PRACE NAUKOWE
Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
RESEARCH PAPERS
of Wrocław University of Economics

258

Wyzwania współczesnej polityki turystycznej Problemy funkcjonowania rynku turystycznego

Redaktor naukowy
Andrzej Rapacz

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2012

Recenzenci: Wiesław Alejziak, Małgorzata Bednarczyk, Stefan Bosiacki, Ewa Dziedzic, Irena Jędrzejczyk, Magdalena Kachniewska, Włodzimierz Kurek, Barbara Marciszewska, Agnieszka Niezgoda, Aleksander Panasiuk, Józef Sala, Jan Sikora, Teresa Żabińska, Aleksander Szwichtenberg

Redaktor Wydawnictwa: Jadwiga Marcinek

Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz

Korektor: Barbara Cibis

Łamanie: Małgorzata Czupryńska

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:
www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,
The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,
a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon
http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiejkolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2012

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-218-5

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp 9

Część 1. Branża turystyczna w obliczu wyzwań współczesnego rynku turystycznego

Iwona Bąk: Turystyka w obliczu starzejącego się społeczeństwa 13
Renata Seweryn: Lojalność odwiedzających wyzwaniem dla obszaru recepcji turystycznej w obecnych warunkach rynkowych 24
Ewa Szczepanowska, Beata Kaczor, Karolina Pawełek: Struktura oferty wybranych hoteli spa przy granicy polsko-niemieckiej – analiza porównawcza 35
Agata Niemczyk: Motywy jako determinanta zachowań uczestników turystyki kulturowej 47
Joanna Kosmaczewska: Działania inwestycyjne w okresie spowolnienia gospodarczego na przykładzie podmiotów branży turystycznej i firm kooperujących zlokalizowanych w gminie wiejskiej 58
Andrzej Hadzik, Adam Ryszard Szromek, Rajmund Tomik: Kibice międzynarodowych widowisk sportowych jako nowa kategoria konsumentów turystyki w Polsce 68
Marek Stuczyński: Odpowiedzialność hotelarstwa za środowisko w kontekście turystyki zrównoważonej 79
Jolanta Wojciechowska: Ścieżki rozwoju organizacyjnego turystyki w Polsce – od rewolucyjnego po ewolucyjny system 89
Krzysztof Borodako, Michał Rudnicki: Dostosowanie oferty portu lotniczego Kraków-Balice w kontekście obsługi turystyki biznesowej w Krakowie 103
Marek Lawin, Tomasz Napierała: Efektywność środków wydatkowanych na rzecz rozwoju turystyki przez samorządy gminne województwa łódzkiego 113
Józef Sala, Joanna Górna: Hotelarstwo a współczesne tendencje rozwoju turystyki 127
Eugenia Panfiluk: Strategia zarządzania turystyką na obszarach przyrodniczo cennych na przykładzie jednostek obszaru metropolitarnego Białegostoku 139
Adam Pawlicz: Koncepcja dóbr merytorycznych jako uzasadnienie działań podmiotów publicznych na rynku turystycznym 152

Dawid Milewski: Postulaty przewozowe jako cechy jakości przewozów turystycznych ... 161
Marlena Prochorowicz, Bogusław Stankiewicz: Zachowania koksumentów na rynku usług agroturystycznych ... 172

Część 2. Współpraca sektorowa warunkiem realizacji celów i zadań polityki turystycznej na poziomie lokalnym i regionalnym

Arkadiusz Niedziółka: Stan i uwarunkowania rozwoju agroturystyki w powiecie nowotarskim z wyszczególnieniem gminy Czorsztyn ... 187
Joanna Kizielewicz: Partnerstwo na rzecz rozwoju polityki turystycznej w województwach nadmorskich w Polsce ... 196
Michał Żemła, Anna Staszewska: Rola interesariuszy w budowie konkurencyjnych produktów turystycznych na podstawie Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego ... 209
Włodzimierz Banasik, Dagmara Fiszer: Turystka w rozwoju społeczno-gospodarczym miasta Żyrardowa ... 219
Maciej Dębski: Architektura marki jako narzędzie budowania konkurencyjności destynacji turystycznych ... 228
Romuald Ziółkowski: Turystyczna Sieć Współpracy – doświadczenia w zakresie budowy klastrów turystycznych ... 240
Agata Balińska, Weronika Cieśluk: Marka w tworzeniu turystycznego wizerunku miasta Ełk ... 251
Teresa Żabińska: Turystyka kreatywna. Koncepcja i możliwości rozwoju w Polsce ... 260
Stefan Bosiacki, Agata Basińska-Zych: Rola samorządu lokalnego w rozwoju turystyki w warunkach kryzysu ekonomicznego – na przykładzie województwa wielkopolskiego ... 271

Summaries

Iwona Bąk: Tourism in the face of an aging society ... 23
Renata Seweryn: The loyalty of visitors as a challenge for the tourist destination area in current market conditions ... 34
Ewa Szczepanowska, Beata Kaczor, Karolina Pawełek: The comparison of offers in selected spa centers at the Polish-German border – comparable analysis ... 46
Agata Niemczyk: Motives as a behaviour determinant of participants of culture tourism ... 57
Joanna Kosmaczewska: Investment activities in the economic slowdown period on the example of entities operating in the tourism sector and cooperating companies located in the rural commune ... 67

Andrzej Hadzik, Adam Ryszard Szromek, Rajmund Tomik: Fans of international sport events as a new category of consumers of tourism in Poland 78
Marek Stuczyński: Responsibility for the environment in the hotel industry in the context of sustainable tourism 88
Jolanta Wojciechowska: The paths of the organizational development of tourism in Poland – from revolutionary to evolutionary 102
Krzysztof Borodako, Michał Rudnicki: Adjustment of the offer of Kraków-Balice airport to the changes of business tourism in Krakow 112
Marek Lawin, Tomasz Napierała: Effectiveness of funds for tourism development in local communities in the region of Lodz 126
Józef Sala, Joanna Górna: Trends in tourism and their impact on the hotel business 138
Eugenia Panfiluk: Strategy for tourism management in the areas of great natural interest shown on the example of units of the metropolitan area of Białystok city 151
Adam Pawlicz: Merit goods theory as a justification of public actions on the tourism market 160
Dawid Milewski: Transport postulates as the quantitative attributes of tourism transport 171
Marlena Prochorowicz, Bogusław Stankiewicz: Consumers behaviour on the market of agritourist services 184
Arkadiusz Niedziółka: State and determinants of agritourism development in Czorsztyn community of the Nowy Targ County 195
Joanna Kizielewicz: Partnership for the development of tourist policy in coastal voivodeships in Poland 208
Michał Żemła, Anna Staszewska: Mutual relationships between stakeholders in the creation of competitive tourism products on the basis of Industrial Monuments Route of Silesian Voivodeship 218
Włodzimierz Banasik, Dagmara Fiszer: Tourism in the socio-economic development of Żyrardów 227
Maciej Dębski: Brand architecture as a tool to build competitiveness of tourism destinations 239
Romuald Ziółkowski: Tourist cooperation network – experience in the creation of tourism clusters 250
Agata Balińska, Weronika Cieśluk: Brand in the creation of tourist image of Ełk 259
Teresa Żabińska: Creative tourism. Its concept and development opportunities in Poland 270
Stefan Bosiacki, Agata Basińska-Zych: The role of local government in tourism development in terms of the economic crisis – on the example of Wielkopolska Voivodeship 290

PRACE NAUKOWE UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO WE WROCŁAWIU
RESEARCH PAPERS OF WROCŁAW UNIVERSITY OF ECONOMICS nr 258 • 2012

Wyzwania współczesnej polityki turystycznej
Problemy funkcjonowania rynku turystycznego

ISSN 1899-3192

Stefan Bosiacki, Agata Basińska-Zych
Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu

ROLA SAMORZĄDU LOKALNEGO W ROZWOJU TURYSTYKI W WARUNKACH KRYZYSU EKONOMICZNEGO – NA PRZYKŁADZIE WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO*

Streszczenie: W artykule została podjęta próba oceny działań samorządów lokalnych (gminnych) na rzecz rozwoju turystyki w okresie kryzysu ekonomicznego. Rozważania oparto na wynikach badań bezpośrednich zrealizowanych wśród 49 samorządów gminnych województwa wielkopolskiego. Wyniki dotyczyły następujących obszarów aktywności władz lokalnych: planowania strategicznego i operacyjnego, tworzenia efektywnych struktur organizacyjnych; polityki finansowej i proinwestycyjnej; współpracy władz z organizacjami pozarządowymi, wspierania rozwoju lokalnej przedsiębiorczości oraz upowszechniania i promocji turystyki. Wyniki badań przedstawione w artykule dowodzą, że mimo kryzysu ekonomicznego samorządy lokalne skutecznie i efektywnie wypełniają swoje zadania na rzecz rozwoju turystyki.

Słowa kluczowe: samorząd gminny, rozwój turystyki, kryzys ekonomiczny, województwo wielkopolskie, polityka turystyczna.

1. Wstęp

Zapoczątkowany w 2007 r. w Stanach Zjednoczonych kryzys w sektorze finansowym wywołał poważne reperkusje w gospodarce światowej, w tym także w gospodarce turystycznej. W warunkach globalizacji skutki kryzysu ekonomicznego dotykają wszystkich państw, w tym także Polskę. Jednak skala negatywnego oddziaływania kryzysu jest w poszczególnych krajach różna: są takie, w których nastąpiło dramatyczne załamanie koniunktury gospodarczej (np. Grecja, Węgry, Portugalia), i takie, gdzie skutki kryzysu są odczuwalne w mniejszym stopniu. Do tej ostatniej grupy zalicza się Polska, postrzegana jako jeden z nielicznych krajów na świecie, w których mimo kryzysu odnotowano wzrost gospodarczy.

* Publikacja powstała w ramach projektu badawczo-promotorskiego nr NN 404 341 639 „Rola samorządu terytorialnego w rozwoju rekreacji ruchowej i turystyki w województwie wielkopolskim", finansowanego ze środków na naukę w latach 2010-2012.

Nie wszystkie dziedziny polskiej gospodarki zachowały dobrą kondycję w warunkach kryzysu. Wśród nich znalazła się gospodarka turystyczna, sektor bardzo wrażliwy na zmiany w popycie na usługi turystyczne, a także wyraźnie reagujący na wszelkie oszczędności w wydatkach państwa na cele turystyczne. Decentralizacja systemu zarządzania polską gospodarką turystyczną spowodowała, że obecnie jej rozwój zależy przede wszystkim od dwóch ogniw polityki turystycznej: od aktywności władz samorządowych oraz aktywności przedsiębiorców.

Kryzys ekonomiczny ostatnich lat zdecydowanie osłabił aktywność prywatnych przedsiębiorców na polskim rynku usług turystycznych. Przeprowadzone w ostatnich latach badania jednoznacznie wskazują na spadek wartości globalnego popytu turystycznego w Polsce, zmniejszenie wydatków na wyjazdy turystyczne, w tym na turystykę biznesową, oraz spadki obrotów w polskich biurach podróży[1]. Zmniejszyła się także liczba turystów odwiedzających Polskę. W 2010 r. według danych Instytutu Turystyki odwiedziło nasz kraj 12,5 mln turystów, gdy jeszcze w 2007 r. było ich blisko 15 mln[2]. Pogorszyły się także podstawowe wskaźniki ekonomiczne w większości segmentów działalności turystycznej.

W takich warunkach dla osłabienia tendencji spadkowych w polskiej gospodarce turystycznej niezbędne okazały się bardziej aktywne działania administracji państwowej odpowiedzialnej za wspieranie rozwoju tej gospodarki, a także skuteczne działania samorządów terytorialnych na różnych poziomach. Można zaryzykować tezę, że w dobie kryzysu ekonomicznego skuteczność zarządzania turystyką w regionie może się okazać czynnikiem neutralizującym zagrożenia dla rozwoju tego sektora. Przede wszystkim bowiem od aktywności lokalnych samorządów oraz mieszkańców zależy dalszy rozwój gospodarki turystycznej na poziomie lokalnym i regionalnym. Czy w warunkach kryzysu ekonomicznego także powyższe twierdzenie jest prawdziwe, wykaże analiza badań prezentowanych w niniejszym artykule. Innymi słowy, prezentowany tekst ma dać odpowiedź, czy rzeczywiście w okresie kryzysu ekonomicznego sytuacja polskiego sektora turystyki pogorszyła się wskutek mniejszej aktywności samorządów terytorialnych na rzecz rozwoju tej gospodarki, czy może zjawiska kryzysowe nie miały większego wpływu na te działania.

Na wstępie należy podkreślić, że problem roli samorządu terytorialnego w rozwoju turystycznym regionu był dość często przedmiotem rozważań naukowych zarówno na gruncie teorii, jak i empirii w Polsce[3]. Natomiast nieliczne prace empirycz-

---

[1] K. Kotra, J.M. Ruszkowski, *Popyt turystyczny w Polsce w obliczu światowego kryzysu finansowego w latach 2007-2010*, [w:] *Popyt turystyczny. Zagadnienia podstawowe*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 697, Seria: Ekonomiczne Problemy Usług nr 82, Wydawnictwo US, Szczecin 2012, s. 89.

[2] Por. *Statystyka turystyki przyjazdowej do Polski w latach 2000-2010*, Instytut Turystyki, Warszawa 2010.

[3] W tej grupie można wyróżnić prace poświęcone zagadnieniu zarządzania turystyką na szczeblu lokalnym i regionalnym, m.in.: I. Dziedzic (1998), A.S. Kornaka i A. Rapacza (2001), A.S. Kornaka (2002), oraz opracowania poruszające organizacyjno-prawne aspekty zarządzania turystyką w Polsce po 1990 r., m.in.: J. Borzyszkowskiego (2011), L. Butowskiego (1998, 2007), M. Daszkowskiej (1992),

ne obejmowały zagadnienie wpływu władz lokalnych na aktywizację turystyczną regionu w warunkach kryzysu ekonomicznego.

W nawiązaniu do przyjętych założeń, w okresie od sierpnia 2009 do czerwca 2011 r. przeprowadzono sondaż diagnostyczny, oparty na technice standaryzowanego wywiadu jawnego z kwestionariuszem badawczym własnego autorstwa, wśród przedstawicieli 49 samorządów gminnych województwa wielkopolskiego[4]. Badania sondażowe pogłębiono dodatkowo analizą samorządowych dokumentów finansowych, administracyjnych oraz strategicznych. Kwestionariusz badawczy dotyczył działań samorządów gminnych podejmowanych w latach 2005-2010 w sektorze turystyki[5]. Okres ten częściowo obejmuje funkcjonowanie jednostek samorządowych w trudnych warunkach otoczenia społeczno-ekonomicznego zmieniającego się pod wpływem kryzysu.

Procedura doboru jednostek samorządu terytorialnego do badań miała charakter dwuetapowy. W etapie wstępnym wykonano analizę uwarunkowań rozwoju turystyki na poziomie gmin z uwzględnieniem podziału na ich trzy typy (miejskie, wiejskie oraz miejsko-wiejskie), poprzedzoną doborem czynników opisujących potencjał rozwojowy gminy w zakresie szeroko pojętej turystyki. Z uwagi na dużą liczbę gmin w województwie wielkopolskim (226 gmin)[6] dokonano podziału jednostek

---

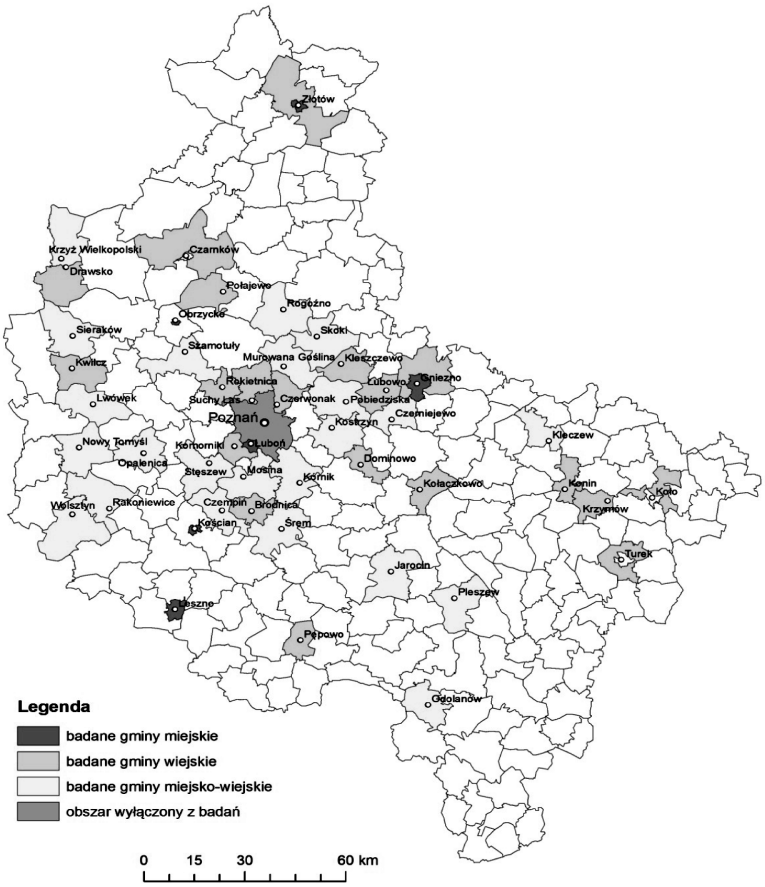
W. Fedyka i Z. Paligi (2000), A. Rapacza (1999). Natomiast wśród wielu publikacji podejmujących tematykę specyfiki funkcjonowania samorządów lokalnych w gospodarce turystycznej należy wyróżnić prace m.in.: B. Marciszewskiej (2002), Milewskiego (2005), A. Szwichtenberga (1995, 2006), D.A. Tuckiego (2007, 2008), J. Wyrzykowskiego (2007), A. Zajadacz (2004), a także opracowania zbiorowe pod redakcją S. Bosiackiego, J. Grella i J. Sikory (1996) oraz S. Bosiackiego (2006, 2008), a także G. Gołembskiego (1999, 2002, 2004), R. Gałeckiego (2004), A. Panasiuka (2005), A. Rapacza (2007) i innych. W szczególności nie można pominąć ostatnich opracowań badawczych, koncentrujących się na działaniach proturystycznych samorządów w różnych regionach Polski, m.in. województwach pomorskim i zachodniopomorskim M. Marczaka (2007, 2008), w strefie nadmorskiej A. Szwichtenberga (2006), strefie podmiejskiej Krakowa R. Faracika (2006, 2007), gmin Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej R. Pawlusińskiego (2004, 2005), gmin województwa lubelskiego A. Tuckiego (2008), A. Tuckiego i A. Świecy (2008) oraz na terenie gmin liczących od 5 do 40 tys. mieszkańców województw dolnośląskiego, śląskiego i wielkopolskiego J. Majewskiej (2008).

[4] Wywiady przeprowadzono bezpośrednio z wójtem/burmistrzem/prezydentem lub innym wydelegowanym pracownikiem urzędu z uwagi na zakres pełnionych obowiązków; przeważnie był to kierownik komórki organizacyjnej, jego zastępca lub szeregowy pracownik UG odpowiadający za sprawy turystyki. Kwestionariusz przesyłano najpierw pocztą tradycyjną i elektroniczną, następnie umawiano się na spotkanie. Należy zaznaczyć, że we wszystkich badanych gminach przy wypełnieniu kwestionariusza wywiadu konieczna była współpraca wielu komórek organizacyjnych oraz skarbnika gminy.

[5] Zaprezentowane w opracowaniu wyniki badań są jedynie fragmentem szerszych prac badawczych przeprowadzonych na terenie 49 wytypowanych samorządów gminnych województwa wielkopolskiego, koncentrujących się na analizie i ocenie aktywności samorządów gminnych w rozwoju turystyki i rekreacji ruchowej; szerzej zob. A. Basińska-Zych, *Rola samorządu terytorialnego w rozwoju rekreacji ruchowej i turystyk*i, rozprawa doktorska, Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Wydział Wychowania Fizycznego, Sportu i Rehabilitacji, Poznań 2012.

[6] Z badań wyłączono Poznań, będący miastem na prawach powiatu oraz stolicą regionu, stanowiący dominujący ośrodek zarówno pod względem koncentracji środków finansowych, struktur administracji

przestrzennych na jednorodne grupy typologiczne ze względu na zbliżony, rekreacyjno-turystyczny potencjał rozwojowy w zakresie czynników polityczno-ekonomicznych[7]. Natomiast do drugiego etapu badań terenowych spośród grup typologicznych wylosowano 49 gmin, w podziale na: 7 gmin miejskich, 19 gmin wiejskich oraz 23 gminy miejsko-wiejskie (rys. 1).



Rys. 1. Obszar badań – gminy zakwalifikowane do II etapu badań

Źródło: opracowanie własne.

---

kultury fizycznej i turystyki, jak i infrastruktury sportowo-rekreacyjnej i liczby ludności. Na tym etapie przydatną metodą okazała się analiza skupień metodą Warda, która posłużyła do grupowania gmin.

[7] Zmiennymi określającymi rekreacyjno-turystyczny potencjał rozwojowy gmin, na podstawie których dokonano ich grupowania, były czynniki polityczno-ekonomiczne wyrażone: dochodami gminy ogółem na 1 mieszkańca w zł; wydatkami inwestycyjnymi gminy na 1 mieszkańca w zł; wydatkami budżetu gminy na kulturę fizyczną i sport na 1 mieszkańca; wydatkami budżetu gminy na turystykę na 1 mieszkańca; wydatkami na ochronę środowiska i gospodarkę komunalną ogółem na 1 mieszkańca.

2. Obszary oddziaływania samorządów gminnych na rozwój turystyki w gminach województwa wielkopolskiego – wyniki badań

Do podstawowych zadań samorządów lokalnych w procesie zarządzania regionalną gospodarką turystyczną należy zaliczyć:

- formułowanie, opracowywanie i wdrażanie strategii rozwoju turystyki w regionie;
- integrowanie wszystkich podmiotów regionalnego rynku usług turystycznych[8];
- tworzenie materialnych i organizacyjnych warunków rozwoju prywatnego biznesu turystycznego, np. poprzez rozwój infrastruktury komunalnej i sportowo-rekreacyjnej;
- skuteczna promocja walorów turystycznych regionu;
- prowadzenie konsultacji społecznych nad skalą i kierunkami rozwoju turystyki w regionie.

W związku z powyższym, na potrzeby analizy przyjęto za R. Łazarkiem, że polityka turystyczna jest działalnością polegającą na kształtowaniu stosunków społeczno-ekonomicznych w sferze gospodarki turystycznej oraz na wyznaczaniu celów w dziedzinie kształtowania wielkości, struktury i dynamiki migracji turystycznych. Polityka turystyczna polega na określaniu celów ekonomicznych, politycznych i kulturalnych związanych z rozwojem turystyki, uzyskiwaniu wszechstronnych pozytywnych efektów wynikających z istnienia popytu i podaży, dążeniu do zaspokojenia potrzeb społecznych w zakresie uprawiania turystyki oraz precyzowaniu środków niezbędnych do realizacji wymienionych wyżej celów[9]. Prowadząc właściwą politykę rozwoju terytorialnego (lokalnego, subregionalnego/ponadregionalnego, regionalnego), samorząd wpływa na strukturę, tempo i kierunki zmian znajdujących się na jego obszarze struktur gospodarczych[10].

Zadaniem polityki lokalnej jest więc zaspokojenie zbiorowych potrzeb społeczności zamieszkującej dany obszar, administrowany przez władze najniższego szczebla. Wśród potrzeb ludności lokalnej wymienia się także związane z dbałością o własne zdrowie oraz aktywność sportowo-rekreacyjną i turystyczną.

W nawiązaniu do przyjętych założeń terminologicznych wyszczególniono następujące obszary aktywności władz lokalnych w rozwoju turystyki: planowanie strategiczne i operacyjne, tworzenie struktur organizacyjnych, polityka finansowa i proinwestycyjna, współdziałanie samorządu gminnego i organizacji pozarządo-

---

[8] J. Karwowski, *Zarządzanie turystyką w regionie. Wybrane problemy*, [w:] *Zarządzanie usługami w gospodarce rynkowej. Handel – Gastronomia – Turystyka*, red. J. Mikołajczyk, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu, Poznań 2007.

[9] S. Wodejko, *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlu i Prawa w Warszawie, Warszawa 1998, s. 170.

[10] A. Sztando, *Progospodarczy obszar polityki informacyjnej władz lokalnych*, [w:] *Jednostki samorządu terytorialnego w procesie rozwoju regionalnego w zintegrowanej Europie*, red. J. Kot, Wydawnictwo Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego w Kielcach, Kielce 2008, s. 662.

wych, wspieranie rozwoju lokalnej przedsiębiorczości, upowszechnianie i promocja turystyki. Podział na obszary aktywności samorządów gminnych znalazł odzwierciedlenie w strukturze tego artykułu.

2.1. Turystyka w dokumentach planistyczno-strategicznych badanych gmin

Pierwszym, ważnym obszarem działań podejmowanych przez samorządy lokalne w zakresie aktywizacji rekreacyjnej oraz turystycznej gminy jest planowanie strategiczne i operacyjne. Można wyróżnić cztery rodzaje podejść władz lokalnych do programowania rozwoju turystycznego oraz rekreacyjnego: brak programowania, programowanie szczątkowe, programowanie ogólne oraz programowanie szczegółowe[11]. Większość samorządów badanych gmin województwa wielkopolskiego podchodzi ogólnie do zagadnień rozwoju rekreacji ruchowej i turystyki, ujmując je w dokumentach strategicznych o charakterze ogólnym, czyli w strategiach rozwoju gminy (SRG). Z badań wynika, że prawie 90% gmin posiada aktualne strategie rozwoju lokalnego. Wyróżniają się wśród nich gminy miejsko-wiejskie – aż 96% z nich dysponowało dokumentami tego typu. W analizowanych strategiach rozwoju gmin w większości zostały uwzględnione działania proturystyczne. Wszystkie badane gminy miejskie posiadające strategię rozwoju wskazywały turystykę jako ważną dziedzinę rozwojową. W przypadku analizowanych 5% gmin wiejskich oraz 4% gmin miejsko-wiejskich aktywizacja turystyczna obszaru nie została ujęta w strategiach rozwoju lokalnego.

W analizowanych strategiach gminnych turystyka umiejscawiana jest najczęściej na poziomie celów operacyjnych (65%), co oznacza, że obszar ten nie jest traktowany jako priorytetowy w rozwoju gmin. Blisko 26% ankietowanych samorządów gminnych ujmowało ją jako element misji czy wizji rozwoju gminy, a tylko 14% jako cele strategiczne. Dowodzi to niższej rangi tych działań w planowanym rozwoju lokalnym badanych jednostek gminnych (tab. 1).

Tabela 1. Umiejscowienie turystyki w strategiach rozwoju badanych gmin ($N = 44$).

Lp.	Poziom planowania strategicznego ujęty w SRG	Hierarchia ważności	Rozwój turystyczny gminy (%)
1	Misja lub wizja	I	26
2	Cele strategiczne	II	14
3	Cele główne	III	6
4	Cele operacyjne	IV	65
5	Programy operacyjne	V	4

Źródło: opracowanie własne na podstawie analizy dokumentów strategicznych gmin (odpowiedzi nie sumują się do 100%).

[11] R. Pawlusiński, *Samorząd lokalny a rozwój turystyki. Przykład gmin Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2005, s. 121.

Działania samorządów gminnych w odniesieniu do rozwoju turystyki dotyczyły najczęściej zagospodarowywania brzegów jezior i rzek na cele rekreacyjno-turystyczne, w formie kąpielisk, przystani, stanic wodnych, pól biwakowych. Stosunkowo najczęściej takie zadania planowano w strategiach gmin miejskich (67%) oraz miejsko-wiejskich (62%). Następnym zadaniem wynikającym z planów strategicznych gmin była budowa szlaków i ścieżek rowerowych oraz promocja gminy. Działania inwestycyjne w zakresie rozwoju szlaków i ścieżek rowerowych planowano natomiast w gminach wiejskich (64%) oraz miejsko-wiejskich (52%) (zob. tab. 2).

Tabela 2. Działania samorządów gminnych wskazywane w strategiach rozwoju lokalnego gmin województwa wielkopolskiego w zakresie rozwoju turystyki ($N = 41$).

Rodzaj zadania	Typ gminy			Ogółem (%)
	miejskie (%)	wiejskie (%)	miejsko-wiejskie (%)	
Budowa szlaków i ścieżek rowerowych	33	64	52	54
Budowa szlaków pieszych	33	7	62	39
Budowa szlaków konnych	0	7	5	5
Promocja agroturystyki i organizacja szkoleń	0	50	52	44
Promocja gminy	50	50	57	54
Zagospodarowanie brzegów jezior i rzek na cele rekreacyjno-turystyczne (kąpieliska, przystanie, stanice wodne itp.)	67	50	62	59
Budowa parkingów i leśnych miejsc odpoczynku	17	7	29	20
Rozbudowa bazy noclegowej	0	36	52	39
Organizacja imprez turystycznych	17	7	29	20
Opracowanie bazy informacji o zasobach turystycznych gminy i organizacja punktu „i”	50	7	38	29
Opracowanie programu rozwoju turystyki	0	7	33	20
Tworzenie lokalnych produktów turystycznych	50	21	14	22

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań (odpowiedzi nie sumują się do 100%).

Funkcja rekreacyjna i turystyczna tylko przez 18% badanych samorządów traktowana jest bardziej priorytetowo, co znalazło swój wyraz w opracowaniu strategii i programów rozwoju o charakterze szczegółowym (strategie rozwoju turystyki). Częściej dokumenty uszczegóławiające strategię rozwoju gminy posiadały gminy miejskie (29%) niż miejsko-wiejskie (17%) oraz wiejskie (16%).

Rozwój turystyczny i rekreacyjny samorządy gminne mogą uwzględniać także w innych opracowaniach planistyczno-strategicznych własnych oraz organizacji partnerskich, których są członkami. Poza strategią rozwoju lokalnego, 73% badanych gmin posiadało inne opracowania uwzględniające działania z zakresu turysty-

ki. Były to najczęściej Strategie Lokalnych Grup Działania" (LGD), których gminy były członkami (47%). Za pośrednictwem tego typu stowarzyszeń trójsektorowych programowanie rozwoju turystyki i rekreacji deklarowały gminy miejsko-wiejskie (65%) oraz wiejskie (45%). Drugim najczęściej wskazywanym rodzajem dokumentów w tym zakresie były Plany rozwoju lokalnego (38%). Program rewitalizacji miasta i gminy (67%) oraz Strategia albo Program rozwoju stowarzyszenia lub związku gmin (33%) były wskazywane najczęściej w gminach miejskich, jako planistyczno-strategiczne narzędzia rozwoju turystyki i rekreacji.

W mniejszym stopniu do planowania strategicznego inwestycji sportowo-rekreacyjnych i turystycznych gminy wykorzystują Wieloletnie Plany Inwestycyjne (WPI) – w okresie 2005-2010 posiadało je zaledwie 33% badanych samorządów gminnych, przy czym częściej narzędzie to wykorzystywane jest w gminach miejskich (43%) niż w gminach miejsko-wiejskich i wiejskich. Ponadto z badań wynika, że gminy województwa wielkopolskiego rzadko sięgają po wieloletni program współpracy z organizacjami pozarządowymi (NGO) jako narzędzie planowania strategicznego. Prawie 94% samorządów nie posiada tego typu dokumentu, natomiast 87% deklarowało posiadanie rocznego planu współpracy z organizacjami *non profit*.

2.2. Turystyka w wewnętrznej i zewnętrznej strukturze organizacyjnej samorządów gminnych

Kolejnym ważnym obszarem aktywności samorządów gminnych w zakresie rozwoju turystyki i rekreacji ruchowej jest tworzenie organizacyjnych struktur wewnętrznych i zewnętrznych na rzecz rozwoju turystyki. Pod tym kątem przeanalizowano struktury organizacyjne urzędów gmin oraz komisje Rad Gmin. O dużym zaangażowaniu świadczy wyodrębnienie stanowiska organizacyjnego ds. turystyki w strukturach urzędu gminy. Samorządy gminne przywiązujące mniejszą wagę do tych obszarów rozwoju lokalnego poprzestają na włączeniu tych zadań w kompetencje pracowników, którzy zajmują się również innymi sprawami. W skrajnych przypadkach w urzędach nie ma osób, które mają w swoich kompetencjach rekreację ruchową bądź turystykę. Z badań wynika, że tylko 16% gmin zatrudnia pracownika odpowiedzialnego za sprawy turystyki. We wszystkich analizowanych jednostkach wiejskich nie było osoby merytorycznie odpowiedzialnej za te zagadnienia. W 33% gmin przy Radzie Gminy funkcjonowała komisja zajmująca się turystyką. Analogiczne jak w przypadku struktur urzędowych, w gminach wiejskich żadna z komisji RG nie została powołana, by zajmować się turystyką. Wyniki badań dowodzą, że rozwój turystyki w gminach województwa wielkopolskiego realizowany jest częściej za pomocą struktur zewnętrznych niż wewnętrznych, zawiązywanych przez samorządy gminne na rzecz aktywizacji turystycznej obszaru. Zdecydowana większość badanych samorządów gminnych w okresie 2005-2010 była członkiem organizacji turystycznych. Zdecydowanie największą popularnością spośród struktur ponadlokalnych tworzonych na rzecz rozwoju turystyki przez różne samorządy

gminne cieszyły się Lokalne Grupy Działania (LGD) oraz stowarzyszenia jednostek samorządu terytorialnego (JST). Samorządy miejsko-wiejskie (95%) oraz wiejskie (87%) województwa wielkopolskiego najczęściej tworzyły LGD, natomiast gminy miejskie chętniej niż pozostałe współpracowały z innymi samorządami na rzecz rozwoju turystyki w formie stowarzyszeń JST i Lokalnych Organizacji Turystycznych.

2.3. Polityka finansowa i inwestycyjna samorządów gminnych w rozwoju turystyki

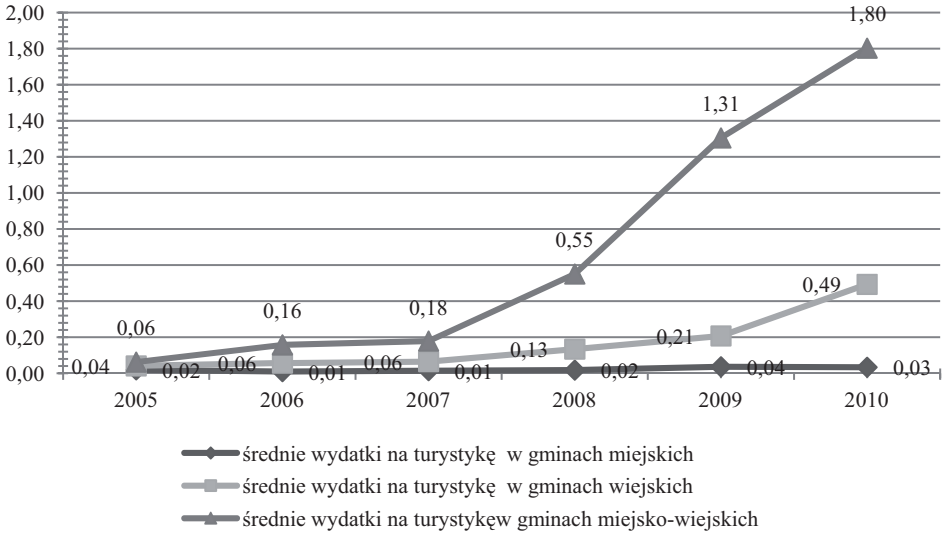
Jednym z analizowanych obszarów aktywności samorządów gminnych województwa wielkopolskiego są dwie ściśle powiązane sfery: polityka finansowa i proinwestycyjna. W związku z powyższym na etapie badań terenowych przeanalizowano sprawozdania budżetowe samorządów gminnych za okres 2005-2010. Kluczowymi wydatkami są środki bezpośrednio ponoszone na rozwój turystyki (polityka wydatkowa). Spośród ogółu wydatków gminy na podstawie aktualnej sprawozdawczości finansowej budżetowej bardzo trudno wyselekcjonować rzeczywiste wydatki na interesujące autorów obszary[12]. Znajduje to potwierdzenie w wynikach badań innych autorów, m.in. R. Pawlusińskiego (2005), J. Majewskiej (2008), A. Szwichtenberga (2006), M. Marczaka (2007). Tylko część samorządów wyodrębnia w sprawozdaniach dział nr 630 „Turystyka", który z reguły obejmuje zadania z zakresu upowszechniania turystyki, promocję turystyczną gminy, ośrodki informacji turystycznej oraz ewentualnie wydatki ponoszone na opracowanie dokumentów strategicznych i planistycznych o charakterze turystycznym lub infrastrukturalnym[13]. Należy podkreślić, że wiele wydatków pośrednio i bezpośrednio związanych z turystyką ujmowanych jest w innych działach budżetu gminy. W polityce wydatkowej samorządów gminnych w zakresie turystyki wzięto pod uwagę wydatki działu nr 630 „Turystyka" oraz rozdziału nr 75 075 „Promocja jednostek samorządu terytorialnego" w ramach działu nr 750 „Administracja publiczna".

Zdecydowana większość badanych gmin nie ponosiła wydatków na turystykę, natomiast minimalne środki wydatkowała na promocję, w tym turystyczną. Prawie 90% gmin wiejskich i 71% miejskich nie wydatkowało środków w dziale „Turystyka". Warto także przyjrzeć się udziałowi wydatków na turystykę w strukturze budżetu gminy ogółem (rys. 2).

We wszystkich badanych gminach zaobserwowano stopniowy wzrost tych wydatków w okresie 2005-2010. Największą dynamiką zmian charakteryzują się gminy miejsko-wiejskie. Średnio wydatki działu 630 stanowiły w 2005 r. 0,06% budżetu gminy, by w 2010 r. wzrosnąć do 1,8%. Średni roczny przyrost wydatków na turystykę w budżecie gminy wynosił 75%. Nieco niższą dynamiką cechują się nakłady

[12] Por. A. Szwichtenberg, *Gospodarka turystyczna polskiego wybrzeża*, Monografie Wydziału Ekonomii i Zarządzania nr 121, Wydawnictwo Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2006..

[13] J. Majewska, *Samorząd terytorialny w kształtowaniu funkcji turystycznej gminy*, rozprawa doktorska, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Wydział Ekonomii, Poznań 2008, s. 117-118.



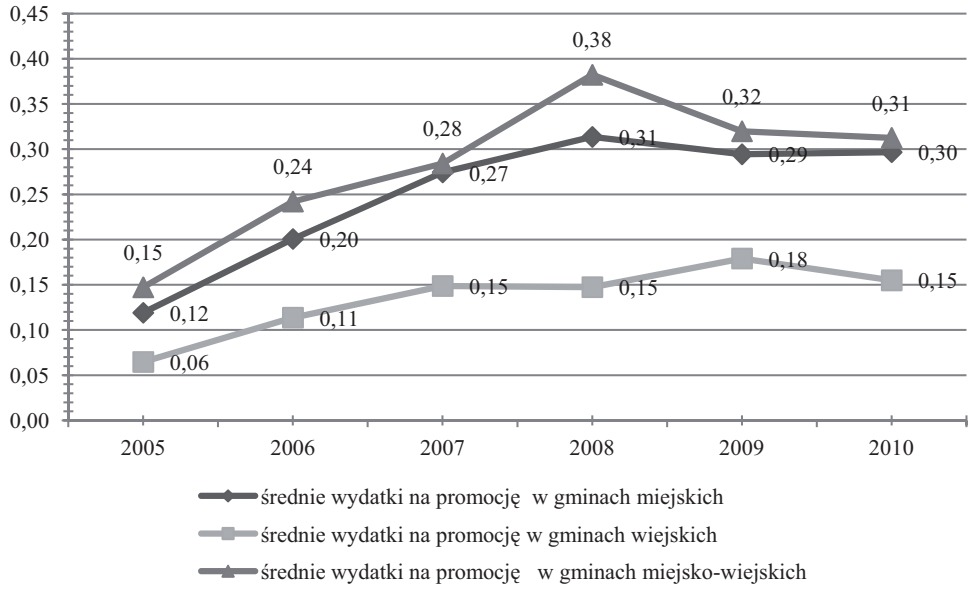
Rys. 2. Średnie wydatki z działu nr 630 „Turystyka" jako % budżetu gminy ogółem w badanych gminach w 2005-2010 (*N* = 26)

Źródło: obliczenia własne na podstawie wyników badań.

na turystykę w gminach wiejskich – ich poziom wzrastał średnio o 42%, z 0,04% budżetu ogółem w 2005 r. do 0,49% w 2010. W 2005 r. w budżecie samorządu miejskiego wydatki turystyczne stanowiły 0,02%, by przez sześć lat przyrastać średnio o 3% rocznie i wynieść w 2010 r. 0,03% budżetu ogółem. Można więc stwierdzić, że kryzys ekonomiczny nie odcisnął piętna na wydatkach z działu 630 badanych samorządów.

Przeanalizowano także wydatki ponoszone przez samorządy gminne na promocję, gdyż często środki na aktywizację turystyczną gminy, w tym składki członkowskie w organizacjach ponadlokalnych oraz materiały promocyjne, występują w tej pozycji budżetu (rys. 3). Mimo że w wydatkowaniu środków na promocję widoczna jest tendencja wzrostowa w obrębie gmin o różnym statusie, to w tym ujęciu badane gminy charakteryzują się zbliżonym poziomem średniego przyrostu w latach 2005-2010 – w samorządach miejskich i miejsko-wiejskich rocznie wynosił on 23%, a w gminach wiejskich był nieco niższy, 20%.

Ważnym przejawem aktywności samorządów gminnych w zakresie polityki dochodowej jest pozyskiwanie środków zewnętrznych. Średnio co drugi przedstawiciel władz lokalnych deklarował, że samorząd jest beneficjentem środków zewnętrznych z przeznaczeniem na inwestycje turystyczne. Spośród badanych gmin 61% gmin miejsko-wiejskich oraz 57% miejskich pozyskiwało środki zewnętrzne na rozwój turystyki. Na tym tle widoczna jest największa aktywność władz jednostek miejsko-wiejskich. Średnio co trzecia gmina miejsko-wiejska była beneficjentem dwóch



Rys. 3. Średnie wydatki na promocję jako % budżetu gminy ogółem w latach 2005-2010 (*N* = 44)

Źródło: obliczenia własne na podstawie wyników badań.

projektów turystycznych. Ponadto 13% z nich realizowało w latach 2005-2010 od 3 do 4 projektów turystycznych. Pod względem średniej liczby projektów, których realizatorami były badane samorządy lokalne, przeciętnie 2 projekty turystyczne dofinansowane były w gminach miejsko-wiejskich. W gminach miejskich i wiejskich był to średnio 1 projekt.

Projekty turystyczne finansowano w większości ze źródeł unijnych. Największą różnorodnością pozyskanych środków zewnętrznych charakteryzują się gminy wiejskie, które w latach 2005-2007 finansowały inwestycje turystyczne z Sektorowego Programu Operacyjnego Rozwój i Modernizacja Sektora Żywnościowego i Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Zintegrowanego Programu Rozwoju Regionalnego. W aktualnej perspektywie programowania UE samorządy gminne korzystały natomiast z WRPO oraz PROW, podobnie jak gminy miejsko-wiejskie, z tym że władze lokalne jednostek miejsko-wiejskich charakteryzuje większy udział tych środków w finansowaniu projektów turystycznych ogółem. Ponadto gminy te jako jedyne korzystały ze środków Urzędu Marszałkowskiego (29%).

W większości projekty turystyczne, których beneficjentem były jednostki samorządu gminnego, miały charakter inwestycyjny. Najczęściej ze środków zewnętrznych finansowano znakowanie i wytyczanie szlaków turystycznych oraz ścieżek dydaktycznych (58%), a także zagospodarowanie turystyczno-rekreacyjne brzegów jezior i rzek (42%) oraz budowę ścieżek rowerowych (42%). Należy podkreślić,

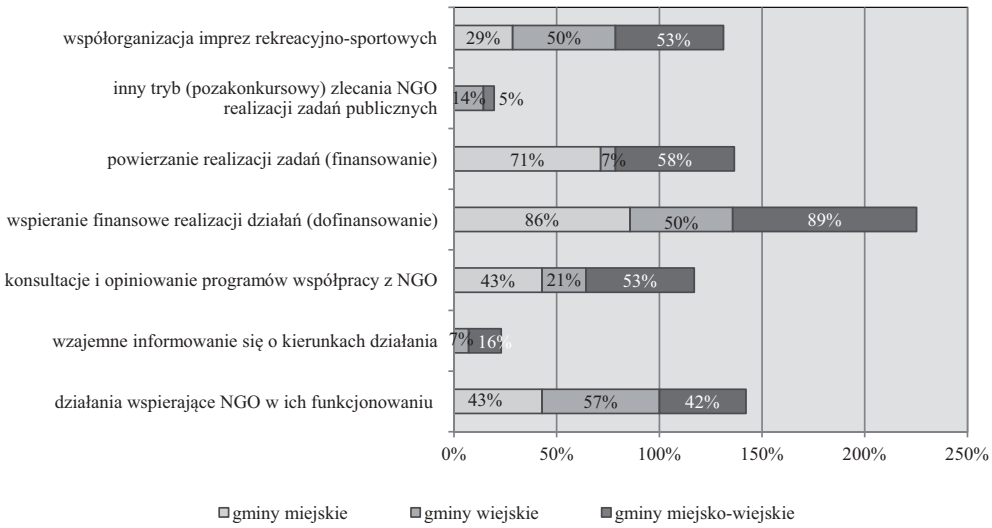
że realizacja tych zadań wynika także z planów uwzględnionych w dokumentach strategicznych gmin, co oznacza, że samorządy nie tylko planują działania inwestycyjne, ale efektywnie je realizują przy udziale środków zewnętrznych. W okresie 2005-2010 zaobserwowano stopniowy wzrost pozyskanych funduszy pozabudżetowych na cele turystyczne. Wyniki badań dowodzą ponadto, że większość inwestycji o charakterze turystycznym władze lokalne planowały z wieloletnim wyprzedzeniem, a następnie realizowały przy udziale nie tylko środków własnych, ale także zewnętrznych.

2.4. Współdziałanie samorządu gminnego i organizacji pozarządowych o profilu turystycznym

Organizacje pozarządowe są elementem systemu organizacyjnego turystyki w Polsce. Funkcjonują w otoczeniu bliższym samorządu gminnego i w coraz większym stopniu ich działania w zakresie upowszechniania sportu, wypoczynku oraz turystyki są dofinansowywane z budżetów władz gminnych[14]. Poprzez wspieranie finansowe i pozafinansowe działalności organizacji pozarządowych i pożytku publicznego samorząd gminny pośrednio stwarza warunki do podejmowania aktywności turystycznej mieszkańców. Ponad 85,7% przedstawicieli administracji samorządowej deklarowało współdziałanie z NGO. Wyniki badań dowodzą, że najczęściej spotykaną formą kooperacji turystycznej na terenie badanych gmin jest współpraca finansowa. Ogółem 75% samorządów zapewniało o wspieraniu finansowym działalności organizacji pozarządowych; w większym stopniu czyniły to władze gmin miejskich (86%) oraz miejsko-wiejskich (89%) niż wiejskich (50%). Przedstawiciele władz lokalnych często podkreślali także pozafinansowe działania wspierające NGO (48%), takie jak: wypożyczanie sprzętu, pomieszczeń na zebrania, świadczenie porad i doradztwa, udostępnianie strony internetowej urzędu gminy; tę formę współdziałania wskazywało 57% badanych gmin wiejskich. W co drugiej gminie decydenci współpracowali z organizacjami pozarządowymi przy organizacji imprez sportowo-rekreacyjnych i turystycznych. Następnym popularnym sposobem współdziałania była współpraca finansowa w formie powierzania wykonania zadań z zakresu organizacji wypoczynku. Finansowanie realizacji działań wskazywane było głównie w gminach miejskich oraz miejsko-wiejskich. Mniejsze znaczenie w opinii przedstawicieli administracji samorządowej miało wzajemne informowanie się o kierunkach działania (10%) oraz inne pozakonkursowe tryby powierzania zadań (8%). Ogółem trzy czwarte badanych samorządów dofinansowuje realizację zadań zlecanych w formie konkursów ofert, co oznacza, że jest to najpopularniejsza forma współpracy finansowej pomiędzy administracją samorządową a organizacjami NGO (rys. 4).

---

[14] *Współpraca organizacji pozarządowych i administracji publicznej w 2009 roku. Raport z badań*, J. Przewłocka, Stowarzyszenie Klon/Jawo, Warszawa, 2011, s. 39-40.



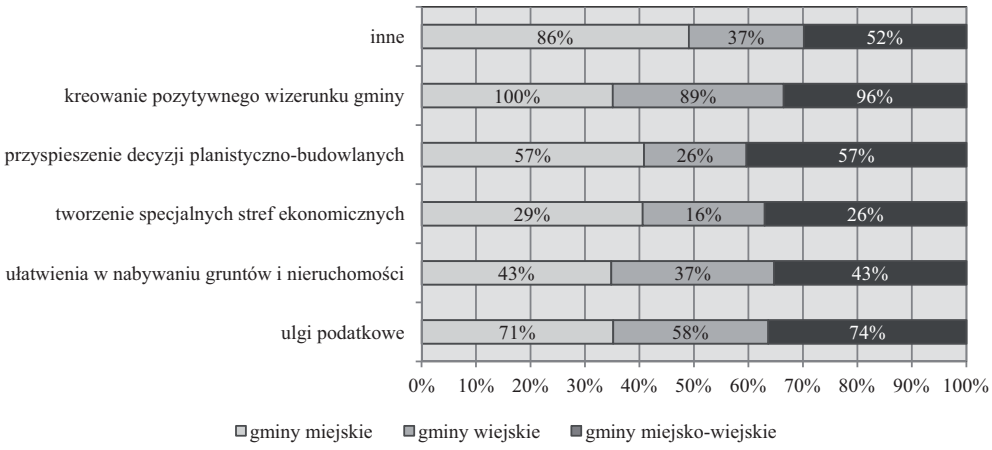
Rys. 4. Formy współdziałania władz gminnych i organizacji pozarządowych o profilu sportowo-rekreacyjnym i turystycznym w opinii administracji samorządowej ($N = 49$)

Źródło: opracowanie własne na podstawie kwestionariuszy wywiadów uzupełnianych przez samorządy gminne (odpowiedzi nie sumują się do 100%).

Przeprowadzone analizy dowodzą, że na terenie gmin miejskich funkcjonuje stosunkowo najwięcej organizacji pozarządowych. W najwyższym stopniu organizacje funkcjonujące w obszarze turystyki i sportu są dotowane przez samorządy miejskie. Z badań wynika również, że wysokość środków budżetowych przeznaczanych przez badane samorządy na dotacje dla organizacji społecznych o profilu sportowo-rekreacyjnym i turystycznym stanowi względnie stały odsetek w strukturze budżetu gmin i w badanym okresie nie podlegała dużym fluktuacjom. W związku z powyższym można stwierdzić, że okres kryzysu ekonomicznego nie spowodował widocznych zmian w zakresie liczby oraz wysokości dotacji dla organizacji pozarządowych, wspieranych finansowo przez samorządy lokalne. W latach 2005-2010 stopniowo wzrastała liczba NGO funkcjonujących na badanym terenie. Średnio w 2005 r. w jednej gminie miejskiej funkcjonowało więcej niż 7 organizacji pozarządowych, z czego prawie 4 miały charakter sportowo-rekreacyjny lub turystyczny. W 2010 r. podmiotów tych było już więcej, na nieco ponad 9 NGO przypadało 5 o profilu sportowo-rekreacyjnym i turystycznym. W gminach miejskich największa liczba NGO o profilu sportowo-rekreacyjnym i turystycznym otrzymała dotacje samorządowe – w 2010 r. łącznie 44%. Mniej organizacji społecznych było dofinansowanych w tym samym okresie w gminach wiejskich (38%), a najmniej aplikowało z sukcesem o dotację gminną w gminach miejsko-wiejskich (30%).

2.5. Wspieranie rozwoju przedsiębiorczości turystycznej przez samorząd gminny

Tworzenie sprzyjających warunków rozwoju lokalnej przedsiębiorczości w turystyce to ważny obszar aktywności samorządu gminnego. Przyjazna polityka władz lokalnych w tym zakresie prowadzi do wzrostu zatrudnienia na terenie gminy, powstawania nowych obiektów turystycznych oraz rekreacyjnych, z usług których mogą korzystać odwiedzający oraz turyści. Znamienne z punktu widzenia rozwoju lokalnego jest podnoszenie atrakcyjności inwestycyjnej regionu. Gmina może stymulować rozwój gospodarczy, tworząc przestrzeń przeznaczoną na prowadzenie działalności gospodarczej[15]. Wyniki badań wskazują, że 78% ankietowanych samorządów gminnych podejmuje działania w zakresie tworzenia korzystnego *public relations* dla realizacji inwestycji sportowo-rekreacyjnych i turystycznych na terenie gminy.



Rys. 5. Oddziaływanie badanych samorządów gminnych województwa wielkopolskiego na sektor lokalnej przedsiębiorczości i inwestycje w opinii przedstawicieli władz lokalnych ($N = 49$)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Najpopularniejszą formą zachęcania potencjalnych inwestorów jest kreowanie pozytywnego wizerunku gminy oraz ulgi podatkowe – stosowało je prawie 74% badanych samorządów miejsko-wiejskich oraz 71% miejskich; w gminach wiejskich uchwalano je nieco rzadziej (58%). Przyspieszenie decyzji planistyczno-budowlanych częściej preferowano w gminach miejskich i miejsko-wiejskich (po 57%) niż na terenach wiejskich (26%). Innym instrumentem stymulowania lokalnej przedsię-

[15] *Raport BFKK. Rola samorządów gminnych w procesach rozwojowych Polski Wschodniej*, Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, Białystok 2010, http://www.bfkk.pl/libs/ckfinder/userfiles/files/administracja_publiczna/Rola_samorzadow_gminnych.pdf (20.09.2011), s. 16-17.

biorczości w zakresie turystyki były ułatwienia w nabywaniu gruntów i nieruchomości, stosowane przez władze lokalne ok. 40% badanych gmin. Zdecydowanie mniejsze znaczenie na obszarach wiejskich ma tworzenie specjalnych stref ekonomicznych (16%). Częściej na tę formę zachęcania potencjalnych inwestorów wskazywali reprezentanci gmin miejskich (29%) oraz miejsko-wiejskich (26%) (rys. 5).

Wśród innych narzędzi wspierających pozyskiwanie inwestycji sportowo-rekreacyjnych i turystycznych wykorzystywanym przez władze gmin miejskich znalazły się: tworzenie banku ofert inwestycyjnych (83%) oraz przygotowanie uzbrojonych gruntów pod aktywizację gospodarczą (17%); łącznie deklarowało ich stosowanie aż 86% gmin miejskich, 52% gmin miejsko-wiejskich oraz 37% wiejskich. W gminach miejsko-wiejskich poza przygotowywaniem banku ofert inwestycyjnych dość często tworzony był portal internetowy dla inwestora (33%), a w mniejszym zakresie przygotowywano grunty uzbrojone pod aktywizację gospodarczą (17%) oraz organizowano Biuro Obsługi Inwestora (17%). Gminy wiejskie raczej preferowały przygotowywanie terenów pod aktywizację gospodarczą (86%) oraz portal internetowy dla inwestorów (43%).

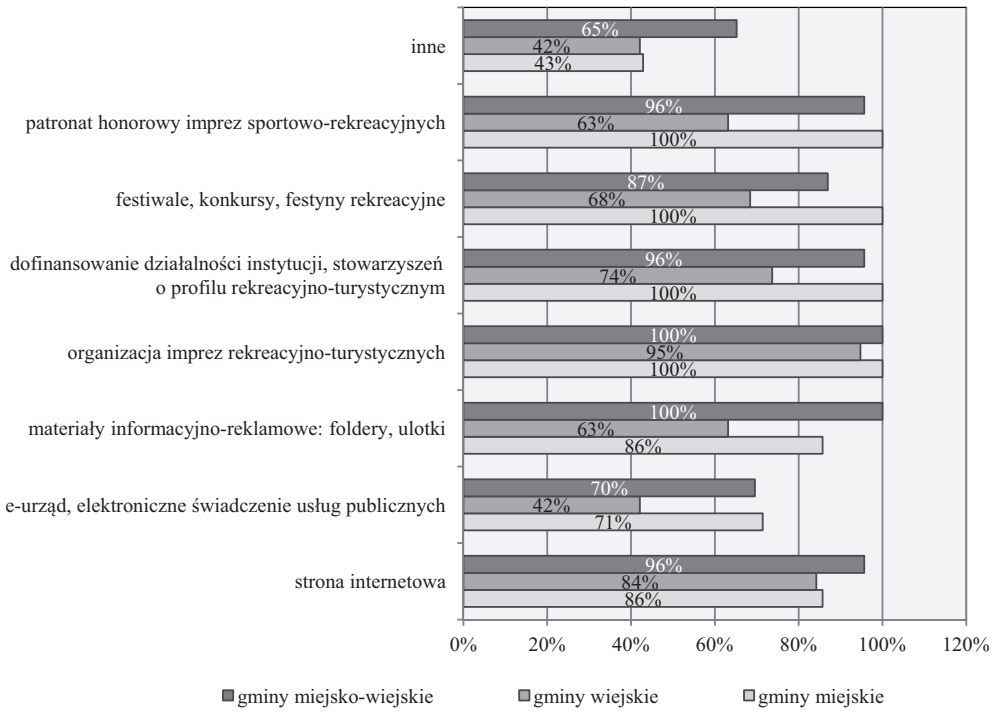
2.6. Promocja turystyki w działaniach badanych samorządów gminnych

W aktywizacji funkcji turystycznej gminy bardzo duże znaczenie ma promocja turystyczna. Dotarcie do potencjalnego nabywcy i przekazanie mu informacji o oferowanym produkcie, jego walorach, miejscu, warunkach zakupu, korzyściach z jego nabycia są warunkiem sukcesu na wolnym rynku[16].

W latach 2005-2010 analizowane samorządy gminne województwa wielkopolskiego angażowały się w upowszechnianie i promocję turystyki (rys. 6). Wśród działań promocyjnych podejmowanych przez wszystkie gminy miejskie oraz w dużym stopniu przez pozostałe znalazły się: patronat honorowy imprez sportowo-rekreacyjnych oraz ich organizacja, dofinansowanie organizacji pozarządowych o profilu rekreacyjnym lub turystycznym oraz organizacja konkursów i festynów rekreacyjnych. We wszystkich działaniach upowszechniających rekreację i turystykę najbardziej widoczne są samorządy miejskie oraz miejsko-wiejskie, w nieco mniejszym stopniu zaangażowane były władze gmin wiejskich. Najczęściej organizowano imprezy sportowo-rekreacyjne (najwięcej i najliczniejsze w gminach miejskich). W gminach wiejskich i miejsko-wiejskich odbywało się mniej wydarzeń kulturalnych i turystycznych, jednakże miały one najwyższą frekwencję.

W zakresie promocji oferty turystycznej władze lokalne często korzystają ze strony internetowej oraz materiałów promocyjnych (rys. 6). Samorządy gmin miejsko-wiejskich oraz wiejskich korzystały z największej liczby zróżnicowanych środków promocji turystycznej. Poza organizacją imprez rekreacyjnych i turystycznych

[16] J. Sikora, *Promocja regionu i miejscowości*, [w:] *Samorząd w Polsce, Istota, formy, zadania*, red. S. Wykrętowicz, Wydawnictwo WSB w Poznaniu, Poznań 2008, s. 239-258.



Rys. 6. Upowszechnianie i promocja rekreacji ruchowej i turystyki w badanych gminach województwa wielkopolskiego (*N* = 49).

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań (odpowiedzi nie sumują się do 100%).

w największym stopniu, w porównaniu z pozostałymi jednostkami samorządowymi, jako narzędzie promocji wykorzystywały materiały informacyjno-reklamowe (100%), stronę internetową (96%) oraz elektroniczne świadczenie usług publicznych (e-urząd) (70%). Może to świadczyć o przywiązywaniu dużej wagi do działań promocyjnych, z ukierunkowaniem na promocję turystyczną. Ogółem 83,7% badanych JST posiadało materiały informacyjno-promocyjne (tab. 3).

Warto podkreślić, że w gminach miejsko-wiejskich częściej niż w innych dysponowano mapami turystycznymi (61%), folderami tematycznymi dotyczącymi aktywnego wypoczynku i turystyki lub folderami prezentującymi bazę sportowo-rekreacyjną (24%), bądź zamieszczano na stronie internetowej gminy foldery lub informatory turystyczne w formacie pdf (8%). Stosowano też inne narzędzia promocji, takie jak aplikacja na stronie internetowej „Wirtualny spacer" bądź film (czasem nawet teledysk) promocyjny (28%).

Wyniki badań dowodzą, że powszechnie wykorzystywanym narzędziem promocji zarówno turystycznej, jak i rekreacyjnej jest gminna strona internetowa. Nieco ponad 84% badanych samorządów lokalnych wskazywało to medium jako pomocne

Tabela 3. Rodzaje materiałów informacyjno-promocyjnych wykorzystywanych przez badane samorządy gminne województwa wielkopolskiego (*N* = 41)

Materiały informacyjno-promocyjne	Typ gminy			Ogółem (%)
	miejskie (%)	wiejskie (%)	miejsko-wiejskie (%)	
Foldery i informatory ogólne o gminie	67	67	17	42
Foldery tematyczne: aktywny wypoczynek/turystyka	0	8	17	11
Foldery OSiR z obiektami rekreacyjno-sportowymi	0	0	6	3
Mapy turystyczne	33	17	61	42
Plakaty informujące o wydarzeniach rekreacyjno--sportowych	0	17	22	17
Foldery lub informatory turystyczne do pobrania w wersji pliku pdf	0	8	6	6
Inne	0	0	28	14

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

w promocji turystyki. Analiza i ocena gminnych stron internetowych jako narzędzia promocji oferty sportowo-rekreacyjnej i turystycznej pozwoliła stwierdzić, że gminy miejskie i miejsko-wiejskie posiadają najlepiej przygotowane serwisy internetowe z myślą o potencjalnych turystach.

3. Zakończenie

Przedstawione w artykule wyniki badań dowodzą, że mimo kryzysu ekonomicznego samorządy lokalne skutecznie i efektywnie wypełniają swoje zadania na rzecz rozwoju turystyki. W ostatnich latach, mimo zmniejszonych środków budżetowych przeznaczanych przez samorządy gminne na cele turystyczne, w badanych gminach wyraźnie poprawił się „klimat" dla rozwoju prywatnej przedsiębiorczości w turystyce, a władze oraz społeczność lokalna coraz częściej uświadamiają sobie, że tylko wspólne działania mogą przyczynić się do rozwoju lokalnej (regionalnej) gospodarki turystycznej.

Literatura

Basińska-Zych A., *Rola samorządu terytorialnego w rozwoju rekreacji ruchowej i turystyki*, rozprawa doktorska, Akademia Wychowania Fizycznego w Poznaniu, Wydział Wychowania Fizycznego, Sportu i Rehabilitacji, Poznań 2012.

Borzyszkowski J., *Organizacja i zarządzanie turystyką w Polsce*, „CeDeWu.pl" Wydawnictwa Fachowe, Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku, Warszawa 2011.

Bosiacki S. (red.), *Gospodarka turystyczna XXI wieku – Problemy i perspektywy rozwoju w skali regionalnej i lokalnej*, Wydawnictwo AWF w Poznaniu, Poznań 2008.

Bosiacki S., Grell J., Sikora J. (red.), *Samorządowa koncepcja rozwoju turystycznego gminy*, Wydawnictwo AWF w Poznaniu, Poznań 1996.

Bosiacki S., Raszka B. (red.), *Gospodarka Turystyczna XXI wieku – Globalne wyzwania i zagrożenia*, Wydawnictwo AWF w Poznaniu, Poznań 2006.

Butowski L., *Organizacja turystyki w Polsce*, Agencja Promocji Turystyki "MART", Warszawa 1998.

Butowski L., *Turystyka w Polsce. Uwarunkowania organizacyjne i prawne*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Społeczno-Przyrodniczej w Lublinie, Lublin 2007.

Daszkowska M., *Rola samorządu terytorialnego w pobudzaniu funkcji przestrzeni turystycznej*, „Folia Touristica" 1992, nr 4, Kraków 1992.

Dziedzic I., *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*, Monografie i Opracowania nr 422, Wydawnictwo SGH, Warszawa 1998.

Faracik R., *Samorządy lokalne a rozwój turystyki w gminach strefy podmiejskiej Krakowa*, Prace Geograficzne, z. 117, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, Kraków2007.

Faracik R., *Turystyka w strefie podmiejskiej Krakowa*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, Kraków 2006.

Fedyk W., Paliga Z., *Zmiany w systemie zarządzania turystyką na szczeblu administracji wojewódzkiej i samorządu terytorialnego*, [w:] *Gospodarka turystyczna u progu XXI wieku*, red. S. Bosiacki, Wydawnictwo AWF w Poznaniu, Poznań 2000.

Gałecki R. (red.), *Rola i zadania samorządu terytorialnego w rozwoju gospodarki turystycznej*, Mazowiecka Wyższa Szkoła Humanistyczno-Pedagogiczna w Łowiczu, Łowicz 2004.

Gołembski G. (red.), *Metody stymulowania rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2002.

Gołembski G. (red.), *Regionalne aspekty rozwoju turystyki*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa–Poznań 1999.

Gołembski G. (red.), *Turystyka w ujęciu globalnym i lokalnym*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej nr 53, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004.

Karwowski J., *Zarządzanie turystyką w regionie. Wybrane problemy*, [w:] *Zarządzanie usługami w gospodarce rynkowej. Handel – Gastronomia – Turystyka*, red. J. Mikołajczyk, Wydawnictwo Naukowe Wyższej Szkoły Handlu i Usług w Poznaniu, Poznań 2007.

Kornak A.S., Rapacz A., *Zarządzanie turystyką i jej podmiotami w miejscowości i regionie*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2001.

Kornak A.S., *Turystyka i uzdrowiska w gospodarce gmin i powiatów*, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, Warszawa 2002.

Kotra K., Ruszkowski J.M., *Popyt turystyczny w Polsce w obliczu światowego kryzysu finansowego w latach 2007-2010*, [w:] *Popyt turystyczny. Zagadnienia podstawowe*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 697, Seria: Ekonomiczne Problemy Usług nr 82, Wydawnictwo US, Szczecin 2012.

Majewska J., *Samorząd terytorialny w kształtowaniu funkcji turystycznej gminy*, rozprawa doktorska, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Wydział Ekonomii, Poznań 2008.

Marciszewska B., *Trendy w rozwoju turystyki w XXI wieku*, [w:] *Turystyka dochodową dziedziną gospodarki*, GTN, Gdańsk 2002.

Marczak M., *Skuteczność działań władz samorządowych Pomorza na rzecz rozwoju turystyki*, rozprawa doktorska, Uniwersytet Gdański, Wydział Zarządzania, Sopot 2007.

Marczak M., *Skuteczność działań władz samorządowych Pomorza na rzecz rozwoju turystyki*, Zeszyty Naukowe Instytutu Ekonomii i Zarządzania Politechniki Koszalińskiej nr 12/2008, Wydawnictwo Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2008.

Milewski D., *Determinanty rozwoju funkcji turystycznej gmin nadmorskich województwa zachodniopomorskiego*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 402, Ekonomiczne Problemy Turystyki nr 5, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005.

Panasiuk A. (red.), *Polityka turystyczna*, Fundacja na rzecz rozwoju Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin–Kopenhaga 2005.

Pawlusiński R., *Działalność samorządu lokalnego w aktywizacji turystycznej gmin na przykładzie Związku Gmin Jurajskich*, rozprawa doktorska, Uniwersytet Jagielloński, Wydział Biologii i Nauk o Ziemi, Kraków 2004.

Pawlusiński R., *Samorząd lokalny a rozwój turystyki. Przykład gmin Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, Kraków 2005.

Rapacz A., *Gospodarka turystyczna w regionie: wybrane zagadnienia jej funkcjonowania*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Jelenia Góra–Wrocław 2007.

Rapacz A., *Organizacja i zarządzanie turystyką w Polsce na szczeblu lokalnym i regionalnym*, Prace Naukowe Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu nr 839, Wydawnictwo AE, Wrocław 1999.

Raport BFKK. Rola samorządów gminnych w procesach rozwojowych Polski Wschodniej, Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, Białystok 2010, http://www.bfkk.pl/libs/ckfinder/userfiles/files/administracja_publiczna/Rola_samorzadow_gminnych.pdf (20.09.2011).

Sikora J., *Promocja regionu i miejscowości*, [w:] *Samorząd w Polsce, Istota, formy, zadania*, red. S. Wykrętowicz, Wydawnictwo WSB w Poznaniu, Poznań 2008.

Statystyka turystyki przyjazdowej do Polski w latach 2000-2010, Instytut Turystyki, Warszawa 2010 r.

Sztando A., *Progospodarczy obszar polityki informacyjnej władz lokalnych*, [w:] *Jednostki samorządu terytorialnego w procesie rozwoju regionalnego w zintegrowanej Europie*, red. J. Kot, Wydawnictwo Uniwersytetu Humanistyczno-Przyrodniczego w Kielcach, Kielce 2008.

Szwichtenberg A., *Gospodarka turystyczna polskiego Wybrzeża*, Monografia Wydziału Ekonomii i Zarządzania nr 121, Wydawnictwo Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2006.

Szwichtenberg A., *Gospodarka turystyczna w okresie przejściowym*, Wyższa Szkoła Inżynierska w Koszalinie, Koszalin 1995.

Tucki A., *Potencjał turystyczny regionu lubelskiego i możliwości jego wykorzystania*, rozprawa doktorska, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Wydział Biologii i Nauk o Ziemi, Lublin 2008.

Tucki A., Świeca A., *Rola samorządów lokalnych w rozwoju turystyki na przykładzie regionu lubelskiego*, [w:] *Turystyka w środowisku geograficznym*, red. J. Wyrzykowski, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2008.

Wodejko S., *Ekonomiczne zagadnienia turystyki*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Handlu i Prawa w Warszawie, Warszawa 1998.

Współpraca organizacji pozarządowych i administracji publicznej w 2009 roku. Raport z badań, J. Przewłocka, Stowarzyszenie Klon/Jawor, Warszawa 2011.

Wyrzykowski J. (red.), *Turystyka w środowisku geograficznym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2008.

THE ROLE OF LOCAL GOVERNMENT IN TOURISM DEVELOPMENT IN TERMS OF THE ECONOMIC CRISIS – ON THE EXAMPLE OF WIELKOPOLSKA VOIVODESHIP

Summary: The main aim of this paper is to assess the activity of local governments (communes) observed in the development of tourism in terms of the economic crisis. The considerations which are presented in the article are based on the results of direct survey research carried out among 49 local governments of Wielkopolska Voivodeship. The results of the research concerning local governments activity observed in the development of tourism are presented. The results concern six most important areas: 1) strategic and operational planning, 2) creating effective organizational structures, 3) financial and pro-investment policy, 4) cooperation between local governments and non-governmental organizations, 5) supporting local enterprise development, 6) propagating and promoting of tourism. The results presented in this paper show that despite the economic crisis, local governments effectively and efficiently fulfil their tasks in the development of tourism.

Keywords: local government, tourism development, economic crisis, Wielkopolska Voivodeship, tourism policy.