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

303

Gospodarka turystyczna w regionie

Wybrane problemy funkcjonowania regionów, gmin i przedsiębiorstw turystycznych

Redaktor naukowy
Andrzej Rapacz

Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2013

Redaktor Wydawnictwa: Jadwiga Marcinek
Redaktor techniczny: Barbara Łopusiewicz
Korektor: Barbara Cibis
Łamanie: Małgorzata Czupryńska
Projekt okładki: Beata Dębska

Projekt współfinansowany z budżetu województwa dolnośląskiego

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 2013

ISSN 1899-3192
ISBN 978-83-7695-362-5

Wersja pierwotna: publikacja drukowana
Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp 9

Iwona Bąk, Badanie poziomu atrakcyjności turystycznej powiatów województwa zachodniopomorskiego z wykorzystaniem wielowymiarowej analizy korespondencji 11

Marlena Bednarska, Budowanie wizerunku pracodawcy z wyboru – wyzwanie dla przedsiębiorstw turystycznych 22

Krzysztof Borodako, Jadwiga Berbeka, Michał Rudnicki, Analiza wykorzystywania wybranych usług biznesowych przez polskie przedsiębiorstwa turystyczne 31

Krzysztof Borodako, Konsultacje biznesowe w kontekście współpracy małopolskich firm turystycznych 41

Jacek Borzyszkowski, Współczesne wyzwania *destination management organizations* (DMO) 49

Maciej Dębski, Wpływ postrzegania działań proekologicznych hotelu przez turystów na skłonność do wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju 58

Diana Dryglas, Analiza SWOT w obszarze funkcji uzdrowiskowej Krynicy-Zdroju jako instrument kształtowania strategii marketingu terytorialnego 67

Grzegorz Gołembski, Kondycja finansowa organizatorów turystyki w Polsce w latach 2007-2011 78

Aleksandra Grobelna, Uwarunkowania kreatywności czynnika ludzkiego w przedsiębiorstwie hotelowym 93

Marian Gúčik, Tomáš Gajdošík, Vzťahy spolupráce v cestovnom ruchu v regióne Vysoké Tatry 105

Małgorzata Januszewska, Proces prywatyzacji przedsiębiorstw uzdrowiskowych w Polsce 116

Maja Jedlińska, Strategie rozwoju w systemach hotelowych 127

Małgorzata Jędrasiak, Innowacyjność w hotelarstwie na przykładzie wybranych hoteli Dolnego Śląska 140

Joanna Kizielewicz, Współpraca na rzecz rozwoju turystyki morskiej w województwie pomorskim 150

Renata Krukowska, Ewa Skowronek, Andrzej Tucki, Działania innowacyjne branży turystycznej województwa lubelskiego w zakresie rozwoju oferty turystycznej 161

Beata Meyer, Funkcja turystyczna a zrównoważony rozwój obszarów nadmorskich na przykładzie gmin województwa zachodniopomorskiego .. 170

Jolanta Mirek, Rola marketingu terytorialnego we wdrażaniu koncepcji zrównoważonego rozwoju w polskich uzdrowiskach 179
Marcin Molenda, Narzędzia motywowania pracowników w przedsiębiorstwie gastronomicznym 188
Arkadiusz Niedziółka, Współpraca instytucjonalna w zakresie promocji agroturystyki w województwie małopolskim 196
Marcin Olszewski, Strategie zarządzania wiedzą w przedsiębiorstwach hotelarskich – implikacje dla konkurowania przez jakość 205
Aleksander Panasiuk, Ocena zaangażowania gmin w pozyskiwanie środków Unii Europejskiej w zakresie gospodarki turystycznej 214
Daniel Puciato, Uwarunkowania wdrażania innowacji w przedsiębiorstwach hotelowych z Wrocławia 223
Michał Rudnicki, Wykorzystanie aplikacji mobilnej jako innowacyjnego kanału komunikacji przedsiębiorstw rynku turystycznego z konsumentami na przykładzie Kopalni Soli „Wieliczka" 235
Kristina Šambronská, GAP model as one possibility of evaluating hotel service quality 247
Bogusław Stankiewicz, Julia J. Sienkiewicz, Kluczowe czynniki pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw sektora turystyki uzdrowiskowej w Polsce – studium na przykładzie województwa zachodniopomorskiego ... 255
Łukasz Stokłosa, Jan Krupa, Łukasz Wątroba, Portal internetowy jako narzędzie komunikacji i promocji obszarów recepcji turystycznej – analiza porównawcza na przykładzie województwa podkarpackiego i szwajcarskiego kantonu Ticino 265
Tomasz Studzieniecki, Współpraca na rzecz rozwoju turystyki na pograniczu polsko-rosyjskim 276
Joanna Szczęsna, Możliwości rozwoju turystyki zrównoważonej na obszarze województwa lubelskiego 285
Dawid Szutowski, Generatory wartości w przedsiębiorstwach hotelowych ... 297
Elżbieta Szymańska, Innowacyjność procesowa organizatorów turystyki w świetle badań jakościowych 307
Agnieszka Ulfik, Rola samorządów terytorialnych w kształtowaniu turystyki w regionach 316
Edward Wiśniewski, Ocena atrakcyjności turystycznej powiatów województwa zachodniopomorskiego 324
Zbigniew Zontek, Źródła innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych w regionie 335
Michał Żemła, Konkurencyjność obszarów turystycznych – od współpracy wewnątrzregionalnej do współpracy międzyregionalnej. Aspekty teoretyczne 345

Summaries

Iwona Bąk, Application of correspondence analysis in the analysis of tourist attractiveness of counties of West Pomeranian Voivodeship..... 21
Marlena Bednarska, Employer branding as a challenge for tourism enterprises 30
Krzysztof Borodako, Jadwiga Berbeka, Michał Rudnicki, The analysis of use of selected business services by Polish tourism enterprises..... 40
Krzysztof Borodako, Business consultations among Małopolska's tourism firms 48
Jacek Borzyszkowski, Present-day challenges for Destination Management Organizations (DMO)..... 57
Maciej Dębski, Hotels and sustainable development of the region-fiction, possibility or necessity 66
Diana Dryglas, SWOT analysis in the area of Krynica-Zdrój spa function as an element of the territorial marketing strategy formation..... 77
Grzegorz Gołembski, Financial condition of tourism organisers in Poland in the period 2007-2011 92
Aleksandra Grobelna, Determinants of the human resources' creativity in the hotel enterprise 104
Marian Gúčik, Tomáš Gajdošík, Tourism cooperative relations in the region of high Tatras 115
Małgorzata Januszewska, The process of spa enterprises privatization in Poland..... 126
Maja Jedlińska, Development strategies in hotel systems..... 138
Małgorzata Jędrasiak, Innovation in Polish hotel business on a basis of Lower Silesia hotels 149
Joanna Kizielewicz, Cooperation for the development of marine tourism in Pomeranian Voivodeship 160
Renata Krukowska, Ewa Skowronek, Andrzej Tucki, Innovation of the tourism stakeholders in product development as exemplified by Lublin Voivodeship 169
Beata Meyer, Tourism function and sustainable development of the seaside areas on the example of West Pomeranian Voivodeship's communes 178
Jolanta Mirek, Role of territorial marketing in implementing the concept of sustainable development in Polish health resorts 187
Marcin Molenda, Tools for motivating employees in a gastronomic company. 195
Arkadiusz Niedziółka, Institutional cooperation in the range of agritourism promotion in Małopolska Voivodeship..... 204
Marcin Olszewski, Knowledge management strategies in hospitality enterprises – implications for competing by quality 213

Aleksander Panasiuk, Evaluation of engagement of municipalities in raising European Union funds for tourism economy 222
Daniel Puciato, Determinants of innovation implementation in hotel enterprises located in Wrocław 234
Michał Rudnicki, Use of mobile applications as an innovative channel of communication between tourism businesses and consumers. Case study: Wieliczka Salt Mine's mobile apps..... 245
Kristina Šambronská, Model GAP jako jedna z możliwości szacowania jakości usług hotelowych 254
Bagusław Stankiewicz, Julia J. Sienkiewicz, Key factors of competitive position of health tourism enterprises in Poland − study on the example of West Pomeranian Voivodeship..... 264
Łukasz Stokłosa, Jan Krupa, Łukasz Wątroba, Internet portal as a communication and promotion tool of tourism destinations – a comparative analysis on the example of Subcarpathian Voivodeship and the Canton of Ticino 275
Tomasz Studzieniecki, Cooperation for tourism development on Polish Russian border..... 284
Joanna Szczęsna, Capabilities of sustainable tourism development Lublin Voivodeship 296
Dawid Szutowski, Value drivers in hotel companies 306
Elżbieta Szymańska, Process innovativeness of tour operators in the light of qualitative surveys..... 315
Agnieszka Ulfik, The role of local governments in the creation of tourism in regions 323
Edward Wiśniewski, Evaluation of tourist attractiveness of West Pomerania counties..... 334
Zbigniew Zontek, Sources of innovation of tourist enterprises in a region 344
Michał Żemła, Competitiveness of tourist areas – from intra to inter-destination cooperation. Theoretical aspects..... 355

PRACE NAUKOWE UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO WE WROCŁAWIU
RESEARCH PAPERS OF WROCŁAW UNIVERSITY OF ECONOMICS nr 303 • 2013

Gospodarka turystyczna w regionie ISSN 1899-3192
Wybrane problemy funkcjonowania regionów, gmin i przedsiębiorstw turystycznych

Joanna Kizielewicz
Akademia Morska w Gdyni

WSPÓŁPRACA NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI MORSKIEJ W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM

Streszczenie: Celem artykułu jest ocena współpracy podejmowanej przez różnorodne środowiska na rzecz rozwoju turystyki morskiej w województwie pomorskim. W badaniach wykorzystano metodę badań ankietowych połączoną z wywiadem ustandaryzowanym oraz zastosowano metody analizy krytycznej, analizy porównawczej oraz *desk research* literatury polskojęzycznej i obcojęzycznej, aktów normatywnych i raportów. Opisano zaangażowanie różnych grup interesu w rozwój turystyki morskiej i przedstawiono wyniki badań zrealizowanych wśród instytucji, organizacji i przedsiębiorstw związanych z gospodarką morską i turystyką morską w województwie pomorskim. Wartością dodaną artykułu jest wskazanie możliwych kierunków rozwoju oraz przeprowadzenie analizy SWOT dotyczącej aktywności na rzecz rozwoju turystyki morskiej w województwie pomorskim.

Słowa kluczowe: turystyka morska, rejsy wycieczkowe, jachting.

1. Wstęp

Turystyka morska w świecie jest zaliczana do najszybciej rozwijających się segmentów rynku turystycznego. „Obecnie na świecie jest organizowanych 30 000 rejsów rocznie, do ok. 2000 destynacji turystycznych" [Honey, Krantz 2006]. Również w Założeniach Polityki Morskiej RP do roku 2020 wskazano, że w sektorze gospodarki morskiej w Polsce najszybciej „rozwija się turystyka morska, zarówno wykorzystująca żeglugę przybrzeżną, jak i morską, w tym promową oraz wycieczkową" [*Założenia polityki*… 2009]. Obecnie działania podejmowane w regionach na rzecz rozwoju gospodarki morskiej, w tym także turystyki morskiej, muszą uwzględniać wytyczne zawarte w dokumentach rządowych i Unii Europejskiej, a na ich podstawie są opracowywane strategie rozwoju, realizowane inwestycje nadbrzeżne i inicjowana współpraca z partnerami.

W pierwszej części artykułu opisano cele analizy, problemy badawcze oraz metodologię badań przeprowadzonych przez autorkę. Następnie zawarto rozważania na temat różnych grup interesu zaangażowanych w rozwój podstawowych segmentów

rynku turystyki morskiej. W kolejnej części omówiono formy i zakres oraz możliwe kierunki współpracy podejmowanej w regionie w zakresie rozwoju turystyki morskiej. Rozważania kończą się podsumowaniem wskazującym mocne i słabe strony aktywności różnych podmiotów na rzecz rozwoju rynku turystyki morskiej w województwie pomorskim.

2. Cel i metodyka badań

Głównym celem badań jest ocena współpracy podejmowanej przez różnorodne środowiska na rzecz rozwoju turystyki morskiej w województwie pomorskim. Ponadto sformułowano następujące problemy badawcze: 1) Jaką rolę odgrywają różne grupy interesu w rozwoju turystyki morskiej w województwie pomorskim? 2) Jakie są formy i obszary współpracy na rzecz rozwoju turystyki morskiej w województwie pomorskim? Badania zrealizowano w okresie od sierpnia 2012 r. do marca 2013 r. wśród organizacji, instytucji i podmiotów zaangażowanych w działania na rzecz rozwoju turystyki morskiej w województwie pomorskim. Wykorzystano w nich metodę badań ankietowych połączoną z wywiadem ustandaryzowanym. Ponadto zastosowano metody analizy krytycznej i porównawczej oraz metody typu *desk research* literatury polskojęzycznej i obcojęzycznej, a także aktów prawnych UE dotyczących gospodarki morskiej. Ponadto analizie poddano regionalne strategie rozwoju transportu, turystyki i gospodarki w województwie pomorskim.

3. Podmioty zaangażowane w rozwój turystyki morskiej

Jednostki samorządu terytorialnego (JST) są prawnie odpowiedzialne za rozwój społeczno-gospodarczy ich obszarów, w tym również sektora gospodarki turystycznej. Specyfika nadmorskiego położenia województwa pomorskiego wymusza uwzględnianie w planowaniu również rynku turystyki morskiej, który dotychczas był traktowany marginalnie. W ostatnich latach działania Komisji Europejskiej na rzecz Zintegrowanej Polityki Morskiej UE [*An Integrated*… 2007] wymusiły na samorządach regionalnych i lokalnych dbanie o zrównoważone i harmonijne gospodarowanie zasobami morza i obszarów nadmorskich i uwzględnianie rozwoju ich funkcji turystycznych.

Rozwój turystyki morskiej w województwie pomorskim jest przedmiotem zainteresowania wielu grup interesów, tj. JST, zarządów portów morskich, przedsiębiorstw prywatnych, w tym zwłaszcza z branży turystycznej i hotelarskiej, oraz przewoźników promowych, klubów żeglarskich, samorządu gospodarczego w turystyce, a także organizacji działających na rzecz ochrony wybrzeża i wód morskich oraz innych. Każda z tych grup ma inne potrzeby oraz cele i założenia rozwoju (tab. 1). Władze samorządowe zabiegają o kreowanie wizerunku regionu jako morskiej destynacji turystycznej, dbają o rozwój transportu intermodalnego, który ma służyć rozwojowi społeczno-gospodarczemu regionu, tworzeniu nowych miejsc pracy dzięki napływowi nowych inwestycji do regionu. Z kolei zarządy portów morskich w swoich poczynaniach inwestycyjnych kierują się głównie rachunkiem eko-

Tabela 1. Turystyka morska w działalności wybranych podmiotów w województwie pomorskim

Nazwa podmiotu	Zakres zadań i obowiązków na rzecz rozwoju turystyki morskiej
Samorząd Województwa Pomorskiego	Utrzymanie i rozbudowa infrastruktury społecznej i technicznej o znaczeniu wojewódzkim, pozyskiwanie i łączenie środków finansowych: publicznych i prywatnych, w celu realizacji zadań z zakresu użyteczności publicznej, popieranie postępu technologicznego oraz innowacji, promocja walorów i możliwości rozwojowych województwa.
Samorządy lokalne (Gdynia, Gdańsk, Sopot, Puck, Łeba i in.)	Zadania w zakresie: ładu przestrzennego, gospodarki nieruchomościami, gospodarki wodnej, turystyki, współpracy ze społecznościami lokalnymi i regionalnymi innych państw, promocji gminy na targach, m.in. morskich, np. Sea Trade Europe w Hamburgu, Cruise Shipping Miami & Seatrade Cruise Shipping Convention
Zarządy Portów Morskich (Gdańsk i Gdynia)	Zarządzanie nieruchomościami i infrastrukturą portową, prognozowanie, programowanie i planowanie rozwoju portu, budowę, rozbudowę, utrzymywanie i modernizację infrastruktury portowej, świadczenie usług związanych z korzystaniem z infrastruktury portowej, zapewnienie dostępu do portowych urządzeń odbiorczych odpadów ze statków.
Instytut Morski w Gdańsku	Prace naukowo-badawcze i wdrożeniowe, studia i ekspertyzy, konsultacje i doradztwo w zakresie m.in. gospodarki transportowej, modernizacji i eksploatacji portów, zagospodarowania regionu nadmorskiego
Morscy przewoźnicy promowi (Stena Line Polska Sp. z o.o., PŻB S.A.)	Organizacja pakietów turystycznych dla turystów polskich i szwedzkich połączonych z podróżami promowymi na trasach Polska – Szwecja, Norwegia, Dania; obsługa połączeń promowych, promocja Polski, jako destynacji turystycznej; prowadzenie morskich biur turystycznych (PŻB SA)
Kluby żeglarskie (GRYF, Kotwica, Gdański Klub Morski im. gen. M. Zaruskiego)	Organizacja wypoczynku na morzu, rejsy morskie po Bałtyku, Morzu Północnym i Atlantyku, (GRYF); czartery jachtów, obozy żeglarskie, regaty żeglarskie (Kotwica); morskie rejsy turystyczne i rekreacyjne, wędkarstwo morskie, turystyka podwodna, czartery jachtów, zimowanie, naprawa i konserwacja jachtów (Gdański Klub Morski im. Gen. M. Zaruskiego)
Polska Liga Morska i Rzeczna	Upowszechnianie turystyki wodnej, organizacja wypoczynku dzieci i młodzieży
Organizatorzy turystyki (Baltic Gateway Polska Sp. z o.o., Sport Tourist)	Współpraca z armatorami statków wycieczkowych: Peter Deilmann Reederei, Transocean Tours, Planturs & Partner, Costa Cruises; Organizacja i obsługa pobytu turystów przybywających statkami wycieczkowymi do Gdyni, Opracowywanie ofert pobytu w Polsce dla turystów morskich na życzenie, promocja Polski na tragach morskich np. Sea Trade Europe w Hamburgu, Cruise Shipping Miami &Seatrade Cruise Shipping Convention
Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna	Prowadzenie informacji turystycznej, działalność wystawiennicza, promocja turystyki na giełdach i targach krajowych i zagranicznych (Cruise Shipping Miami &Seatrade Cruise Shipping, Hamburg Seatrade, Karlskrona Sail, WTM Londyn, ITB Berlin – PROT), kalendarz imprez turystycznych, kulturalnych.
Gdańska Lokalna Organizacja Turystyczna	Promocja Gdańska, jako miasta portowego, Członek Cruise Baltic – Stowarzyszenia, którego celem jest pozycjonowanie regionu Morza Bałtyckiego, jako atrakcyjnego rynku dla statków wycieczkowych, przygotowuje pakiety turystyczne dla pasażerów statków wycieczkowych.

Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań ankietowych połączonych z wywiadem ustandaryzowanym oraz [Ustawa… 1998, Ustawa… 1990, Ustawa… 1996, Instytut Morski… 2013, Kluby morskie… 2013, *Statut Ligi*… 2007, *Statut PROT*… 2007, *Raport roczny*… 2009, *Raport roczny*… 2011, *PROT-Raport*… 2012, *Gdańska LOT*… 2013].

nomicznym. Wyniki przeprowadzonych badań ankietowych połączonych z wywiadem ustandaryzowanym dowodzą, że zarządy portów morskich w Polsce są zainteresowane przede wszystkim działaniami bezpośrednio przekładającymi się na generowanie zysku, aby móc utrzymać i rozwijać infrastrukturę portową. Badania dowodzą również, że przedsiębiorstwa turystyczne i przewoźnicy morscy swoją działalność koncentrują na tworzeniu i promocji produktów turystycznych, nie zawsze uwzględniających walory turystyczne miast portowych, do których zawijają promy i statki wycieczkowe, a raczej najsławniejsze atrakcje regionu i kraju. W końcu wiele organizacji pozarządowych działających na rzecz zrównoważonego rozwoju zabiega o świadome wykorzystywanie zasobów wybrzeża i mórz itd.

Działalność każdej z wyżej opisanych grup interesu ma istotne znaczenie w rozwoju rynku turystyki morskiej. Funkcje inicjującą i koordynującą współpracę tych podmiotów najczęściej przejmują władze samorządowe. Po pierwsze dlatego, że zależy im na harmonijnym i zrównoważonym rozwoju ich jednostek terytorialnych, a po drugie, gdyż dysponują odpowiednimi zasobami prawnymi, organizacyjnymi i finansowymi. Ponadto samorząd województwa pomorskiego w *Strategii Rozwoju Województwa* wpisał, że „w procesie realizacji Strategii będzie pełnił trzy zasadnicze role: inwestora, koordynatora i lidera działań rozwojowych oraz inspiratora" [*Strategia Rozwoju*… 2012]. Otwarcie władz samorządowych województwa pomorskiego na współpracę zostało zapisane w *Strategii Rozwoju Województwa Pomorskiego 2020*, gdzie wskazano zasadę wielopoziomowego zarządzania i partnerstwa, która „oznacza, że należy wzmacniać współpracę podmiotów zaangażowanych w realizację Strategii, która prowadzi do zintegrowanej i uzgodnionej realizacji inicjatyw rozwojowych, do poprawy koordynacji podejmowanych działań, a także do zwiększonej efektywności i skuteczności wydatkowania środków publicznych, z uwzględnieniem zaangażowania w procesy decyzyjne i wykonawcze partnerów społecznych i gospodarczych" [*Strategia Rozwoju*… 2012]. Oznacza to, że władze preferują inicjatywy i działania o zasięgu ponadlokalnym, reprezentujące uzasadnione potrzeby otoczenia.

4. Formy i obszary współpracy na rzecz rozwoju turystyki morskiej

Formy i zakres współpracy oraz konfiguracja podmiotów występujących w grupach partnerskich przy realizacji inwestycji i inicjatyw na rzecz rozwoju gospodarczego, w tym także związanych z gospodarką turystyczną w obszarach nadmorskich, są uzależnione od wielu uwarunkowań natury prawnej, finansowej i organizacyjnej oraz innych. Jednakże kluczowe znaczenie w planowaniu rozwoju regionów nadmorskich mają obecnie „zmiany prawne i strategiczno-programowe w Polsce i UE, związane przede wszystkim z przyjęciem przez Sejm RP Ustawy o zasadach prowadzenia

polityki rozwoju"[1], a także z zatwierdzeniem dokumentów strategicznych na poziomie UE i krajowym, które posiadają kluczowe znaczenie dla polityki rozwoju województwa. Trzeba też zaznaczyć, że współpraca pomiędzy różnymi podmiotami na szczeblach lokalnym i regionalnym jest uzależniona od formy prawnej danego podmiotu. Przykładowo JST, w których gestii leży planowanie rozwoju różnych dziedzin gospodarki na ich terenie, podlegają pod liczne akty normatywne odnoszące się do sektora finansów publicznych [Ustawa… 2009, Ustawa… 2010, Ustawa… 1990, Ustawa 1998, Ustawa… 2010, Ustawa… 2003], które z góry narzucają formy i zakres współpracy, jaka może być przez nie realizowana z otoczeniem społecznym, gospodarczym i naukowym. Ponadto, w celu pozyskania wsparcia finansowego w ramach nowej perspektywy finansowej UE na lata 2014-2020 ważne jest dostosowanie kierunków rozwoju do priorytetów UE. „Zrównoważony rozwój turystyki nadmorskiej i morskiej oferuje korzyści społeczne, ekologiczne i gospodarcze dla pośredników turystycznych, mieszkańców i samych turystów" [Adams i in. 2012] i jest kierunkiem wspieranym przez Komisję Europejską.

W obliczu wielu dokumentów odnoszących się do planowania w strefie nadmorskiej oraz mnogości kierunków rozwoju pojawiają się konflikty interesów. Przeprowadzone badania ankietowe połączone z wywiadem ustandaryzowanym dowodzą, że władze samorządowe miast nadmorskich zabiegają o rozwój w portach morskich infrastruktury sprzyjającej turystyce morskiej, upatrując w tym korzyści ekonomicznych. „Tysiące ludzi przybywających statkami wycieczkowymi do destynacji turystycznych może potencjalnie powrócić do odwiedzanych miejsc, jako niezależni turyści. Ci klienci mogą również polecić odwiedzone destynacje swoim krewnym i znajomym" [Brida i in. 2010]. Ale niestety, rachunek ekonomiczny powoduje, że władze portów morskich wciąż nie są zainteresowane inwestycjami w nabrzeża i rozbudowę terminali pasażerskich, gdyż przychody z obsługi ruchu pasażerskiego stanowią zaledwie kilka procent przychodów portów, a największe zyski czerpią z obsługi statków towarowych.

Nieco inaczej wygląda sytuacja w przypadku małych portów i przystani poza aglomeracją trójmiejską. Tutaj rozwój turystyki morskiej stanowi szansę na ożywienie lokalnej gospodarki i tworzenie nowych miejsc pracy. Ale niestety, obszary te borykają się z poważnymi trudnościami wynikającymi z silnej sezonowości ruchu pasażerskiego na polskim wybrzeżu. Po drugie, porty te są słabiej dostępne komunikacyjnie, gdyż główne inwestycje w infrastrukturę transportu intermodalnego w województwie pomorskim są lokowane w przedpolu strategicznych dla gospodarki kraju portów morskich w Gdańsku i Gdyni. „Analizując aktualne programy rozwojowe dotyczące małych portów i przystani morskich można wskazać trzy stosowane w tym względzie rozwiązania: 1) Sporządzenie dokumentu strategicznego wskazującego kierunki rozwoju portu, przy uwzględnieniu przyszłej struktury funkcjonalnej (Ustka, Hel, Władysławowo). 2) Przygotowanie projektu rozwojowego ukierunko-

[1] Określająca m.in. strukturę strategii rozwoju województw oraz nakładająca na samorządy województw obowiązek dostosowania obowiązujących strategii do jej wymogów.

wanego na rozwój określonej funkcji portowej (Łeba, Jastarnia, Puck, Kąty Rybackie, Krynica Morska). 3) Realizacja inwestycji w ramach działań Urzędu Morskiego (większość portów)" [Matczak i in. 2009].

Współpraca na rzecz turystyki morskiej musi być realizowana w różnych obszarach:

- rozwoju infrastruktury portów morskich do obsługi statków wycieczkowych,
- rozwoju infrastruktury terminali promowych do obsługi turystyki promowej,
- rozwoju i utrzymania marin jachtowych,
- rozwoju i utrzymania infrastruktury hydrotechnicznej portów morskich i przystani,
- promocji turystyki morskiej,
- organizacji oferty dla turystyki morskiej w obszarach recepcji turystycznej,
- organizacji wydarzeń o charakterze morskim w obszarze recepcji turystycznej,
- kreowania wizerunku regionu pomorskiego, jako morskiej destynacji turystycznej,
- udziału w projektach rozwoju turystyki, jak np. Baltic Cruise czy South Baltic.

Wyżej wymieniona lista obszarów współpracy może być dłuższa, w zależności od potrzeb określonych podmiotów. Najważniejsze jest jednak znalezienie odpowiedzi na kilka najważniejszych pytań: kto inicjuje współpracę, jakie są cele współpracy i od czego zależą, kto finansuje zakładane projekty, jakie są możliwe formy partnerstwa, kto jest odpowiedzialny za realizację projektu (zob. tab. 2). Nie sposób omówić wszystkich możliwych scenariuszy współpracy, ale opierając się na analizie dotychczas zrealizowanych inwestycji i projektów rozwoju w strefie nadmorskiej, można pokusić się o opis powtarzających się modeli współpracy. I tak np. często rolę inicjującą i koordynującą w zakresie rozbudowy infrastruktury przypisuje się JST, które – wykorzystując partnerstwo publiczno-prywatne – zawierają umowy z różnymi podmiotami (np. zarządami portów morskich czy przewoźnikami morskimi). Celem współpracy może być np. rozwój infrastruktury portów morskich do obsługi statków wycieczkowych i promowych, tj. budowa terminalu pasażerskiego (np. Terminal promowy przy nabrzeżu polskim w Gdyni[2]), adaptacja nabrzeży do obsługi pasażerów, modernizacja dróg dojazdowych do portu itd.

Ze względu na wysoką kapitałochłonność inwestycji w strefie nadmorskiej budżety projektów są komponowane z różnych źródeł. Obok wkładu JST i kapitału prywatnego, wykorzystywane są środki z funduszy UE oraz krajowych i międzynarodowych instytucji finansowych, takich jak Europejski Bank Inwestycyjny, Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju czy Bank Światowy. Z kolei ciężar realizacji i utrzymania inwestycji najczęściej spoczywa już na partnerze prywatnym.

[2] Nowy terminal w Gdyni zostanie prawdopodobnie oddany do użytku w 2016 r. Zarząd Portu Gdynia podpisał ze spółką Stena Line umowę o współfinansowaniu przygotowań do budowy nowego terminalu, który ma powstać przy Nabrzeżu Polskim w Gdyni i będzie przystosowany do obsługi promów o długości do 240 m (1,2 tys. pasażerów). Dzisiaj do Nabrzeża Bułgarskiego mogą wpływać promy do 170 m długości.

Tabela 2. Formy i kierunki współpracy na rzecz rozwoju turystyki morskiej

Priorytety rozwoju turystyki morskiej	Potencjalni partnerzy	Źródła finansowania	Formy partnerstwa
Rozwój infrastruktury portów morskich do obsługi statków wycieczkowych	Zarządy portów, JST, Inwestorzy prywatni, Armatorzy statków wycieczkowych	Budżet JST, kapitał własny portów morskich, kapitał prywatny, kredyty z banków komercyjnych, Fundusze inwestycyjne, Budżet państwa, Fundusze UE, środki z Banku Światowego i EBOR i EBI	Regionalne, Krajowe, Instytucji (Organizacji) Operacyjne, Jednostek Publicznych, Publiczno-Prywatne, oparte na powiązaniach kapitałowych, BOT*, BTL*, BOOT*, DBFO*, BOO*, BOR*
Rozwój infrastruktury terminali promowych do obsługi turystyki promowej	Zarządy portów, JST, Inwestorzy prywatni, Armatorzy linii promowych		
Rozwój i utrzymanie marin jachtowych	Zarządy portów, JST, Inwestorzy prywatni, Kluby jachtowe		
Rozwój i utrzymania infrastruktury hydrotechnicznej portów morskich i przystani jachtowych	Rząd, Zarządy portów, Samorząd województwa, Samorządy lokalne	Budżet JST, Budżet państwa, kapitał własny portów i przystani, kapitał prywatny	Krajowe, Instytucji (Organizacji), Operacyjne, Jednostek Publicznych, PPP, oparte na powiązaniach kapitałowych, BOT*, BTL*, BOOT*, BOO*, BOR*
Promocji turystyki morskiej	ROT, LOT-y, Wydziały Promocji i rozwoju JST, Samorząd gospodarczy w turystyce, Firmy turystyczne, Zarządy portów i przystani	Budżet JST, kapitał własny portów morskich, kapitał prywatny, kredyty z banków komercyjnych, Budżet państwa, Fundusze UE	Lokalne, Regionalne, Krajowe, Osób, Grup, Instytucji, Jednostek Publicznych, oparte na powiązaniach informacyjnych, oparte na powiązaniach osobowych
Organizacja oferty turystycznej dla turystyki morskiej w obszarze recepcji turystycznej	JST, Przedsiębiorstwa turystyczne, Samorząd gospodarczy w turystyce	Budżet JST, kapitał prywatny, kredyty z banków komercyjnych, Budżet państwa, Fundusze UE	Lokalne, Regionalne, Osób, Grup, Instytucji, oparte na powiązaniach informacyjnych, oparte na powiązaniach osobowych i kapitałowych
Organizacja wydarzeń o charakterze morskim w obszarze recepcji turystycznej	JST, ROT, LOT-y, Firmy turystyczne, Agencja Rozwoju Gdyni, Agencja Rozwoju Pomorza Gdańskiego, Samorząd gospodarczy w turystyce, Instytucje kultury, Kluby żeglarskie, Zarządy portów i przystani	Budżet JST, kapitał prywatny, kredyty z banków komercyjnych, Budżet państwa, Fundusze UE	Lokalne, Regionalne, Krajowe, Osób, Grup, Instytucji, Jednostek Publicznych, oparte na powiązaniach informacyjnych, oparte na powiązaniach osobowych, oparte na powiązania kapitałowych
Kreowanie wizerunku regionu pomorskiego jako morskiej destynacji turystycznej			
Udział w projektach rozwoju turystyki morskiej	Samorząd lokalny, Samorząd wojewódzki, ROT, Porty morskie, Przystanie jachtowe	Budżet JST, Budżet państwa, Fundusze UE, kapitał własny portów i przystani	Regionalne, Krajowe, Międzynarodowe, Instytucji, Organizacji, Jednostek Publicznych, oparte na powiązaniach informacyjnych i kapitałowych

* BOT (Build-Operate-Transfer): Buduj–Świadcz Usługi–Przekaż; BTL (Build-Transfer-Lease): Buduj–Przekaż–Dzierżaw; BOOT (Build-Own-Operate-Transfer): Buduj–Bądź Właścicielem–Świadcz Usługi–Przekaż; DBFO (Design-Build-Finance-Operate): Projekt–Konstrukcja–Finanse–Obsługa; BOO (Build-Own-Operate): Buduj–Bądź Właścicielem–Eksploatuj; BOR (Build-Operate-Renewal): Buduj–Eksploatuj–Odnawiaj

Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań ankietowych połączonych z wywiadem ustandaryzowanym.

Inicjatywa współpracy może również pojawić się ze strony podmiotów prywatnych czy organizacji społecznych. Dobrym przykładem jest współpraca na rzecz budowy mariny jachtowej w Łebie, gdzie dzięki współpracy Zarządu Portu i Gminy Miejskiej Łeba pozyskano wsparcie finansowe ze źródeł zewnętrznych, tzn. z budżetu gminy, budżetu państwa i UE[3]oraz Banku Światowego.

Z przeprowadzonych badań ankietowych połączonych z wywiadem ustandaryzowanym wynika, że władze miejscowości nadmorskich w województwie pomorskim są otwarte na współpracę na rzecz kreowania wizerunku turystycznego regionu. I tak np. władze Gdyni i Gdańska wraz z zarządami Portu Gdańsk i Portu Gdynia oraz Pomorską Regionalną Organizacją Turystyczną (PROT) zorganizowały wspólny udział w targach turystyki morskiej Cruise Shipping Miami w USA czy Seatrade Europe Hamburg w Niemczech. Natomiast PROT w swoich kampaniach marketingowych wspiera promocję regionu jako obszaru o charakterze morskim i przykładowo w kampanii „Gdańsk, Sopot, Gdynia – Three Cities – One Destination" promuje Gdańsk jako miasto historyczne, Sopot jako kurort, a Gdynię jako miasto biznesu i myśli morskiej. Ponadto PROT uczestniczy w projekcie rozwoju turystyki morskiej w obszarze południowo-wschodnim pod nazwą Enjoy the Baltic.

Warto podkreślić, że bazą do prognozowania i planowania rozwoju ruchu pasażerskiego w portach morskich są rzetelne dane statystyczne i dostęp do raportów z badań. Niestety, w zakresie badań popytu na podróże morskie w Polsce jest wciąż wiele do zrobienia. „Dostępność do wysokiej jakości danych statystycznych ma także kluczowe znaczenie w kształtowaniu planów" [Krsić, Gatti 2009] rozwoju transportu morskiego i może stanowić istotny argument w negocjacjach JST z zarządami portów odnośnie do rozwoju funkcji turystycznych portów morskich.

Przykłady współpracy opisują niektóre z działań podejmowanych w województwie pomorskim na rzecz rozwoju rynku turystyki morskiej. Warto podkreślić, że samorząd deklaruje, iż „na poziomie regionalnym współpraca z partnerami polegać będzie głównie na uzgadnianiu i wspólnej realizacji przedsięwzięć rozwojowych o znaczeniu regionalnym i ponadlokalnym, wpisujących się w cele SRW. Współpraca ta może być prowadzona w partnerskiej i negocjacyjnej formule zintegrowanych porozumień terytorialnych, zawieranych pomiędzy Samorządem Województwa a partnerską reprezentacją danego obszaru funkcjonalnego, obejmującą głównie JST, partnerów społeczno-gospodarczych, szkoły wyższe, organizacje pozarządowe, instytucje otoczenia biznesu i przedsiębiorców" [*Strategia Rozwoju*… 2012].

5. Podsumowanie

Turystyka morska leży w obszarze zainteresowania wielu środowisk, stąd jej rozwój wymaga „współpracy międzysektorowej z podmiotami rynku, w przeróżnych konfiguracjach, determinowanych przez określone priorytety, zależności i okoliczności,

[3] Phare 1994 CrossBorder.

a ponadto dbania o zachowanie równowagi pomiędzy środowiskiem przyrodniczym, kulturowym, gospodarczym i społecznym regionu" [Kizielewicz 2012].

Badania przeprowadzone dla niniejszego opracowania pozwoliły na dokonanie analizy SWOT dla województwa pomorskiego, biorąc pod uwagę głównie aktywność różnych podmiotów wpływającą na rozwój turystyki morskiej (tab. 3).

Tabela 3. Analiza SWOT dotycząca aktywności na rzecz rozwoju turystyki morskiej w województwie pomorskim

Siły	Słabości
1) Znaczne kompetencje jednostek samorządu terytorialnego w zakresie planowania przestrzennego, zarządzania portami i przystaniami morskimi. 2) Autonomia JST w zakresie formułowania planów dochodów i wydatków budżetowych zagwarantowana ustawowo. 3) Otwartość JST na współpracę z otoczeniem w zakresie rozwoju obszarów nadmorskich, w tym turystyki morskiej, zapisana w dokumentach strategicznych. 4) Wspólne inicjatywy, podejmowane przez JST, organizacje oraz zarządy portów, na rzecz kreowania wizerunku regionu pomorskiego jako morskiej destynacji turystycznej.	1) Niedostateczna współpraca na rzecz poprawy stanu infrastruktury portowej do obsługi statków wycieczkowych. 2) Niewyjaśniona struktura własnościowa wielu nieruchomości na obszarach portów morskich i przystani jachtowych. 3) Stosunkowo niski poziom zawieranych partnerstw publiczno-prywatnych w zakresie inwestycji infrastrukturalnych w strefie nadmorskiej. 4) Słabo wykorzystywane, przez JST, możliwości kreowania polityki zachęt podatkowych dla inwestorów w strefach nadmorskich. 5) Wciąż niedostateczna współpraca zarządów portów morskich z JST oraz otoczeniem na rzecz rozwoju funkcji turystycznych portów. 6) Wysokie opłaty portowe dla statków pasażerskich.
Szanse	**Zagrożenia**
1) Współpraca międzynarodowa miast i gmin nadmorskich w zakresie rozwoju turystyki morskiej i planowania przestrzennego. 2) Możliwość pozyskiwania wsparcia z funduszy UE przez JST oraz zarządy portów morskich. 3) Współpraca zarządów portów morskich z prywatnymi podmiotami na rzecz inwestycji infrastrukturalnych. 4) Współpraca na rzecz rozbudowy przystani i marin w obszarze Półwyspu Helskiego, delty Wisły i Zalewu Wiślanego.	1) Silna sezonowość ruchu turystycznego w strefie nadmorskiej, uwarunkowana głównie czynnikami klimatycznymi. 2) Silna konkurencja na rynku przewozów morskich w basenie Morza Bałtyckiego. 3) Realizowane przez Rząd RP programy rozwoju gospodarki turystycznej traktują turystykę morską ogólnikowo i wyrywkowo. 4) Brak koncepcji rządu RP w zakresie rozwoju gospodarki turystycznej w obszarach nadmorskich.

Źródło: opracowanie własne, na podstawie badań ankietowych połączonych z wywiadem ustandaryzowanym.

Cieszy fakt, że władze samorządowe województwa pomorskiego dostrzegają potencjał wynikający z nadmorskiego położenia oraz przejmują rolę inicjatora i koordynatora różnych przedsięwzięć i inwestycji. Unia Europejska promuje i wspiera współpracę oraz rozwój uwzględniający interesy różnych środowisk. Projekty przygotowane w partnerstwie mają większe szanse na otrzymanie wsparcia finansowego

z funduszy unijnych, bez którego nie będzie możliwe zrealizowanie priorytetów wskazanych w regionalnych strategiach rozwoju. W ostatnich latach, właśnie za sprawą współfinansowania z UE, poprawił się stan przygotowania polskiego wybrzeża do obsługi turystyki morskiej, szczególnie promowej i jachtingu morskiego. Niemniej władze samorządowe miast i gmin nadmorskich mają w tym zakresie jeszcze wiele do zrobienia i muszą zadbać o przygotowanie partnerskich projektów i szukać możliwości wsparcia w nowej perspektywie finansowej UE na lata 2014--2020.

Literatura

Adams A.W., Barney A.J., Gregory A.C., Miller M.L., *The Role of the Consultant in Sustainable Marine Tourism*, A Discussion of the Opportunities and Challenges Facing a New Organization, Conference Proceedings 7thInternational Coastal & Marine Tourism Congress, NHTV Breda University of Applied Sciences, The Netherlands, Breda 2012.

An Integrated Maritime Policy for the European Union, COM(2007) 575 final, Commission of the European Communities CEC, Brussels 2007.

Brida J.G., Paulina M., Riaño E., Zapata Aquirre S., *Cruise visitors' intention to return as land tourists and recommend a visited destination. A structural equation model*, Pressostudiografico &stampadigitale, Sassari 2010.

Gdańska LOT, Gdańsk 2013. www.gdansk4u.pl, dostęp: 29.01.2013.

Honey M., Krantz D., *Global Trends in Coastal Tourism*, Center on Ecotourism and Sustainable Development, Stanford University and Washington, DC 2007. p. 98, [za:] D. Ward, *Berlitz 2006 Complete Guide to Cruising and Cruise Ships*, Berlitz Guide, New York 2006.

Instytut Morski w Gdańsku, Gdańsk 2013. Strona www.im.gda.pl/o-instytucie, dostęp: 2.02.2013.

Kizielewicz J., *Partnerstwo na rzecz rozwoju polityki turystycznej w województwach nadmorskich w Polsce*, [w:] *Wyzwania współczesnej polityki turystycznej. Problemy funkcjonowania rynku turystycznego*, red. A. Rapacz, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 258, Wydawnictwo UE we Wrocławiu, Wrocław 2012.

Kluby morskie, http://katalog.onet.pl/5244,43742,gdynia-kluby-zeglarskie,r.html, dostęp: 28.02.2013.

Krsić D., Gatti P., *Forcasting Methodology of Maritime Passenger Demand in a Tourist Destination*, "Traffic & Transportation" 2009, vol. 21, no. 3.

Matczak M., Kaszubowski D., Kalinowski J., Ołdakowski B., *Studium rozwoju strategicznego małych portów i przystani morskich w woj. pomorskim*, Uchwała 693/221/09 ZWP, Gdańsk 2009.

PROT – Raport z działalności II Kadencja Zarządu PROT, PROT, Gdańsk 2012.

Raport roczny z działalności PROT 2009, PROT, Gdańsk 2009.

Raport roczny z działalności PROT 2011, PROT, Gdańsk 2011.

Statut Ligi Morskiej i Rzecznej, Liga Morska i Rzeczna, Gdańsk 2007.

Statut Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, PROT, Gdańsk 2007.

Strategia Rozwoju Województwa Pomorskiego 2020, Załącznik nr 1 do Uchwały nr 458/XXII/12 z 24.09.2012 w sprawie przyjęcia SRWP 2020, Sejmik Województwa Pomorskiego, Gdańsk 2012.

Ustawa z 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym, DzU 1990, nr 16, poz. 95.

Ustawa z 20 grudnia 1996 r. o portach i przystaniach morskich, DzU 2010, nr 33, poz. 179.

Ustawa z 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa, DzU 1998, nr 91, poz. 576.

Ustawa z 27 marca 2003 r. o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym, DzU 2003, nr 80, poz. 717.

Ustawa z 6 czerwca 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju, DzU 2006, nr 227, poz. 1658.

Ustawa z 19 grudnia 2008 r. o partnerstwie publiczno-prywatnym, DzU 2010, nr 106, poz. 675; 2011, nr 232, poz. 1378; 2012, poz. 1342.
Ustawa z 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych, DzU 2009, nr 157, poz. 1240 i 1241; 2010, nr 28, poz. 146.
Ustawa Prawo Zamówień Publicznych, DzU 2010, nr 113, poz. 759.
Założenia polityki morskiej RP do roku 2020, Ministerstwo Infrastruktury, Warszawa 2009.

COOPERATION FOR THE DEVELOPMENT OF MARINE TOURISM IN POMERANIAN VOIVODESHIP

Summary: The main aim of this article is the analysis of directions and scope of the cooperation realized by various environments for the development of marine tourism in Pomeranian Voivodeship. The research used a method of survey connected with a standardized interview and applied a method of critical analysis, a comparative analysis and a desk research method of the available Polish and foreign literature, law regulations and reports. There were also presented the engagement of various groups of interest in the development of marine tourism. Moreover, there were showed the results of the research conducted among institutions, organizations and entrepreneurs involved in the marine industry and marine tourism in Pomeranian Voivodeship. The value added of the article is pointing at possible directions for development and making the SWOT analysis regarding activities for the development of marine tourism in Pomeranian Voivodeship.

Keywords: marine tourism, cruising, yachting.