

Kompendium pilota wycieczek

Praca zbiorowa pod redakcją Zygmunta Kruczka
Wydanie V zmienione

PROKSENIA
Kraków 2005

Spis treści

WPROWADZENIE	5
1. PRZEMYSŁ TURYSTYCZNY W POLSCE I NA ŚWIECIE	7
1.1. Definicje i kryteria klasyfikacji podróży stosowane w międzynarodowym ruchu turystycznym	15
1.2. Organizacja i funkcjonowanie współczesnego rynku turystycznego	18
1.3. Polityka turystyczna państw i systemy zarządzania turystyką	26
1.4. Organizacja turystyki w Polsce	29
1.4.1. Administracja turystyczna	31
1.4.2. Administracja samorządowa w zakresie turystyki	33
1.4.3. Specjalistyczne organizacje turystyczne	35
1.4.4. System informacji turystycznej	37
1.4.5. Przedsiębiorstwa turystyczne	38
1.4.6. Samorząd gospodarczy i organizacje zawodowe branży turystycznej	46
1.4.7. Społeczne organizacje turystyczne	49
1.4.8. Organizacje studenckie, młodzieżowe, religijne, naukowe, sportowe i inne	51
1.4.9. Sektor socjalny obsługi ruchu turystycznego	52
1.4.10. Podsumowanie	53
2. OBSŁUGA IMPREZ TURYSTYKI PRZYJAZDOWEJ	55
2.1. Tok czynności pilota wycieczek w czasie obsługi imprezy turystycznej	55
3. OBSŁUGA IMPREZ TURYSTYKI WYJAZDOWEJ	67
3.1. Obsługa imprez autokarowych	68
3.2. Obsługa imprez pociągowych (kolejowych)	72
3.3. Obsługa imprez samolotowych	74
3.4. Obsługa imprez turystyki promowej	76
3.5. Odprawa celna	77
4. POSTĘPOWANIE PILOTA W PRZYPADKACH LOSOWYCH I SYTUACJACH AWARYJNYCH	80
4.1. Choroba	80
4.2. Paszport	80
4.3. Bagaż	81
4.4. Zatrzymanie polskiego turysty za granicą	82
4.5. Zgon uczestnika	83
4.6. Sytuacje losowe	83
4.7. Sytuacje awaryjne	84
4.8. Niesubordynacja uczestników	84
4.9. To się zdarzyło lub może się zdarzyć, czyli awarie w trakcie realizacji imprezy	85
5. UBEZPIECZENIA TURYSTYCZNE	89
5.1. Słownik pojęć w ubezpieczeniach turystycznych	94
6. PROBLEMATYKA PRAWNA PILOTAŻU WYCIECZEK	103
6.1. Nabywanie uprawnień pilota wycieczek	103
6.2. Prawa pilota wycieczek	107
6.3. Obowiązki pilota wycieczek	112
6.4. Odpowiedzialność pilota wycieczek	118
6.5. Charakterystyka umów zawieranych przez organizatorów turystyki z klientami	120
6.6. Ubezpieczenia w turystyce	122
6.7. Wybrane przepisy administracyjne w turystyce	123
7. PILOT A GRUPA	127
7.1. Uwagi ogólne o potrzebach i motywach turystów oraz różnych obowiązkach pilota	127
7.2. Cechy grupy turystycznej i zasady jej funkcjonowania	134
7.2.1. Cechy grupy turystycznej	134
7.2.2. Zasady funkcjonowania grupy turystycznej	135
8. PSYCHOLOGIA W PRACY PILOTA WYCIECZEK	139
8.1. Geneza aktywności turystycznej	139
8.1.1. Uprawianie turystyki jako źródło zaspokajania potrzeb ludzkich	139
8.1.2. Motywacja w aktywności turystycznej	141
8.2. Aktywność turystyczna i towarzyszące jej procesy psychiczne	144
8.2.1. Turystyka jako źródło emocji	144
8.2.2. Psychiczne następstwa uprawiania turystyki	145

8.3. Psychologiczne aspekty obsługi ruchu turystycznego	146
8.3.1. Pilot wobec swych klientów. Sylwetki osobowościowe turystów	146
8.3.2. Kierowanie grupą turystyczną	148
8.3.3. Przywództwo a niektóre charakterystyczne grupy wycieczkowe	149
8.3.4. Konflikt w grupie	151
8.3.5. Pilot jako negocjator	151
8.3.6. Wybrane techniki wywierania wpływu społecznego	152
8.4. Program osobistego rozwoju pilota	154
8.4.1. Samokontrola emocjonalna	155
8.5. Podstawowe problemy komunikacji społecznej	157
8.5.1. Komunikacja werbalna, wokalna i niewerbalna	157
8.5.2. Rozwiązywanie konfliktów	160
9. WARSZTAT KRAJOZNAWCZY PILOTA WYCIECZEK	165
9.1. Źródła wiedzy krajoznawczej pilota wycieczek	167
9.2. Metodyka przygotowania się pilotów do prowadzenia imprezy	177
9.3. Formy przekazywania informacji	182
9.4. Pilot a interpretacja atrakcji krajoznawczych	185
9.5. Opis przykładowej trasy turystycznej Kraków – Rimini (Riwiera Adriatycka)	188
10. PODSTAWOWE ZAGADNIENIA I TERMINY Z HISTORII ARCHITEKTURY	205
11. BEZPIECZEŃSTWO I OCHRONA ZDROWIA W TURYSTYCE	231
11.1. Podstawowe zasady ochrony zdrowia	232
11.1.1. Profilaktyka	232
11.1.2. Umiejętność oceny sytuacji zagrożenia stanu zdrowia i życia	240
11.1.3. Umiejętność udzielenia pierwszej pomocy – tzw. pomocy przedlekarskiej w najczęściej występujących chorobach i sytuacjach	240
12. WYBRANE ZAGADNIENIA DOTYCZĄCE STRUKTURY EKONOMICZNO-SPOŁECZNO- -POLITYCZNEJ KRAJU I ŚWIATA (PODSTAWOWE INFORMACJE)	251
12.1. Ustrój społeczno-ekonomiczny	251
12.2. Ustrój polityczny	253
12.3. Polityka zagraniczna	256
12.4. Religie w państwach Unii Europejskiej	260
12.5. Regionalne ugrupowania gospodarcze	262
12.6. Sytuacje nadzwyczajne – zagrożenia terrorystyczne	262
13. TERMINY I POJĘCIA NAJCZĘŚCIEJ STOSOWANE W OBSŁUDZE GRUP TURYSTYCZNYCH	265
ANEKS	275
1. JAK PROFESJONALNIE OBSŁUŻYĆ KLIENTA?	277
2. CHARAKTERYSTYKA DOKUMENTÓW WYSTĘPUJĄCYCH W OBSŁUDZE IMPREZ TURYSTYCZNYCH	281
3. WZORY WYBRANYCH DOKUMENÓW	290
4. WYCIĄG Z WAŻNIEJSZYCH POSTANOWIEŃ KONWENCJI AETR, DOTYCZĄCYCH OBOWIĄZKÓW KIEROWCY I PRZEDSIĘBIORSTWA	310
5. OPŁATY KONSULARNE	314
6. SZKOLENIE PILOTÓW WYCIECZEK. ORGANIZACJA KURSÓW, ZAKRES TEMATYCZNY, TRYB EGZAMINOWANIA	317
6.1. Program szkolenia pilotów wycieczek	318
6.2. Zakresy tematyczne przedmiotów	319
7. REGULACJE PRAWNE DOTYCZĄCE SZKOLENIA, NADAWANIA UPRAWNIEŃ I WYKONYWANIA ZAWODU PILOTA WYCIECZEK	324
7.1. Rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 16.08.2004 r. w sprawie przewodników turystycznych i pilotów wycieczek	324
7.2. Wzór legitymacji pilota wycieczek	340
7.3. Wzór identyfikatora pilota wycieczek	340
7.4. Wzór wniosku o nadanie uprawnień	341
7.5. Wzór świadectwa znajomości języka obcego w zakresie wymaganym od przewodników turystycznych i pilotów wycieczek	342
7.6. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 1 sierpnia 2000 r. w sprawie dokumentowania znajomości języka obcego przez przewodników turystycznych i pilotów wycieczek	343
7.7. Lista dyplomów, zaświadczeń i certyfikatów potwierdzających znajomość języka obcego	344
8. POLSKA FEDERACJA PILOTAŻU I PRZEWODNICTWA	345

1. PRZEMYSŁ TURYSTYCZNY W POLSCE I NA ŚWIECIE

Turystyka jest zjawiskiem wielowymiarowym i może być rozpatrywana jako zjawisko psychologiczne, społeczne, ekonomiczne, przestrzenne i kulturowe.¹ Sytuacja taka powoduje, że samo pojęcie turystyki oraz definicje tego zjawiska od wielu lat budzą wiele kontrowersji. Istota tych kontrowersji sprowadza się nie tylko do kwestii – które z podróży należy uznać za turystyczne, ale także od szerszej problematyki, jaką jest określenie zakresu popytu oraz podaży turystycznej. W skrajnych przypadkach turystyka interpretowana jest – albo jako podróże polegające na zwiedzaniu i wędrownkach, odbywane w czasie wolnym, wyłącznie dla przyjemności (wąskie, najczęściej spotykane potoczne rozumienie turystyki), albo jako wszystkie podróże, które wiążą się z napływem środków finansowych z zewnątrz, w przypadku przyjazdów i ich odpływem w przypadku wyjazdów (szerokie podejście reprezentowane przez niektórych analityków zajmujących się efektami podróży).² Pomędzy tymi poglądami mieści się cała gama pośrednich interpretacji, odzwierciedlających albo partykularne punkty widzenia praktyków reprezentujących poszczególne branże, albo teoretyków reprezentujących określone dyscypliny nauki. Sprawę dodatkowo komplikuje fakt, że turystyka ciągle się zmienia i pojawiają się takie formy podróży, które trudno jednoznacznie zaklasyfikować.³ Dlatego też, aby zrozumieć istotę, zakres i znaczenie współczesnej turystyki, warto prześledzić ewolucję, jakiej podlegały definicje tego zjawiska w różnych okresach jego rozwoju.

Podróże oraz różnego rodzaju wędrownki wykraczające poza obszar codziennej penetracji odbywano od zarania dziejów ludzkości. Wiele spośród nich swym charakterem zbliżonych było do zjawiska, które współcześnie nazywa się turystyką. Jednak przez długi okres, zarówno w mowie potocznej jak i literaturze, brak było odrębnego określenia dla migracji o charakterze turystycznym (tzn. takich wyjazdów, które nie miały podłoża ekonomicznego, a odbywano je głównie dla przyjemności). Tak często używane przez nas współcześnie słowa, jak turysta czy turystyka, pojawiły się i upowszechniły dopiero w XIX wieku.

Trudno jednoznacznie stwierdzić, skąd wywodzi się samo określenie turystyka. Przyjmuje się, że geneza terminów turysta i turystyka sięga XVII wieku i najprawdopodobniej ma związek z określeniem „grand tour”. Oznaczało ono bardzo popularne wówczas wśród młodych Anglików wyjazdy na kontynent (gł. do Francji), odbywane przez nich dla rozrywki oraz w celach poznawczych. Wśród szlachty i zamożnego mieszczaństwa wyjazdy te traktowano jako ważny element kształcenia i wychowania młodych ludzi, a człowiek, który nie odbył grand tour – według ówczesnych opinii – nie mógł uważać się za osobę wykształconą.

W literaturze termin „turysta” pojawił się po raz pierwszy w 1838 roku w książce Stendhala (Henri Beyle) „Mémoires d’ un touriste”.⁴ Tytułowym turystą był młody człowiek, który w podróżach próbował odnaleźć sens życia, wędrując po świecie dla własnej przyjemności oraz w celu przeżycia ciekawych wrażeń. Z biegiem czasu pojęcie oraz rozumienie turystyki ulegały licznym modyfikacjom, które odzwierciedlały zmiany dokonujące się w obrębie samej turystyki (obejmujące: charakter, formy, wielkość uczestnictwa, rozwój infrastruktury itp.) oraz wzrost znaczenia turystyki w życiu społecznym i gospodarczym.

1) Przeclawski K., Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki, Albis, Kraków 1996, s. 31–32.

2) Por. Gilbert D., Conceptual issues in the meaning of tourism, w: Progress in Tourism, Recreation and Hospitality. Vol. 2, Belhaven Press, 1990, s. 4–27.

3) Na przykład kilkumiesięczne wyjazdy bogatych amerykańskich emerytów z północnych stanów USA na południe, po to, aby w lepszych warunkach klimatycznych spędzić okres zimowy.

4) Kulczycki Z., Zarys historii turystyki w Polsce, SiT, Warszawa 1977, s. 18.

Czym więc jest współczesna turystyka? Jak dzisiaj należałoby zdefiniować to zjawisko? Odpowiedź na te z pozoru proste pytania wcale nie jest łatwa. Dowodem na to niech będzie fakt, że do tej pory nie opracowano jednej, uniwersalnej i akceptowanej przez wszystkich definicji turystyki. Interdyscyplinarność i wieloaspektowość zjawiska turystyki powoduje, że definiowana ona jest w bardzo różny sposób, w zależności od punktu widzenia, z jakiego się ją rozpatruje. Inne spojrzenie na zjawisko turystyki ma geograf, inne ekonomista czy socjolog, a jeszcze inne statystyk. Inaczej definiuje się turystykę z punktu widzenia popytu, a inaczej z punktu widzenia podaży turystycznej.

Najczęściej cytowana jest definicja szwajcarskiego ekonomisty Waltera Hunzikera. Twierdzi on, że „turystyka to zespół stosunków i zjawisk wynikających z podróży i pobytu osób przyjezdnych, o ile nie następuje w związku z tym osiedlenie się i podjęcie pracy zarobkowej”.⁵ W definicji tej – podobnie zresztą jak w większości pozostałych – głównym kryterium klasyfikacji różnych form ruchu podróżniczego i wyodrębniania z niego ruchu turystycznego jest antynomia, jaka zachodzi między pracą a działalnością niezarobkową oraz między osiadłym a wędrownym trybem życia.

We współczesnej turystyce często mamy jednak do czynienia z sytuacją, w której łączymy cele turystyczne ze sprawami zawodowymi (służbowymi). Dlatego też niektórzy uważają, że załatwianie spraw zawodowych nie zawsze musi wykluczać turystyczny charakter wyjazdu. Tym bardziej że – jak twierdzą praktycy – z ekonomicznego punktu widzenia (a więc dla całej sfery obsługi ruchu turystycznego) główne motywy wyjazdów nie są sprawą najważniejszą, bowiem każdy przyjezdny korzysta i tak w większości z podobnych (a często z takich samych) usług. Sytuacja taka powoduje, że na turystykę współczesną należy spojrzeć nieco inaczej. Wydaje się, że użyteczność dotychczasowych definicji turystyki (np. W. Hunzikera) maleje, w miarę jak maleje, bardzo wyraźna do niedawna, opozycja między czasem wolnym a pracą i zarabkowaniem oraz między osiadłym trybem życia a wędrowną. Socjologowie wyraźnie mówią o stałej tendencji do zacierania się tych różnic.

W ciekawy sposób turystykę definiuje K. Przeclawski, który twierdzi, że „...w szerokim znaczeniu turystyka jest to całokształt zjawisk ruchliwości przestrzennej, związanych z dobrowolną, czasową zmianą miejsca pobytu, rytmu i środowiska życia oraz wejściem w styczność osobistą ze środowiskiem odwiedzanym (przyrodniczym, kulturowym bądź społecznym)”.⁶ Z treści definicji wynika, że pojęciem turystyki w szerokim znaczeniu powinny być objęte także wyjazdy w celach zarobkowych. Biorąc pod uwagę fakt wyraźnej i stałej tendencji do rozszerzania zakresu znaczeniowego terminu turystyka wydaje się, że definicja K. Przeclawskiego dosyć dobrze oddaje istotę współczesnej turystyki. Tym bardziej, że oprócz szerokiego znaczenia turystyki, autor wyróżnia także jej wąskie znaczenie, gdzie motywami wyjazdu są przede wszystkim potrzeby poznawcze, rekreacyjne i estetyczne. Oba sposoby pojmowania turystyki można przedstawić na tle całego zjawiska ruchliwości przestrzennej ludności.

Bardzo pożyteczną rolę w dziedzinie ujednoczenia terminologii turystycznej odgrywa Światowa Organizacja Turystyki (World Tourism Organisation). W wielu opracowaniach dotyczących kwestii terminologicznych wskazuje ona, że pojęcie turystyki współczesnej wykracza poza wyjazdy ograniczone do rynku urlopowo-wakacyjnego.

5) Hunziker W., *Le tourism social*, Bern, 1951, s. 1. W opracowaniu tym Hunziker sprecyzował definicję opracowaną wspólnie z Kurtem Krapfem, opublikowaną w książce: *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*, Zurich 1942.

6) Przeclawski K., *Człowiek a turystyka – zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków 1996, s. 30.

Schemat nr 1. Turystyka na tle całokształtu zjawisk ruchliwości przestrzennej



Źródło: Przeclawski K., *Człowiek a turystyka – zarys socjologii turystyki*, Albis, Kraków 1996, s. 30.

W stanowisku wypracowanym w czasie Międzynarodowej Konferencji Statystyki w Turystyce, zorganizowanej przez WTO w Ottawie w 1991 roku, zaleca ona, aby turystykę traktować jako „...ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych, lub innych, nie dłużej niż przez rok bez przerwy, poza swoim codziennym otoczeniem, z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest działalność zarobkowa wynagradzana w odwiedzanej miejscowości”⁷.

Zarówno definicja K. Przeclawskiego, jak i definicja WTO są bardzo interesujące i wnoszą nowe spojrzenie na definiowanie zjawiska turystyki. Pewne zastrzeżenie musi jednak budzić fakt, że w obu przypadkach turystyka analizowana jest wyłącznie od strony popytu, z pominięciem konsekwencji, jakie wywołuje wyjazd turystyczny, a więc aspektów podaży turystycznej (w tym zwłaszcza działalności organizatorów i usługodawców turystycznych).

Dlatego też – uwzględniając te zastrzeżenia – można stwierdzić, że pilot wycieczek zagranicznych, świadomy podstawowych funkcji i skutków, jakie turystyka wywołuje, powinien ją rozumieć jako: *ogół zjawisk związanych z podróżą i pobytom osób przebywających czasowo i dobrowolnie poza swoim codziennym środowiskiem życia, a także wielorakie skutki wynikające z interakcji zachodzących między organizatorami a usługodawcami turystycznymi, społecznościami terenów odwiedzanych oraz samymi podróżnymi, o ile głównym celem ich wyjazdu nie jest działalność zarobkowa wynagradzana w odwiedzanej miejscowości.*

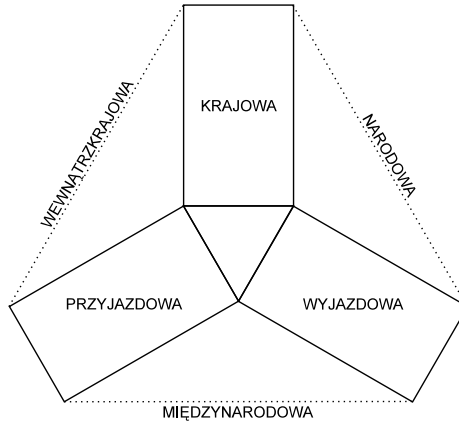
7) Por. Terminologia turystyczna – Zalecenia WTO, Organizacja Narodów Zjednoczonych, World Tourism Organisation, Instytut Turystyki, Warszawa 1995, s. 5–7.

Światowa Organizacja Turystyki (WTO) wyróżnia trzy zasadnicze formy turystyki:

- a) **krajową** – obejmującą podróże mieszkańców po własnym kraju,
- b) **przyjazdową** – obejmującą przyjazdy do danego kraju osób stale mieszkających za granicą,
- c) **wyjazdową** – wyjazdy mieszkańców danego kraju za granicę.

Odpowiednie połączenie tych trzech podstawowych form turystyki pozwala wyodrębnić trzy kolejne formy, co przedstawiono na schemacie nr 2.

Schemat nr 2. Podstawowe formy turystyki według WTO (od strony popytu)



Źródło: Podstawowe definicje i klasyfikacje w statystyce turystyki, IT, Warszawa, 1992, s. 13.

Wyróżnić można wtedy następujące formy turystyki:

- a) **turystykę wewnątrz krajową** – na którą składa się turystyka krajowa i przyjazdowa,
- b) **turystykę narodową** – obejmującą turystykę krajową i wyjazdową,
- c) **turystykę międzynarodową** – łączącą w sobie turystykę przyjazdową i wyjazdową.⁸

Przedstawiona typologia nie wyczerpuje możliwości podziałów turystyki. Zarówno w literaturze fachowej, jak i praktycznej działalności turystycznej funkcjonuje znacznie więcej podziałów oraz wyodrębnianych form turystyki. Jednym z podstawowych, w którym zasadniczymi kryteriami są **charakter przemieszczania się oraz ilość odwiedzanych miejscowości**, jest podział na turystykę pobytową i turystykę wędrowną (nazywaną też wycieczkową).

TURYSTYKA POBYTOWA – polega na przemieszczaniu się turystów z miejsca stałego pobytu do jednej miejscowości, w której realizowane są podstawowe cele wyjazdu. Do najbardziej popularnych form turystyki pobytowej zaliczyć należy: wczasy pobytowe, kolonie, pobyty sanatoryjne, biwaki itp.

TURYSTYKA WĘDROWNA – polega na ciągłym lub etapowym przemieszczaniu się turysty oraz odwiedzaniu różnych (co najmniej dwóch) miejscowości. Najbardziej popularne formy turystyki wędrownej to: wycieczki, obozy wędrowne, autostop, pielgrzymki, tramping, trekking itp.

8) Przedstawione zależności dotyczą konkretnego kraju – jednak w myśl zaleceń WTO – mogą również odnosić się do każdego regionu geograficznego, miejscowości czy też grupy krajów (np. Unii Europejskiej).

Turystykę można podzielić także ze względu na **powszechność uczestnictwa**. Wyróżnia się wtedy turystykę masową (popularną), dostępną dla każdego i nie wymagającą specjalnego przygotowania, oraz turystykę kwalifikowaną.

TURYSTYKA KWALIFIKOWANA – charakteryzuje się tym, że wymaga od uczestników określonej kondycji psychofizycznej i specjalnego ekwipunku, przygotowania oraz umiejętności posługiwania się odpowiednim sprzętem, często połączonej z formalnym wymogiem posiadania określonych uprawnień (np. turystyka piesza, górską, speleologiczną, narciarską, kolarską, kajakową, żeglarską itp.). Turystyce kwalifikowanej często towarzyszy element współzawodnictwa – np. w zdobywaniu określonych odznak turystyki kwalifikowanej PTTK. W ramach turystyki kwalifikowanej wykształciło się kilka charakterystycznych rodzajów imprez oraz specjalistyczne nazewnictwo, takie jak: rajd – charakteryzujący się tym, że turyści lub grupy turystów mają wyznaczone do przebycia różne trasy prowadzące do wspólnego miejsca spotkania (najczęściej dotyczy turystyki pieszej, choć może odnosić się też do innych form turystyki, np. rajd rowerowy), spływ – odnoszący się do turystyki kajakowej, rejs – żeglarskiej.

Ze względu na **czas trwania** wyjazdu rozróżnia się turystykę: krótkoterminową (do trzech noclegów) oraz turystykę długoterminową (powyżej trzech noclegów). W ramach tej pierwszej można dodatkowo wyróżnić wyjazdy beznoclegowe oraz turystykę weekendową. Pierwsza z wymienionych form turystyki dotyczy wyjazdów, w których powrót następuje w tym samym dniu co wyjazd. Natomiast turystyka weekendowa (nazywana też w Polsce wypoczynkiem sobotnio-niedzielnym) dotyczy głównie mieszkańców dużych miast i obejmuje wyjazdy rozpoczynające się w piątek po południu, soboty lub dni przedświąteczne a kończące w niedzielę, realizowane najczęściej w promieniu 100 km od miejsca stałego zamieszkania.

Ze względu na **formę organizacji** wyjazdu, zamawiania świadczeń oraz zaspokajania potrzeb, wyróżniamy turystykę zorganizowaną – gdzie turysta ma zapewnione podstawowe usługi za pośrednictwem organizatorów turystyki – i turystykę niezorganizowaną, gdzie turysta sam organizuje sobie wyjazd, sam realizuje program oraz sam zabezpiecza swoje potrzeby, bezpośrednio u usługodawców turystycznych. Ze względu na **liczbę uczestników** rozróżnia się turystykę indywidualną i grupową, przy czym ta ostatnia może mieć zarówno formę zorganizowaną, jak i niezorganizowaną. Przyjmując za podstawę podziału kryterium podmiotów turystyki, można wyróżnić turystykę: mieszkańców miast i mieszkańców wsi, turystykę dzieci i młodzieży, turystykę trzeciego wieku, turystykę niepełnosprawnych itp.

Ważnym kryterium podziału jest **środek transportu**. Wyróżniamy wtedy turystykę: drogową (motorową, samochodową, autokarową, rowerową), wodną (morską, śródlądową, kajakową, żeglarską, promową), kolejową, samolotową itd. W praktyce znacznie częściej używa się określeń mówiących o konkretnych środkach transportu (np. turystyka autokarowa, promowa, kajakowa, rowerowa) niż rodzaju transportu (np. turystyka drogową, wodną czy kolejową). Ze względu na **okres wyjazdu oraz porę roku** można mówić o turystyce urlopowej i wakacyjnej, letniej, zimowej itd. Często stosuje się także podział ze względu na **region koncentracji** turystów. Wtedy wyodrębnia się turystykę górską, nizinną, nadmorską itd. Z kolei ze względu na **koszty oraz sposób finansowania** wyróżnia się turystykę komercyjną (a więc realizowaną na zasadach rynkowych) i turystykę socjalną, w której występuje element dofinansowania (pośredniego lub bezpośredniego) uczestnictwa w turystyce.

Bardzo istotnym kryterium wyodrębniania różnych form turystyki jest **cel wyjazdu**. Najczęściej wyróżnia się turystykę: krajoznawczą, wypoczynkową, zdrowotną, kulturową, sportową, religijną, pielgrzymkową itp. W związku z tym, że cele wyjazdów mogą być tak

różne, jak różne są potrzeby ludzkie oraz motywy uprawiania turystyki, ograniczyliśmy się jedynie do wymienienia najważniejszych i najczęściej wyodrębnianych form turystyki.

Zarówno w mowie potocznej, jak i literaturze fachowej z zakresu turystyki funkcjonują jeszcze inne formy turystyki, które są wyodrębniane nie ze względu na jakieś konkretne kryterium, ale raczej ze względu na specyficzne cechy, w istotny sposób rzutujące na całą sferę organizacji i obsługi osób w nich uczestniczących. Wymieńmy najważniejsze.

TURYSTYKA BIZNESOWA – podróże w interesach. Cechą charakterystyczną tej formy podróży (zaliczanej od pewnego czasu także do turystyki) jest to, że wykazuje ona znacznie mniejszą wrażliwość na takie czynniki decydujące o wyjazdach, jak: wielkość dochodów, czas wolny, ceny czy sezonowość. Wyróżnia się także zasadniczo odmiennym sposobem akwizycji i pozyskiwania klientów oraz jakością i zakresem usług (np. sprawny system telekomunikacji, dostęp do fachowej prasy i informacji ekonomicznych itp.). Turystyka biznesowa stanowi obecnie jeden z najbardziej dynamicznie rozwijających się segmentów rynku turystycznego.

TURYSTYKA KONGRESOWA – pod tym hasłem kryją się najczęściej wyjazdy na różnego rodzaju konferencje, sympozja, seminaria itp. Uczestniczą w niej głównie naukowcy, politycy, członkowie różnych organizacji społecznych, gospodarczych, kulturalnych, sportowych itp. Krótkoterminowy, raczej elitarny oraz grupowy charakter tej formy turystyki wpływa zasadniczo na zakres, charakter i jakość obsługi, w tym zwłaszcza konieczność zapewnienia specjalnych warunków do świadczenia usług (np. odpowiednio duże i dobrze wyposażone w nowoczesny sprzęt obiekty), co sprawia, że obsługą tego typu imprez najczęściej zajmują się wyspecjalizowane instytucje.

TURYSTYKA MOTYWACYJNA (Incentive tourism) – traktowana jako jeden z elementów nowoczesnego zarządzania oraz kształtowania stosunków międzyludzkich w przedsiębiorstwie. Jest bardzo popularna w USA oraz wielu krajach Europy. Są to wyjazdy turystyczne organizowane przez pracodawców dla swoich pracowników, które z jednej strony stanowią nagrodę za rzetelną pracę lub osiągnięty sukces, z drugiej zaś rodzaj zachęty na przyszłość. Turystyka motywacyjna ma wzbudzić u jej uczestnika uczucie wdzięczności i lojalności wobec własnej firmy.

TURYSTYKA ETNICZNA – dotyczy głównie turystyki międzynarodowej. Obejmuje podróże związane z miejscem pochodzenia (urodzenia i zamieszkania) w przeszłości, zarówno samych turystów, jak i ich przodków. Będą to więc podróże odbywane przez emigrantów do kraju własnego pochodzenia (np. przyjazdy tzw. Polonii do Polski) lub podróże, w czasie których uczestnicy odwiedzają swoje dawne tereny, które w wyniku zmiany granic państwowych znajdują się aktualnie na terytorium innego kraju (np. podróże Polaków na tzw. kresy wschodnie oraz podróże kresowiaków do Polski). Z turystyką etniczną ściśle wiąże się zjawisko diaspory, rozumiane jako rozproszenie danej narodowości na obczyźnie oraz powstawanie grup etnicznych na emigracji. Dla tych grup – które łączy wspólne pochodzenie, język i kultura – turystyka jest jedną z podstawowych form utrzymywania więzi z krajem ojczystym.

TURYSTYKA ALTERNATYWNA (często używa się także terminu turystyka zrównoważona – sustainable tourism) – określenie, które wyznacza nowy sposób podejścia do turystyki, polegający na preferowaniu takich form uczestnictwa oraz organizacji i obsługi ruchu turystycznego, który opiera się na zasadzie zrównoważonego rozwoju. Jego istotą jest, aby rozwój turystyki na danym terenie odbywał się z korzyścią dla środowiska przyrodniczego i kulturowego, ludności terenów odwiedzanych, organizatorów turystyki, jak

i dla samych turystów. Termin ten należy rozumieć jako przeciwieństwo turystyki masowej. Główną ideą turystyki alternatywnej jest kontrolowany rozwój, indywidualizacja, aktywność i wysiłek oraz poszukiwanie jak najbliższego kontaktu z ludnością miejscową. Z turystyką alternatywną blisko związane są pojęcia ekoturystyki i agroturystyki. O ile turystyka alternatywna to raczej nowy sposób podróżowania, to ekoturystyka odnosi się raczej do nowych form planowania rozwoju turystycznego i prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce. Natomiast agroturystyka jest rodzajem turystycznej działalności gospodarczej, polegającym na przyjmowaniu turystów we własnym gospodarstwie rolnym.

* * *

Aby dobrze zrozumieć istotę zjawiska turystyki, trzeba umieć wskazać te elementy, które odróżniają ją od pojęć pokrewnych i bliskoznacznych, takich jak: turystyka, krajoznawstwo, rekreacja, ruch turystyczny itp. O ile w pierwszym przypadku sprawa jest dosyć prosta, bowiem termin ten używany jest w znaczeniu podanym przez B. Wieczorkiewicza, który twierdził, że „**turystyka** to dziedzina studiów naukowych nad organizacją, możliwościami i skutkami ruchu turystycznego”⁹ i obecnie najczęściej używane jest zamiast określenia „nauki (nauka?) o turystyce” – o tyle rozróżnienie pozostałych następcza już niemałych trudności.

Znacznie więcej kłopotu sprawia już na przykład rozróżnienie pojęć turystyki i ruchu turystycznego. Spośród wielu definicji ruchu turystycznego najprostszą (a jednocześnie określającą dosyć dokładnie istotę tego zjawiska) jest definicja opracowana dla potrzeb polskiej statystyki turystycznej. Według niej, **ruch turystyczny** należy rozumieć jako „...ogół przestrzennych przemieszczeń się ludzi związanych z dobrowolną zmianą miejsca pobytu, środowiska i rytmu życia w odniesieniu do określonego obszaru kierunku, okresu itp.”¹⁰ Ruch turystyczny prezentuje więc określony co do wielkości, struktury oraz rozmieszczenia w czasie i przestrzeni popyt na dobra i usługi turystyczne. Natomiast w pojęciu turystyka zawiera się także cała gama zagadnień związanych z podażą turystyczną.

Upraszczając problem można powiedzieć, że kiedy człowiek wybiera się w góry, to mówimy, że uprawia turystykę. Jeśli wędrujących po górach są tysiące, to mamy do czynienia z ruchem turystycznym. Natomiast całokształt stosunków i zjawisk wywołanych ruchem turystycznym składa się na społeczne, ekonomiczne i przestrzenne zjawisko określane mianem turystyki. Turystyka jest bowiem pojęciem znacznie szerszym od ruchu turystycznego. W swym znaczeniu obejmuje ona pojęcie ruchu turystycznego wraz z całą otoczką wielu zagadnień przez ten ruch wywołanych.

Turystykę często łączy się z **krajoznawstwem**, które najczęściej definiuje się jako „...ruch społeczny oparty głównie na różnych formach turystyki, mający na celu poznanie kraju ojczystego (lub regionu), zachowanie jego zasobów przyrodniczych i kulturowych oraz popularyzowanie wiedzy o nim”.¹¹ W niektórych pracach pojęcie krajoznawstwa bywa rozszerzane na poznawanie krajów obcych. W odniesieniu do turystyki, krajoznawstwo spełnia jakby dwie funkcje: daje impuls do wyruszenia na wycieczkę oraz dostarcza treści tej wędrowce, zmieniając ją z bezcelowego pochłaniania kilometrów w zajęcie korzystne dla rozwoju intelektualnego.

Innym zjawiskiem blisko związanym z turystyką jest **rekreacja**. Najczęściej definiuje się ją jako działalność podejmowaną poza obowiązkami zawodowymi, domowymi i społecznymi dla odpoczynku, rozrywki lub rozwoju własnej osobowości. Wydaje się jednak,

9) Wieczorkiewicz B., O użyciu wyrazów „turystyka” i „turystyka”, w: Ruch Turystyczny nr 2, Warszawa 1957, s. 22–25.

10) Definicje podstawowych pojęć z zakresu turystyki, Zeszyty Metodyczne GUS nr 30, GUS, Warszawa 1979, s. 7.

11) Encyklopedia Powszechna PWN, Warszawa 1980, s. 376.

że można wyróżnić co najmniej trzy znaczenia tego terminu. W pierwszym rekreacja oznacza zespół zachowań, które realizuje człowiek w swoim czasie wolnym. W drugim utożsamiana jest jedynie z wypoczynkiem po pracy, a więc z regeneracją sił, z usuwaniem skutków zmęczenia, odnową organizmu. W trzecim, najszerszym rozumieniu, rekreacja pojmowana jest jako zjawisko społeczno-kulturowe, którego podstawę stanowi wzrost ilości czasu wolnego oraz związane z nim formy zachowań ludzi.¹² Rekreacja obejmuje te rodzaje aktywności (działań) człowieka, które mają charakter rozrywkowy, nieobowiązkowy, ludyczny. Ponadto cechuje ją swoisty indywidualizm, powodujący, że rodzaje aktywności i formy rekreacji mogą być tak różne, jak różnorodne są zainteresowania człowieka. Do rekreacji można bowiem zaliczyć np. uprawianie sportu, udział w imprezach kulturalnych, sportowych, hobby, spotkania towarzyskie, udział w zabawach, czytanie, słuchanie radia i oglądanie telewizji, ale także bierny wypoczynek, plażowanie itp. Jedną z form rekreacji może też być uprawianie turystyki.

Tytuł pierwszego rozdziału tej książki (a także całego bloku zagadnień przewidzianego do realizacji w ramach kursów pilotażu) wymaga, aby wyjaśnić czytelnikowi pojęcie przemysłu turystycznego. Wspomniano już w wstępie, że turystyka jest obecnie jedną z największych i najnowocześniejszych dziedzin gospodarki światowej. Z tego powodu coraz częściej zamiast mówić o turystyce, mówi się o *przemysle turystycznym*¹³. Określenie to budzi jednak pewne kontrowersje i jako takie wymaga wyjaśnienia i sprecyzowania.

Nie wdając się w szeroką dyskusję na ten temat¹⁴, można przyjąć – z zastrzeżeniem umowności pojęcia – *przemysłem turystycznym* powinno się nazywać kompleks powiązanych ze sobą przedsiębiorstw oraz innych organizacji zaangażowanych w produkcję dóbr i usług, która nie miałaby racji bytu, gdyby nie popyt zgłaszany przez uczestników ruchu turystycznego lub też turyści nie mogliby bez niej zaspokoić swoich podstawowych potrzeb turystycznych¹⁵. W definicji tej zwrócono uwagę na dwa ważne aspekty. W pierwszej części definicji podkreślono znaczenie sektorów obsługujących wyłącznie lub w zdecydowanej większości uczestników ruchu turystycznego (np. hotelarstwo, lotnictwo pasażerskie, touroperatorzy, agencje turystyczne), dla których turystyka stanowi podstawowy przedmiot działalności. Natomiast w drugiej części definicji podkreślono znaczenie tych sektorów, które w dużej części – oprócz turystów – obsługują również rezydentów oraz podróżnych nie będących turystami (np. gastronomia, transport, kultura itp.).

Warto dodać, że w dyskusjach nad pojęciem i zakresem przemysłu turystycznego pojawiła się nowa koncepcja, polegająca na rozróżnianiu wąskiego i szerokiego wymiaru turystyki w gospodarce. Koncepcja ta została zaproponowana przez Światową Radę Podróży i Turystyki (WT&TC) Eksperti tej organizacji uważają, że to co dotychczas nazywane było (najczęściej zresztą zamiennie) gospodarką turystyczną lub przemysłem turystycznym, należy rozgraniczyć na:

- **Gospodarkę turystyczną (Travel and Tourism Economy)**, która odnosiłaby się do tego co dotychczas nazywano przemysłem turystycznym szerokim wymiarze.

12) Winiarski R., Wstęp do teorii rekreacji (ze szczególnym uwzględnieniem rekreacji fizycznej), Wydawnictwo Skrytowe nr 100, AWF Kraków, Kraków 1989, s. 9.

13) Na przykład w znakomitym (liczącym prawie 800 stron) raporcie TTG – „The TTG World Travel Report: 1995–2000”, opisując rynek i podaż turystyczną, używa się prawie wyłącznie pojęcia „przemysł turystyczny”. Por. The TTG World Travel Report: 1995–2000, Market Tracking International Ltd, London 1997.

14) Na przykład w opracowaniu: Alejziak W., Przemysł turystyczny – przyczynek do dyskusji na temat zasadności używania, definicji oraz zakresu znaczeniowego pojęcia, [w:] Przemysł turystyczny [Red. A. Schwichtenberg i E. Dziegieć], Politechnika Koszalińska Koszalin 2000, s. 13–58.

15) Tamże, s. 52.

W tym znaczeniu obejmować ona powinna całą gospodarkę w tej części która pośrednio lub bezpośrednio wiąże się z turystyką. Oznacza to, że popyt turystyczny obejmuje w tym przypadku nie tylko dobra i usługi służące organizacji i konsumpcji turystycznej, ale także inne rodzaje działalności gospodarczej, ściśle lub częściowo uzależnione od ruchu podróźniczego, które nie mogłyby się rozwijać gdyby nie turystyka. Najbardziej obrazowym, a jednocześnie jednym z najbardziej kontrowersyjnych przykładów szerokiego rozumienia gospodarki turystycznej jest zaliczanie do niej popytu na samochody oraz wydatków ponoszonych na zakup paliw, w tej części która wiąże się z aktywnością turystyczną. Innym przykładem mogą być meble kupowane do hoteli i pensjonatów, albo mapy, przewodniki, a nawet podręczniki turystyczne, które są źródłem części obrotów notowanych przez przemysł poligraficzny i wydawniczy.

- **Przemysł turystyczny (Travel and Tourism Industry)**, który w węższym dotyczyłby tego pojęcia w węższym wymiarze i obejmował tylko produkcję dóbr i usług stricte turystycznych, związanych z: zakwaterowaniem, wyżywieniem, transportem, usługami rekreacyjnymi itd.

Według wielu autorów propozycja WTTC wydaje się bardzo interesująca i to przynajmniej z kilku powodów. Przede wszystkim ma solidne podstawy teoretyczne w prowadzonych wcześniej studiach i analizach, które zostały pozytywnie ocenione przez ekspertów z zakresu statystyki ekonomicznej. Po drugie, istnieją możliwości oszacowania podstawowych wskaźników ekonomicznych w każdym z wymienionych wymiarów. Po trzecie, jest kompatybilna z trwającymi właśnie pracami nad tzw. rachunkiem satelitarnym turystyki¹⁶, dzięki czemu stwarza warunki do oszacowania obrotów turystycznych w wymiarze poszczególnych krajów, ugrupowań gospodarczych oraz całego świata. I w końcu od wszystkich, którzy podejmują dyskusje na temat ekonomicznego znaczenia turystyki, propozycja ta będzie wymagać wyraźnego sprecyzowania tego, czy mówią oni o gospodarce turystycznej (w szerokim znaczeniu), czy też o przemyśle turystycznym.

1.1. DEFINICJE I KRYTERIA KLASYFIKACJI PODRÓŻNYCH STOSOWANE W MIĘDZYNARODOWYM RUCHU TURYSTYCZNYM

Duża dowolność w definiowaniu turystyki i zjawisk z nią związanych, jaka panuje wśród naukowców zajmujących się badaniem tego zjawiska, nie może mieć miejsca w statystyce dotyczącej ruchu turystycznego. Ekonomiczne znaczenie turystyki, w tym zwłaszcza tzw. niewidzialnego eksportu – jak często określa się turystykę zagraniczną przyjazdową – sprawia, że definiowanie i kryteria klasyfikacji podróźnych, szczególnie istotne znaczenie mają w przypadku turystyki międzynarodowej.

W ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat zapotrzebowanie na rzetelne dane statystyczne, w tym zwłaszcza wielkości i struktury ruchu turystycznego dotyczące turystyki, systematycznie wzrastało. Są one bowiem podstawą wszelkich analiz rynku turystycznego, skutecznego marketingu, decyzji inwestycyjnych, planowania przestrzennego, ochrony środowiska itp. Prawidłowe określenie celów oraz realizacja polityki turystycznej względem zagranicznej

16) Tourism Satellite Accounting. Results, Estimates and Forecasts for Governments and Industry. Overview and Definitions, WTTC, 2000, s. 2.

turystyki wyjazdowej i przyjazdowej – zarówno jeśli chodzi o politykę państwa, jak i politykę przedsiębiorstw turystycznych – wymaga jasnego określenia kryteriów klasyfikacji wszystkich podróży międzynarodowych – tak, aby można było spośród nich wyróżnić turystów. Musimy wiedzieć, jaka jest wielkość, struktura i charakter popytu turystycznego, a więc ilu turystów musimy obsłużyć, jakich dochodów możemy się spodziewać z tytułu ich przyjazdu, ile przygotować miejsc noclegowych, gastronomicznych, jak zorganizować transport itp. Bardzo istotna jest także kwestia porównywalności danych statystycznych dotyczących międzynarodowego ruchu turystycznego. Dlatego też musimy jasno określić – kto to jest turysta międzynarodowy.

O randze tego problemu może świadczyć fakt, że zajmowały się nim najważniejsze organizacje międzynarodowe, w tym zwłaszcza Liga Narodów¹⁸ oraz jej następczyni – Organizacja Narodów Zjednoczonych. W powojennym okresie kilkakrotnie zmieniano kryteria klasyfikacyjne oraz podstawowe definicje związane z międzynarodowym ruchem turystycznym. Zasadnicze rozstrzygnięcia w tym względzie zapadły w czasie Konferencji Narodów Zjednoczonych zorganizowanej w 1963 roku w Rzymie.

Komisja Statystyki ONZ ustaliła wówczas, że w statystykach dotyczących turystyki międzynarodowej wyodrębniać się będzie trzy rodzaje podróży: odwiedzających, turystów i wycieczkowiczów. Ustalono, że „...dla celów statystycznych określenie odwiedzający obejmuje wszystkie osoby przybywające do kraju nie będącego krajem ich stałego zamieszkania, w jakimkolwiek celu, z wyjątkiem wykonywania w tym kraju odpłatnie zawodu”.¹⁹ Odwiedzających podzielono na:

TURYSTÓW – to znaczy odwiedzających, którzy przebywają w odwiedzanym kraju co najmniej 24 godziny, i których cele podróży mogą być ujęte w następujące grupy:

- a) wykorzystanie czasu wolnego, rozrywka, wakacje, zdrowie, studia, religia lub sport;
- b) interesy, sprawy rodzinne, misje, zjazdy itp.;

WYCIECZKOWICZÓW – to znaczy odwiedzających, którzy przebywają w danym kraju krócej niż 24 godziny (łącznie z uczestnikami rejsów morskich).

W związku z ciągłym rozwojem turystyki międzynarodowej oraz tendencją do rozszerzania zakresu znaczeniowego pojęcia turystyka, przytoczone wyżej tzw. definicje rzymskie zostały uściśnione w czasie Międzynarodowej Konferencji Statystyki Turystyki w 1991 roku w Ottawie.²⁰ Wprowadzono trzy dosyć istotne zmiany. Pierwsza polegała na przyjęciu ograniczenia czasowego w postaci wyłączenia ze statystyk turystycznych osób, które przebywają w danym kraju dłużej niż 12 miesięcy. Oznacza to, że każdy cudzoziemiec przebywający w danym kraju dłużej niż jeden rok (niezależnie od motywów), nie może być uwzględniany w statystykach turystycznych. Druga modyfikacja polegała na zmianie kryterium czasowego (24 godz.) na kryterium korzystania z noclegu w publicznych lub prywatnych obiektach noclegowych na terenie odwiedzanego kraju. W definicji rzymskiej mówiono jedynie o minimum 24-godzinnym pobycie, natomiast obecnie, aby dany odwiedzający mógł być uwzględniony w statystykach turystycznych jako turysta, musi skorzystać z noclegu. Jeśli tego nie zrobi, będzie traktowany jako odwiedzający jednodniowy, bowiem termin ten – i to jest trzecia zmiana – został wprowadzony zamiast używanego dotychczas określenia wycieczkowicz.

18) Liga Narodów już w 1937 roku postanowiła zdefiniować pojęcie turysty międzynarodowego oraz doprowadzić do ujednoczenia terminologii międzynarodowego ruchu turystycznego. Por. Libera K., Międzynarodowy ruch osobowy, PTE, Wrocław 1965, s. 7.

19) Publication of International Union of Official Travel Organizations. The United Nations Conference in International Travel and Tourism. Resolution and Recommendation, s. 14, cyt. za: Reczek W., Model organizacyjny turystyki w Polsce, SiT, Warszawa 1969, s. 28–30.

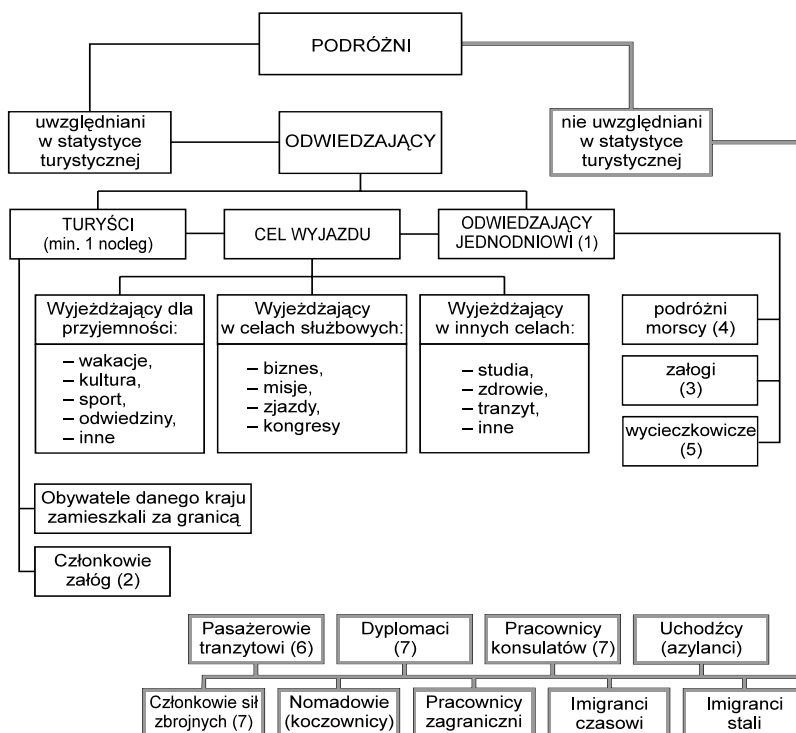
20) Terminologia Turystyczna – Zalecenia WTO, ONZ, WTO, Warszawa 1995, s. 7–10.

W czasie konferencji wyszczególniono te kategorie podróżnych, które nie powinny być uwzględniane w statystykach przyjazdów i wyjazdów międzynarodowych. Należą do nich:

- a) osoby przekraczające granice kraju jako imigranci lub emigranci, wraz z osobami będącymi na ich utrzymaniu, które im towarzyszą lub do nich jadą,
- b) osoby mieszkające na terenach przygranicznych w jednym kraju i pracujące w drugim (tzw. pracownicy przygraniczni),
- c) dyplomaci i urzędnicy konsularni oraz ich służący i osoby będące na ich utrzymaniu, które im towarzyszą lub do nich jadą,
- d) członkowie sił zbrojnych podróżujący z kraju zamieszkania do kraju, w którym odbywają służbę, lub z powrotem,
- e) osoby podróżujące jako uchodźcy lub nomadowie,
- f) osoby, które formalnie nie przekraczają granicy kraju, np. pasażerowie lotów tranzytowych, którzy przebywają przez krótki czas na wydzielonym terytorium portu lotniczego, lub pasażerowie statku, którzy nie mają pozwolenia na zejście na ląd: kategoria ta obejmuje także pasażerów przewożonych bezpośrednio pomiędzy lotniskami lub innymi terminalami komunikacyjnymi. Pozostali pasażerowie przejeżdżający przez dany kraj tranzytem powinni zostać zaklasyfikowani jako odwiedzający.

Aktualne zasady i kryteria klasyfikacji międzynarodowego ruchu osobowego dla potrzeb statystyki turystycznej można przedstawić w postaci następującego schematu.

Schemat nr 3. Kryteria klasyfikacji międzynarodowego ruchu turystycznego



Źródło: opracowanie własne na podstawie: Terminologia turystyczna – Zalecenia WTO, Organizacja Narodów Zjednoczonych, World Tourism Organisation, Warszawa 1995.

Wyjaśnienia do schematu nr 3.

1. Odwiedzający nie korzystający z noclegu, mimo że mogą pozostawać w danym kraju dłużej niż 24 godz. (np. śpią na statkach).
2. Członkowie załóg statków i samolotów, którzy korzystają z zakwaterowania w odwiedzanym kraju.
3. Załogi nie korzystające z zakwaterowania w odwiedzanym kraju.
4. Uczestnicy rejsów morskich, śpiący na statkach są zaliczani do wycieczkowiczów, nawet jeśli ich podróż trwa dłużej niż 24 godziny.
5. Odwiedzający, którzy przyjeżdżają i wyjeżdżają z danego kraju tego samego dnia.
6. Gdy nie opuszczają stref wydzielonych w dworcach i portach lotniczych lub są przewożeni bezpośrednio z jednego terminalu na drugi.
7. Wtedy, gdy podróżują ze swojego kraju bezpośrednio do placówki za granicą i odwrotnie.

Podsumowując rozważania dotyczące terminologii turystycznej należy stwierdzić, że istnieje w tej materii dosyć duży chaos i zaskakująca dowolność w interpretacji różnych pojęć związanych z turystyką. Wynika to zasadniczo z dwóch przyczyn. Pierwszą z nich jest fakt, że dotychczas zasadniczą część zjawisk związanych z turystyką była analizowana oraz definiowana od strony popytu, a nie podaży turystycznej, a to ona jest przecież głównym źródłem najważniejszych informacji oraz danych statystycznych na temat turystyki. Drugą przyczyną wiąże się z tym, że turystyka dopiero stosunkowo niedawno stała się przedmiotem zainteresowań naukowców i obszarem naukowych dociekań. Z tego też powodu badacze zajmujący się problematyką turystyczną nie dopracowali się jeszcze tzw. metajęzyka, w którym każdy termin ma ściśle określone znaczenie, tak jak to ma miejsce w naukach ścisłych lub innych naukach o znacznie starszym rodowodzie.

1.2. ORGANIZACJA I FUNKCJONOWANIE WSPÓŁCZESNEGO RYNKU TURYSTYCZNEGO

W rozdziale tym zaprezentowano ogólne zasady funkcjonowania rynku turystycznego, ze szczególnym uwzględnieniem najważniejszych jego segmentów, tzn. rynku usług organizatorskich i pośredniczkich oraz hotelarstwa. W pierwszej części omówiono podstawowe podmioty działające na rynku turystycznym, uwzględniając jedynie te instytucje, które zajmują się bezpośrednią organizacją i obsługą ruchu turystycznego. Druga część rozdziału poświęcona jest charakterystyce najważniejszych firm i instytucji działających na polskim rynku turystycznym, co w zamierzeniu autora miało ukazać szerokie spektrum organizacji i instytucji działających w branży turystycznej w Polsce oraz wskazać przyszłym pilotom możliwości zatrudnienia po ukończeniu kursu.

Współczesne oblicze rynku organizatorów turystyki na świecie tworzy wiele różnego rodzaju organizacji i instytucji. Analizując rynek turystyczny od strony podaży, najczęściej wyróżnia się pięć zasadniczych sektorów przemysłu turystycznego.

SEKTOR BAZY NOCLEGOWEJ – obejmujący funkcjonowanie wszystkich rodzajów bazy noclegowej wykorzystywanych dla potrzeb przemysłu podróży i turystyki, w tym: hotele, motele, pensjonaty, sanatoria, schroniska, wioski wakacyjne, centra rekreacyjno-wypoczynkowe, apartamenty, kempingi, ośrodki „time share” itd.

SEKTOR ATRAKCJI – obejmujący podstawowe dobra i usługi turystyczne (walory turystyczne), w tym: parki narodowe, rezerваты przyrody, muzea i galerie, miejsca histo-

ryczne, zabytki, parki tematyczne, parki rozrywki, festiwale, ośrodki sportowo-rekreacyjne, kasyna oraz różnego rodzaju urządzenia turystyczne (kąpieliska, wyciągi narciarskie, kolejki górskie itp.).

SEKTOR TRANSPORTOWY – obejmujący: zarówno tzw. nieturystyczny transport publiczny (międzymiastowe i miejskie regularne połączenia kolejowe, autobusowe), jak i instytucje wyspecjalizowane w obsłudze ruchu podróżniczego i turystycznego, takie jak: linie lotnicze (regularne i czarterowe), morskie linie pasażerskie (w tym promowe), statki wycieczkowe, firmy wyspecjalizowane w przewozach autokarowych, firmy „rent a car” itd.

SEKTOR ORGANIZACJI LOKALNYCH W OBSZARACH RECEPCJI RUCHU TURYSTYCZNEGO – niezależnie od tego, czy mówiąc o obszarach recepcji ruchu turystycznego, mamy na myśli kraje, czy też regiony i miejscowości turystyczne. Obejmuje on więc: narodowe organizacje turystyczne, różnego rodzaju zrzeszenia gospodarcze i stowarzyszenia turystyczne oraz regionalne i lokalne organizacje zajmujące się promocją turystyki na danym terenie.

SEKTOR ORGANIZATORÓW TURYSTYKI – obejmujący: turoperatorów, detaliczne agencje turystyczne, biura rezerwacji świadczeń (np. noclegów), stowarzyszenia turystyczne oraz inne organizacje społeczne zajmujące się organizacją i obsługą ruchu turystycznego.

W niniejszym opracowaniu zajmiemy się przede wszystkim pierwszym i ostatnim (w mniejszym stopniu trzecim) z wymienionych sektorów przemysłu turystycznego. Biorąc za kryterium główny cel działalność oraz sposób finansowania, wśród wszystkich bezpośrednich organizatorów i usługodawców turystycznych można wyróżnić instytucje działające na zasadach rynkowych, które tworzą tzw. sektor komercyjny (biura podróży, turoperatorzy, agencje turystyczne, hotele, linie lotnicze itp.), oraz organizacje typu non profit (np. stowarzyszenia, fundacje). Z uwagi na to, że obecnie podstawowe znaczenie w organizacji i obsłudze ruchu turystycznego odgrywają instytucje działające na zasadach rynkowych, zajmiemy się przede wszystkim takimi właśnie podmiotami rynku turystycznego.

Do najważniejszych organizacji tego typu należy zaliczyć instytucje, które przyjęło się nazywać biurami podróży. Organizacje zbliżone swym charakterem oraz funkcjami do współczesnych biur podróży pojawiły się w połowie XIX wieku. Początkowo łączyły one w sobie zarówno działalność w zakresie pośrednictwa, jak i organizacji imprez. Jednak dalszy rozwój biur podróży przebiegał w dwóch kierunkach. Część z nich wyspecjalizowała się w kompleksowej organizacji podróży, pozostałe natomiast ograniczyły się do świadczenia usług pośredniczkich, polegających głównie na sprzedaży imprez turystycznych, wyprodukowanych przez innych organizatorów lub bezpośrednich usługodawców turystycznych.

Znalazło to odzwierciedlenie w terminologii turystycznej, gdzie oprócz terminu biuro turystyczne, które łączyło obie funkcje, pojawiły się takie określenia jak turoperator – oznaczające firmę zajmującą się organizacją kompleksowej obsługi turystów, oraz agencja turystyczna – zajmująca się pośrednictwem w sprzedaży imprez. W języku polskim wspomniane rozgraniczenie pojęć następuje z pewnym opóźnieniem w stosunku do innych krajów, gdzie wyraźnie rozgranicza się pojęcie organizatora turystyki (np. „Tour-operator” w języku angielskim, „Reiseveranstalter” w języku niemieckim, czy „Voyagist” w języku francuskim) od pojęcia pośredników w sprzedaży (odpowiednio: „Travel Agents” lub „Retail Travel Agents”, „Reiseagent” lub „Reiseagentur” oraz „L’agence de voyages”). Jednak w ostatnich latach w coraz większej liczbie krajów (w tym także w Polsce) mówiąc o organizatorach turystyki, używa się określenia „turoperator”.

Obecnie pośrednictwo oraz organizacja imprez turystycznych stanowią dwa instytucjonalnie wyodrębnione rodzaje usług, z których każda posiada specyficzny przedmiot i wartość użytkową. W całym systemie funkcjonowania rynku turystycznego zasadniczo można wyróżnić trzy grupy podmiotów, które uczestniczą w procesie tworzenia i dystrybucji produktu turystycznego:

- dostawców,
- organizatorów turystyki (turoperatorów),
- oraz agentów turystycznych.

DOSTAWCY (Suppliers) mają podstawowe znaczenie w przygotowaniu oferty turystycznej. Zwykle są nimi bezpośredni producenci poszczególnych dóbr i usług turystycznych, firmy, które dostarczają cząstkowych (pojedynczych) składników kompleksowego produktu turystycznego, takich jak: transport, nocleg, wyżywienie oraz różnorodne produkty sektora atrakcji turystycznych (muzeum, park rozrywki, imprezy kulturalne, festiwale itp.). W tym rozumieniu dostawcami są więc linie lotnicze, hotele, kempingi, restauracje, centra rekreacyjne, wypożyczalnie samochodów itd.

ORGANIZATORZY TURYSTYKI (Tour-operators) to najczęściej duże firmy, które działają na zasadach podobnych do hurtowników w handlu. Ich działalność polega na skupowaniu w dużych ilościach (a przez to po korzystnych cenach) pojedynczych usług od bezpośrednich producentów dóbr i usług turystycznych (dostawców) oraz tworzeniu z nich kompleksowych produktów turystycznych w postaci tzw. package tours, sprzedawanych po zryczałtowanej cenie. Tak więc w istocie to właśnie turoperator jest producentem usług (produktów) turystycznych, bowiem oprócz faktu kompletowania poszczególnych elementów i tworzenia produktu finalnego w postaci pakietu turystycznego, to on bierze na siebie odpowiedzialność za jego jakość. Firmy turooperatorskie wykupują miejsca w hotelach, organizują wyżywienie i transport, zapewniają dostęp do wyciągów narciarskich, czarterują loty itp. – zapewniają wszystkie niezbędne usługi składające się na imprezę turystyczną. Turoperator tworzy wielką liczbę imprez turystycznych, które następnie w skatalogowanej postaci trafiają do dystrybucji. Pewna ich część sprzedawana jest poprzez własne punkty sprzedaży, w ramach tzw. sprzedaży bezpośredniej,²¹ natomiast zdecydowana większość oddawana jest do dystrybucji współpracującym z turooperatorem pośrednikom. Pośrednicy ci tworzą trzecią z omawianych grup podmiotów działających na rynku turystycznym, jaką są agencje turystyczne. Do największych turoperatorów na świecie zaliczyć należy firmy amerykańskie (np. American Express czy Carlson Network Travel – każda z tych firm osiąga łączne obroty sięgające kilku miliardów USD), niemieckie: TUI (Touristik Union Internationale, obsługujące rocznie około 4 mln klientów) i NUR (Neckermann und Reisen Touristik – 3,5 mln) oraz brytyjskie: Thomson (3,5 mln) i First Choice (2 mln). Dodać trzeba, że wymienione firmy w większości przypadków mają charakter ponadnarodowy, a przypisanie ich do konkretnych krajów wiąże się raczej z główną siedzibą, niż własnością oraz zakresem i obszarem działalności, bowiem najczęściej występuje w nich kapitał międzynarodowy.

AGENCI PODRÓŻY (Travel Agent) stanowią pośrednie ogniwo w systemie dystrybucji usług turystycznych. Funkcję tę może pełnić zarówno mała firma z kilkoma pracownikami, jak również duża agencja grupująca wiele punktów sprzedaży detalicznej (tzw. Retail Agents), która zatrudnia setki osób. Agencje turystyczne zajmują się bezpośrednią dys-

21) Przykładem takiej działalności, polegającej na sprzedaży imprez bezpośrednio klientowi z pominięciem pośrednika (agencji turystycznej), jest firma Portland Holidays w Wielkiej Brytanii, będąca wyodrębnionym działem sprzedaży bezpośredniej w imperium Thomson Holidays.

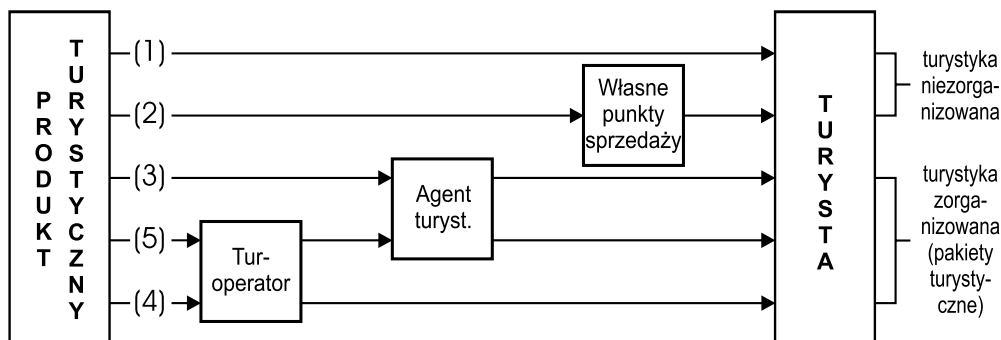
trybucją imprez turystycznych. Mogą sprzedawać kompleksowe pakiety udostępnione im przez turoperatorów albo pojedyncze usługi otrzymane bezpośrednio od dostawców. W obu przypadkach podstawą ich zysku jest prowizja od sprzedanych imprez, otrzymywana od kontrahenta. Średnia stawka prowizyjna w większości krajów europejskich wynosi około 10% ceny imprezy,²² przy czym wielu turoperatorów przyznaje także dodatkową prowizję uzależnioną od wielkości sprzedaży. Przeciętny zysk netto agencji turystycznych, po pokryciu kosztów, waha się od 2 do 4% wartości sprzedaży. Większość agentów podróży prowadzi także usługi dodatkowe, takie jak: załatwianie paszportów i wiz, ubezpieczeń komunikacyjnych i turystycznych, obsługę czeków podróżnych itp. Agencje turystyczne spełniają rolę detalistów w dystrybucji produktów turystycznych – ich rola polega więc na zapewnieniu zleceniodawcy dostępu do rynku, a klientowi miejsca, gdzie może nabyć usługi turystyczne. Do największych sieci agencyjnych na świecie zaliczyć można firmy amerykańskie (Uniglob Travel, Apple Vacations, Globus Gateway) oraz działające w Europie (AT Mays, Lunn Polly, Picfords, Havas Tourisme). Każda z wymienionych firm posiada po kilkaset własnych punktów sprzedaży w wielu krajach świata. Istnieje także pewna ilość wielkich organizatorów turystyki, działających na zasadach podobnych do turoperatorów, ale sprzedających swoje produkty wyłącznie we własnych punktach sprzedaży detalicznej. Największą firmą tego typu jest Thomas Cook Group, posiadający ponad tysiąc przedstawicielstw i własnych punktów sprzedaży w kilkudziesięciu krajach świata.

Z przedstawionych charakterystyk wynika, że zasadnicza różnica między agentem podróży a turooperatorem polega na tym, że agent pracuje w imieniu firmy, od której otrzymuje do sprzedania określone produkty i jest wynagradzany od każdej sprzedaży, ale najczęściej nie bierze na siebie odpowiedzialności za usługi swego szefa. W odróżnieniu od agenta turooperator kupuje cząstkowe elementy produktu turystycznego na własny rachunek i zestawia je w taki sposób, aby sprzedać w postaci pakietu. Tak więc o jego zysku stanowi marża, czyli wysokość narzutu na ceny, które płaci dostawcom usług, składających się na pakiet.

Analizując funkcjonowanie rynku turystycznego, trzeba jeszcze wspomnieć o instytucji tzw. brokersów. Nazwą tą określane są instytucje będące hurtowymi pośrednikami między producentami usług cząstkowych (dostawcami) a ich klientami. Działają one przede wszystkim w dziedzinie transportu lotniczego i usług noclegowych, rzadziej w zakresie innych usług turystycznych.

Tworzenie i kanały dystrybucji produktu turystycznego oraz rolę wszystkich podmiotów działających na rynku turystycznym można przedstawić w postaci schematu.

Schemat nr 4. Rodzaje dystrybucji produktu turystycznego



22) Nieco mniej w przypadku sprzedaży innych usług.

Kanały dystrybucji usług turystycznych możemy prześledzić na przykładzie usług noclegowych. Producent takich usług może je sprzedać turyście bezpośrednio w hotelu (kanał 1) lub w innym własnym punkcie sprzedaży, gdzie pełni rolę detalisty (kanał 2). Może też oddać te usługi do sprzedaży wyspecjalizowanej agencji zajmującej się sprzedażą takich usług (kanał 3), albo też odsprzedać je turoperatorowi, który łącząc je z innymi usługami, sprzedaje je w postaci pakietu. Przy czym ten ostatni może to zrobić albo sprzedając je bezpośrednio turyście poprzez własną sieć punktów sprzedaży detalicznej (kanał 4), albo oddać do dystrybucji agencji turystycznej, która sprzedaje je klientowi (kanał 5).

Charakterystyczną cechą rynku organizatorów turystyki są bliskie kontakty turoperatorów, agencji turystycznych oraz linii lotniczych (zwłaszcza wyspecjalizowanych w lotach czarterowych). Włączenie się linii lotniczych w bezpośrednią obsługę ruchu turystycznego w zasadniczy sposób wpłynęło na system funkcjonowania rynku turystycznego. Obecnie wielkie znaczenie mają tzw. strategiczne sojusze w branży turystycznej. Dla przykładu, największy brytyjski turoperator Thomson Holidays kontroluje sieć agencyjną Lunn Poly oraz linię lotniczą Britannia Airways. Natomiast konkurujący z Thomsonem inny duży turoperator Airtours, współpracuje z łańcuchem agencyjnym Going Places oraz linią lotniczą Airtours Aviation.

Jednak największą rewolucję w branży turystycznej wprowadziły tzw. CRS (Computerised Reservation Systems), czyli komputerowe systemy rezerwacyjne. To właśnie opracowany w 1962 roku przez American Airlines dosyć prosty system komputerowej rezerwacji i sprzedaży biletów lotniczych dopomógł tej linii lotniczej w uzyskaniu dominującej pozycji nie tylko na rynku lotniczym, ale także pozwolił na skuteczniejszą działalność tej firmy na rynku turystycznym. Dosyć szybko zorientowano się bowiem, jakie korzyści może mieć umieszczenie terminali systemu w biurach turystycznych oraz rozszerzenie ich możliwości o wiele innych funkcji rezerwacyjnych (takich jak: rezerwacje hotelowe, wynajem samochodów, rezerwacje biletów na inne środki transportu, imprezy artystyczne itp.). Wprowadzenie CRS przyczyniło się do znacznego wzrostu efektywności działalności turystycznej i uczyniło z nich jeden z podstawowych elementów funkcjonowania współczesnego systemu organizacji i obsługi ruchu turystycznego. Wyeliminowały one tak nieodłącznie kojarzące się z branżą turystyczną rekwizyty, jak: grafiki, plansze i tablice dyspozycyjne. Tradycyjny system rezerwacji świadczeń charakteryzował się małą elastycznością i opóźnioną realizacją transakcji, związaną z koniecznością potwierdzenia rezerwacji, co praktycznie uniemożliwiało ponowną sprzedaż anulowanego świadczenia. Obecnie żaden turoperator nie jest w stanie funkcjonować bez skomputeryzowanego systemu rezerwacyjnego, w którym są zgromadzone i mogą być błyskawicznie przywołane informacje istotne z punktu widzenia obsługi ruchu turystycznego. Zakomicie wpłynęło to na proces tworzenia produktów turystycznych przez firmy touroperatorskie. Ale korzyści z CRS-ów czerpią także agencje turystyczne, które nie muszą już każdorazowo telefonować do turoperatora w celu rezerwacji konkretnych świadczeń, bowiem mogą to zrobić niemal natychmiast za pośrednictwem łączy komputerowych. Nie bez znaczenia jest także możliwość dokonania szybkiej zmiany w programie oraz sprzedaży imprez w systemie „last minut” (w ostatniej chwili). Aktualnie największe znaczenie na rynku turystycznym mają systemy komputerowe o zasięgu globalnym – stąd też określa się je mianem GDS (Global Distribution Systems). Największe z nich to:

- a) **AMADEUS** – został uruchomiony w 1987 roku w wyniku współpracy następujących linii lotniczych: Air France, Lufthansa, Iberia i SAS. Zasięg systemu wy-

- znacza ponad 40 000 terminali, co stanowi około 60% ogólnej sieci komputerowych systemów rezerwacyjnych w Europie,
- b) **SABRE** – uruchomiony w 1976 roku przez American Airlines. Obejmuje głównie USA, gdzie jego udział wynosi 45% wszystkich rezerwacji,
 - c) **WORLDSPAN** – uruchomiony w 1990 roku w wyniku porozumienia kilku towarzystw amerykańskich (m.in. Delta i TWA) oraz 7 linii lotniczych z Dalekiego Wschodu. Dysponuje około 40 000 terminalami na terenie USA oraz kilkunastoma tysiącami na całym świecie (w tym kilkaset w Wielkiej Brytanii),
 - d) **APOLLO** – wykorzystywane przez United Airlines, US Airlines, Air Canada, British Airlines, SAS i KLM. System wykorzystywany jest głównie w USA, gdzie opanował 30% rynku,
 - e) **GALILEO** – powstał w 1987 r. dla obsługi rynków: W. Brytanii, Belgii, Holandii, Włoch, Szwajcarii, Grecji, Portugalii i USA. Obsługuje ponad 40% rynku europejskiego CRS.

Pomimo tego, że zastosowanie i praktyczne wykorzystanie CRS-ów obejmuje na razie przede wszystkim wielkie przedsiębiorstwa (linie lotnicze, turoperatorów, łańcuchy hotelowe) działające na zasadach globalnych, to jednak tempo postępu technologicznego pozwala sądzić, że w ciągu kilku lat ich terminale zostaną zainstalowane w większości firm, stając się niezbędnym narzędziem pracy osób zatrudnionych w turystyce.

Na koniec rozważań dotyczących funkcjonowania rynku turystycznego, trzeba zaznaczyć, że w ostatnim okresie tradycyjne podziały na dostawców, turoperatorów i agencje turystyczne tracą na swej ostrości, a wiele firm prowadzi działalność o charakterze wielofunkcyjnym. Dzieje się tak na skutek koncentracji kapitału, rozszerzania sfer wpływów oraz zakresu działalności prowadzonej przez poszczególne podmioty rynku turystycznego. Przykładem mogą być linie lotnicze, które albo nawiązują bliską współpracę w największymi firmami turystycznymi, albo same przejmują funkcje dawnych biur podróży. Wiele z nich oferuje kompleksową obsługę podróżnych, dotyczącą już nie tylko samej podróży, ale również noclegu, programu turystycznego, rozrywki itd. Jako przykład można podać Scandinavian Airlines System (SAS), w którym oprócz najbardziej znanego towarzystwa lotniczego – działają także SAS International Hotels (w branży hotelowej), SAS Servis Partner (wyspecjalizowane w branży gastronomicznej) oraz SAS Leisure (zajmujące się organizacją wypoczynku).

Rynek hotelarski

Hotelarstwo światowe oferuje współczesnemu turyście bardzo bogatą i urozmaiconą gamę możliwości noclegowych. Oprócz tradycyjnych form zakwaterowania turystycznego, takich jak: hotele, motele, pensjonaty, schroniska, domy wycieczkowe czy kempingi, duże znaczenie dla systemu organizacji i obsługi ruchu turystycznego mają także inne obiekty służące turystom, takie jak: kwatery prywatne, ośrodki wczasowo-wypoczynkowe, domki letniskowe itp. Podstawowe znaczenie ma jednak baza hotelowa.

Cechą charakterystyczną systemu funkcjonowania współczesnego hotelarstwa jest spadek znaczenia hoteli niezależnych oraz dominująca pozycja różnego rodzaju ugrupowań hotelarskich, w tym zwłaszcza łańcuchów (systemów) hotelowych. Termin łańcuch hotelowy wymaga pewnego wyjaśnienia. Do polskiej terminologii turystycznej trafił on jako dosłowne tłumaczenie zwrotu używanego w językach zachodnioeuropejskich (ang. hotel chain, fran. chaîne h tel, niem. Hotelkette) pomimo tego, że nie jest to pojęcie jednoznaczne. Określenia tego używa się bowiem zarówno w odniesieniu do zespołu hoteli posługujących się wspólną nazwą (np. Novotel, Forum), jak i nazw firm będących właścicielami

łańcuchów hotelowych (np. holding ACCOR, grupujący takie łańcuchy, jak: Novotel, Sofitel, Mercure, Ibis, Formula 1, itd.). W tej pracy określenie łańcuch hotelowy używane jest w odniesieniu do hoteli posługujących tym samym znakiem firmowym lub towarowym oraz charakteryzujących się pewnymi wspólnymi cechami użytkowymi. Do podstawowych cech łańcuchów hotelowych należy zaliczyć:

- jednolite warunki lokalizacyjne,
- jednolitą strukturę organizacyjną,
- jednolitą dokumentację eksploatacyjną,
- jednolity standard wyposażenia części noclegowej i gastronomicznej,
- jednolity system komputerowy we wszystkich obiektach,
- jednolity emblemat hoteli,
- zorganizowany system koncesyjny.

Szacuje się, że obecnie łańcuchy hotelowe dysponują kilkudziesięcioma milionami miejsc noclegowych we wszystkich częściach świata, a w samych tylko Stanach Zjednoczonych połączonych jest nimi około 60% wszystkich hoteli. Pojawienie się i rozwój systemów hotelowych stanowiły odpowiedź na wzrastającą konkurencję oraz nowe tendencje i trendy uwidaczniające się na rynku usług hotelarskich. Zmuszały one hotelarzy do koncentracji kapitału oraz wąskiej specjalizacji w obsłudze klientów. Łączenie się hoteli w łańcuchy było jednym z podstawowych instrumentów obniżania kosztów działalności i źródeł zwiększania dochodów. Pierwsze łańcuchy hotelowe powstały w Stanach Zjednoczonych, jednak szybko doceniono ich znaczenie w Europie. Szczególnie szybki ich rozwój przypada na dekadę lat sześćdziesiątych. Można wyróżnić trzy zasadnicze etapy ich rozwoju:

etap I – powstawanie łańcuchów o bardzo wysokim standardzie, dla zamożnej klienteli oraz podróżujących biznesmenów;

etap II – w momencie kiedy rynek hoteli luksusowych został wystarczająco nasycony, zarysowała się tendencja do budowy hoteli średniej jakości (dwugwiazdkowych) lub adaptacji obiektów starszych;

etap III – obecnie lansowana jest koncepcja budowy tzw. hotelarstwa superekonomicznego, charakteryzującego się niskimi kosztami budowy i eksploatacji. Niskie ceny usług świadczonych w takich hotelach pozwalają znaleźć klientów wśród mniej zamożnych kręgów turystów.

Podstawowym kryterium pozwalającym odróżnić hotel niezależny od hotelu stanowiącego część łańcucha hotelowego jest forma organizacyjna działalności hotelu, utożsamiana ze stopniem prawnej i finansowej zależności obiektu od zarządu danego systemu hotelowego. Można przyjąć, że łańcuch hotelowy to zespół obiektów hotelowych o jednolitej marce lub znaku firmowym, zarządzanych i nadzorowanych przez centralę firmy, które charakteryzują się wysokim standardem oraz dużą unifikacją architektury i wyposażenia obiektu, zakresu oraz cen świadczonych usług, centralnym systemem rezerwacji świadczeń oraz jednolitym systemem zarządzania i organizacji pracy. Biorąc pod uwagę wspomniane kryteria we współczesnym hotelarstwie światowym, można wyróżnić:

- hotele niezależne,
- dobrowolne zrzeszenia hoteli,
- zrzeszenia hoteli powiązanych franchisingiem,
- zintegrowane łańcuchy hotelowe.

HOTELE NIEZALEŻNE – najczęściej są to małe (do 30 pokoi) hotele o charakterze rodzinnym, będące przedsiębiorstwami posiadającymi całkowitą autonomię prawną, finansową i ekonomiczną.

HOTELE ZRZESZONE W DOBROWOLNE ŁAŃCUCHY – łańcuchy takie stanowią zgrupowania hotelarzy niezależnych, pragnących pod wspólnym szyldem i w sposób kolektywny realizować takie działania, jak: komercjalizacja, promocja, szkolenie personelu itp. Celem zrzeszenia jest zredukowanie kosztów działalności (np. w zakresie promocji – dzięki rozłożeniu ich na wiele jednostek) oraz poprawa wykorzystania miejsc noclegowych poprzez tzw. efekt sieci. Największym systemem tego typu jest korporacja niezależnych hoteli „Best Western International Corporation”, z siedzibą w Phoenix w stanie Arizona, grupująca ponad 4 tysiące hoteli i 300 tysięcy pokoi, zlokalizowanych w różnych częściach świata.

HOTELE POWIĄZANE UMOWAMI FRANCHISINGOWYMI – również zachowują autonomię prawną i finansową. Nie zmienia się struktura własności obiektu, jednak właściciele zarządzają nimi w ograniczonym zakresie. Umowa franchisingu, na podstawie której hotel może korzystać ze znaku firmowego łańcucha, zobowiązuje ich do przestrzegania norm danego łańcucha, co kontrolowane jest przez firmę macierzystą. Ponadto firma taka zapewnia także: pomoc w zarządzaniu, pomoc finansową (np. w zakresie uzupełnienia wyposażenia), promocję sprzedaży oraz centralną rezerwację. Wszystko to pozwala zmniejszyć ryzyko niepowodzenia działalności hotelu. W zamian za te udogodnienia właściciel hotelu płaci łańcuchowi składkę roczną w wysokości proporcjonalnej do obrotów oraz jednorazową opłatę za prawo wejścia do systemu. Do największych sieci hoteli powiązanych umowami franchisingowymi zaliczyć można Hospitality Franchise System, grupujący ponad 5 tysięcy hoteli.

ZINTEGROWANE ŁAŃCUCHY HOTELOWE – charakteryzują się tym, że hotele wchodzące w skład łańcucha zintegrowanego łączy ten sam znak (szyld). Cechuje je ponadto zaawansowana standaryzacja produktu, tzn. wszystkie obiekty oferują jednakowy zakres usług oraz jednakowe ceny tych usług. Polityka finansowa i handlowa jest scentralizowana. Unifikacja obejmuje: centralny system rezerwacji świadczeń, ceny, zakres i rodzaje zniżek, usługi dodatkowe itp. Odpowiednie komórki systemu na bieżąco kontrolują standard obiektów oraz poziom świadczonych usług. Największym zintegrowanym łańcuchem hotelowym na świecie jest Holiday Inn Worldwide, dysponujący około 350 tysiącami pokoi w ponad 2 tysiącach hoteli na całym świecie. Pewną specyfikę posiada holding ACCOR. W skład tego największego ugrupowania gospodarczego (koncernu) w hotelarstwie europejskim wchodzi kilka odrębnych łańcuchów hotelowych, m.in.: Sofitel, Novotel, Pullman, Mercure, Ibis, Urbis, Formula 1, Etap.

Trzeba jednak zauważyć, że tradycyjny podział na wymienione rodzaje łańcuchów hotelowych traci nieco na znaczeniu, wobec nowych tendencji i trendów uwidaczniających się w metodach zarządzania hotelami. Obecnie coraz częściej można wyróżnić hotele o różnych formach własności i wynikających z tego zależności od łańcucha. Mogą to być:

- a) hotele własne (Owned) – stanowiące wyłączną własność danego łańcucha hotelowego, wbudowane przez firmę lub zakupione;
- b) hotele dzierżawione (Leased) – stanowiące własność prywatną osób fizycznych lub instytucji przekazane w użytkowanie łańcuchowi hotelowemu;
- c) hotele zarządzane (Managed) – nie stanowiące własności łańcucha, lecz przekazane mu w zarząd;
- d) hotele koncesjonowane (Franchised) – stanowiące własność prywatną osób fizycznych lub instytucji, które na mocy umów franchisingowych działają pod znakiem firmowym (marką) danego łańcucha.

Sytuacja taka jest pochodną coraz bardziej skomplikowanej sytuacji na rynku hotelarskim, wynikającej z postępującego procesu globalizacji działalności i koncentracji kapita-

łu, uwidaczniających się w większości dziedzin gospodarki. Tendencjom tym podlega także współczesne hotelarstwo. Coraz większa konkurencja na rynku powoduje, że wielkie przedsiębiorstwa hotelowe, oprócz zdobywania coraz to nowych rynków, muszą poszukiwać optymalnych sposobów organizacji i zarządzania. Z kolei mniejsze firmy często stają wobec problemu stagnacji i braku perspektyw na dalszy rozwój. Chętnie wchodzą wtedy w alianse z wielkimi korporacjami, bowiem te mogą im zaproponować dostęp do nowoczesnych urządzeń i technologii, know-how, pomoc w działaniach marketingowych, ułatwić rozmowy z bankami w sprawie kredytów itp. Stąd tak dużą popularnością wśród mniejszych firm działających na rynku hotelarskim cieszą się obecnie różne formy współpracy z wielkimi korporacjami (franchising, leasing, dzierżawa, joint venture itp.). W ostatnich latach w hotelarstwie zanotowano więcej fuzji, przejęć i połączeń oraz innych form współpracy między firmami, mających na celu rozwój oraz poprawę efektywności gospodarowania, niż całym powojennym pięćdziesięcioleciem.

1.3. POLITYKA TURYSTYCZNA PAŃSTW I SYSTEMY ZARZĄDZANIA TURYSTYKĄ

Doświadczenia wielu krajów i regionów turystycznych na całym świecie wskazują, że turystyka może przynosić zarówno korzyści, jak i straty, które mogą wystąpić tak w obszarach emisji, jak i recepcji ruchu turystycznego. Najskuteczniejszym sposobem na to, aby turystyka przynosiła więcej korzyści niż szkód jest planowanie turystyczne. Obecnie trudno sobie w zasadzie wyobrazić, aby rozwój turystyki (niezależnie od tego, czy dotyczy miejscowości, regionu czy kraju) odbywał się w sposób żywiołowy. W ramach realizowanej przez siebie polityki (w mniejszym lub większym stopniu) – państwo oddziałuje bowiem na najbardziej istotne elementy podaży i popytu turystycznego. Działania te w skrócie nazywa się polityką turystyczną państwa, choć bardziej poprawnie byłoby powiedzieć, że **polityka turystyczna to wszelkie działania władz państwowych mające na celu zaspokojenie potrzeb turystycznych własnego społeczeństwa, racjonalne wykorzystanie zasobów pracy i kapitału (w tym środowiska przyrodniczego i kulturowego) w sferze gospodarki turystycznej, kształtowanie optymalnych rozmiarów i struktury ruchu turystycznego oraz stwarzanie warunków do dalszego rozwoju turystyki, z uwzględnieniem jej licznych funkcji oraz związków z innymi sferami życia społecznego i gospodarczego.**

Z definicji tej wynika, że polityka turystyczna jest dosyć skomplikowanym procesem sterowania rozwojem turystyki, w którym szczególne znaczenie ma koordynacja działalności wielu instytucji działających w różnych sektorach gospodarki. Dlatego też, musi ona przybrać instytucjonalne kształty w postaci systemu zarządzania turystyką. System ten można określić jako zespół powiązanych ze sobą w logiczny sposób instytucji i organizacji szczebla centralnego, regionalnego i lokalnego, w których gestii leżą sprawy turystyki, jak również sposób ich oddziaływania na sferę realną procesów gospodarki turystycznej. Podstawowe elementy takiego systemu można analizować na różnych szczeblach systemu zarządzania turystyką. W zasadzie we wszystkich krajach można wyróżnić trzy szczeble takiego systemu: szczebel centralny, szczebel regionalny, szczebel lokalny. Na każdym z tych szczebli funkcjonuje jedna lub kilka instytucji wyposażonych w określone uprawnienia do kształtowania polityki turystycznej, zarówno w obszarze popytu jak i podaży turystycznej. Szczebel centralny najczęściej tworzą dwa typy instytucji:

- krajowe organa administracji turystycznej (National Tourism Administration – NTA).
- krajowe organizacje turystyczne (National Tourism Organizations – NTO)

Centralne organy administracji rządowej do spraw turystyki odgrywają zawsze podstawową rolę w całym systemie zarządzania turystyką. W zależności od specyfiki poszczególnych krajów mogą one przybierać, albo formę odrębnego ministerstwa turystyki, albo działających w ramach innych ministerstw, wyodrębnionych jednostek organizacyjnych, które zajmują się wyłącznie sprawami turystyki. (np. departament, wydział czy referat turystyki). Pierwsze rozwiązanie (odrębne ministerstwa turystyki) jest dosyć rzadko. Dużo częściej turystyka bywa łączona w strukturach ministerialnych z innymi działami gospodarki narodowej. Zwykle ma jednak w nich znaczenie drugorzędne, nawet jeśli dotyczy to kraju, w którym przemysł turystyczny odgrywa znaczącą rolę. Przykładem takiego rozwiązania może być Francja, gdzie jeszcze do niedawna za politykę turystyczną państwa realizował Minister Przemysłu, Poczty, Telegrafów i Turystyki. W Europie najczęściej spotykanym rozwiązaniem jest umiejscowienie problematyki turystycznej w ministerstwie gospodarki lub przemysłu oraz wyodrębnienie w nim specjalnego departamentu odpowiedzialnego za politykę turystyczną. Przykładem takich rozwiązań mogą być Niemcy, gdzie ogólny nadzór nad rozwojem turystyki oraz polityką państwa w tym względzie sprawuje Federalny Minister Gospodarki. W praktyce jednak, bieżącą działalność prowadzi wyodrębniona część tego ministerstwa w postaci Sekcji Polityki Turystycznej. Rozwiązania tego typu występują zarówno w krajach, które są ważnymi rynkami recepcyjnymi (np. Austria i Francja), jak i rynkami emisyjnymi (Dania, Holandia, Norwegia).

Drugi rodzaj instytucji występujących na szczeblu centralnym tworzą Narodowe Organizacje Turystyczne (National Tourism Organizations – NTO). Są to instytucje pozarządowe, które poprzez przejęcie określonych funkcji od organów centralnej administracji państwowej (zwłaszcza w zakresie promocji turystycznej) stają się częścią centralnego systemu zarządzania turystyką. Narodowe Organizacje Turystyczne skupiają przedstawicieli wszystkich zainteresowanych stron i podmiotów rynku turystycznego – administracji rządowej, organizacji samorządowych, zarówno jeśli chodzi o samorządy gospodarcze (izby turystyczne, zrzeszenia hotelarzy) jak i samorządy terytorialne w miejscowościach recepcyjnych, a także organizacji społecznych, stowarzyszeń turystycznych itp. Dzięki szerokiej reprezentacji przedstawicieli różnych sektorów przemysłu turystycznego, NTO są ważnym elementem systemu zarządzania turystyką oraz mają duży wpływ na rozwój turystyki w poszczególnych krajach. Do najlepiej działających narodowych organizacji turystycznych zaliczyć można hiszpańską „Turespanę” oraz francuską „Maison de la France”.

Instytucje funkcjonujące na szczeblu centralnym zwykle mają swoje odpowiedniki na szczeblu regionalnym i lokalnym. Mogą to być jednostki stanowiące przedłużenie instytucji centralnych (zarówno NTA i NTO), bądź też organizacje niezależne od władz centralnych, które wkomponowane są w strukturę autonomicznych organów administracji terenowej lub organów samorządowych. Na kształt i realizację polityki turystycznej państwa istotny wpływ mają także naczelne organy władzy państwowej (np. w Polsce: Sejm, Senat, Prezydent) oraz inne instytucje uczestniczące w formułowaniu ogólnej polityki państwa (np. związki zawodowe). Nie stanowią one jednak elementów do systemu zarządzania turystyką, bowiem nie zajmują się zarządzaniem, lecz określaniem podstawowych założeń, celów oraz kierunków polityki turystycznej.

Z tej krótkiej charakterystyki systemów zarządzania turystyką wynika, że polityka turystyczna państwa realizowana jest zarówno bezpośrednio przez władze państwowe, jak też za pośrednictwem określonych instytucji pozarządowych. Wybór form realizacji zależy od ce-

łów, jakie państwo zamierza osiągnąć oraz środków (instrumentów) jakimi dysponuje. Zarówno cele jak i zakres polityki turystycznej mogą być różne w zależności od specyfiki oraz znaczenia turystyki w danym kraju. Można jednak wskazać takie dziedziny, które stanowią stałe elementy polityk turystycznych realizowanych w większości krajów na świecie. Badania przeprowadzone w kilkudziesięciu krajach świata przez Światową Organizację Turystyki wskazały, że w większości krajów polityka turystyczna najczęściej dotyczy takich zagadnień:²³

- planowanie przestrzenne (np. opracowywanie planów zagospodarowania kraju, preferowanie określonych regionów, deglomeracja ruchu turystycznego itp.) – występuje w 80% krajów;
- planowanie ekonomiczne (np. miejsce turystyki w planach gospodarczych, system podatkowy, inicjatywy prawno-ekonomiczne, wydawanie licencji na działalność turystyczną) – w 77% krajów;
- kształcenie zawodowe (np. określanie zapotrzebowania na kadrę turystyczną, programy, dotowanie szkolnictwa turystycznego itp.) – w 75 % krajów;
- marketing i promocja turystyki (głównie w odniesieniu do zagranicznej turystyki przyjazdowej – w 80% krajów);
- interwencjonizm państwowy w zakresie konsumpcji turystycznej (dotyczy tylko nielicznych grup ludności, najczęściej dzieci i młodzieży);
- badania naukowe (np. w tym statystyka turystyczna) – w 85%.

Realizacja polityki turystycznej wymaga odpowiednich instrumentów, za pomocą których – w zależności od zakładanych celów – państwo może jednocześnie wpływać na kształtowanie popytu oraz podaży turystycznej. Do najważniejszych instrumentów wykorzystywanych przez państwo w polityce turystycznej – oprócz tzw. megainstrumentów, takich jak: kształtowania ilości i struktury czasu wolnego ludności oraz poziomu dochodów – należą: tworzenie i egzekwowanie prawa turystycznego, wpływ na zagospodarowanie turystyczne, koncesje, kategoryzacja bazy noclegowej, subwencje, dotacje, dofinansowania, kredyty, ulgi inwestycyjne, szerokie możliwości jakie stwarza system podatkowy (zwolnienia, ulgi), kształcenie kadr, informacja i propaganda itd. W odniesieniu do turystyki zagranicznej – dodatkowymi instrumentami są: formalności graniczne (przepisy paszportowe, wizowe, celne, dewizowe, sanitarne). Bardzo istotnym elementem polityki turystycznej państwa jest troska o stan środowiska oraz walorów turystycznych. Także i w tej kwestii państwo dysponuje instrumentami pozwalającymi mu decydować, które z walorów, w jakiej kolejności i w jakim zakresie mogą być udostępnione turystom. Większość państw stara się także kształtować poziom i strukturę aktywności turystycznej własnych obywateli. Praktycznym wyrazem działalności państwa w tej dziedzinie był i jest rozwój turystyki socjalnej. Przy pomocy różnego rodzaju instrumentów państwo stara się umożliwić udział w turystyce tym osobom, które z różnych względów mają do niej dostęp ograniczony. Protekcyjna turystyka w zakresie aktywności turystycznej dotyczy przede wszystkim dzieci i młodzieży oraz osób o niższym statusie społeczno-ekonomicznym i przejawia się w różnych formach pomocy organizacyjnej i finansowej najuboższym konsumentom. Jednak najważniejszej roli państwa należy upatrywać w dziedzinie ustalania ogólnych warunków funkcjonowania rynku turystycznego oraz koordynacji działalności różnych instytucji i sektorów gospodarki uczestniczących w procesach tworzenia, dystrybucji i konsumpcji produktu turystycznego.

23) Guignard A., Rola państwa w rozwoju turystyki socjalnej, w: Problemy Turystyki N r 2 (44), Instytut Turystyki, Warszawa 1989, s. 71 i nast.

Tabela I. NTO i NTA w wybranych krajach Europy

Kraj	Narodowa Administracja Turystyczna (Ministerstwo)	Narodowa Organizacja Turystyczna
Austria	Ministerstwo Przemysłu i Handlu	Austria Werbung
Belgia	Ministerstwo Gospodarki	VCGT – Flandria, OPT – Walonia
Dania	Ministerstwo Komunikacji i Turystyki	Danmarks Turistrad
Finlandia	Ministerstwo Przemysłu i Handlu	Finnish Tourist Board – Fiński Zarząd Turystyki
Francja	Ministerstwo Transportu, Budownictwa i Turystyki	Maison de la France
Grecja	Ministerstwo Gospodarki Krajowej	Grecka Krajowa Agencja Turystyki
Hiszpania	Ministerstwo Handlu i Turystyki	TURESPANA – Instituto de Promocion del Turismo de Espana
Holandia	Ministerstwo Spraw Gospodarczych	NTB – Nederlandse Bureau voor Toerisme
Irlandia	Ministerstwo Turystyki i Handlu	Bord Faile Eiran – Biuro Turystyki Irlandii
Luksemburg	Ministerstwo Turystyki	ONT – Luksemburska Agencja Turystyki
Malta	Ministerstwo Usług Gospodarczych	NTOM
Niemcy	Ministerstwo Spraw Gospodarczych	DZT – Niemiecka Centrala Turystyki (Deutsche Zentrale für Tourismus)
Norwegia	Ministerstwo Spraw Zagranicznych (częściowo też M. Rolnictwa)	Norges Turistrad
Polska	Ministerstwo Gospodarki – Departament Turystyki	Polska Organizacja Turystyczna
Portugalia	Ministerstwo Handlu i Turystyki	ICEP (częściowo autonomiczna)
Szwajcaria	Federalny Urząd Przemysłu, Sztuki, Rzemiosł i Pracy	Schweiz Tourism
Turcja	Ministerstwo Turystyki	Kierownictwo Generalne ds. Informacji
Węgry	Ministerstwo Przemysłu i Handlu	Magyar Turizmus Rt.
Wlk. Brytania	Ministerstwo Dziedzictwa Narodowego	BTA – Brytyjski Zarząd Turystyki (British Tourist Authority)
Włochy	Rada Ministrów – Gabinet Premiera	ENIT – Włoski Zarząd Turystyki (Ente Nazionale Italiano per il Turismo)

Źródło: Z. Kruczek, B. Walas, *Promocja i informacja turystyczna, Proksenia, Kraków 2003.*

1.4. ORGANIZACJA TURYSTYKI W POLSCE²⁴

Kształtowanie się administracji turystycznej w Polsce

Początki tworzenia administracji turystycznej w Polsce sięgają 1919 r., kiedy to dr Mieczysław Orłowicz – znany krajoznawca, organizator turystyki w środowisku studenckim,

24) Rozdział ten opracowany został w znacznej mierze w oparciu o publikację: L. Butowski, *Organizacja turystyki w Polsce*, WA, Warszawa-Lublin 2004, uzupełniony innymi źródłami i zaktualizowany przez autora.

założyciel Akademickiego Klubu Turystycznego²⁵ we Lwowie, autor kilkuset publikacji turystycznych, objął kierownictwo Referatu Turystyki utworzonego w Ministerstwie Robót Publicznych. W 1924 r. powołano Międzyministerialną Komisję Turystyczną jako organ doradczy Ministerstwa Robót Publicznych. Zaczęły też powstawać referaty turystyki przy urzędach wojewódzkich oraz jako ich organy doradcze Wojewódzkie Komisje Turystyczne.²⁶

W 1927 r. powstał Związek Polskich Towarzystw Turystycznych (w okresie największego rozwoju, tj. w 1936 r., Związek liczył 60 000 członków). Powołana w 1928 r. Międzyministerialna Komisja do Zbadania Zagadnień Turystyki, kierowana od 1931 r. przez Stefana Starzyńskiego – późniejszego prezydenta Warszawy, projektowała powołanie Polskiego Urzędu Turystycznego. W tym samym czasie w Krakowie Izba Przemysłowa – Handlowa przygotowała projekt ustawy o popieraniu turystyki, proponując powiązanie turystyki w terenie z organami administracji ogólnej. Żaden z tych projektów nie został zrealizowany. Po likwidacji w 1932 r. Ministerstwa Robót Publicznych Referat Turystyki został włączony do Ministerstwa Komunikacji jako Wydział Turystyki Ogólnej.

W 1935 r. pod patronatem Ministerstwa Komunikacji powstała Liga Popierania Turystyki, które zasłużyła się w zakresie rozwoju infrastruktury turystycznej (m.in. budowa już w 1936 r. kolejki na Kasprowy Wierch, później na Gubałówkę i Górę Parkową w Krynicy).

W 1945 r. Ministerstwie Komunikacji powołano Samodzielny Wydział Turystyki, nazwany w 1949 r. Biurem Turystyki. W 1952 r. Rada Ministrów powołała Komitet dla Spraw Turystyki – organ Prezesa Rady Ministrów, który przejął dotychczasowe uprawnienia Ministra Komunikacji w zakresie turystyki. Od 1954 r. Komitet dla Spraw Turystyki działał w strukturze Głównego Komitetu Kultury Fizycznej. Zaczęła się trwająca pół wieku era łączenia sportu, kultury fizycznej i turystyki. Już w 1960 r. utworzono Główny Komitet Kultury Fizycznej i Turystyki (GKKFiT), który zajął się wszystkimi sprawami dotyczącymi sportu i turystyki z wyjątkiem hotelarstwa. Był to organ centralnej administracji państwowej działający przy Radzie Ministrów i podporządkowany premierowi. W skład GKKFiT-u wchodził ministrowie, których resorty swoją działalność związały z turystyką, a także przedstawiciele Centralnej Rady Związków Zawodowych i Centralnego Związku Spółdzielczości Pracy, działacze organizacji młodzieżowych, kultury fizycznej i turystyki oraz przedstawiciele rad narodowych. Przy GKKFiT działała jako organ doradczy Rada Turystyki. W 1973 r. zakres kompetencji GKKFiT rozszerzono o sprawę hotelarstwa i od tego czasu całość spraw turystyki znalazła się w kompetencjach jednego organu administracji państwowej. W drugiej połowie lat siedemdziesiątych ubiegłego wieku miało miejsce wiele przekształceń administracji turystycznej. W 1977 r. Rada Ministrów powołała Centralę Turystyczną „Orbis” odpowiadającą za turystykę zagraniczną. W 1978 r. rozdzielono sprawy turystyki i kultury fizycznej, tworząc m.in. Główny Komitet Turystyki (GKT) jako centralny organ administracji państwowej podległy Prezesowi Rady Ministrów. Niestety turystyka zagraniczna była dziedziną wyłączoną z kompetencji GKT – zajmowała się nią CT „Orbis”. Nie były to udane pociągnięcia. W 1981 r. podporządkowano CT „Orbis” Głównemu Komitetowi Turystyki. W 1986 r. zlikwidowano GKT i ponownie powołano

25) Akademicki Klub Turystyczny założono w 1906 r., choć na początku swojej działalności stanowił on sekcję AZS. AKT wnosi wiele nowego do turystyki krajoznawczej i aktywnej.

26) Więcej informacji na temat początków administracji turystycznej w Polsce znajdzie Czytelnik w publikacji: M. Lewan, Zarys dziejów turystyki w Polsce, Proksenia, Kraków 2004.

Główny Komitet Kultury Fizycznej i Turystyki, który przetrwał tylko dwa lata. W 1987 r. w jego miejsce utworzono Komitet ds. Młodzieży i Kultury Fizycznej. Sprawy turystyki komercyjnej w czasie tej reorganizacji znalazły się w Ministerstwie Rynku Wewnętrznego, a turystyka socjalna i kwalifikowana w Komitecie ds. Młodzieży i Kultury Fizycznej.

Kolejne zmiany przyniosła ostatnia dekada XX w. W 1991 r. na mocy ustawy powołano Urząd Kultury Fizycznej i Turystyki, który stał się organem centralnej administracji turystycznej i funkcjonował do 1999 r. Po jego zlikwidowaniu, przez krótki okres turystyka podlegała Ministrowi Transportu i Gospodarki Morskiej, aby od 21 czerwca 2000 roku znaleźć się strukturach Ministerstwa Gospodarki.

Organizacja turystyki w Polsce na początku XXI w.

Obecny model zarządzania turystyką w Polsce ukształtował się na początku 2000 roku, kiedy to postanowiono skorzystać ze wzorów występujących w większości krajów należących do Unii Europejskiej, ustawowo rozgraniczając ogólne zadania państwa w zakresie polityki turystycznej (które realizują organizacje typu NTA) od promocji turystycznej (którą prowadzą organizacje typu NTO).

Wprowadzenie w życie podstawowej zasady, że naczelny organ administracji rządowej jest odpowiedzialny za kształtowanie ogólnej polityki państwa w sferze turystyki, natomiast sprawy operacyjne, zwłaszcza związane z promocją turystyczną, realizowane są przez odrębną instytucję, było jednym z kluczowych zadań w procesie dostosowywania polskiej turystyki do standardów obowiązujących w Unii Europejskiej.

1.4.1. ADMINISTRACJA TURYSTYCZNA

Centralna administracja rządowa

W Polsce – zgodnie z ustawą o działach administracji rządowej z dnia 4.09.1997 roku (Dz.U. z 1999 r., nr 62, poz. 689 z późn. zm.) – przyporządkowanie poszczególnych działów administracji rządowej poszczególnym ministrom leży w kompetencji Prezesa Rady Ministrów. W związku z tym, że ustawa ta po raz pierwszy wyodrębniła turystykę jako samodzielny dział administracji rządowej (w zakresie zagospodarowania turystycznego kraju oraz mechanizmów regulacji rynku turystycznego), a także doceniając rolę i znaczenie gospodarcze turystyki, kierowanie tym nowym działem administracji rządowej oraz nadzór nad powstałą w tym samym czasie Polską Organizacją Turystyki, odpowiedzialną za działalność promocyjną postanowiono powierzyć Ministrowi Gospodarki. W strukturze ministerstwa (obecnie **Ministerstwa Gospodarki i Pracy**) wydzielono jednostkę organizacyjną realizującą zadania ministra w zakresie turystyki w postaci **Departamentu Turystyki**. Odpowiada on za zadania związane z kształtowaniem polityki turystycznej oraz zagospodarowaniem turystycznym kraju, a także za funkcjonowanie mechanizmów regulujących rynek turystyczny.

Do głównych zadań Departamentu Turystyki należą m.in.

- przygotowanie i wdrażanie strategicznych dokumentów i programów rządowych dotyczących rozwoju turystyki,
- przygotowywanie rozwiązań systemowych stymulujących rozwój turystyki i wzrost krajowego produktu turystycznego,
- prowadzenie spraw związanych z realizacją ustawy o usługach turystycznych,

- podejmowanie działań mających na celu ochronę konsumentów usług turystycznych (m.in. poprzez prowadzenie Centralnej Ewidencji Organizatorów i Pośredników Turystyki, rozpatrywanie odwołań od decyzji wojewodów w zakresie dotyczącym organizatorów turystyki i pośredników turystycznych, przewodników turystycznych i pilotów wycieczek oraz obiektów świadczących usługi hotelarskie),
- prowadzenie spraw wynikających z nadzoru Ministra nad Polską Organizacją Turystyczną,
- koordynacja zadań w zakresie europejskiej integracji w dziedzinie turystyki,
- prowadzenie spraw wynikających z zadań ministra w zakresie uznawania nabytych w państwach członkowskich Unii Europejskiej kwalifikacji do wykonywania zawodu regulowanego „przewodnik turystyczny” oraz do podejmowania lub wykonywania działalności „pilot wycieczek”.

Nowym elementem systemu zarządzania turystyką w Polsce jest **Rada Turystyki**, która pełni funkcję organu pomocniczego Ministra Gospodarki i Pracy. Powołanie Rady Turystyki jest wyrazem dążenia władz rządowych do tego, aby w procesach opracowywania celów oraz monitorowania realizacji polityki turystycznej państwa – oprócz administracji rządowej – uczestniczyli także przedstawiciele środowiska akademickiego, samorządu gospodarczego oraz organizacji pozarządowych na rzecz rozwoju gospodarki turystycznej w Polsce. **Rada Turystyki** – jako organ opiniodawczo-doradczy Ministra Gospodarki i Pracy – zajmuje się:

- opiniowaniem rozwiązań systemowych, sprzyjających rozwojowi turystyki i krajowego produktu turystycznego oraz spraw związanych z zagospodarowaniem kraju,
- oceną funkcjonowania sektora usług turystycznych oraz działań, mających na celu zwiększanie konkurencyjności polskiej oferty turystycznej,
- opiniowaniem kierunków promocji polskiej turystyki,
- opiniowaniem działań w zakresie kształcenia i szkolenia kadr dla turystyki.

Rządowa administracja terenowa

Przedstawicielem Rady Ministrów i organem administracji rządowej w terenie jest **wojewoda**. Do jego kompetencji należą wszystkie sprawy z zakresu administracji rządowej w województwie, niezastrzeżone dla innych organów. Wojewodę powołuje i odwołuje Prezes Rady Ministrów na wniosek ministra spraw wewnętrznych i administracji. Wojewodowie realizują przydzielone im zadania przy pomocy **urzędów wojewódzkich**. W obrębie urzędów funkcjonują wydziały i inne komórki organizacyjne.

Wydziałami odpowiedzialnymi za kierowanie turystyką są wydziały rozwoju regionalnego. Realizują one zadania wynikające przede wszystkim z ustawy o usługach turystycznych, a mianowicie:

- ustalanie rodzajów i kategorii obiektów hotelarskich oraz prowadzenie nadzoru nad powyższymi zadaniami,
- nadawanie uprawnień przewodnikom turystycznym i pilotom wycieczek oraz prowadzenie rejestru,
- wydawanie upoważnień do szkolenia przewodników turystycznych i pilotów wycieczek, obsługa komisji egzaminacyjnych pilotów wycieczek i przewodników turystycznych oraz prowadzenie kontroli w tym zakresie,
- obsługa komisji języków obcych dla pilotów wycieczek i przewodników turystycznych,

- prowadzenie rejestru organizatorów turystyki i pośredników turystycznych,
- podejmowanie działań interwencyjnych na rzecz ochrony praw klienta, w tym uruchamianie środków z gwarancji bankowych i ubezpieczeniowych oraz umów ubezpieczeniowych organizatorów i pośredników turystycznych na pokrycie kosztów powrotu klienta do kraju,
- kontrola prowadzonej przez przedsiębiorców działalności gospodarczej w zakresie turystyki,
- obsługa Zespołu oceniającego ds. ustalania rodzaju i kategorii obiektów hotelarskich,
- wydawanie paszportów i wiz,
- prowadzenie rejestru zaproszeń dla cudzoziemców.

1.4.2. ADMINISTRACJA SAMORZĄDOWA W ZAKRESIE TURYSTYKI²⁷

Kompetencje samorządów wojewódzkich w zakresie turystyki

Samorząd województwa, rozumiany jako regionalna wspólnota samorządowa oraz odpowiednie terytorium, wykonuje zadania o charakterze wojewódzkim. Zaliczono do nich także takie, które w sposób bezpośredni lub pośredni wpływają na rozwój turystyki w województwie. Wśród nich znalazły się zadania w zakresie:

- edukacji publicznej, w tym szkolnictwa wyższego,
- kultury i ochrony jej dóbr,
- modernizacji terenów wiejskich i zagospodarowania przestrzennego,
- ochrony środowiska,
- transportu zbiorowego i dróg publicznych,
- kultury fizycznej i turystyki,
- ochrony praw konsumentów,
- bezpieczeństwa publicznego,
- przeciwdziałania bezrobociu i aktywizacji lokalnego rynku pracy.

Ważnym zadaniem samorządu wojewódzkiego jest także określenie strategii rozwoju województwa, uwzględniającej również cele warunkujące rozwój turystyki. Zaliczono do nich:

- pobudzanie aktywności gospodarczej,
- podnoszenie poziomu konkurencyjności i innowacyjności gospodarki województwa,
- zachowanie wartości środowiska kulturowego i przyrodniczego przy uwzględnieniu potrzeb przyszłych pokoleń,
- kształtowanie i utrzymanie ładu przestrzennego.

Kompetencje samorządów powiatowych w zakresie turystyki

Ustawa o samorządzie powiatowym z 1998 r. (Dz.U. nr 91, poz. 578 z późniejszymi zmianami) określa kompetencje powiatu (rozumianego jako lokalna wspólnota samorzą-

²⁷ Od dnia 1 stycznia 1999 r. obowiązuje w Polsce trójstopniowy podział terytorialny państwa. Jednostkami tego podziału są gminy, powiaty i województwa (Ustawa z dnia 24 lipca 1998 r. o wprowadzeniu zasadniczego trójstopniowego podziału terytorialnego państwa – Dz.U. nr 96, poz. 603). Na każdym z stopni powołano administrację samorządową w postaci Urzędów Marszałkowskich w województwach, Urzędów Starosty w powiatach i Urzędów Gmin.

dowa i odpowiednie terytorium) w zakresie zadań publicznych o charakterze ponadgminnym. Wśród nich znajdują się także takie, które warunkują rozwój turystyki na terenie powiatu. Zaliczono do nich zadania w zakresie:

- transportu zbiorowego i dróg publicznych,
- kultury i ochrony dóbr kultury,
- kultury fizycznej i turystyki,
- gospodarki nieruchomościami,
- gospodarki wodnej,
- ochrony środowiska i przyrody,
- rolnictwa, leśnictwa i rybactwa śródlądowego,
- porządku publicznego i bezpieczeństwa obywateli,
- ochrony przeciwpowodziowej, przeciwożarowej i zapobiegania innym nadzwyczajnym zagrożeniom życia i zdrowia ludzi oraz środowiska,
- ochrony praw konsumenta,
- promocji powiatu,
- współpracy z organizacjami pozarządowymi.

Kompetencje samorządów gminnych w zakresie turystyki

Do zadań własnych gminy (rozumianej jako wspólnota samorządowa i odpowiednie terytorium) należy zaspokajanie zbiorowych potrzeb wspólnoty (Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym – Dz.U. nr 16, poz. 95 z późniejszymi zmianami). W zakresie związanym z szeroko rozumianym rozwojem turystyki zadania te obejmują następujące sprawy:

- ładu przestrzennego, gospodarki nieruchomościami, ochrony środowiska i przyrody oraz gospodarki wodnej,
- gminnych dróg, ulic, mostów, placów oraz organizacji ruchu drogowego,
- wodociągów i zaopatrzenia w wodę, kanalizacji, usuwania i oczyszczania ścieków komunalnych, utrzymania czystości i porządku oraz urządzeń sanitarnych, wysypisk i unieszkodliwiania odpadów komunalnych, zaopatrzenia w energię elektryczną i ciepłą oraz gaz,
- lokalnego transportu zbiorowego,
- kultury,
- kultury fizycznej i turystyki, w tym terenów rekreacyjnych i urządzeń sportowych,
- zieleni gminnej i zadrzewień,
- porządku publicznego i bezpieczeństwa obywateli oraz ochrony przeciwożarowej i przeciwpowodziowej,
- promocji gminy,
- współpracy z organizacjami pozarządowymi, współpracy ze społecznościami lokalnymi i regionalnymi innych państw.

Do zadań burmistrzów, wójtów i prezydentów należy również zaszeregowanie i prowadzenie ewidencji pól biwakowych oraz innych obiektów, w których świadczony są usługi hotelowe. W celu wspólnego wykonywania zadań publicznych gminy mogą tworzyć związki i zawierać porozumienia międzygminne. Powstało kilkaset takich związków, wiele z nich wpisało rozwój turystyki jako jedno ze swoich zadań statutowych (np. Unia Turystyczna Ziemi Nyskiej, Związek Gmin Powiatu Gorlickiego, Związek Gmin Jurajskich).

Specyficzną organizacją jest Stowarzyszenie Gmin Uzdrowiskowych RP skupiające 34 uzdrowiska z siedzibą Stowarzyszenia w Krynicy Zdroju.

1.4.3. SPECJALISTYCZNE ORGANIZACJE TURYSTYCZNE

Obok rządowej administracji centralnej i regionalnej oraz administracji samorządowej ważnym elementem systemu zarządzania turystyką w Polsce jest Polska Organizacja Turystyczna (POT) oraz regionalne i lokalne organizacje turystyczne, a także Polska Agencja Rozwoju Turystyki.

Polska Organizacja Turystyczna

Organizacja ta została powołana specjalną ustawą już w 1999 r., a działalność rozpoczęła 1 stycznia 2000 roku. Jako państwowa osoba prawna, przejęła ona część kompetencji zlikwidowanego wcześniej UKFiT-u w zakresie promocji turystycznej. Organami POT są: prezes, którego kadencja trwa 4 lata, oraz powoływana na 3-letnią kadencję Rada POT, którą tworzy 18 członków reprezentujących administrację rządową, jednostki samorządu terytorialnego, organizacje zrzeszające przedsiębiorców z różnych sektorów przemysłu turystycznego (w tym samorząd gospodarczy i zawodowy) oraz różnego rodzaju organizacje społeczne i stowarzyszenia turystyczne. Przy Polskiej Organizacji Turystycznej działają nieformalne zespoły o charakterze konsultacyjno-informacyjnym: Forum Regionów, Forum Turystyki Przyjazdowej, Forum Polonijne i Forum Informacji Turystycznej. Do podstawowych zadań POT należy:

- promocja Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie,
- zapewnienie funkcjonowania i rozwijania polskiego systemu informacji turystycznej w kraju i na świecie,
- inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej,
- wykonywanie innych zadań powierzonych jej przez organy i jednostki, które zgodnie z ustawą współpracują z POT.

Najważniejszym zadaniem Polskiej Organizacji Turystycznej jest promowanie Polski za granicą. Cel ten realizowany jest przede wszystkim poprzez działalność przedstawicielstwa zagranicznych POT, których obecnie jest 13. W tych krajach, gdzie nie ma przedstawicielstw POT, działania promocyjne w zakresie turystyki realizowane są przez wydziały ekonomiczno-handlowe ambasad, zagraniczne placówki PLL „LOT” oraz działające w wielu krajach Instytuty Polskie, z którymi POT ściśle współpracuje. Polska Organizacja Turystyczna ma także określone zadania w sferze promocji turystycznej na terenie kraju. Powierzono jej między innymi ważne zadanie inspirowania oraz pomocy w tworzeniu regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych.

Regionalne Organizacje Turystyczne

Regionalne Organizacje Turystyczne mają status stowarzyszeń z możliwością zrzeszania jako członków zwyczajnych zarówno osób fizycznych, jak i prawnych (możliwość taką daje szczególny zapis w ustawie o Polskiej Organizacji Turystycznej, będący przepisem szczególnym w stosunku do ustawy Prawo o stowarzyszeniach – Dz.U. z 1990 r., nr 20, poz. 104 z późn. zm.). Dlatego też powstałe na podstawie powyższych przepisów Regio-

nalne Organizacje Turystyczne zrzeszają jednostki samorządu terytorialnego (wszystkich szczebli, ze szczególnym uwzględnieniem samorządów województw), organizacje gospodarcze i zawodowe branży turystycznej, jak również pojedyncze przedsiębiorstwa turystyczne. Stanowią one tym samym regionalne platformy współpracy wszystkich podmiotów zainteresowanych rozwojem turystyki w województwie.

Podstawowym zadaniem tych organizacji jest wspieranie rozwoju turystyki w regionach – województwach. Są one jednocześnie niezbędnymi partnerami dla Polskiej Organizacji Turystycznej w zakresie koordynowania krajowego systemu informacji turystycznej oraz promocji regionalnej za granicą.

Do celów szczegółowych działalności Regionalnych Organizacji Turystycznych należy:

- tworzenie i upowszechnianie wizerunku województwa jako regionu atrakcyjnego turystycznie w kraju i za granicą,
- integracja środowisk samorządu terytorialnego, gospodarczego i zawodowego oraz osób, instytucji i organizacji zainteresowanych rozwojem turystycznym województwa,
- zwiększanie liczby turystów odwiedzających województwo,
- wzrost wpływów z turystyki,
- poprawa infrastruktury turystycznej w województwie,
- stworzenie regionalnego systemu informacji turystycznej oraz włączenie go w krajowe zarządzanie systemem „it”,
- inicjowanie tworzenia, a następnie wspomaganie i współpraca z lokalnymi organizacjami turystycznymi,
- inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej,
- koordynacja działań promocyjnych podejmowanych w województwie,
- stworzenie platformy współpracy podmiotów gospodarczych turystyki z władzami regionalnymi i krajowymi.

Lokalne Organizacje Turystyczne

Na najniższym poziomie terytorialnym działają lokalne organizacje turystyczne, zrzeszające gminy i powiaty, a także miejscowe podmioty gospodarcze i organizacje społeczne zainteresowane rozwojem turystyki na swoim terenie. Lokalne organizacje turystyczne (podobnie jak regionalne) zakładane są jako stowarzyszenia, z możliwością zrzeszania się w nich także osób prawnych. Należy jednak pamiętać, że organizacje pełniące funkcje lokalnych organizacji turystycznych istniały już wcześniej, przed wejściem w życie aktualnych przepisów określających zasady ich funkcjonowania. Działały one często jako komunalne zakłady budżetowe (jednostki budżetowe), spółki prawa handlowego lub fundacje. Zgodnie z obowiązującym prawem mogą one w dalszym ciągu funkcjonować i prowadzić dotychczasową działalność bez potrzeby zmiany statusu prawnego.

Do najważniejszych zadań lokalnych organizacji turystycznych należy:

- gromadzenie i aktualizacja informacji na temat miejscowych walorów i oferty turystycznej,
- tworzenie i rozwój oferty turystycznej powstałej na bazie lokalnych walorów,
- integracja społeczności lokalnej na rzecz poprawy atrakcyjności turystycznej własnych miejscowości.

Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA

Agencja ta istnieje na polskim rynku inwestycji turystycznych od 1993 roku. PART SA jest największą i najstarszą w Polsce grupą świadczącą usługi doradcze i finansowe w zakresie inwestycji turystycznych. Celem działania Polskiej Agencji Rozwoju Turystyki SA jest uczestniczenie w tworzeniu i realizacji projektów i programów wspierających rozwój infrastruktury przemysłu turystycznego oraz wspomaganie rozwoju już istniejących przedsiębiorstw turystycznych w Polsce. W tym zakresie Spółka współdziała z organami władzy i administracji państwowej oraz samorządem gospodarczym przy realizacji polityki rządu. Cele statutowe i przedmiot działalności Spółki wskazują, że PART SA jest podmiotem gospodarczym realizującym również misję polegającą na podejmowaniu działań o charakterze ogólnospołecznym. Głównym akcjonariuszem PART-u jest POT (98% akcji).

Działalność PART SA obejmuje:

- działalność konsultingową w zakresie kreowania polskich marek turystycznych, opracowywania strategii rozwoju produktów turystycznych, biznesplanów i studiów wykonalności,
- działalność inwestycyjną,
- pośrednictwo inwestycyjne i finansowe – wyszukiwanie źródeł finansowania projektów dla klientów Spółki, kojarzenie partnerów w celu realizacji inwestycji,
- doradztwo w zakresie organizacji, budowy strategii,
- kompleksową obsługę inwestorów polegającą na doradztwie prawnym, finansowym oraz poszukiwaniu lokalizacji pod inwestycje turystyczne.

1.4.4. SYSTEM INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

System informacji turystycznej znajduje się w Polsce na etapie tworzenia. Polska Organizacja Turystyczna jest odpowiedzialna za stworzenie warunków do funkcjonowania i rozwijania polskiego systemu informacji turystycznej w kraju i na świecie. W połowie 2004 r. działalność prowadziło ponad trzysta punktów i ośrodków informacji turystycznej o bardzo różnym zasięgu, organizowanych na różnych zasadach i finansowanych z różnych kas i nieporównywalnych pod każdym względem. Bardzo mało jest centrów obejmujących swoim działaniem większe terytoria. Nowością w wielu ośrodkach jest łączenie informacji o miejscowych atrakcjach turystycznych z informacją o Unii Europejskiej, wiąże się to z pozyskaniem środków finansowych z Unii.

Przewiduje się funkcjonowanie następujących krajowych form organizacyjnych informacji turystycznej:

- wojewódzkie centra informacji turystycznej;
- lokalne centra informacji turystycznej (powiatowe, gminne, miejskie, ewentualnie międzypowiatowe i międzygminne – np. zgodne z zasięgiem działania lokalnej organizacji turystycznej);
- punkty „it” – stałe, sezonowe i okazjonalne;
- multimedialne punkty informacyjne zlokalizowane w centrach i punktach „it” lub poza ich siedzibami.

Centra „it” powinny powstać we wszystkich miastach, powiatach i gminach o znaczeniu turystycznym. Istnieje również możliwość powoływania punktów informacji turystycznej, w których informatorzy będą wykonywali tę funkcję obok podstawowych obowiązków służbowych. Zgodnie z inicjatywami gmin i innych lokalnych instytucji punkty takie

mogą powstawać docelowo: w bibliotekach, regionalnych pracowniach krajoznawczych, w domach kultury, ośrodkach sportu i rekreacji, muzeach, skansenach, towarzystwach regionalnych, parkach narodowych, w hotelach, na parkingach, stacjach benzynowych, kempingach, w centrach handlowych itp.

Istnieje potrzeba tworzenia okresowych punktów „it”, np. w miejscowościach o typowo sezonowym charakterze ruchu turystycznego i z okazji ważnych imprez. Informatorami turystycznymi mogą być też m.in. specjalnie przeszkoleni funkcjonariusze policji, strażnicy miejscy, taksówkarze, uczniowie i studenci szkół turystycznych. Zwłaszcza straż miejska powinna być służbą bardziej przyjazną turystom poprzez świadczenie informacji dla turystów.

1.4.5. PRZEDSIĘBIORSTWA TURYSTYCZNE

Przedsiębiorstwa turystyczne można grupować według różnych kryteriów. W grupie przedsiębiorstw, których działalność polega na organizowaniu i obsłudze ruchu turystycznego, wyróżnia się podmioty gospodarcze, których powstanie, działalność i dalszy rozwój są związane z ruchem turystycznym. Należą one do tzw. bezpośredniej gospodarki turystycznej i tworzą układ podmiotowy gospodarki turystycznej. Drugą grupę stanowią inne jednostki gospodarcze, dla których organizowanie i obsługa ruchu turystycznego nie są podstawowym zakresem działalności, chociaż w określonym stopniu są one również realizowane. Przedsiębiorstwa tego typu tworzą tzw. pośrednią gospodarkę turystyczną i obejmują szeroką grupę podmiotów wielu działów i gałęzi gospodarki.

Biorąc pod uwagę kryterium funkcjonalne, uwzględniające rodzaj świadczonych usług, przedsiębiorstwa turystyczne można podzielić na:

- przedsiębiorstwa transportu turystycznego (organizujące przewóz turystów do miejsc recepcji i z powrotem oraz w obrębie miejsca pobytu),
- przedsiębiorstwa eksploatujące zakłady hotelarskie i gastronomiczne (oferujące turystom noclegi, usługi żywieniowe i inne związane z pobytem w tych jednostkach),
- przedsiębiorstwa usług sportowo-rekreacyjnych (umożliwiające uprawianie aktywnych form turystyki),
- przedsiębiorstwa uzdrowiskowe (zapewniające usługi związane z leczeniem i pobytem osób w obiektach uzdrowiskowych),
- biura podróży (występujące w roli łącznika między wytwórcami usług i turystami jako organizatorzy imprez turystycznych) oraz pośrednicy i agenci turystyczni.

Uwzględniając podział na bezpośrednią i pośrednią gospodarkę turystyczną i kryterium funkcjonalne, do zbioru przedsiębiorstw turystycznych może wejść wiele innych grup podmiotów świadczących pozostałe rodzaje usług, o ile głównym ich odbiorcą są turyści. Ma to często miejsce w typowo turystycznych miejscowościach, nastawionych na ciągłą obsługę odwiedzających.

Głównym celem działalności przedsiębiorstw i innych instytucji prowadzących działalność na zasadach komercyjnych jest osiągnięcie zysku. W związku z tym stosują one ceny ekwiwalentne, płacą podatki w pełnej wysokości oraz kierują się zasadą pokrywania kosztów działalności bieżącej i rozwoju wyłącznie z własnych środków.

Sektor przedsiębiorstw turystycznych jest najbardziej dynamicznie rozwijającym się sektorem polskiej turystyki. Zachodzą w nim głębokie zmiany strukturalne. Dlatego też jest on niestabilny i mało uporządkowany.

Biura podróży

Biura podróży, ze względu na zakres świadczonych usług, mogą prowadzić działalność jako organizatorzy turystyki, pośrednicy turystyczni oraz agenci turystyczni. Dwie pierwsze formy zakwalifikowane zostały do działalności regulowanych w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U. nr 173, poz. 1807). Wymagają one w związku z tym uzyskania wpisu w rejestrze organizatorów turystyki i pośredników turystycznych. Organem właściwym do prowadzenia rejestrów jest wojewoda właściwy ze względu na siedzibę przedsiębiorcy. Rejestr może być prowadzony w systemie informatycznym i ma formę jawną. Minister Gospodarki (jako właściwy ds. turystyki), na podstawie informacji otrzymanych od wojewodów, prowadzi Centralną Ewidencję Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych.

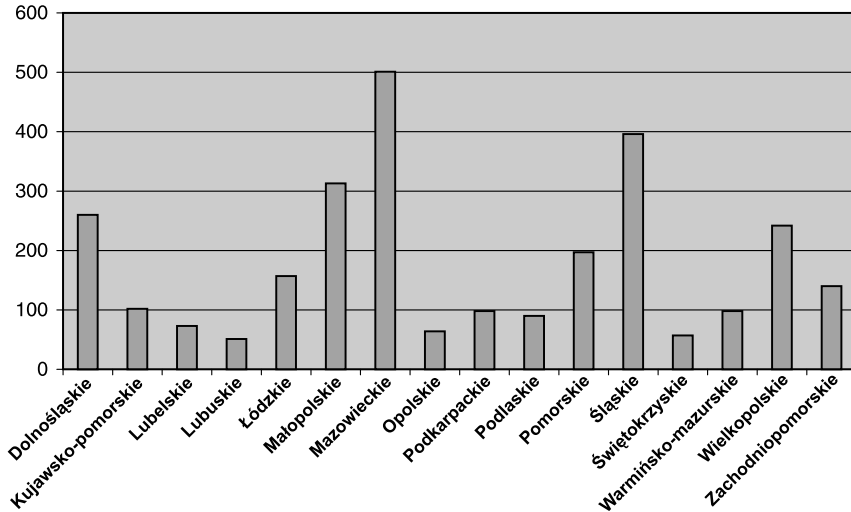
Każde z biur podróży mogło wystąpić do właściwego wojewody o wydanie zezwolenia na prowadzenie działalności jako: organizator imprez turystycznych i pośrednik. Przeważają jednostki posiadające zezwolenie na prowadzenie obydwu działalności. Działalnością tylko pośrednika zajmuje się 49 podmiotów, które uzyskały wpis w rejestrze.

W Centralnej Ewidencji Organizatorów Turystyki i Pośredników Turystycznych (dawniej: Centralny Rejestr Zezwoleń) zarejestrowanych jest obecnie (stan z 13 grudnia 2004 r.) 2839 podmiotów, które posiadają zezwolenie na prowadzenie działalności. Rejestrując się, należy przedstawić umowę gwarancji bankowej lub ubezpieczeniowej albo umowę ubezpieczeniową na rzecz klientów. Znaczny spadek liczby zarejestrowanych podmiotów wynika ze wzrostu kosztów opłat ubezpieczeniowych. Unikając tych kosztów, część podmiotów decyduje się na status agentów, którzy nie muszą zawierać takich umów i których nie uwzględnia się w Centralnej Ewidencji. Obserwuje się duże zróżnicowanie w rozmieszczeniu terytorialnym jednostek.

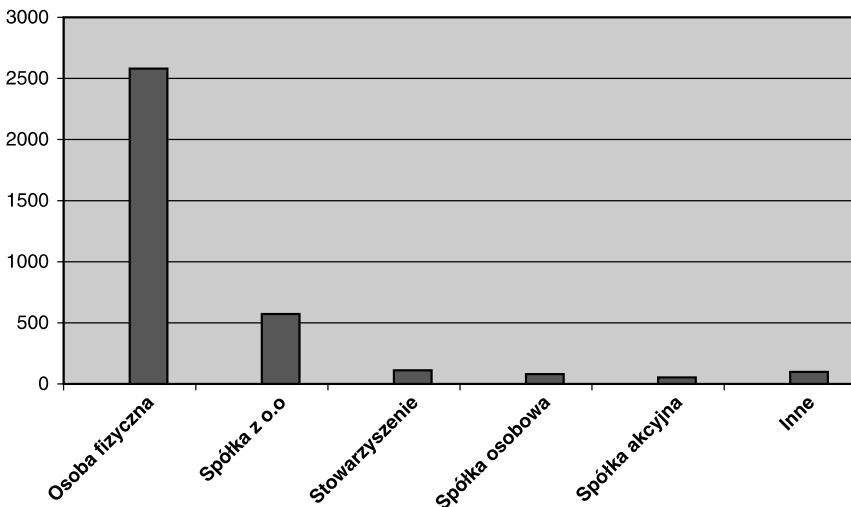
Największa koncentracja podmiotów turystycznych występuje na terenie województw o największym potencjale wyjazdowym mieszkańców i dużych walorach turystycznych. I tak najwięcej biur podróży funkcjonuje na terenie województwa mazowieckiego (501 podmiotów, co stanowi 17,6% wszystkich podmiotów turystycznych, które posiadają zezwolenie na prowadzenie działalności). Dominująca pozycja tego województwa wynika z tego, że wiele biur podróży otwiera swoje przedstawicielstwa w Warszawie, nawet wtedy, gdy prowadzą działalność w innym mieście. Drugim województwem pod względem liczby podmiotów turystycznych jest województwo śląskie (396 podmiotów, czyli 13,9% ogółu), trzecie miejsca zajmuje województwo małopolskie, a dalsze dolnośląskie i wielkopolskie. W tych pięciu czołowych województwach działa 60% wszystkich biur podróży. Najmniej podmiotów turystycznych funkcjonuje w województwach: opolskim, świętokrzyskim i lubuskim.

Najczęściej mają one postać jednostek prowadzonych przez osoby fizyczne, spółek z ograniczoną odpowiedzialnością oraz stowarzyszeń (schemat 6). Zdecydowana większość z nich to biura podróży działające na zasadach agencyjnych. Niektóre działają w sposób zbliżony do lokalnych organizatorów (touroperatorów).²⁸

28) Turoperator, lub tour-operator, jest określeniem branżowym używanym na oznaczenie biura podróży, którego działalność polega na tworzeniu produktu. W ustawie o usługach turystycznych używana jest nazwa „organizator turystyki”. Do zakresu jego działania należy tworzenie programów, zamawianie świadczeń, usług, zatrudnianie pilotów, realizowanie i rozliczanie imprez.

Schemat 5. Biura podróży wg województw w 2004 r.

Źródło: Dane Instytutu Turystyki, http://www.intur.com.pl/biura_podrozy.htm

Schemat 6. Biura podróży wg form własności w 2003 r.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki

W Polsce nie zawsze rozróżnia się funkcję organizatora, agencji i biur podróży. Często można spotkać się z sytuacją, kiedy firma reklamuje się jako organizator, będąc w istocie niewielkim biurem podróży, pośrednikiem czy wręcz agentem.

Klasycznym, dużym i z tradycjami organizatorem polskim – znanym nie tylko w kraju, jest ORBIS SA. Niedawno powstała duża grupa Open Travel (spółka z o.o. z udziałem trzech krakowskich biur: Jan-Pol, Jordan, Delta Travel) jest przykładem udanej próby konsolidacji polskich organizatorów turystyki. Do największych organizatorów turystyki w Polsce należy zaliczyć BP Triada, łódzki Rainbow Tours oraz warszawski Mazurkas Travel.

Największe i najstarsze²⁹ polskie biuro podróży PBP Orbis ma złożoną strukturę. W 1993 roku wyodrębniono z **ORBIS SA** spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Podstawowym trzonem jest Orbis Hotels. Pozostałe dwie spółki-córki to: Polskie Biuro Podróży Orbis Sp. z o.o. (Orbis Travel) oraz firma transportowa Orbis Transport Sp. z o.o. W efekcie tych zmian Orbis stał się przede wszystkim grupą hotelową o strukturze holdingowej, która zapewnia kompletną ofertę w dziedzinie podróży, turystyki i hotelarstwa. Polskie Biuro Podróży Orbis jest przedsiębiorstwem o bardzo szerokim zakresie działalności i rozbudowanej sieci usługowej. W jego strukturach działają m.in. Biuro Zagranicznej Turystyki Wyjazdowej, Biuro Zagranicznej Turystyki Przyjazdowej, Biuro Kongresów, Biuro Polowań oraz spółek kapitałowych. Orbis Travel ma 35 oddziałów oraz 1000 agentów sprzedaży na terenie kraju. Współpracuje ze 160 zagranicznymi biurami podróży oraz dwoma tysiącami agentów zagranicznych biur podróży. Jak już wspomniano, ORBIS SA to nie tylko hotele (ponad 50 obiektów wysokiej klasy), najstarsze i największe polskie biuro podróży (z jego usług korzysta co roku 1 mln osób), ale także przedsiębiorstwo transportowe posiadające stałe połączenia autokarowe z wieloma miastami w całej Europie oraz prowadzące – we współpracy z firmą Hertz – sieć wypożyczalni samochodów osobowych.

Od pewnego czasu na polskim rynku turystycznym działają także przedstawicielstwa firm zagranicznych. Obecnie wyraźnie dominują cztery firmy: Touristik Union Internationale (TUI), Neckermann und Reisen Touristic (NUR), Scan Holiday oraz Ving. Specjalizują się one w sprzedaży szerokiej gamy standardowych pakietowych imprez w segmencie turystyki urlopowo-wakacyjnej, zwłaszcza bazujących na czarterowanych przelotach. Szacuje się, że opanowały one już około 80% tego rynku czarterowego w Polsce.

Jednym z pierwszych dużych koncernów, które zdecydowały się wejść na polski rynek, był TUI – największy touroperator w Europie – firma posiadająca własne linie lotnicze, 160 hoteli oraz bardzo rozbudowaną (liczącą kilka tysięcy agencji turystycznych na całym świecie) sieć dystrybucji. Pierwsi agenci TUI rozpoczęli działalność w Polsce już w 1993 roku. Ich sukcesy spowodowały, że w 1997 roku utworzono spółkę TUI-Polska, będącą bezpośrednim przedstawicielem firmy w naszym kraju. Obecnie jej produkty sprzedaje ponad 200 polskich agencji turystycznych, a udział TUI w obsłudze polskiego rynku turystyki wyjazdowej szacowany jest na 15%. Duży sukces odniosła też duńska firma Scan Holiday, która rozpoczęła działalność w Polsce w 1995 roku. Dzięki rozbudowanej sieci sprzedaży i stosunkowo niskim cenom w krótkim czasie zdobyła znaczną część rynku podróży wakacyjnych. Od stycznia 2005 r. Scan Holiday wchodzi w skład struktur TUI Poland, oferta Scan Holiday charakteryzuje się niższym progiem cenowym od TUI.

Na nieco innych zasadach działa w Polsce inny wielki koncern niemiecki NUR – trzeci, co do liczby obsługiwanych turystów, touroperator w Europie. Firma również posiada własny oddział w Polsce (Neckermann Polska, sp. z o.o.; należy do jednego z największych i najstarszych koncernów turystycznych w Europie – Thomas Cook AG i cały czas rozbudowuje własną sieć dystrybucji. Z wielkim rozmachem na polski rynek weszła w 1998 roku firma Ving, wchodząca w skład Scandinavian Leisure Group, innego potentata w organizacji podróży wakacyjnych. Oprócz dużej akcji reklamowej, firma zaskoczyła – budząc duże kontrowersje – koncepcją sprzedaży swoich produktów prawie wyłącznie we własnych placówkach, które zlokalizowane są przede wszystkim w największych polskich miastach.

²⁹ 26 kwietnia 1920 r. we Lwowie powołano Biuro Podróży „Orbis” Sp. z o.o., pod koniec lat trzydziestych Orbis posiadał już 30 placówek. W 1933 r. przeniósł swoją siedzibę do Warszawy.

Na polski rynek wchodzi coraz to nowe firmy. Są w nich zarówno przedstawiciele innych znanych firm (np. czeski Fischer, amerykański American Express), jak i mało znane firmy zza wschodniej granicy.

Obiekty hotelarskie i inne obiekty noclegowe

Bazę noclegową należy zaliczyć do najważniejszych elementów zagospodarowania turystycznego, a usługi hotelarskie do podstawowych usług turystycznych umożliwiających przebywanie poza miejscem stałego zamieszkania dłużej niż jeden dzień. Wielkość tej bazy decyduje o możliwościach recepcyjnych miejscowości lub regionu, bez niej praktycznie niemożliwy jest rozwój turystyki. Bazę noclegową dzieli się na wiele rodzajów, stosując przy tym różne kryteria, dlatego w skali międzynarodowej utrudnione lub wręcz niemożliwe jest dokonanie porównań. Zgodnie z terminologią zalecaną przez Światową Organizację Turystyki (WTO), przyjmuje się, że **turystycznym obiektem noclegowym** jest każdy obiekt, w którym regularnie lub sporadycznie nocują turyści. Od strony definicji przedsiębiorstwa, w tym zakładu produkcyjnego jako jego części, **zakładem noclegowym** jest jednostka, w której zakwaterowanie jest działalnością podstawową lub uboczną.

Przepisy ustawy, z dnia 29 sierpnia 1997 roku, o usługach turystycznych ustalają następujące kategorie dla:

- hoteli, moteli i pensjonatów – pięć kategorii oznaczonych gwiazdkami,
- kempingów – cztery kategorie oznaczone gwiazdkami,
- domów wycieczkowych i schronisk młodzieżowych – trzy kategorie oznaczone cyframi rzymskimi.

Wszystkie obiekty hotelarskie muszą być odpowiednio zaszeregowane do poszczególnych rodzajów, kategorii i zgłoszone do ewidencji działalności gospodarczej. Hotelom, motelom, pensjonatom, kempingom, schroniskom i schroniskom młodzieżowym kategorię nadaje i prowadzi ewidencję wojewoda właściwy dla miejsca położenia obiektu. Natomiast domom wycieczkowym i polom biwakowym kategorię nadaje i prowadzi ewidencję wójt (burmistrz, prezydent) właściwy dla miejsca położenia obiektu.

W turystycznej bazie noclegowej od 1994 r. występuje zjawisko systematycznego wzrostu zasobów, mierzone liczbą obiektów.³⁰ Wzrost ten wywołany jest ogólnie procesami zachodzącymi w gospodarce rynkowej; realizacją nowych inwestycji w turystyce, prywatyzacją, przekwalifikowaniem obiektów, które pełniły do tej pory inne funkcje lub miały innego gestora, szybkim wzrostem liczby kwater prywatnych. Mimo wzrostu liczby rejestrowanych obiektów bazy noclegowej, należy zdawać sobie sprawę, że jeszcze bardzo duża część tej bazy prowadzi działalność bez rejestracji. W miejscowościach atrakcyjnych turystycznie faktyczna oferta bazy noclegowej jest czasem kilkakrotnie wyższa niż rejestrowana przez GUS. Główną część tej bazy stanowią nie rejestrowane pokoje gościnne.

W 2003 roku w Polsce było ponad 7 116 obiektów noclegowych zakwaterowania zbiorowego mogących jednorazowo przyjąć około 600 tysięcy osób. Zdecydowanie przeważa baza sezonowa. W obiektach całorocznych znajduje się zaledwie 30% miejsc noclegowych. Ponad połowa obiektów zlokalizowana jest na terenach atrakcyjnych ze względu na walory turystyczne lub uzdrowiskowe. Istnieje 16 rodzajów tych obiektów. Baza ta charakteryzuje

30) Wykazywany od 2000 r. wg danych GUS spadek liczby obiektów i miejsc noclegowych związany jest z kategoryzacją, dane GUS uwzględniają obiekty skategoryzowane, natomiast w całej bazie przyrost jest permanentny.

się wysokim stopniem sezonowości: większość miejsc wynajmowana jest w sezonie letnim. Baza jest także zróżnicowana pod względem standardu i przeznaczenia. Największymi zasobami noclegowymi dysponują ośrodki wczasowe, które liczą 158 tys. miejsc i mieści się tam prawie co czwarte miejsce polskiej bazy noclegowej. Większość stanowią miejsca sezonowe: tylko 27,8% udostępniane jest przez cały rok. Ale mimo sezonowego charakteru i dużego udziału obiektów o niższym standardzie, ośrodki nadal odgrywają ważną rolę w obsłudze ruchu turystycznego zarówno w okresie letnim, jak i zimowym. Na drugim miejscu pod względem wielkości zasobów są hotele. W bazie tej przeważają hotele o niższym i średnim standardzie: jedno-, dwu- i trzygwiazdkowe. Jest ich odpowiednio 177, 367 i 380. Hoteli czterogwiazdkowych jest 51, a pięciogwiazdkowych 8. Najwięcej pokoi, bo 48 700 miejsc na 117 100, oferowały hotele trzygwiazdkowe. Stanowi to więcej niż jedną trzecią wszystkich pokoi w bazie hotelowej.

Poza obiektami skategoryzowanymi działa wiele obiektów używających nazwy pochodnej – „hotelik”, „otel”, zajazd, gospoda itp., lecz bez kategorii właściwej dla hoteli. Potwierdzają to oferty zamieszczone w katalogach lub innego rodzaju materiałach informacyjnych, przedstawiające obok hoteli, których kategoria oznaczona jest gwiazdkami, obiekty bez takiego oznakowania. Sytuację tę unormowała ustawa o usługach turystycznych, która precyzuje, że nazwy rodzajów i oznaczenia kategorii obiektów hotelarskich podlegają ochronie prawnej.

Pomijając obiekty o najniższym standardzie, liczba hoteli w Polsce regularnie wzrasta. Zawdzięczamy to z jednej strony inwestycjom w hotelarstwie, a z drugiej strony – poprawie sprawozdawczości statystycznej i urealnieniu kategoryzacji. Pozostała baza odgrywa mniejszą rolę w obsłudze ruchu turystycznego; występują tu obiekty o zróżnicowanym udziale liczby miejsc: od mniej niż 1% w domach pracy twórczej do 3,9% w zespołach ogólnodostępnych domków turystycznych. Spadek liczby obiektów taniej bazy noclegowej jest zjawiskiem niekorzystnym, zwłaszcza że tendencja ta utrzymuje się od kilku lat. Zmniejsza się dostępność tej bazy, przeznaczonej głównie dla młodzieży. Systematyczny spadek liczby ośrodków wczasowych, notowany od kilku lat, wiąże się z przemianami gospodarczymi w naszym kraju, głównie z prywatyzacją. W jej wyniku wiele dotychczasowych ośrodków wczasowych zostało zmodernizowanych, przekształconych w obiekty innego typu (np. hotele, pensjonaty), bądź przestało pełnić funkcje turystyczne.

Rynek usług hotelarskich w Polsce cechuje bardzo duży udział instytucji nieturystycznych wśród gestorów bazy noclegowej. Znaczna część obiektów znajduje się w gestii związków zawodowych, zrzeszeń i zakładów pracy. Tylko te ostatnie dysponują co trzecim obiektem oraz prawie 40% miejsc noclegowych. Znaczną część bazy turystycznej stanowią kempingi (5% miejsc noclegowych), pola biwakowe (8%) oraz kwatery prywatne (6%).

W Polsce funkcjonuje około 250 domów wycieczkowych, ponad 80 schronisk turystycznych oraz prawie 600 schronisk młodzieżowych (w znacznej części czynnych sezonowo). Największe znaczenie ma jednak baza hotelowa.

W ostatnich kilku latach hotelarstwo polskie rozwija się bardzo dynamicznie. Inwestują w nie zarówno firmy polskie (np. Exbud-Kielce zbudował hotel Magda w Licheniu, Budimex, który wybudował kilka hoteli, m.in. w Rzeszowie, Lublinie, Zakopanem), jak i zagraniczne np. hotele Marriott, Holiday Inn i Sheraton. Mogą także przyjmować formę joint-venture w postaci sieci hoteli (np. sieć hoteli Best Eastern Plaza Hotels – hotele w Poznaniu, Olsztynie, Wrocławiu, Warszawie).

W Polsce nie występuje tak powszechne w krajach o rozwiniętej gospodarce rynkowej zjawisko koncentracji bazy noclegowej i łączenia się obiektów w łańcuchy hotelowe. Nie ma też wielkich firm, które dysponowałyby znaczną liczbą hoteli. Wyjątkiem w tym względzie jest umieszczony w okolicach 50. miejsca w rankingach największych łańcuchów hotelowych publikowanych przez International Hotels Association – ORBIS SA, który posiada 55 hoteli. Jeszcze większą liczbą obiektów dysponuje Fundusz Wczasów Pracowniczych (130 obiektów, 20 tys. miejsc noclegowych w 53 atrakcyjnych miejscowościach). Jednak z uwagi na charakter obiektów, zakres oraz standard usług, trudno porównywać tę firmę z łańcuchami hotelowymi. Jedną z pierwszych polskich sieci hotelowych jest sieć hoteli RT Hotels w Krakowie.

Mimo szybkiego tempa wzrostu, hotele należące do międzynarodowych grup stanowią niecałe 5% bazy hotelowej w Polsce. Do najważniejszych grup hotelowych funkcjonujących w Polsce należą:

- Orbis SA – Accor – 55 hoteli,
- OST Gromada – 19 hoteli, 3 ośrodki wypoczynkowe, 5 kempingów,
- Qubus Hotel Management – 8 hoteli,
- Global Hotels Development Group – 7 hoteli,
- Radisson SAS Hotels Sc Resorts – 6 hoteli,
- Marriott International – 2 hotele,
- Starwood Hotels & Resorts – 3 hotele,
- Envergure Hotels – 9 hoteli,
- Hotele Diament – 4 hotele,
- Przedsiębiorstwo Turystyczne Łódź – 5 hoteli,
- Hotele 500 – 6 hoteli,
- Best Eastern Plaza Hotels – 3 hotele,
- Gołębiwski – 3 hotele,
- Hyatt – 1 hotel,
- Hilton – 1 hotel,
- Dorint – 1 hotel,
- Intercontinental – 6 hoteli,
- RT Hotels Kraków – 4 hotele.

Istotne znaczenie dla obsługi ruchu turystycznego ma **baza żywniowa**. W Polsce jest około 60 000 placówek gastronomicznych (z tego około 10 tysięcy obiektów zlokalizowanych jest w bazie noclegowej turystyki). Zdecydowana większość z nich to obiekty prywatne. Placówki uspołecznione stanowią zaledwie 2,5% wszystkich obiektów. W ciągu ostatnich trzech lat liczba placówek prywatnych podwoiła się, natomiast liczba zakładów państwowych spadła o około 90%.

Przedsiębiorstwa transportu turystycznego

Ważną rolę w obsłudze ruchu turystycznego odgrywają państwowe przedsiębiorstwa transportu publicznego: PKP i PKS. Działalność największych państwowych przewoźników należy rozpatrywać w dwóch kategoriach. Niezależnie bowiem od tego, że świadczą usługi dla wszystkich podróżnych (a więc także turystów), często powołują także specjalistyczne agencje zajmujące się organizacją i obsługą ruchu turystycznego. Agencje takie posiada PKP („Biuro Wczasowo-Turystyczne Koltur”), Polska Żegluga Bałtycka

(„Morskie Biuro Podróży” PZB), a także niektóre oddziały PKS. Własną Agencję Podróży („Wars Tour”) posiada też dawne Przedsiębiorstwo Wagonów Sypialnych i Restauracyjnych. Specjalistyczną agencję turystyczną posiadały także Polskie Linie Lotnicze LOT (które zostaną omówione w dalszej części opracowania). Jednak firma LOT Air Tours usamodzieliła się i aktualnie działa jako odrębna firma – Air Tours Poland Group.

Coraz większą konkurencję dla państwowych przewoźników stanowią prywatne firmy przewozowe. W Polsce działa kilkadziesiąt takich firm. Większość z nich ogranicza swoją działalność do rynków lokalnych. Jednak są też firmy o szerszym zasięgu działalności, np. Comfort Lines – działające w Polsce centralnej i południowej, Eurobus czy „Omnia” i „Sindbad” działająca na Śląsku albo „Jordan” w Małopolsce. Firmy te kierują swoją ofertę głównie do Polaków i ograniczają się do organizacji przejazdów na trasach międzynarodowych. Fakt, że polscy przewoźnicy jakby zapomnieli o rynku krajowym, szybko wykorzystał największy brytyjski przewoźnik autokarowy National Express Group (firma przewozi prawie 150 mln pasażerów rocznie na prawie 200 trasach), powołując firmę „Polski Express”. Firma dosyć szybko zdominowała rynek dalekobieżnych tras łączących główne miasta Polski z Warszawą. Przewozy międzynarodowe zdominowane zostały natomiast przez Orbis Transport, utrzymujący stałe linie przewozów do największych celów turystycznych w Europie.

Lotnictwo pasażerskie

Polskie Linie Lotnicze LOT zostały założone w 1929 roku. Dysponują 50 samolotami, w tym dalekodystansowymi Boeingami 767, samolotami średniego zasięgu Boeing 737 oraz Embraerami ERJ 145 (brazylijskie samoloty średniego zasięgu). Obsługują rocznie prawie 3 mln pasażerów, z czego 90% przypada na połączenia międzynarodowe. LOT utrzymuje połączenia z ponad 50 portami lotniczymi w 35 krajach oraz 7 portami krajowymi. Oprócz połączeń z największymi miastami europejskimi, samoloty LOT latają także do: Bejrutu, Kairu, Damaszku, Dubaju, Kuwejtu, Singapuru, Tel Awiwu, Bangkoku, Pekinu, Nowego Jorku, Chicago, Toronto i Montrealu.

W obsłudze turystów coraz większą rolę odgrywają tzw. tanie linie lotnicze, które po akcesie Polski do Unii Europejskiej uruchomiły połączenia pomiędzy głównymi centrami Europy a większymi miastami Polski. Należą do nich zarówno przewoźnicy polscy, jak Centralwing (spółka LOT-u), jak również europejscy – Easy Jet, Ryanair, SkyEurope, Wiz Air, Germawings, Aerlingus, Norwegian, Air Lithuania. Największy port lotniczy warszawskie Okęcie odnotował w 2004 r. ponad 6 mln pasażerów a krakowskie Balice ponad 800 tys. Tanie linie stawiają na regionalne porty lotnicze, a wśród nich szczególną popularnością cieszą się krakowskie Balice.

Rynek wynajmu samochodów (**rent a car**) jest w Polsce jeszcze słabo rozwinięty. Jedną z przyczyn takiego stanu rzeczy jest to, że przez długi okres monopolistą w tej branży był ORBIS. W 1979 roku podpisał umowy korporacyjne z trzema największymi firmami w tej branży (Hertz), przez co na długi czas zmonopolizował rynek. W 1990 r. powołano ORBIS Transport Sp. z o.o. HERTZ Franchisee. Firma posiada ponad 500 samochodów, które można wypożyczyć w Warszawie, Krakowie, Gdańsku, Katowicach, Łodzi, Olsztynie, Poznaniu, Szczecinie i Wrocławiu. W tym samym roku na polski rynek weszła firma Budget. W 1991 r. firma GGC uzyskała prawa koncesji dla Euro Dollar Poland i posiada obecnie 450 pojazdów. Od 1991 roku samodzielne przedstawicielstwa w Polsce ma także Europcar

(oddziały w: Warszawie, Krakowie i Gdańsku) oraz Avis (w Warszawie, Krakowie, Gdańsku, Poznaniu, Szczecinie i Wrocławiu). Działa także kilka polskich przedsiębiorstw – np. Elen Rent a Car, Altour, Eurotransport. LOT Fly and Drive jest programem, na podstawie którego pasażerowie LOT i Eurolot mogą korzystać w Polsce z wynajmu samochodów międzynarodowej sieci National Car Rental.

1.4.6. SAMORZĄD GOSPODARCZY I ORGANIZACJE ZAWODOWE BRANŻY TURYSTYCZNEJ

Podstawą prawną funkcjonowania organizacji samorządu gospodarczego w Polsce jest ustawa o izbach gospodarczych z dnia 30 maja 1989 r. (Dz.U. nr 35, poz. 195 z późn. zm.).

Samorząd gospodarczy w turystyce funkcjonuje w Polsce na dwóch poziomach terytorialno-organizacyjnych. Ogólnopolską branżową organizacją samorządową, zrzeszającą głównie biura podróży, jest Polska Izba Turystyki – PIT. Oprócz struktury centralnej posiada ona sieć oddziałów wojewódzkich. Niezależnie od Polskiej Izby Turystyki, działają regionalne branżowe izby turystyki, grupujące podmioty turystyczne funkcjonujące w poszczególnych częściach kraju.

Specjalistyczną organizacją samorządu gospodarczego jest powstała w 1991 r. Izba Gospodarcza „Uzdrowiska Polskie”. Gromadzi ona instytucje działające na terenie uzdrowisk, m.in. przedsiębiorstwa uzdrowiskowe, sanatoria, rozlewnie wód mineralnych. Do głównych celów działania Izby należy rozwój i promocja uzdrowisk, reprezentowanie interesów swoich członków wobec organów i instytucji krajowych i zagranicznych, działanie na rzecz rozwoju i powstawania nowych uzdrowisk, kształcenie zawodowe w specjalnościach uzdrowiskowych, promocja uzdrowisk w kraju i za granicą, uczestnictwo w pracach legislacyjnych oraz opracowywanie standardów w zakresie uzdrowisk. Siedzibą Izby jest Warszawa.

Inną grupę turystycznych organizacji zawodowych stanowią stowarzyszenia pilotów wycieczek i przewodników turystycznych. Aktualnie funkcjonuje w kraju wiele tego typu organizacji. Należą do nich m.in.: Polskie Stowarzyszenie Pilotów Wycieczek Zagranicznych w Warszawie, Dolnośląskie Stowarzyszenie Pilotów Wycieczek Zagranicznych we Wrocławiu, Małopolskie Stowarzyszenie Pilotów Wycieczek w Krakowie, Stowarzyszenie Pilotów Wycieczek w Poznaniu, Pomorskie Centrum Pilotażu i Przewodnictwa w Gdyni, Warszawskie Stowarzyszenie Przewodników, Polskie Stowarzyszenie Przewodników Wysokogórskich, Pomorska Federacja Przewodnicka, Centrum Przewodnictwa Tatrzańskie. We wrześniu 2004 r. w Poznaniu powołano **Polską Federację Pilotażu i Przewodnictwa**,³¹ która zamierza zintegrować środowisko pilotów i przewodników w skali całego kraju.

Polska Izba Turystyki – PIT

Polska Izba Turystyki jest organizacją samorządu gospodarczego reprezentującą interesy gospodarcze zrzeszonych w niej podmiotów w zakresie ich działalności w dziedzinie turystyki. Izba została zarejestrowana 10 stycznia 1990 r. w Warszawie na podstawie ustawy o izbach gospodarczych z dnia 30 maja 1989 r. (Dz.U. nr 35, poz. 195 z późn. zm.) i z tego tytułu ma osobowość prawną.

31) patrz: www.federation-guides.pl

W Polskiej Izbie Turystyki zrzeszonych jest około 400 podmiotów – w zdecydowanej większości biur podróży, dysponujących około 2 tys. placówek handlowych.

Do statutowych zadań Polskiej Izby Turystyki należy:

- reprezentowanie interesów gospodarczych swoich członków,
- przyczynianie się do rozwoju turystyki,
- organizowanie działań i współdziałanie w przedsięwzięciach zapewniających materialne warunki rozwoju gospodarki turystycznej oraz jej doskonalenie,
- podnoszenie poziomu i kultury obsługi turystów,
- kształtowanie i upowszechnianie zasad etyki w działalności gospodarczej.

W ramach Polskiej Izby Turystyki działa 7 komisji problemowych: turystyki przyjazdowej i promocji, ekonomicznej, inwestycji i prawa, szkoleń, etyki, skarg i współpracy organizacji turystycznych, turystyki młodzieżowej, finansowej, turystyki wyjazdowej, transportu i spraw międzynarodowych. Polska Izba Turystyki, jako organizacja samorządu gospodarczego, wprowadziła system rekomendacji dla biur podróży.

Regionalne izby turystyczne

Regionalne izby turystyczne, podobnie jak Polska Izba Turystyki, są organizacjami samorządu gospodarczego, reprezentującymi interesy zrzeszonych w nich podmiotów. Ograniczają one jednak terytorialny zakres swojej działalności do poszczególnych regionów, w granicach których funkcjonują.

Do podstawowych zadań regionalnych izb turystycznych należy:

- reprezentowanie i ochrona interesów swoich członków,
- stwarzanie warunków do rozwoju i podnoszenia standardu usług turystycznych,
- organizowanie działań i współdziałanie w przedsięwzięciach zapewniających dogodne warunki rozwoju gospodarki turystycznej,
- współdziałanie z organami władzy rządowej i samorządowej w zakresie tworzenia warunków do rozwoju turystyki w danym regionie,
- opiniowanie projektów aktów prawnych dotyczących gospodarki turystycznej,
- kształtowanie wizerunku turystycznego regionu, m.in. poprzez współpracę z mediami,
- promocja regionu,
- kształtowanie i upowszechnianie zasad etyki w działalności gospodarczej członków Izby,
- podnoszenie poziomu i kultury obsługi klientów,
- integrowanie środowiska osób prowadzących działalność gospodarczą w zakresie turystyki oraz organizowanie ich spotkań o charakterze szkoleniowym, kulturalnym oraz poświęconych wymianie doświadczeń, dążenie do zrzeszenia w Izbie wszystkich podmiotów prowadzących działalność gospodarczą w zakresie turystyki i innych podmiotów, które zainteresowane są rozwojem turystyki.

Izby mogą prowadzić działalność gospodarczą z przeznaczeniem wypracowanych środków na realizację celów statutowych.

Tabela II. Regionalne izby turystyczne

Miasto	Nazwa izby	Rok powstania	Liczba członków
Katowice	Górnośląska Izba Turystyki	1991	60
Kraków	Krakowska Izba Turystyki	1992	114
Poznań	Wielkopolska Izba Turystyki	1992	102
Szczecin	Zachodniopomorska Izba Turystyki	1992	54
Warszawa	Warszawska Izba Turystyki	1994	93
Bielsko-Biała	Beskidzka Izba Turystyki	1996	58
Wrocław	Dolnośląska Izba Turystyki	2003	92
Nowy Sącz	Nowosądecka Izba Turystyczna	1999	91
Łódź	Izba Turystyki Ziemi Łódzkiej	brak danych	ok. 40
Lublin	Regionalna Izba Turystyki – Oddział Regionalnej Izby Gospodarczej	1993	23

Źródło: L. Butowski, *Organizacja turystyki w Polsce, op.cit., uzupełnione*

Rada Krajowa Izb Turystyki

Rada powstała w 2004 r. w wyniku przekształcenia Rady Konsultacyjnej Izb Turystyki. Porozumienie o utworzeniu Rady podpisali przedstawiciele 11 organizacji i regionalnych izb turystyki – Beskidzkiej Izby Turystyki, Dolnośląskiej Izby Turystyki, Forum Turystyki Pomorza Zachodniego, Górnośląskiej Izby Turystyki, Izby Turystyki Ziemi Łódzkiej, Krakowskiej Izby Turystyki, Nowosądeckiej Izby Turystycznej, Regionalnej Izby Turystyki w Lublinie, Warszawskiej Izby Turystyki, Wielkopolskiej Izby Turystyki oraz Zachodniopomorskiej Izby Turystyki. Cele działania Rady określono jako:

- organizowanie i tworzenie jednolitej reprezentacji turystycznego samorządu gospodarczego na szczeblu ogólnokrajowym,
- reprezentowanie interesów sygnatariuszy porozumienia i ich członków wobec administracji rządowej, samorządu terytorialnego, organizacji ogólnopolskich i międzynarodowych,
- inicjowanie i organizowanie działań wspierających rozwój gospodarki turystycznej, promocji turystycznej, rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej.

Siedzibą Rady Krajowej Izby Turystyki jest Warszawa.

Stowarzyszenia agroturystyczne

Stowarzyszenia agroturystyczne są lokalnymi lub regionalnymi organizacjami grupującymi rolników świadczących usługi turystyczne w swoich gospodarstwach. Reprezentują one ich interesy oraz wspomagają działalność m.in. poprzez wspólną promocję i szkolenia. Aktualnie działa w Polsce przeszło 50 lokalnych i regionalnych stowarzyszeń agroturystycznych. W 1996 r. została utworzona Polska Federacja Turystyki Wiejskiej „Gospodarstwa Gościnne”. Skupia ona 40 lokalnych i regionalnych stowarzyszeń agroturystycznych. Głównym celem Federacji jest rozwój i promocja turystyki wiejskiej oraz stworzenie oferty wypoczynku na wsi przy zachowaniu tożsamości kulturowej i walorów przyrodniczych. Siedziba Federacji znajduje się w Warszawie.

Polskie Zrzeszenie Hoteli – PZH

Polskie Zrzeszenie Hoteli jest stowarzyszeniem powstałym w 1962 r., reprezentującym interesy polskiego hotelarstwa. Zrzeszenie jest członkiem Międzynarodowego Stowarzyszenia Hoteli (International Hotel Association – IHA). Siedzibą PZH jest Warszawa. W ramach Zrzeszenia funkcjonuje 13 oddziałów wojewódzkich – w Białymstoku, Gdańsku, Jeleniej Górze, Kielcach, Krakowie, Lublinie, Łodzi, Olsztynie, Opolu, Poznaniu, Toruniu, Warszawie i Wrocławiu.

Izba Gospodarcza – Polskie Zrzeszenie Hoteli

Izba powstała w 2003 r. jako organizacja samorządu gospodarczego, zrzesza obecnie przeszło 100 podmiotów prowadzących działalność w zakresie usług hotelarskich. Posiada osobowość prawną i działa na podstawie ustawy z dnia 30 maja 1989 r. o izbach gospodarczych. Siedzibą Izby jest Warszawa.

Polska Izba Hotelarska

Izba ta powstała w 2003 r. posiada osobowość prawną i działa na podstawie ustawy z dnia 30 maja 1989 r. o izbach gospodarczych. Siedzibą Izby jest Warszawa.

Polska Izba Turystyki Młodzieżowej

Izba ta powstała w 2002 r., jako organizacja samorządu gospodarczego reprezentująca interesy zrzeszonych w niej podmiotów w zakresie działalności turystycznej oraz interesy dzieci i młodzieży w sferze turystyki. Siedzibą Izby jest Warszawa.

1.4.7. SPOŁECZNE ORGANIZACJE TURYSTYCZNE

Stowarzyszenia turystyczne

Oprócz organów administracji publicznej, przedsiębiorstw i organizacji samorządu gospodarczego, ważnym ogniwem w systemie organizacyjnym turystyki w Polsce są stowarzyszenia turystyczne. Największe stowarzyszenia, których cele i działalność statutowa związane są bezpośrednio z turystyką i które działają w skali ogólnokrajowej, to: Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze, Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych, Polskie Zrzeszenie Hoteli oraz Polskie Stowarzyszenie Campingu i Caravaningu.

Głównym celem działalności społecznego sektora turystyki jest upowszechnianie turystyki, przyciąganie do niej dzieci i młodzieży, szkolenie społecznych kadr turystycznych, popularyzacja krajoznawstwa, organizacja i troska o stan szlaków turystycznych, rozwój turystyki kwalifikowanej itp. Stąd działalność społeczną w turystyce cechuje system członkostwa w organizacjach i stowarzyszeniach turystycznych, system zniżek za usługi świadczone członkom tych organizacji itp. Działalność społeczna w turystyce zakłada bezpłatne świadczenie pracy przez społeczną kadrę organizatorów imprezy (z ewentualnym zwrotem kosztów przejazdów, zakupionych materiałów itp.), co obniża znacznie koszty imprez turystycznych. Pozwala to organizować turystykę taniej, ale na wysokim poziomie jakościowym. Przyjmuje się zasadę, że zysk osiągnięty przez organizację społeczną w zasadniczej części powinien zostać przeznaczony na jej cele statutowe.

Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze

Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze (PTTK) powstało w 1950 roku w wyniku połączenia Polskiego Towarzystwa Tatrzańskie oraz Polskiego Towarzystwa Krajoznawczego. Jest spadkobiercą majątku oraz tradycji i dorobku ideowego obu tych towarzystw. Jest członkiem organizacji międzynarodowych, m.in. Alliance Internationale de Tourisme, Naturfreunde Internationale. Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze to największa turystyczna organizacja społeczna w Polsce, działająca jako stowarzyszenie; posiada osobowość prawną. Terenem jego działalności jest obszar Polski, a siedzibą jego władz naczelnych Warszawa.

Jednostkami organizacyjnymi PTTK są oddziały, koła i kluby, a także jednostki specjalistyczne. Oddziały PTTK, jako terenowe jednostki towarzystwa, posiadają osobowość prawną, a koła i kluby wchodzi w ich skład. Na początku 2005 r.³¹ działało 340 oddziałów PTTK (m.in. w powiatach, miastach, gminach, zakładach pracy, szkołach, Wojsku Polskim, środowisku akademickim) grupujących ponad 3 tys. kół i klubów, zrzeszających około 70 tys. członków. Oddziały mogą tworzyć komisje, rady i zespoły, stosownie do istniejących potrzeb i zainteresowań członków PTTK. Mogą one także tworzyć jednostki programowe i regionalne, jak również prowadzić działalność gospodarczą.

Jednostkami specjalistycznymi PTTK są: Centralny Ośrodek Turystyki Górskiej w Krakowie (wraz z Centralną Biblioteką Górską) oraz Centrum Fotografii Krajoznawczej w Łodzi. Przy Zarządzie Głównym działa Centralna Biblioteka PTTK. Towarzystwo prowadzi również 16 muzeów regionalnych i tematycznych oraz dysponuje ponad 180 obiektami turystycznymi (m.in. schroniskami, domami wycieczkowymi, kempingami, stanicami wodnymi).

Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych – PTSM

Polskie Towarzystwo Schronisk Młodzieżowych powstało w 1926 r. jako trzecia na świecie organizacja tego typu. Jego utworzenie związane było z rozpoczętą w tym roku akcją rozwoju schronisk młodzieżowych. PTSM jest członkiem Międzynarodowego Towarzystwa Schronisk Młodzieżowych (International Youth Hotel Federation). Posiada osobowość prawną. Jego siedzibą jest Warszawa. Liczba członków stowarzyszenia wynosi około 260 tysięcy, z czego 90% to młodzież szkolna. W strukturach PTSM działa 1700 kół szkolnych. Ważnym zadaniem PTSM jest prowadzona od 1962 r. akcja przygotowywania tzw. tras typowych PTSM, czyli szlaków wykorzystujących sieć schronisk młodzieżowych (obecnie 131 obiektów całorocznych – ponad 8 tys. miejsc noclegowych i 441 sezonowych). W 1995 r. zorganizowano 120 tras typowych.

PTSM umożliwia polskim turystom zrzeszonym w tej organizacji korzystanie z bazy schronisk młodzieżowych w kilkudziesięciu krajach świata. Towarzystwo jest członkiem Międzynarodowej Federacji Schronisk Młodzieżowych.

Polska Federacja Campingu i Caravaningu – PFCC

Polska Federacja Campingu i Caravaningu jest dobrowolnym zrzeszeniem osób fizycznych działających na rzecz rozwoju turystyki campingowej i caravaningowej. Federacja powstała w 1964 r. Obecnie zrzesza 240 kempingów, o łącznej liczbie 64 tysięcy miejsc. PFCC grupuje ponadto kluby caravaningowe oraz członków indywidualnych. Polska Fe-

32) Źródło: www.pttk.pl

deracja Campingu i Caravaningu jest od 1965 r. członkiem Międzynarodowej Federacji Campingu i Caravaningu (International Federation of Camping and Caravaning – FICC). Siedzibą Federacji jest Warszawa.

Towarzystwo Krzewienia Kultury Fizycznej

Towarzystwo Krzewienia Kultury Fizycznej zostało powołane w 1957 r. w celu propagowania różnych form aktywnego wypoczynku, w tym turystycznych form rekreacji ruchowej. Zrzesza ogniska Towarzystwa z całego kraju. TKKF organizuje wiele imprez turystyki kwalifikowanej, takich jak: rajdy piesze, rowerowe, konne, spływy kajakowe oraz wycieczki i obozy turystyczne.

1.4.8. ORGANIZACJE STUDENCKIE, MŁODZIEŻOWE, RELIGIJNE, NAUKOWE, SPORTOWE I INNE

Najważniejszymi organizacjami studenckimi wykorzystującymi turystykę jako środek do realizacji swoich celów statutowych są organizacje samorządu studenckiego: Niezależne Zrzeszenie Studentów i Zrzeszenie Studentów Polskich – skupiają one młodzież studiującą. Jednym z ich zadań jest organizacja imprez turystycznych dla środowiska akademickiego. Wśród organizacji młodzieżowych i dziecięcych działających w zakresie turystyki najważniejszymi są Związek Harcerstwa Polskiego oraz Związek Harcerstwa Rzeczypospolitej. Ważnym ich zadaniem jest coroczna akcja obozowa organizowana dla dzieci i młodzieży w wieku szkolnym. Środowiskową organizacją skupiającą młodzież wiejską jest Związek Młodzieży Wiejskiej, który również wykorzystuje imprezy turystyczne jako środek do realizacji swoich celów statutowych (prowadzi własne biuro turystyczne TAU). Działalność turystyczno-krajoznawcza jest ważnym środkiem do realizacji celów pedagogicznych w procesie nauczania dzieci i młodzieży. Dlatego też treści krajoznawcze powinny stanowić część programów szkół podstawowych i średnich. Z tą myślą w niektórych szkołach funkcjonują koła krajoznawczo-turystyczne oraz klasy autorskie o profilu turystyczno-krajoznawczym.

Do realizacji swoich celów statutowych różne formy turystyki wykorzystują również ogólnokrajowe i regionalne organizacje naukowe, popularnonaukowe oraz branżowe. Należą do nich m.in. takie stowarzyszenia, jak np.: Polskie Towarzystwo Geograficzne, Polskie Towarzystwo Leśne, towarzystwa miłośników określonych ziem i regionów, jak również organizacje ekologiczne.

Organizacją imprez turystycznych zajmują się też niektóre związki sportowe, np. Polski Związek Narciarski, Polski Związek Alpinizmu (sam alpinizm jest sportem), Aeroklub Polski, Automobilklub Polski, Polski Związek Jeździecki, Polski Związek Kajakowy, Polski Związek Towarzystw Wioślarskich, Ludowe Zespoły Sportowe, Związek Żeglarski, Polski Związek Kolarski, Polski Związek Motorowy, Polski Związek Wędkarski itp., a także Liga Obrony Kraju, Liga Ochrony Przyrody i Polski Związek Łowiecki.

Aktywność na polu organizacji wyjazdów z dziećmi, młodzieżą oraz osobami dorosłymi, przejawiają też organizacje religijne, działające najczęściej przy parafiach lub duszpasterstwach środowiskowych. Należą do nich m.in. Ruch „Światło-Życie”, Duszpasterstwo Akademickie oraz różne ruchy odnowy religijnej. Działalność turystyczna organizowane jest albo na zasadach tzw. samopomocy społecznej, albo poprzez wyspecjalizowane agendy turystyczne (np. Kościelna Agencja Pielgrzymkowa „Nomada” z Warszawy, Biuro Turystyczne Pallotyńców czy prężnie działające Diecezjalne Biuro Pielgrzymkowe w Porąbce Uszewskiej koło Tarnowa). W Episkopacie Polski działa Rada ds. Migracji, Turystyki i Pielgrzymek, a przy

niektórych kuriach biskupich funkcjonują wydziały lub referaty ds. pielgrzymek. Kościół, głównie katolicki, organizuje pielgrzymki, oazy oraz kolonie i obozy dla dzieci i młodzieży.

Organizacją turystyki zajmuje się też Stowarzyszenie „Wspólnota Polska”, które oprócz obsługi przyjazdów Polonii oraz organizacji wyjazdów Polaków za granicę prowadzi także niektóre hotele (np. „Dom Polonii” w Pułtusku).

Ważną rolę odgrywają organizacje dbające o bezpieczeństwo uprawiania turystyki w górach i nad wodą. Są to:

Wodne Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe – WOPR

Jest organizacją powstałą w 1962 r., jej tradycje jednak sięgają XIX w. Celem działania WOPR jest czuwanie nad bezpieczeństwem życia i zdrowia ludzkiego na wodach śródlądowych i morskich wodach przybrzeżnych. Jest członkiem International Lifesaving Federation.

Tatrzańskie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe – TOPR

Tatrzańskie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe istnieje od 1909 r., od 1952 r. jako grupa tatrzańska GOPR. Wyodrębniło się z Górskiego Ochotniczego Pogotowia Ratunkowego w 1991 r. i reaktywowało swoją samodzielną działalność. Jego celem jest niesienie pomocy turystom w sytuacjach zagrożenia życia i zdrowia na obszarze Tatr i Podhala. Jest członkiem IKAR-CISA, organizacji zrzeszającej służby ratownictwa górskiego z całego świata.

Górskie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe – GOPR

Jest organizacją powstałą w 1952 r. jako rozszerzenie działalności TOPR na wszystkie góry Polski, następcą Tatrzańskiego Ochotniczego Pogotowia Ratunkowego. Członek międzynarodowych organizacji ratownictwa górskiego IKR i CISA.

Górskie Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe jest stowarzyszeniem kultury fizycznej o zasięgu ogólnokrajowym zarejestrowanym w Sądzie Rejonowym w Krakowie. Terenem działania jest obszar Rzeczypospolitej Polskiej ze szczegółowym uwzględnieniem regionów górskich i poza granicami kraju. Działa na podstawie Ustawy o kulturze fizycznej z dnia 18 stycznia 1996 r. oraz Rozporządzeń Rady Ministrów z dnia 6 maja 1997 r. w sprawie określania warunków bezpieczeństwa osób przebywających w górach, pływających, kąpiących się i uprawiających sporty wodne i szczegółowego zakresu obowiązków i uprawnień specjalistycznych organizacji ratowniczych oraz wysokości świadczeń przysługujących ratownikom górskim i wodnym. GOPR swoje zadania statutowe – niesienie pomocy w górach ludziom, których zdrowie lub życie jest zagrożone, zapobieganie wypadkom w górach oraz ochrona środowiska górskiego – realizuje poprzez 7 grup regionalnych, tj.: Grupa Beskidzka, Grupa Bieszczadzka, Grupa Jurajska, Grupa Karkonoska, Grupa Krynicka, Grupa Podhalańska, Grupa Wałbrzysko-Kłodzka. Obszar, jaki zabezpiecza GOPR, to pasma gór polskich od Karkonoszy poprzez Wyżynę Krakowsko-Częstochowską do Bieszczad, o łącznej powierzchni 20 410 km². To 7 200 km szlaków turystycznych i 425 urządzeń narciarskich. GOPR zatrudnia 61 ratowników etatowych, a wspomaga ich 1 078 ratowników, ochotników i 298 kandydatów na ratowników.

1.4.9. SEKTOR SOCJALNY OBSŁUGI RUCHU TURYSTYCZNEGO

Do tej grupy organizatorów turystyki zaliczyć trzeba przede wszystkim Fundusz Wczasów Pracowniczych, zakłady pracy, związki zawodowe, niektóre ministerstwa (np. Mini-

sterstwo Obrony Narodowej, dysponujące siecią ośrodków wczasowych i pensjonatów w najbardziej atrakcyjnych regionach kraju), Ośrodki Sportu i Rekreacji, szkoły oraz kuratoria oświaty i wychowania.

Największe znaczenie – ze względu na skalę działalności – mają zakłady pracy. Ustawa o zakładowym funduszu socjalnym w dalszym ciągu nakłada na państwowe zakłady pracy obowiązek organizowania oraz dofinansowania turystyki i wypoczynku dla swoich pracowników i ich rodzin. Biorąc pod uwagę liczbę obsłużonych osób, zakłady pracy są w dalszym ciągu największym organizatorem turystyki w Polsce. Dysponują ponad połową całej bazy noclegowej w najatrakcyjniejszych regionach kraju. W ostatnim okresie wiele zakładów pracy organizujących turystykę socjalną urynkowało swoją ofertę. Najczęściej przejawia się to w rezygnacji z dofinansowań uczestnictwa lub obniżaniu jej skali, rzadziej we wprowadzeniu pełnej odpłatności za usługi. W niektórych dużych zakładach pracy, posiadających rozbudowaną bazę wczasową, wyodrębniono specjalistyczne przedsiębiorstwa usług socjalnych, świadczących usługi na zasadach rynkowych.

Przez długi czas największym organizatorem turystyki socjalnej w Polsce był Fundusz Wczasów Pracowniczych. Ostatnio zmienił się jednak status oraz charakter działalności tej organizacji. Aktualnie FWP jest samodzielną jednostką organizacyjną w postaci spółki z o.o. OPZZ. Głównym celem działalności Funduszu jest organizacja wczasów głównie dla emerytów i rencistów (dotacje ZUS i Funduszu Ochrony Niepełnosprawnych).

Wśród organizatorów turystyki należy wymienić także szkoły oraz kuratoria oświaty i wychowania, które zajmują się organizacją wypoczynku dzieci i młodzieży. Otrzymują na ten cel środki z budżetu państwa, przeznaczając je głównie na kolonie i obozy, a w niektórych regionach kraju (o dużym skażeniu środowiska) również na tzw. zielone szkoły.

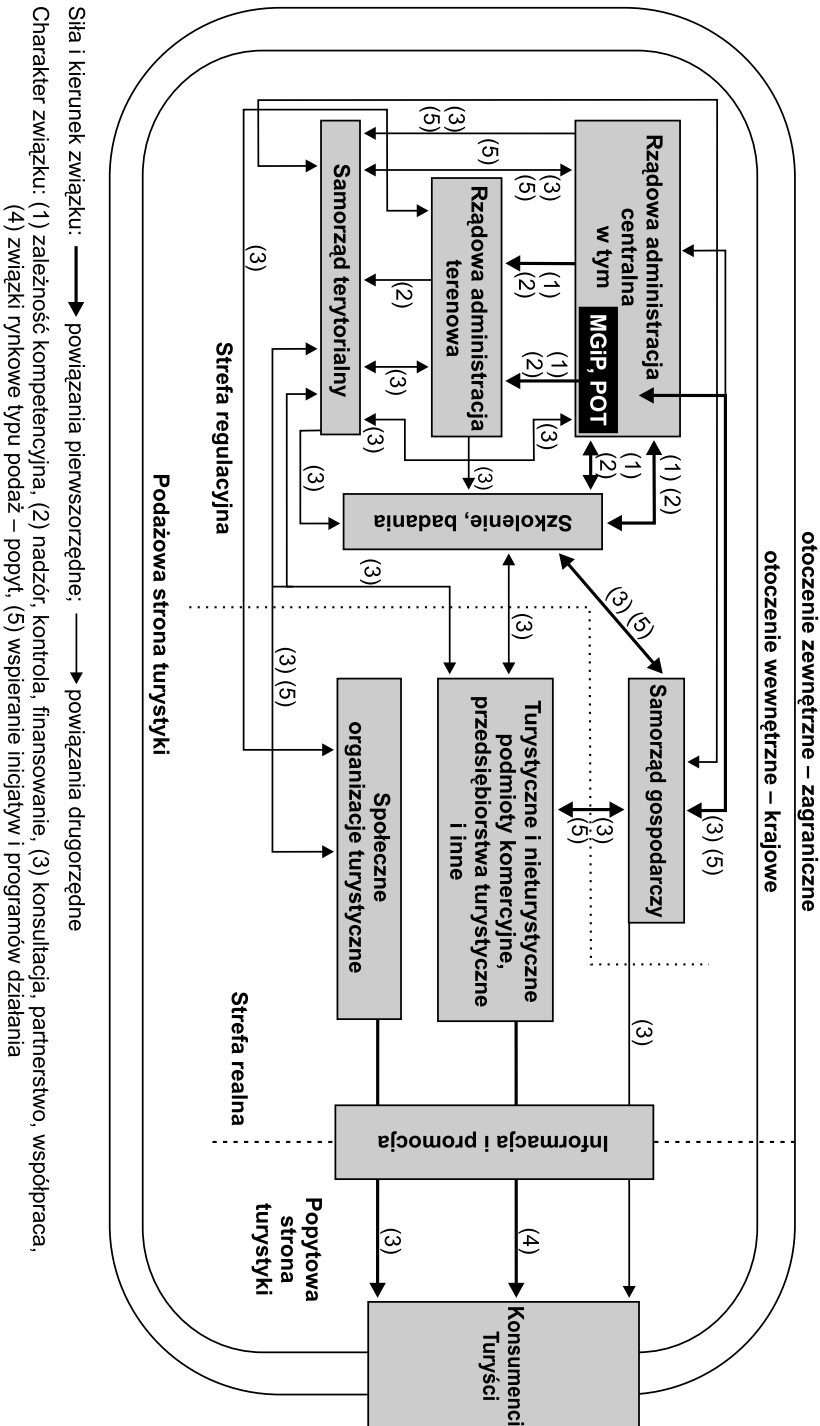
W pewnym sensie do niekomercyjnych organizatorów turystyki należałoby zaliczyć także jednostki komunalne – np. OSiR-y, które, nawet jeśli nie powołują własnych biur turystycznych (a czyni tak wiele OSiR-ów), to liczą się na rynku ze względu na fakt, że oprócz obiektów sportowych i rekreacyjnych, dysponują też pewną ilością obiektów noclegowych.

1.4.10. PODSUMOWANIE

Polski rynek turystyczny jest jeszcze stosunkowo młody, rozdrobniony, niestabilny i słabo zorganizowany. Oprócz polskiego Orbisu, działa na nim czterech dużych zagranicznych organizatorów, którzy posiadając doskonałe zaplecze kapitałowe i organizatorskie oraz działając na zasadach globalnych, wyraźnie dominują na naszym rynku. Jednym ze skutecznych sposobów obrony przed zagraniczną konkurencją i ekspansją wielkich ponadnarodowych koncernów jest konsolidacja polskiej branży turystycznej, łączenie kapitałów, możliwości organizacyjnych, promocyjnych itp.

Uregulowanie kwestii podatkowych i innych aspektów działalności finansowej oraz konsolidacja polskich firm turystycznych wydają się być podstawowymi warunkami tego, aby polski rynek turystyczny nie został całkowicie zdominowany przez kapitał zagraniczny. Dużą rolę w tym względzie ma do odegrania turystyczny samorząd gospodarczy, który reprezentując interesy polskiej branży turystycznej, musi podjąć działania mające na celu ekspansję zachodnich koncernów.

Schemat 7. Organizacja turystyki w Polsce



Źródło: L. Butowski, *Organizacja turystyki w Polsce*, WM, Warszawa-Lublin 2004.