Strategia rozwoju turystyki na lata 2007-2013

Cele, zadania, analizy

Misja polskiej turystyki zakłada, że turystyka będzie narzędziem społeczno-gospodarczego rozwoju regionów poprzez uczynienie z Polski kraju atrakcyjnego dla turystów krajowych i zagranicznych.

Opracowanie: Aneta Stosik

Strategia

Strategia to określanie głównych, długofalowych celów firmy i przyjęcie takich kierunków działania oraz taką alokację zasobów, które są konieczne dla zrealizowania celów

A.D. Chandler, 1962

Strategia jest zbiorem decyzji i działań dotyczących wyboru metod i zasobów dla osiągnięcia celów

R. Thietart

Zarządzanie

To świadome, celowe i kreatywne dysponowanie zasobami organizacji na rzecz realizacji zadań zmierzających do spełnienia określonych celów.

Misja

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

Cele

Tworzenie warunków prawnych, instytucjonalnych, finansowych i kadrowych rozwoju turystyki, sprzyjających rozwojowi społeczno - gospodarczemu Polski oraz podniesieniu konkurencyjności regionów i kraju, przy jednoczesnym zachowaniu walorów kulturowych i przyrodniczych.

Realizacja

W skali makroekonomicznej realizacja *Strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013* wyraźnie wpisuje się w realizację celów strategicznych UE określonych w Strategii Lizbońskiej, a także celów rozwoju społeczno gospodarczego Polski kreślonych w Projekcie *Narodowego Planu Rozwoju na lata 2007-2013,*

a mianowicie:

- utrzymanie gospodarki na ścieżce wysokiego wzrostu gospodarczego,
- wzmocnienie konkurencyjności regionów i przedsiębiorstw,
- wzrost zatrudnienia,
- podniesienie poziomu spójności społecznej, gospodarczej i przestrzennej.

Strategia zakłada:

- Rozwój produktów turystycznych,
- Rozwój zasobów ludzkich,
- Wsparcie marketingu,
- Kształtowanie przestrzeni turystycznej,
- Wsparcie instytucjonalne.

Rozwój produktów turystycznych

W zakresie produktu turystycznego rekomendowane są działania na rzecz kształtowania innowacyjnych i konkurencyjnych produktów, stymulowania inwestycji w obszarze infrastruktury turystycznej oraz działań mających na celu wdrażanie i upowszechnianie nowoczesnych rozwiązań projakościowych.

Rozwój zasobów ludzkich

W zakresie zasobów ludzkich rekomendowane są działania ukierunkowane na przygotowanie wysoko wykwalifikowanych kadr turystyki, podnoszenie kwalifikacji kadr zarządzających oraz personelu operacyjnego, wprowadzenie systemu kwalifikacji zawodowych oraz kształcenie kadr społecznych.

Wsparcie marketingu

Nastawienie na stworzenie spójnego systemu promocji wykorzystującego możliwości prowadzenia wspólnej promocji na szczeblu Unii Europejskiej oraz wypracowanie zintegrowanego systemu działań marketingowych, jako czynnika warunkującego zwiększenie liczby turystów zagranicznych i krajowych, usprawnienie systemu informacji turystycznej, a także wspieranie rozwoju badań w obszarze turystyki.

Kształtowanie przestrzeni turystycznej

W zakresie kształtowania przestrzeni turystycznej rekomendowane są działania na rzecz zrównoważonego rozwoju regionalnego poprzez kształtowanie przestrzeni turystycznej w zgodzie z zasadami ochrony środowiska oraz zwiększania dostępności komunikacyjnej regionów turystycznych.

Wsparcie instytucjonalne

W zakresie wsparcia instytucjonalnego rekomendowane są działania na rzecz wzmocnienia i zintensyfikowania współpracy pomiędzy poszczególnymi podmiotami turystyki, oraz budowanie relacji z innymi sektorami, a także rozwój otoczenia gospodarczego i właściwego wykorzystania środowiska naturalnego.

Wpływy z turystyki w Polsce i ich udział w PKB, w latach 2001-2004

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

•Wpływy oznaczają sumę wydatków cudzoziemców w Polsce oraz wydatków mieszkańców Polski (razem z dziećmi) na wyjazdy krajowe.

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

Produkt turystyczny

Ruch turystyczny

W 2004 roku odnotowano 61,9 milionów przekroczeń granicy przez cudzoziemców - o 18,8% więcej niż w 2003 roku.
Na granicy z Federacją Rosyjską liczba przyjazdów wzrosła o 8,4%.

Organizatorzy, pośrednicy i agenci usług turystycznych w Polsce

W 2003 roku wzrosła liczba biur podróży, na koniec 2003 roku zezwolenie posiadało 2.255 podmiotów, podczas gdy na koniec 2004 roku -2.762 podmioty.
Poza organizatorami turystyki i pośrednikami turystycznymi w 2003 roku funkcjonowało w Polsce około 2.500 podmiotów gospodarczych prowadzących działalność agentów turystycznych i działających w imieniu organizatorów turystyki.

Produkt turystyczny

Obiekty noclegowe

W latach 2001-2003 spadła zarówno liczba obiektów, jak i liczba miejsc noclegowych. Zjawisko to związane było zarówno z procesem kategoryzacji obiektów hotelarskich, jak i wyłączaniem z rynku obiektów najsłabszych.
W latach 2001-2003 w Polsce liczba hoteli wzrosła o 19,6% (189 obiektów).

Od kilku lat udział hoteli w polskiej gospodarce turystycznej rośnie.
Hotelarstwo uważane jest za najbardziej rentowną część branży turystycznej.

Przewodnicy i piloci wycieczek

Do końca 2003 roku w Polsce łącznie potwierdzono i nadano 43.783 uprawnienia do wykonywania zawodu pilota wycieczek lub przewodnika turystycznego,
W 2004 r. liczba uprawnień wzrosła do 44 444, przy czym zwiększył się udział uprawnień do wykonywania zawodu pilota wycieczek do 67%.

Zasoby ludzkie

Rynek pracy

W 2003 r. zatrudnienie w biurach podróży wyniosło 17,1 tys. osób i było *niższe niż w 2002 r.*
W hotelach i restauracjach w 2003 r. pracowało 209,3 tys. osób, zatrudnienie uległo zmniejszeniu w stosunku do roku poprzedniego o 1,6 tys. osób)
Liczba osób bezrobotnych zarejestrowanych w zawodach turystyczno-hotelarskich i gastronomicznych w 2004 r. zmniejszyła się w stosunku do 2003 r. o 2,3%.
Liczba ofert pracy zgłoszonych w 2004 r. w zawodach turystyczno-hotelarskich i gastronomicznych była o 9% większa w stosunku do odnotowanej w roku poprzednim.

Kształcenie

55% absolwentów szkół średnich „turystycznych" kontynuuje naukę, zaś w przypadku szkół wyższych ponad 40% absolwentów zgłosiło chęć kontynuacji nauki (95,3% na studia magisterskich, 4,7% na studiach podyplomowych).
Ponad 60% absolwentów szkół wyższych znalazło zatrudnienie, z czego niespełna połowę stanowią zatrudnieni w sektorze usług turystycznych.

W związku z dalszym rozwojem z zakresu kształcenia zawodowego kadr dla turystyki działania powinny zmierzać do:
nowelizowania zawodów i profili kształcenia oraz standardów kwalifikacji zawodowych;
aktualizowania zakresu wiadomości i umiejętności dla poszczególnych zawodów turystycznych, w tym podstaw programowych i organizacji praktyk zawodowych;
permanentnego dostosowania programów kształcenia turystyczno - hotelarsko - gastronomicznych szkół średnich do potrzeb branży turystycznej;
zacieśniania stałej, roboczej współpracy ze środowiskami zatrudniającymi absolwentów;
ustawicznego podnoszenia poziomu kwalifikacji zawodowych nauczycieli;
utrzymania jednego makrokierunku studiów o nazwie „Turystyka".

Marketing turystyczny

W 2001 roku podjęto działania na rzecz wzbogacenia wizerunku Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie.

Przyjęto następujące priorytetowe produkty turystyczne:

- turystykę miejską i kulturową turystykę aktywną oraz ekoturystykę,
- turystykę wypoczynkową i zdrowotną.

W 2002 roku w działaniach na rynku krajowym główny nacisk położony został na: promocję regionów oraz turystyki weekendowej i pozasezonowej.

Do najważniejszych inicjatyw POT w latach 2003-2004 na rynku krajowym było:

Stworzenie :

Banku Produktów Turystycznych,
Certyfikatów Polskiej Organizacji Turystycznej,
Programów dotyczących niszowych produktów turystycznych,
Karty Polskiej i powołanie Biura Konferencji i Kongresów.

Przestrzeń turystyczna

Infrastruktura lotnicza

- *W ruchu krajowym odnotowano, w ostatnich trzech latach, wzrost o 25%, a w międzynarodowym - o 8,7%.*
- *Liczba pasażerów obsłużonych przez polskich przewoźników lotniczych wzrosła o 15,8%.*

Infrastruktura kolejowa

- *Rola przewozów kolejowych w transporcie pasażerskim systematycznie maleje. W komunikacji krajowej zmniejszyła o 14,7%, a w komunikacji międzynarodowej - o 30,3%.*

Infrastruktura wodna

- *W latach 2001-2003 ruch pasażerski w morskich portach zmniejszył się o 27,8%. W strukturze przewozów dominuje żegluga promowa.*

Infrastruktura drogowa

- *W 2003 roku średnia długość przewozów w regularnej komunikacji krajowej na podstawie biletów jednorazowych wyniosła 47 km, i miała charakter lokalny.*
- *Średnia długość przewozów międzynarodowych wyniosła 1.483 km.*

Infrastruktura turystyczna uzupełniająca

- *To głównie obiekty muzealne oraz instytucje paramuzealne, do których zalicza się ogrody zoologiczne, ogrody botaniczne, rezerwaty i inne.*
- *Muzea i wystawy muzealne odwiedzane były głównie w grupach zorganizowanych. Wśród zwiedzających znaczny udział miała młodzież szkolna (ok. 40%). Było duże zainteresowanie wystawami sprowadzonymi z zagranicy.*

Wsparcie instytucjonalne

Ministerstwo Gospodarki i Pracy realizuje głównie **prace badawcze w zakresie turystyki** i obejmują one następujące obszary badawcze:

- turystykę zagraniczną, oraz
- aktywność turystyczną Polaków.

Nakłady budżetowe na badania w zakresie turystyki kształtują się rosnąco:

- w 2004 roku wydatkowano 2.003.700 zł,
- w 2005 roku 2.029.300 zł

Nastąpił nieznaczny wzrost nakładów o 1,3%.

Prognozy zmian w turystyce światowej i europejskiej

Światowy popyt turystyczny, w latach 2004-2014, **wzrośnie o 57%,** a całej gospodarki turystycznej o ponad **64%.**

Najwolniej będzie rósł popyt w obszarze turystyki **podróży biznesowych** oraz wydatków publicznych.

Natomiast popyt związany z zagraniczną **turystyką przyjazdową wzrośnie o 94%,** a w zakresie inwestycji turystycznych o 75%.

Prognozy zmian w turystyce światowej i europejskiej

W skali świata przewiduje się, że w przemyśle turystycznym w 2014 r. będzie pracowało prawie 88 mln osób, a w gospodarce turystycznej 260 mln.

Dla Europy analogiczne wielkości kształtować się będą na poziomie ok. 14 mln i 43 mln

Wielkości te wskazują na pewne <u>umocnienie się pozycji przemysłu turystycznego i gospodarki turystycznej na światowym i europejskim rynku pracy.</u>

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

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

** wstępne dane WTO*
Źródło: opracowanie i obliczenia Instytutu Turystyki na podstawie prognoz WTO

Kierunki zmian na międzynarodowym rynku turystycznym

- wzrost częstotliwości podróży
- rosnące znaczenie jakości usług w kształtowaniu oferty rynkowej;
- zachowanie zasady *„odpowiedniej jakości za określoną cenę"*
- zmniejszenie roli pośredników w sprzedaży dóbr i usług turystycznych;
- zmiana struktury produktu turystycznego - w coraz większym stopniu produkt będzie zbudowany z modułów do indywidualnego skompletowania przez klienta

Kierunki zmian na międzynarodowym rynku turystycznym

rosnąca potrzeba uzyskania profesjonalnego doradztwa oraz zwiększenie potrzeby kompleksowej obsługi;

powszechny wpływ nowoczesnych technologii telekomunikacyjnych

zmiany w tradycyjnej segmentacji rynków turystycznych:

- segment turystyki biznesowej będzie rozwijał się dużo wolniej od turystyki rekreacyjno-wakacyjnej,
- w segmencie turystyki rekreacyjnej większego znaczenia nabierze motywacja zdrowotna,
- część segmentów uważanych dotychczas za niszowe rozwinie się tworząc nowe rynki masowe;

zwiększenie potrzeby rekreacji i aktywności ruchowej w trakcie wyjazdów turystycznych

zwiększenie popytu na usługi turystyczne traktowane dziś jako segment luksusowy

Należy spodziewać się zdecydowanego wzrostu zapotrzebowania na:

- ✓ wysokiej jakości infrastrukturę turystyczną i usługi towarzyszące,
- ✓ kompleksowe usługi transportowe i szybki dostęp do obszarów recepcji turystów.
- ✓ wykwalifikowanych pracowników zarówno w sektorze turystyki jak i sektorach świadczących usługi dla turystów; w tym wykwalifikowanych animatorów wydarzeń kulturalnych i rekreacyjnych,
- ✓ wysokokwalifikowaną kadrę kierowniczą w sektorze turystyki i sektorach pokrewnych,
- ✓ kompleksowe i harmonijne zagospodarowanie przestrzeni turystycznej z zachowaniem walorów środowiska,
- ✓ sprawny system informacji turystycznej dostarczający potrzebnych informacji na każdym etapie realizacji wyjazdu.

Prognozy rozwoju turystyki w Polsce

Punktem wyjścia do określenia warunków rozwoju turystyki w Polsce są prognozy podstawowych wskaźników ekonomicznych dla Polski na lata 2005-2006, 2007-2013 i 2014-2020.

Ucieczka od postępującej unifikacji oferty wypoczynku wymusi na producentach usług turystycznych większą dywersyfikację produktu turystycznego i rozwój produktów modułowych umożliwiających indywidualny wybór elementów wyjazdu.

Nastąpi:

- Wzrost liczby osób starszych oraz pokolenia lepiej wykształconego i lepiej sytuowanego, co prowadzić będzie do wzrostu wymagań i wzrostu zainteresowania jakością usług.
- Wzrost oczekiwań w zakresie bezpieczeństwa w podróży, dostępu do turystyki osób niepełnosprawnych oraz wzrost świadomości ekologicznej społeczeństwa powodują wzrost kosztów związanych ze świadczeniem usług turystycznych.
- Wraz ze wzrostem świadomości ekologicznej nastąpi wzrost liczby wyjazdów do regionów wyróżniających się pod względem ekologicznym,
- Wzrost zainteresowania szeroko rozumianą turystyką zdrowotną oraz wyjazdami łączącymi cele zdrowotne z aktywnymi formami wypoczynku.

Mocne strony i słabe strony produktu turystycznego w Polsce

Mocne strony

Stosunkowo bogate i dobrze zachowane (w skali europejskiej) środowisko przyrodnicze oraz cenne historyczne dziedzictwo kulturowe

Stosunkowo dobrze rozwinięta i równomierna sieć głównych miast kraju

Korzystne położenie na kontynencie wpływające na rozwój wielu form podróży

Poprawa wizerunku Polski w Europie i na świecie

Słabe strony

Niedostatek charakterystycznych regionalnych produktów turystycznych

Niski standard, jakość i dostępność istniejących usług turystycznych słabo rozwinięta sieć sprzedaży usług, niedorozwój systemu informacji turystycznej.

Niedostateczna infrastruktura transportowa oraz niski standard i jakość wewnętrznego transportu pasażerskiego.

Niewystarczające kwalifikacje kadr zarządzających turystyką

Brak kompleksowego systemu nformacji turystycznej i niedostateczna informatyzacja sektora

Niewystarczający potencjał materialny i finansowy branży turystycznej

Możliwości i zagrożenia produktu turystycznego w Polsce

Możliwości

- Stały wzrost liczby turystów w segmentach szczególnie istotnych dla Polski.
- Nadanie turystyce priorytetu w regionalnym rozwoju gospodarczym i prowadzenie aktywnej polityki turystycznej
- Planowany rozwój infrastruktury technicznej, w tym budowa autostrad i podnoszenie standardu dróg, restrukturyzacja sektora energetyki, oczyszczalni ścieków, telekomunikacji, ochrona przyrody i dziedzictwa kulturowego
- Rozwój produktów turystycznych
- Możliwość wykorzystania potencjału wsi jako terenów atrakcyjnych turystycznie

Zagrożenia

- Silna konkurencja na rynku międzynarodowym nowych turystycznych obszarów recepcyjnych w krajach o podobnych produktach turystycznych jak Polska
- Brak polityki przestrzennej w zakresie zagospodarowania turystycznego
- Ataki terrorystyczne
- Odpływ profesjonalnej kadry za granicę
- Degradacja zasobów naturalnych zwłaszcza cennych przyrodniczo obszarów
- Brak konsolidacji środowisk działających na rzecz rozwoju turystyki.

Wnioski po analizie SWOT

Rozwój turystyki w latach 2007-2013 będzie uzależniony od:

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

Obszar priorytetowy nr 1 - ROZWÓJ PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH

Cel pośredni: Budowa oraz rozwój konkurencyjnej oferty turystycznej

CEL OPERACYJNY 1

Kreowanie i wdrażanie produktów turystycznych

DZIAŁANIA

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

CEL OPERACYJNY 2

Rozwój infrastruktury turystycznej

DZIAŁANIA

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

CEL OPERACYJNY 3

Podnoszenie poziomu jakości produktów turystycznych

DZIAŁANIA

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

Obszar priorytetowy nr 2 – ROZWÓJ ZASOBÓW LUDZKICH

Cel pośredni: Przygotowanie wysokowykwalifikowanych kadr dla turystyki

CEL OPERACYJNY 1

Kształtowanie kadr dla obsługi ruchu turystycznego

DZIAŁANIA

- Wdrożenie systemu szkoleń
- Staże zawodowe
- Kształcenie kadry wykładowców
- Monitoring efektywności kształcenia
- Wspomaganie praktycznej nauki zawodu w programach kształcenia na wszystkich poziomach

CEL OPERACYJNY 2

Kształtowanie turystyki społecznej

DZIAŁANIA

- Wychowanie dla turystyki
- Kształtowanie społecznych kadr ruchu turystycznego

Obszar priorytetowy nr 3 – WSPARCIE MARKETINGOWE

Cel pośredni: Stworzenie spójnego i skutecznego systemu marketingu w turystyce

CEL OPERACYJNY 1

Usprawnienie systemu informacji turystycznej

DZIAŁANIA

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

CEL OPERACYJNY 2

Zwiększenie efektywności działań marketingowych w turystyce

DZIAŁANIA

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

Obszar priorytetowy nr 4 – KSZTAŁTOWANIE PRZESTRZENI TURYSTYCZNEJ

Cel pośredni: Tworzenie kompleksowych rozwiązań sprzyjających kształtowaniu przestrzeni turystycznej

CEL OPERACYJNY 1

Kształtowanie środowiska w kontekście rozwoju przestrzeni turystycznej

DZIAŁANIA

- Innowacje w dziedzinie infrastruktury na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki
- Wdrożenie systemu ułatwień i wzorcowych rozwiązań dla rozwoju proekologicznej infrastruktury turystycznej na obszarach chronionych i ich otulinach
- Wsparcie inicjatyw proturystycznych o charakterze ponadlokalnym
- Tworzenie podstaw prawnych i zasad wyznaczania „obszarów użytku turystycznego"
- Wykorzystanie terenów i obiektów o potencjalnym znaczeniu dla turystyki

CEL OPERACYJNY 2

Zwiększanie dostępności turystycznej regionów przez rozwój transportu

DZIAŁANIA

- Współpraca przy rozbudowie regionalnej i lokalnej infrastruktury ruchu lotniczego uwzględniającej ruch turystyczny
- Uwzględnienie potrzeb regionalnych rynków turystycznych przy modernizacji i rozbudowie infrastruktury transportowej
- Wspomaganie rozwoju systemów transportowych zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju w miejscowościach i obszarach o największym natężeniu ruchu turystycznego
- Wsparcie budowy i modernizacji portów pasażerskich żeglugi śródlądowej i morskiej z uwzględnieniem ruchu turystycznego

Obszar priorytetowy nr 5 – WSPARCIE INSTYTUCJONALNE

Cel pośredni: Wspomaganie systemów rozwijających turystykę

CEL OPERACYJNY 1

Wsparcie instytucji i organizacji działających w obszarze turystyki

DZIAŁANIA

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

CEL OPERACYJNY 2

Tworzenie sprzyjających warunków dla zatrudnienia w przedsiębiorstwach turystycznych

DZIAŁANIA

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

CEL OPERACYJNY 3

Wsparcie przedsiębiorstw turystycznych

DZIAŁANIA

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

CEL OPERACYJNY 4

Wspieranie innowacyjności w turystyce

DZIAŁANIA

- Wprowadzenie nowych technologii w turystyce
- Budowa regionalnych systemów bezpieczeństwa

CEL OPERACYJNY 5

Rozwój badań w obszarze turystyki

DZIAŁANIA

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

Turystykę, z uwagi na jej złożony charakter, należy postrzegać wielopłaszczyznowo.

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

Dziękuję za uwagę

Opracowanie:

dr Aneta Stosik

na podstawie

Strategii rozwoju turystyki na lata 2007-2013,

Materiały:

Ministerstwa Gospodarki i Pracy