



IV ZACHODNIOPOMORSKIE FORUM TURYSTYKI

*Rola jednostek samorządu
terytorialnego w rozwoju turystyki*

WAŁCZ 15-16 grudnia 2011

ZBIGNIEW FRĄCZYK

Regionalna Organizacja Turystyczna Województwa Łódzkiego



TURYSTYFIKACJA FAKTEM

ŚWIAT:

zatrudnienie – 235 mln osób

PKB ~ 5% Produktu Światowego

liczba podróży w 2010 – 1,567 miliarda

UNIA EUROPEJSKA:

co 8 miejsce pracy w turystyce

24 mln. osób

POLSKA:

7,7 PKB

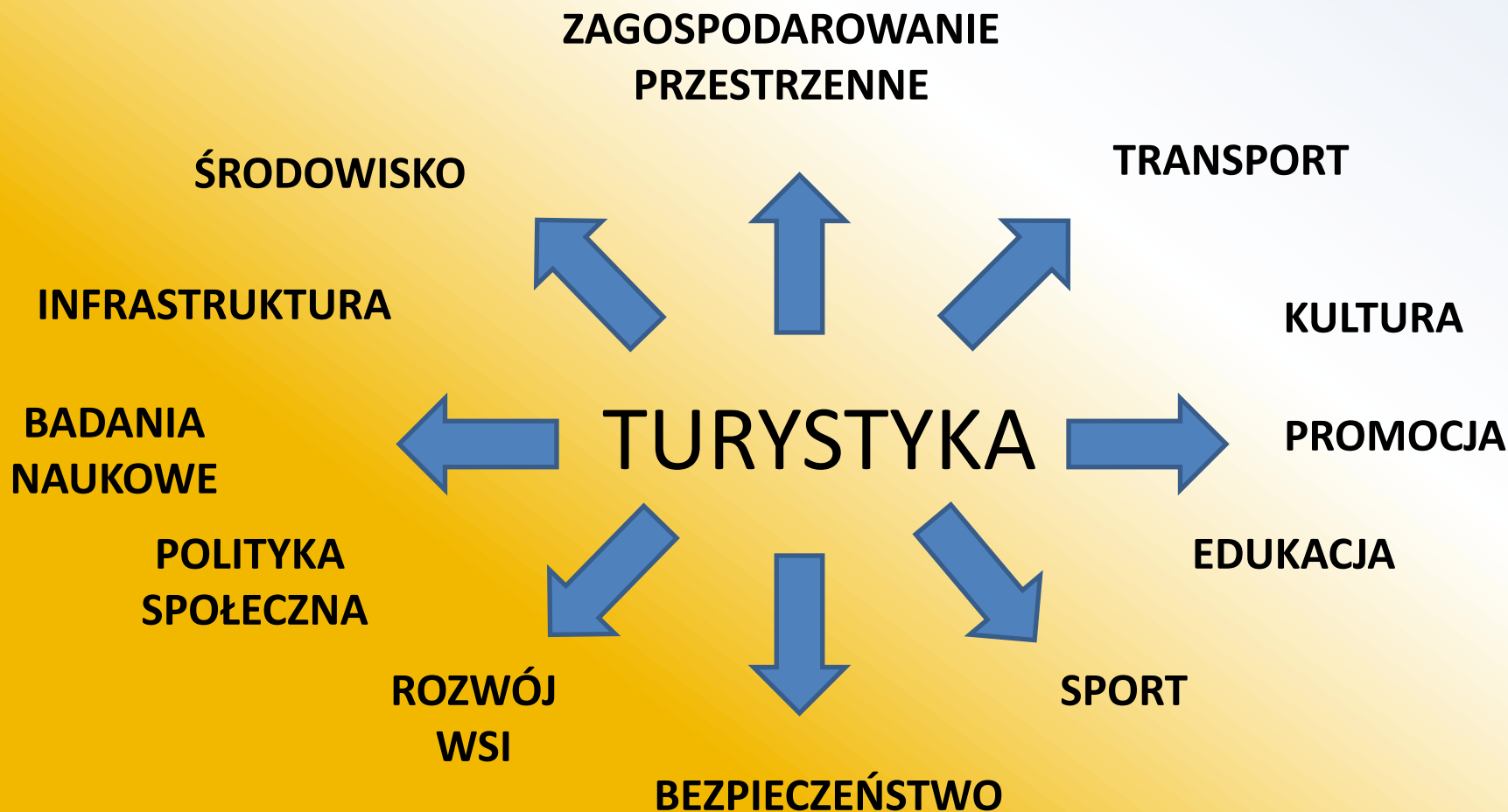
~ 8% zatrudnienia



EFEKTY ROZWOJU TURYSTYKI W REGIONIE

- EKONOMICZNE
- SPOŁECZNE
- TECHNOLOGICZNE
- POLITYCZNE

- wzrost dochodów z turystyki
- wzrost zatrudnienia
- poprawa poziomu życia społeczności lokalnej
- poprawa i rozwój infrastruktury
- rozwój przedsiębiorczości
- wprowadzenie nowoczesnych technologii





ZAPISY W USTAWACH SAMORZĄDOWYCH DOTYCZĄCE TURYSTYKI

Zadania – Samorząd wojewódzki

Ustawa o samorządzie wojewódzkim z dnia 5 czerwca 1998 r. Art. 14

Samorząd województwa wykonuje zadania o charakterze wojewódzkim określone ustawami w zakresie (...)

- 3) kultury i ochrony jej dóbr;
- 8) ochrony środowiska;
- 9) gospodarki wodnej
- 10) dróg publicznych
- 13) kultury fizycznej i **turystyki**



ZAPISY W USTAWACH SAMORZĄDOWYCH DOTYCZĄCE TURYSTYKI

Zadania – Samorząd powiatowy

Ustawa o samorządzie powiatowym z dnia 5 czerwca 1998 r. Art. 4

Powiat wykonuje określone ustawami zadania publiczne o charakterze ponadregionalnym w zakresie:

(...)

7) kultury i ochrony dóbr kultury;

8) kultury fizycznej i **turystyki**;

(...)

12) gospodarki wodnej;

13) ochrony środowiska i przyrody



ZAPISY W USTAWACH SAMORZĄDOWYCH DOTYCZĄCE TURYSTYKI

Zadania – Samorząd gminny

Ustawa o samorządzie gminnym z dnia 5 czerwca 1998 r. Art. 7, ust. 1, p. 10

Zagospodarowanie zbiorowych potrzeb wspólnoty należy do zadań własnych gminy.

W szczególności zadania własne obejmują sprawy:

(...)

10) kultury fizycznej i **turystyki**, w tym trenów rekreacyjnych i urządzeń sportowych



Zaspokajanie społecznych potrzeb wspólnoty

Dwukierunkowe rozumienie zapisów dotyczących turystyki w ustawach samorządowych



Potrzeby społeczne mieszkańców wspólnoty

Tworzenie warunków
do uprawiania turystyki,
w tym:

- tereny rekreacyjne
- urządzenia sportowe

Potrzeby wspólnoty i jej mieszkańców jako organizatorów turystyki

Tworzenie warunków dla mieszkańców jako
inwestorów w branży turystycznej, w tym:

- Warunki dla powstawania obiektów
hotelarskich i agroturystycznych
- formy wspierania aktywności gospodarczej
- informacja turystyczna (IT)
- promocja w kraju i zagranicą (POT, ROT-y i
LOT-y)



FUNKCJE SAMORZĄDU TERYTORIALNEGO

**W OPTYMALNYM, ZGODNYM Z ZASADAMI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU
KSZTAŁTOWANIU TURYSTYKI**

- INTERGACYJNA**
- STYMULACYJNA**
- PROMOCYJNA**
- KOORDYNACYJNA**
- KONTROLNA**



ZADANIA DLA LOKALNYCH WŁADZ SAMORZĄDOWYCH (WYBÓR)

- przygotowanie i przyjęcie proturystycznego planu zagospodarowania
 - „mocne” zapisy dotyczące turystyki w strategii rozwoju gospodarczego regionu;
 - strategia (program) rozwoju turystyki w regionie;
 - strategia (program) promocji atrakcji turystycznych regionu;
 - odpowiednie zapisy w budżetach samorządów;
 - pozyskiwanie środków zewnętrznych na rozwój turystyki;
 - pozyskiwanie inwestorów dla turystyki;
 - tworzenie klimatu dla inwestorów i przyjezdnych;
 - zwiększanie poczucia bezpieczeństwa;
 - prowadzenie promocji wizerunkowej regionu;
 - finansowanie statystycznych badań w turystyce (ilościowe i jakościowe);
 - rozwój infrastruktury turystycznej, transportowej i paraturystycznej;
 - wspieranie tworzenia organizacji pozarządowych;
 - wspieranie inicjatyw i przedsięwzięć przedsiębiorców turystycznych (PPP);
- cdn ..



ZADANIA DLA LOKALNYCH WŁADZ SAMORZĄDOWYCH (WYBÓR)

cd..

- organizowanie projektów „miękkich” (szkolenia, konsultacje społeczne itp.);
- finansowe wsparcie dla systemu informacji turystycznej w regionie;
- powołanie LOT-u;
- monitoring realizacji zapisów strategicznych i programów;
- stworzenie systemu motywacji proturystycznej (nagrody, konkursy, stypendia);
- przekazywanie zadań merytorycznych w turystyce do organizacji pozarządowych;
- dbanie o środowisko, kulturę, sport, folklor itd.



ZADANIA DLA PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH (WYBÓR)

- inwestowanie w projekty turystyczne (miejsca noclegowe, gastronomiczne itp.);
- wprowadzanie innowacji i nowych projektów turystycznych (wyposażenie, przewodnicy ..);
- wspieranie pamiątkarstwa;
- TWORZENIE PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH;
- MARKETING I PROMOCJA PRODUKTOWA;
- TWORZENIE SIECI SPRZEDAŻY PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH;
- PRZYJMOWANIE TURYSTÓW;
- poszukiwanie partnerów do działalności w turystyce;
- dbanie o jakość produktów turystycznych;
- wspólne tworzenie MARKI;
- podnoszenie jakości świadczonych usług turystycznych;
- udział w organizacji współpracy sieciowej w regionie



ZADANIA DLA ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH DZIAŁAJĄCYCH W I DLA TURYSTYKI W REGIONIE (WYBÓR)

- tworzenie subproduktów turystycznych;
- tworzenie wydawnictw promocyjnych;
- tworzenie i prowadzenie działań promocyjnych w Internecie;
- działalność szkoleniowa;
- krajoznawstwo wśród społeczności lokalnej;
- przewodnictwo i pilotaż;
- wytyczanie i znakowanie turystycznych szlaków tematycznych;
- tworzenie w społeczności lokalnej atmosfery dla rozwoju turystyki;
- organizowanie festynów, obchodów i innych wydarzeń kulturalnych, sportowych i rocznicowych;
- organizowanie konkursów turystycznych;
- tworzenie i obsługa systemu informacji turystycznej w regionie;
- współorganizacja i udział w konsultacjach społecznych;
- poszukiwanie zewnętrznych środków finansowych na projekty proturystyczne



SŁABE I MOCNE STRONY WG. TYPU ZARZĄDANIA

SŁABE STRONY

SEKTOR PUBLICZNY	SEKTOR PRYWATNY
Brak sprecyzowanego celu przy tworzeniu nowych zadań	Nie przejmowanie się dobrem publicznym
Ograniczone generowanie wpływów handlowych	Ograniczone zainteresowanie w planowaniu długoterminowym
Brak skłonności do podejmowania ryzyka	Nieadekwatne środki do partnerstwa
Tolerowanie słabych wyników	Sfrustrowanie przez sektor publiczny
Powolność w podejmowaniu decyzji	
Niewiara w sektor prywatny i motyw zarobku	



SŁABE I MOCNE STRONY WG. TYPU ZARZĄDANIA

MOCNE STRONY

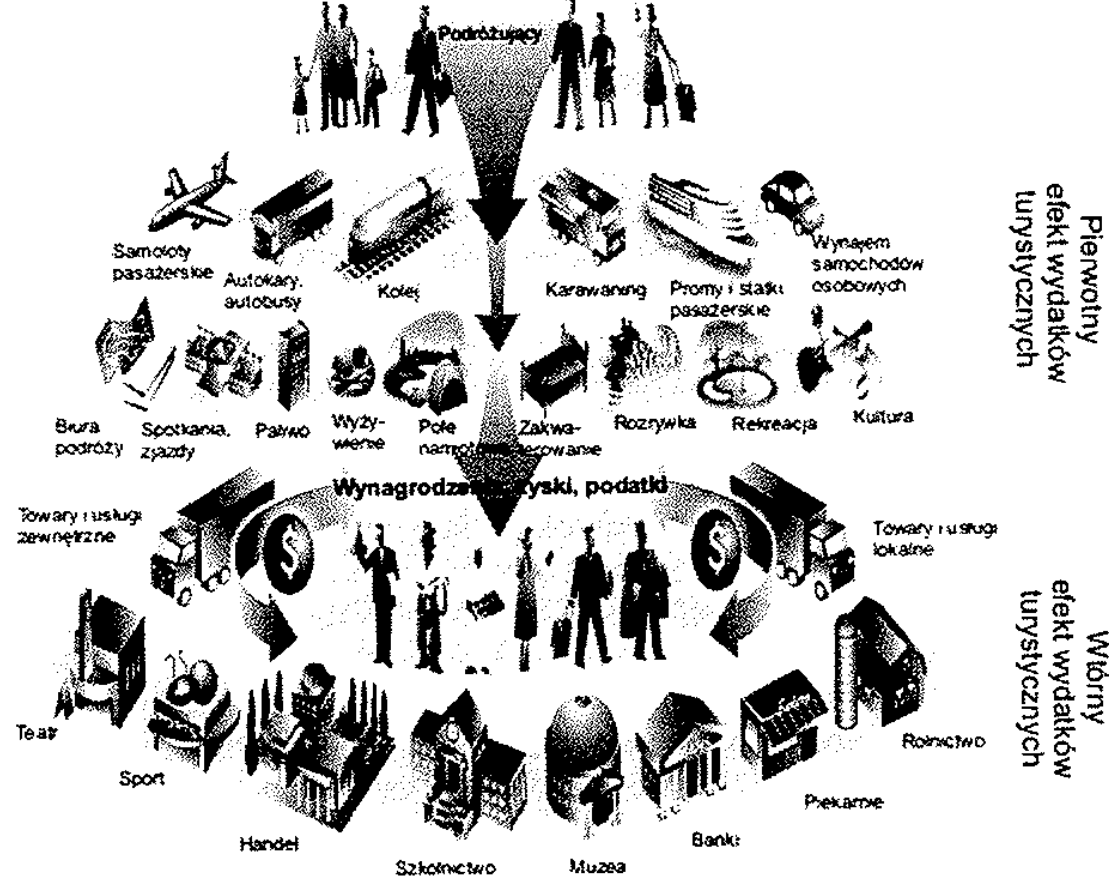
SEKTOR PUBLICZNY	SEKTOR PRYWATNY
Długoterminowe strategie	Krótkoterminowe taktyki
Budowa obrazu destynacji	Skupianie się na efekcie ekonomicznym
Dziedzina publiczna	Umiejętność zarządzania PR
Instrumenty wsparcia dla małych i średnich przedsiębiorstw	Wykorzystywanie korzyści rynkowych
Stymulacja jakości	Szybkość podejmowania decyzji
	przedsiębiorczość



MNOŻNIK

Implikacje turystyki

Jak zyski wygenerowane przez turystykę wpływają na gospodarkę



Rysunek 1. Mnożnikowe funkcje turystyki



Decentralizacja zarządzania państwem powoduje, że w działaniach na rzecz rozwoju turystyki coraz większa rola przypada samorządom terytorialnym.

To od ich kreatywności, wiedzy, zdolności integracyjnych, od finansowego wsparcia zależy powodzenie działań rozwojowych.

Wymaga to współpracy w ramach regionu wszystkich zainteresowanych stworzeniem z turystyki istotnego elementu przyszłego rozwoju społeczno-gospodarczego.



Dziękuję za uwagę
Zapraszam do współpracy

Dyrektor **Regionalnej Organizacji Turystycznej**
 Województwa Łódzkiego

Prezes **Forum Regionalnych Organizacji**
 Turystycznych

Zbigniew Frączyk
zfraczyk@rotwl.pl