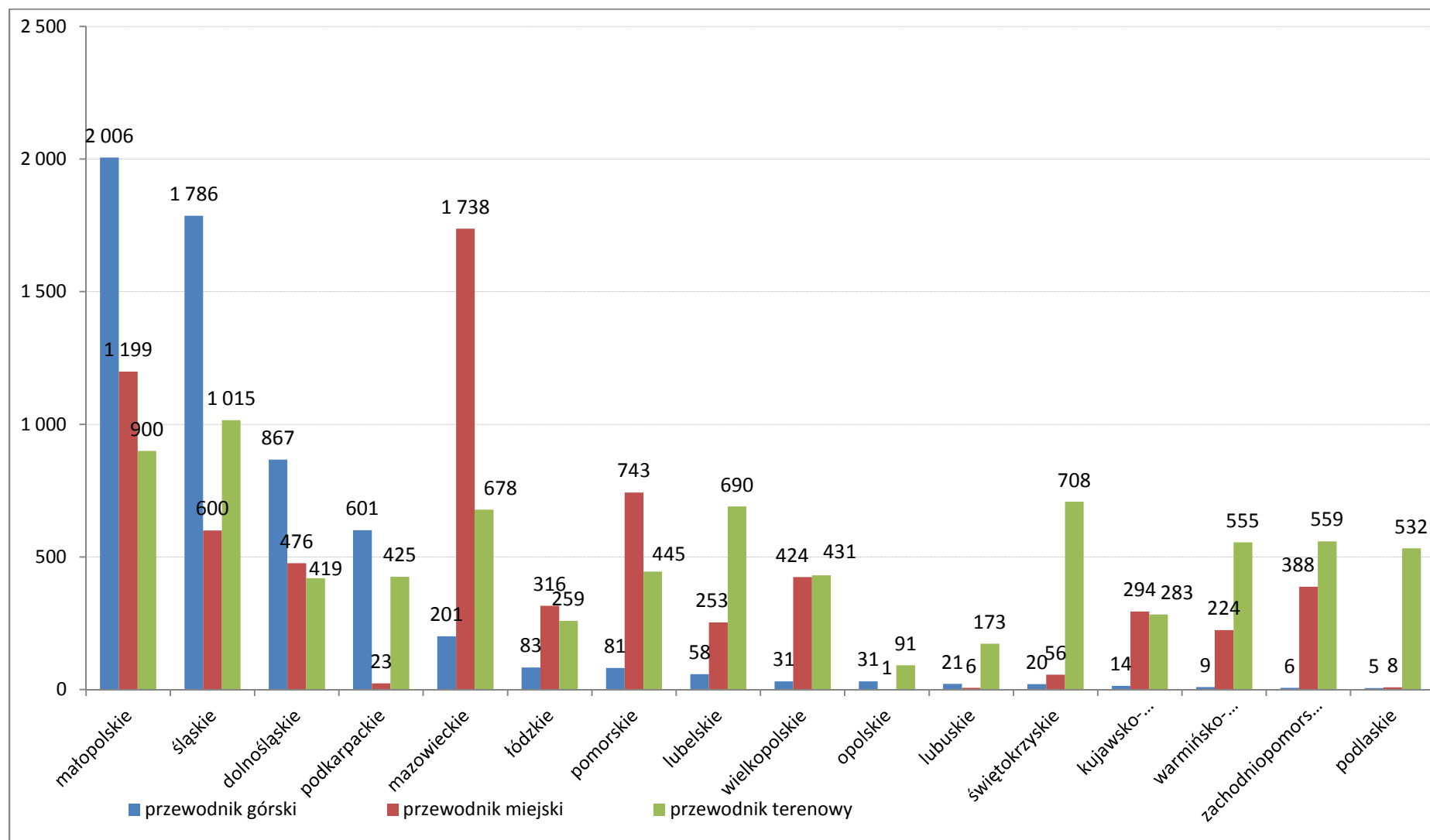
Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki na podstawie danych GUS.

Wykres 42. Łączna liczba uprawnień pilota wycieczek figurujących w ewidencjach marszałków województw.



Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki na podstawie danych przekazanych przez marszałków województw.

Wykres 43. Łączna liczba uprawnień przewodnika turystycznego figurujących w ewidencjach marszałków województw.



Źródło: opracowano w Departamencie Turystyki na podstawie danych przekazanych przez marszałków województw.