

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

259

Wyzwania współczesnej polityki turystycznej Problemy polityki turystycznej

Redaktor naukowy

Andrzej Rapacz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2012

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

Redakcja wydawnicza: Agnieszka Flasińska

Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz

Korekta: Barbara Łopusiewicz, Joanna Świrska-Korlub

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

www.ibuk.pl, www.ebscohost.com,

The Central and Eastern European Online Library www.ceeol.com,

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się
na stronie internetowej Wydawnictwa

www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie
wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wrocław 2012

ISSN 1899-3192

ISBN 978-83-7695-222-2

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp.....	9
------------	---

Część 1. Możliwości i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce

Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik, Jarosław Cholewa: Turystyka aktywna w materiałach promocyjnych województw w Polsce.....	15
Katarzyna Górnik, Lila Pławińska, Kamila Gryglewicz: Możliwości i uwarunkowania uprawiania turystyki rodzin z dzieckiem niepełnosprawnym..	24
Andrzej Tucki, Ewa Skowronek: Analiza popytu na turystykę społeczną w Polsce na przykładzie projektu Europe Senior Tourism realizowanego w lubelskim biurze podróży.....	35
Jadwiga Berbeka: Udział w ruchu turystycznym a spójność społeczna w Polsce – wybrane zagadnienia	43
Sylvia Graja-Zwolińska, Aleksandra Spychała: Aktywność turystyczna wielkopolskich seniorów	54
Adrian Przemysław Lubowiecki-Vikuk: Aktywność turystyczna singli 50+ w świetle cywilizacyjnych megatrendów	64
Maja Jedlińska: Wybrane aspekty turystyki osób niepełnosprawnych w powiecie jeleniogórskim.....	75
Magdalena Sidorczuk, Monika Krzeczyńska, Michalina Ścibisz: Rozwój geoturystyki w Polsce oraz możliwości jej adaptacji do turystyki społecznej.....	85
Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka: Turystyka osób starszych w Polsce – uwarunkowania społeczno-demograficzne.....	95
Hanna Zawistowska: Możliwości i kierunki rozwoju turystyki społecznej w Polsce	109
Piotr Gryszel: Wybrane aspekty rozwoju turystyki społecznej w Republice Czeskiej.....	123
Piotr Zawadzki: Przygotowanie gospodarstw agroturystycznych do obsługi osób niepełnosprawnych na przykładzie wybranych obiektów w powiecie jeleniogórskim	133
Daria Elżbieta Jaremen: Turystyka społeczna – studium przypadku Wielkiej Brytanii	142
Marlena Prochorowicz: Turystyka społeczna jako forma aktywności osób niepełnosprawnych	157
Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk: Turystyka społeczna – istota, determinanty, możliwości i kierunki rozwoju.....	167

Piotr Gryszel, Daria Jaremen, Andrzej Rapacz: Turystyka społeczna – aktywność turystyczna wybranych grup docelowych w świetle badań ankietowych.....	178
---	-----

Część 2. Obszar niepewności w turystyce a polityka turystyczna

Elżbieta Szymańska: Polityka turystyczna a innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych.....	193
Magdalena Kachniewska: Współpraca hoteli z władzami lokalnymi jako czynnik redukcji ryzyka specyficznego.....	203
Ewa Dziejcz: Pozycja konkurencyjna Polski na rynku turystycznym w obliczu sytuacji kryzysowych.....	213
Małgorzata Januszewska, Elżbieta Nawrocka: Funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych w warunkach niepewności i ryzyka.....	224
Joanna Śniadek, Alina Zajadacz: Ocena realizacji strategii rozwoju turystyki w regionie leszczyńskim.....	237
Halina Kiryluk: Zrównoważony rozwój turystyki wyzwaniem współczesnej polityki turystycznej.....	247
Agnieszka Niezgoda: Uwarunkowania wdrażania koncepcji rozwoju zrównoważonego na obszarach recepcji turystycznej.....	264
Adam Edward Szczepanowski: Czynniki rozwoju turystyki w regionie Polski Wschodniej.....	274
Aleksander Panasiuk: Polityka turystyczna w oddziaływaniu na branżę turystyczną.....	285
Paweł Stelmach: Redukcja niepewności w polityce turystycznej.....	296
Tomasz Studzieniecki: Polityka turystyczna państwa w aspekcie priorytetów strategicznych Unii Europejskiej.....	307
Barbara Marciszewska: Obszary niepewności, polityka turystyczna i zrównoważony rozwój turystyki.....	316
Bogusław Stankiewicz, Mateusz Korkuć: Czynniki niepewności w turystyce i ich wpływ na wyniki ekonomiczne przedsiębiorstwa uzdrowiskowego Skarbu Państwa.....	326

Summaries

Rajmund Tomik, Andrzej Hadzik, Jarosław Cholewa: Active sport tourism in Polish voivodeships' promotion materials.....	23
Katarzyna Górnik, Lila Pławińska, Kamila Gryglewicz: Possibilities and conditions of tourism in families with a disabled child.....	34

Andrzej Tucki, Ewa Skowronek: Analysis of social tourism market in Poland on the example of Europe Senior Tourism programme carried out in Lublin travel agency	42
Jadwiga Berbeka: Tourism participation and social cohesion in Poland – selected aspects	53
Sylvia Graja-Zwolińska, Aleksandra Spychała: Tourism activity of older people from Wielkopolska region.....	63
Adrian Przemysław Lubowiecki-Vikuk: Tourist activity of singles 50+ on the basis of civilizational megatrends.....	74
Maja Jedlińska: Selected aspects of the tourism of the disabled in Jelenia Góra district	84
Magdalena Sidorczuk, Monika Krzeczyńska, Michalina Ścibisz: Geotourism development in Poland and possibilities for its adaptation to social tourism.....	94
Elżbieta Grzelak-Kostulska, Beata Hołowiecka: Senior tourism in Poland – socio-demographic conditions.....	108
Hanna Zawistowska: Possibilities and directions of development of social tourism in Poland.....	122
Piotr Gryszel: Selected aspects of social tourism development in the Czech Republic.....	132
Piotr Zawadzki: Preparing agritourism farms for the disabled tourists based on the example of selected objects in Jelenia Góra district.....	141
Daria Elżbieta Jaremen: Social tourism – case study of Great Britain.....	156
Marlena Prochorowicz: Social tourism as the form of activity of disabled persons	166
Andrzej Stasiak, Bogdan Włodarczyk: Social tourism – its essence, determining factors, perspectives and directions in development.....	177
Piotr Gryszel, Daria Jaremen, Andrzej Rapacz: Social tourism – tourist activity of selected target groups reflected in surveys.....	189
Elżbieta Szymańska: Tourism policy and innovativeness of tourism enterprises.....	202
Magdalena Kachniewska: Cooperation of hotels with local authorities as the determinant of unsystemic risk reduction.....	212
Ewa Dziejcz: Competitive position of Poland in tourism market against challenges of crisis situations	223
Małgorzata Januszewska, Elżbieta Nawrocka: Tourism enterprises' functioning in the conditions of risk and uncertainty	236
Joanna Śniadek, Alina Zajadacz: Assessment of the implementation of tourism development strategy in Leszno Region.....	246
Halina Kiryluk: Sustainable tourism development as a challenge for the modern tourism policy.....	263

Agnieszka Niezgoda: Determinants of implementing sustainable development in tourism destination	273
Adam Edward Szczepanowski: Factors of development of tourism in the region of Eastern Poland.....	284
Aleksander Panasiuk: The influence of tourism policy on tourist sector activity	295
Paweł Stelmach: Uncertainty reduction in tourism policy	306
Tomasz Studzieniecki: State tourism policy in the context of the strategic priorities of the European Union	315
Barbara Marciszewska: Uncertainty areas, tourism policy and sustainable tourism development	325
Bogusław Stankiewicz, Mateusz Korkuć: Factors of uncertainty in tourism and their impact on the economic performance in public sector spa companies	334

Elżbieta Szymańska

Politechnika Białostocka

POLITYKA TURYSTYCZNA A INNOWACYJNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW TURYSTYCZNYCH

Streszczenie: Przedmiotem rozważań w tym artykule jest polityka turystyczna, natomiast problemem badawczym – jej wpływ na innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych w Polsce. Autorka postawiła sobie następujące cele: wskazanie czynników składających się na politykę turystyczną państwa, określenie wpływu tej polityki na innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych oraz wskazanie działań, jakie należy podjąć celem poprawy polityki turystycznej państwa. Rezultatem rozważań jest konstrukcja schematu polityki turystycznej państwa, ocena tej polityki pod kątem sprzyjania innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych, a także wskazanie działań sprzyjających innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych, które to działania powinny być realizowane w ramach polskiej polityki turystycznej.

Słowa kluczowe: polityka turystyczna, przedsiębiorstwo turystyczne, innowacyjność.

1. Wstęp

Problematyka polityki turystycznej oraz innowacyjności rzadko ma odzwierciedlenie w publikacjach naukowych¹. Turystyka nie jest kojarzona z innowacyjnością, nawet jeżeli w oficjalnych dokumentach, takich jak *Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka*² czy strategię rozwoju poszczególnych województw, wymieniana jest w tym kontekście³. Zważywszy, że zdecydowana większość przedsiębiorstw turystycznych w Polsce wprowadza innowacje w rozumieniu metodologii Oslo⁴ oraz prawie połowa respondentów ocenia negatywnie turystyczną politykę państwa i jej

¹ Do tych nielicznych publikacji można zaliczyć: C.M. Hall, *Innovation and tourism policy in Australia and New Zealand: Never the twain shall meet?*, „Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events” 2009, vol. 1, no. 1.; *Innovation and Tourism Policy*, OECD, Paris 2006; H. Krüger, *The Need for an Innovation-oriented Tourism Policy*, OECD, Paris 2004.

² *Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa, 1.10.2007, s. 6.

³ Por. też: E. Dziedzic, *Perspektywy turystyki w warunkach rozwoju opartego o innowacje*, [w:] E. Dziedzic (red.), *Turystyka wobec nowych zjawisk w gospodarce światowej*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2011, s. 339.

⁴ Porównaj serię podręczników rodziny *Frascati*, a w szczególności: *Oslo Manual*, OECD, European Commission, Eurostat, Paris 2005.

wpływ na innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych⁵, podejście to należałoby zweryfikować.

Przedmiotem rozważań w tym artykule jest polityka turystyczna, natomiast problemem badawczym – jej wpływ na innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych w Polsce.

Celem, jaki autorka sobie postawiła, jest próba odpowiedzi na następujące pytania:

- jakie czynniki składają się na politykę turystyczną państwa?
- jaki jest wpływ tej polityki na innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych?
- jakie działania należy podjąć celem poprawy polityki turystycznej państwa, tak by nie hamowała innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych, a raczej ją wspierała?

Rezultatem niniejszych rozważań ma być:

- konstrukcja schematu polityki turystycznej państwa,
- ocena tej polityki pod kątem sprzyjania innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych,
- wskazanie działań sprzyjających innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych, które powinny być realizowane w ramach polskiej polityki turystycznej.

Do realizacji wytyczonych celów zastosowano metodę analizy literaturowej, metodę ankietową oraz metodę Delphi. Wyniki rozważań mogą stanowić wytyczne do konstruowania krajowej i regionalnej polityki turystycznej w Polsce.

2. Ujęcie systemowe polityki turystycznej

Pojęcie „polityka” oznacza „działalność władz państwowych w kształtowaniu stosunków wewnętrznych w państwie oraz stosunków państwa z zagranicą”⁶. Termin „polityka turystyczna” wskazuje na ujęcie sektorowe oraz przedmiot oddziaływania, na który ma wpływ. W literaturze ekonomicznej występują różne definicje polityki turystycznej⁷. Autorka przyjmuje tu węższe ujęcie tego zjawiska, przez politykę turystyczną rozumiejąc świadome oddziaływanie jednostek administracji rządowej i samorządowej w zakresie turystyki polegające na określaniu celów ekonomicznych i pozaeconomicznych oraz doborze środków i metod niezbędnych do ich realizacji.

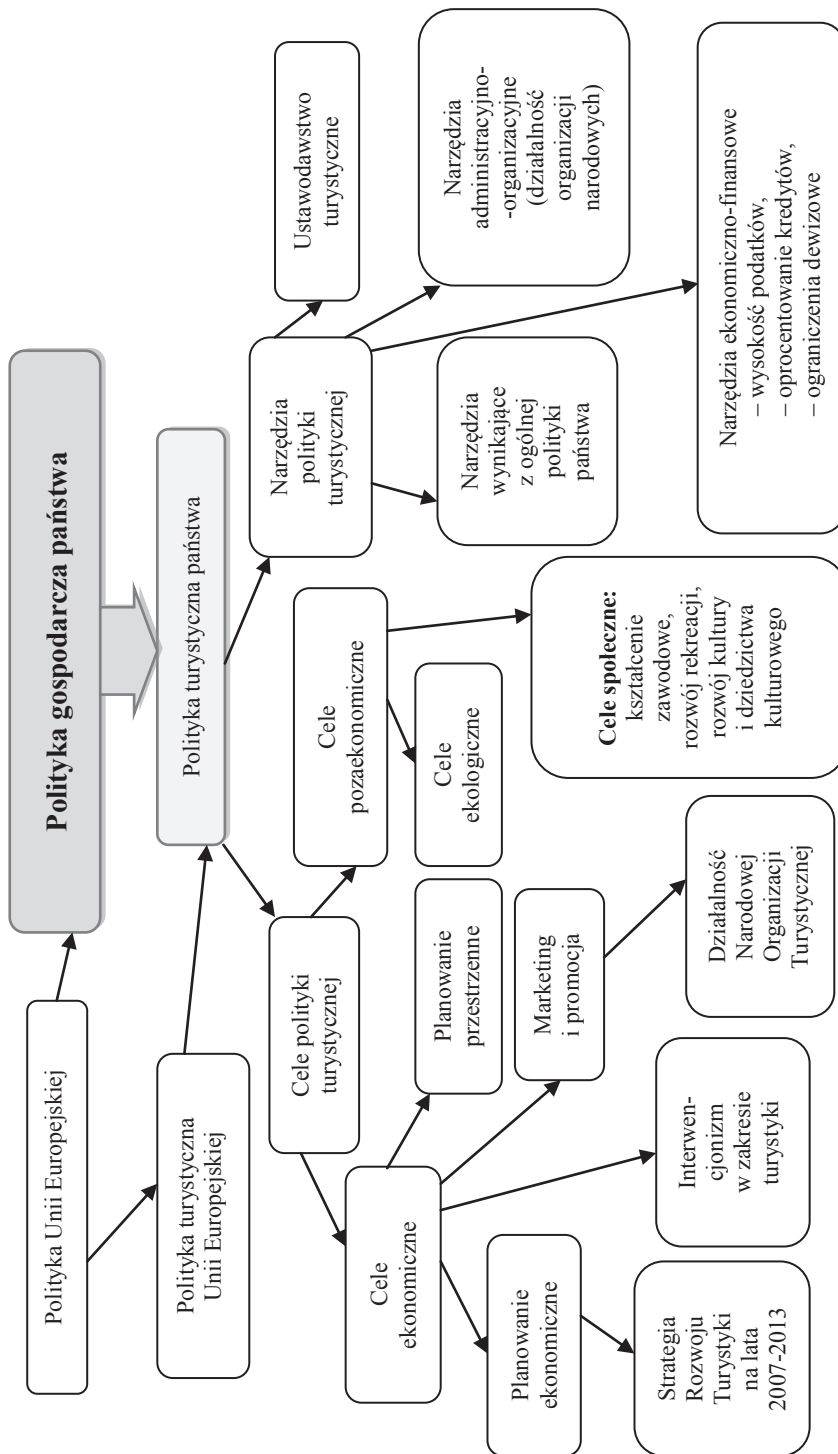
Problematykę polityki turystycznej badali m.in.: A.J. Veal, T. Studzieniecki, N. Inskeep, J. Borzyszkowski czy N.W. Kozak⁸. Propozycje zmian, jakie należałoby

⁵ Porównaj wyniki badań autorki w: E. Szymańska, *Innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych w Polsce*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2009.

⁶ B. Winiarski (red.), *Polityka gospodarcza*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 16.

⁷ Por.: A. Panasiuk (red.), *Ekonomika turystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 159; P. Niedzielski, *Polityka innowacyjna w transporcie*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2003, s. 53.

⁸ A.J. Veal, *Leisure, Sport and Tourism, Politics, Policy and planning*, Cambridge University Press, Sydney 2010; T. Studzieniecki, *Turystyka kulturowa jako element polityki turystycznej regionu*, „Problemy Turystyki i Hotelarstwa” 2002, nr 4; E. Inskeep, *Tourism Planning: An Integrated and Su-*



Rys. 1. Cele i narzędzia polityki turystycznej

Źródło: opracowanie własne na podstawie: N.W. Kozak, wyd. cyt.; A. Panasiuk (red.), wyd. cyt.; J. Borzyszkowski, wyd. cyt.

wprowadzić w polskiej polityce turystycznej, a także w polityce regionalnej, były przedmiotem dyskusji podczas licznych konferencji naukowych⁹.

Na rysunku 1 przedstawiono propozycję systemowego ujęcia turystycznej polityki państwa.

Polityka turystyczna wynika bezpośrednio z założeń polityki gospodarczej danego państwa. Państwa członkowskie Unii Europejskiej w zakresie tej polityki stosują ogólne założenia wspólnotowe zawarte w *aquis communautaire* i składające się na dorobek wspólnotowy. Każde państwo prowadzi jednak odrębną politykę gospodarczą, a co za tym idzie, także politykę turystyczną. Należy uznać, że polityka turystyczna to system, na który składają się wyznaczane cele i stosowane narzędzia. Cele można podzielić na ekonomiczne i pozaekonomiczne, przy czym ekonomiczne wydają się priorytetowe dla działalności gospodarczej podmiotów turystycznych. Należą do nich: planowanie ekonomiczne i przestrzenne, interwencjonizm państwowy w zakresie turystyki, opracowywanie i realizacja strategii rozwoju turystyki oraz działania marketingowe walorów i atrakcji turystycznych danego kraju na forum międzynarodowym. Jako główne cele pozaekonomiczne, które mogą być istotne dla rozwoju turystyki, można wskazać cele ekologiczne i społeczne. Administracja rządowa i samorządowa dysponuje narzędziami służącymi do osiągnięcia postawionych celów, które to narzędzia można uporządkować w cztery podstawowe grupy obejmujące: narzędzia wynikające z ogólnej polityki państwa, działalność ustawodawczą, narzędzia administracyjno-organizacyjne oraz narzędzia ekonomiczno-finansowe. Wymienione instrumenty polityki państwa mogą wpływać na innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych w sposób zarówno pozytywny (pobudzająco), jak i negatywny (hamująco).

Sustainable Development Approach, Van Nostrand Reinhold, New York 1991; J. Borzyszkowski, *Polityka turystyczna państwa*, Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2005; N.W. Kozak, *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem*, Scholar, Warszawa 2009.

⁹ M.in. konferencji: w Szklarskiej Porębie w dniach 30 maja-1 czerwca 2011 r., organizowanej przez Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki w Jeleniej Górze, pt. „Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo. Samorząd. Współpraca”; w Łodzi w dniach 4-6 listopada 2010 r. organizowanej przez Instytut Geografii Miast i Turyzmu Uniwersytetu Łódzkiego pt. „Nauka i dydaktyka w turystyce i rekreacji”; w Warszawie w dniach 22-23 kwietnia 2010 r. organizowanej przez Katedrę Turystyki Szkoły Głównej Handlowej, pt. „Turystyka wobec nowych zjawisk w gospodarce światowej”; w Poznaniu w dniach 24-26 listopada 2008 r., organizowanej przez Ministerstwo Sportu i Turystyki oraz Katedrę Turystyki Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, pt. „Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji”.

3. Wpływ polityki turystycznej na innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych

Polityka turystyczna to proces sterowania rozwojem turystyki, w którym szczególne znaczenie ma koordynacja działalności wielu instytucji działających w różnych sektorach gospodarki powiązanych z turystyką. Zdaniem B.J. Dąbrowskiej polityka turystyczna „musi zatem przybierać instytucjonalne kształty”¹⁰.

Poszczególne funkcje państwa są powiązane z turystyką w różnym stopniu. Ich rola w odniesieniu do konkretnych programów, decyzji i przedsięwzięć w sferze turystyki zależy od celów instytucji, grup interesu i wpływowych jednostek zaangażowanych w procesy tworzenia i realizacji polityki oraz od systemu prawnego państwa¹¹. Państwo, spełniając swoje podstawowe funkcje, takie jak funkcje obrońcy i strażnika, inwestora i wytwórcy, nadzorcy, arbitra i dystrybutora, a także organizatora, ingeruje głęboko w gospodarkę turystyczną. Funkcje państwa przekładają się na jego zaangażowanie w rozwijanie turystyki, marketing turystyczny, planowanie rozwoju turystyki, kształtowanie polityki turystycznej i nadzorowanie branży turystycznej¹².

Rząd pomaga kształtować ogólne warunki ekonomiczne funkcjonowania branży turystycznej, wywierając wpływ na kursy walut i stopy procentowe oraz budując zaufanie inwestorów. Włącza się w zaspokajanie potrzeb infrastrukturalnych i edukacyjnych związanych z turystyką, ustanawia ramy prawne działalności przedsiębiorstw oraz prowadzi aktywne działania promocyjne i marketingowe¹³. Można zatem uznać, że polityka turystyczna państwa ma decydujący wpływ na działalność przedsiębiorstw turystycznych. A. Rapacz określa przedsiębiorstwo turystyczne jako celowo zorganizowany zespół ludzi wyposażony w środki materialne i finansowe, powołany do wykonywania czynności związanych z zamiarem zaspokojenia potrzeb turystów, charakteryzujący się organizacją wewnętrzną, podejmujący samodzielne decyzje strategiczne i taktyczne, którego aktywność ma prowadzić do osiągnięcia zysku¹⁴. Natomiast przedsiębiorstwo innowacyjne to takie, które w czasie nie dłuższym niż trzy lata wprowadziło przynajmniej jedną innowację¹⁵. Mimo że turystyka nie jest kojarzona z innowacyjnością¹⁶, istnieje jednak potrzeba tego typu badań, na

¹⁰ Na podstawie: B.J. Dąbrowska, *Rynek turystyczny w Unii Europejskiej – wybrane zagadnienia*, WSH T, Gdańsk 2008, s. 33.

¹¹ Por.: C.M. Hall, *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*, John Wiley & Sons, Chichester 1994.

¹² Por.: L. Pender, R. Sharpley (red.), *Zarządzanie turystyką*, PWE, Warszawa 2008, s. 270.

¹³ Tamże, s. 270, 271.

¹⁴ A. Rapacz, *Przedsiębiorstwo turystyczne. Podstawy i zasady działania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994, s. 18.

¹⁵ Obowiązującym obecnie źródłem definicji i klasyfikacji innowacji jest trzecia edycja *Podręcznika Oslo*, por.: *Oslo Manual*.

¹⁶ Por.: *Innovation and Growth in Tourism*, OECD, Paris 2006.

co wskazują m.in. E. Dziedzic¹⁷, A.-M. Hjalager, B. Górka, Z. Bugaj, E. Szymańska i wyniki badań OECD.

Podstawą poznania opinii przedsiębiorców prowadzących działalność turystyczną na temat polityki turystycznej są wyniki badań empirycznych z zastosowaniem metody ankietowej. Kwestionariusze ankiety zostały rozproszony wśród przedsiębiorstw turystycznych z całej Polski, dobranych w sposób losowy na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej prowadzonej w latach 2006-2008. Do próby badawczej dobrano 215 przedsiębiorstw turystycznych, których przedstawiciele oceniali politykę turystyczną państwa. Uzyskane wyniki wykazały, że 52% respondentów oceniło tę politykę jako sprzyjającą innowacyjności tych przedsiębiorstw, natomiast pozostałe 48% respondentów wydało o niej opinię negatywną¹⁸.

4. Wskazania dla polityki turystycznej państwa sprzyjającej innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych

Wskazania dla polityki turystycznej państwa zostały opracowane na podstawie oceny długoterminowych działań i procesów zmierzających do podniesienia innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych w Polsce. Została tu wykorzystana metoda Delphi, w której wzięli udział eksperci (dyrektorzy Regionalnych Organizacji Turystycznych – ROT). Badanie zostało przeprowadzone w 2009 r. i składało się z dwóch etapów. Kwestionariusz ankiety rundy pierwszej składał się z propozycji 127 działań związanych ze wzrostem innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych w Polsce¹⁹, spośród których 49 to działania rekomendowane do realizacji przez jednostki polskiej administracji rządowej i samorządowej²⁰. Do wytypowania działań kluczowych dla rozwoju innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych w Polsce zastosowano metodę rangowania²¹. Ogólnie liczba respondentów wynosiła 9 spośród 16 wytypowanych ekspertów, co stanowiło 56% zwrotnych odpowiedzi.

W tabeli 1 przedstawiono działania, które uzyskały średnią z ocen równą 4 i więcej (bardzo ważne i kluczowe), wraz z uśrednionymi ocenami uzyskanymi podczas obu rund.

¹⁷ E. Dziedzic, wyd. cyt., s. 339-359; A.-M. Hjalager, *A review of innovation research in tourism*, „Tourism Management” 2010, vol. 31; B. Górka, *Innowacyjność i elastyczność oferty jako jeden z instrumentów wykorzystywanych przez hotele do przezwyciężania skutków kryzysu*, [w:] E. Dziedzic (red.), *Turystyka wobec nowych zjawisk w gospodarce światowej*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2011, s. 361-378; Z. Bugaj, *Jak powstaje innowacja w hotelarstwie (usługach)*, „Hospitality” 2009, nr 4; E. Szymańska, wyd. cyt.; *Innovation and Growth*....

¹⁸ Por.: E. Szymańska, wyd. cyt., s. 176-178.

¹⁹ Szczegółowy opis badań zamieszczono w: tamże, s. 233-244.

²⁰ Wykaz działań rundy I zamieszczono w: tamże, s. 290, 293, 296.

²¹ Rangowanie oznacza tu ocenę każdej kolejnej obserwacji statystycznej, którą w tym przypadku jest określone działanie sprzyjające podniesieniu innowacyjności badanych przedsiębiorstw, uporządkowane według rang, czyli wartości rosnącej w skali od 1 do 5, gdzie: 1 oznaczało działanie obojętne, 2 – działanie mało znaczące, 3 – działanie znaczące, 4 – działanie bardzo ważne, 5 – działanie o znaczeniu kluczowym.

Tabela 1. Działania rekomendowane do realizacji przez polską administrację rządową i samorządową w zakresie podniesienia innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych

Nazwa działania	Runda I średnia ocen			Runda II średnia ocen		
	H	Bp	P	H	Bp	P
Wejście Polski do strefy euro			4			3,9
Nominacja na stanowisko ministra Ministerstwa Sportu i Turystyki osoby kompetentnej w dziedzinie turystyki	4,6	4,3		4,4	4,4	
Zmniejszenie biurokracji związanej z zakładaniem i prowadzeniem przedsiębiorstw turystycznych	4,4	4,3	4,3	4,0	4,1	4,0
Dokończenie procesu prywatyzacji transportu (PKP) i obiektów związanych z turystyką (np. ośrodków wypoczynkowych będących własnością przedsiębiorstw państwowych)	4,3		4,3	4,0		4,5
Ujednoczenie przepisów podatkowych i kreowanie proinnowacyjnego systemu podatkowego, cechującego się czytelnością, prostotą, względnie niskimi stawkami podatku dochodowego	4,2	4,8	4,2	4,1	4,5	3,9
Obniżenie obciążeń pracodawców kosztami pracy (głównie składkami ZUS)	4	4,2	4,5	4,3	3,9	4,6
Zmiany w kryteriach oceny wniosków o dotacje na rzecz projektów innowacyjnych w sferze usługowej (rozpatrywanie ich pod kątem faktycznego nowatorstwa w sferze nie tylko produkcyjnej, ale i usługowej), skrócenie czasu ich oceny oraz uproszczenie procedur z tym związanych	4,7	4	4	4,4	4,1	4
Możliwość zastosowania krótszego okresu amortyzacji środków trwałych			4			3,8
Możliwość zaliczenia w koszty bieżące proinnowacyjnych inwestycji	4			3,7		
Zwiększenie i wzrost skuteczności promocji Polski za granicą	5	4,9	4,6	4,7	4,7	4,9

H – obiekty hotelarskie; Bp – biura podróży; P – przedsiębiorstwa przewozu pasażerskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie: E. Szymańska, wyd. cyt., s. 233-244.

Ekspertsi biorący udział w badaniu ocenili większość działań jako mało znaczące lub znaczące i 39 zaproponowanym działaniom przyznano średnią z ocen mniejszą niż 4, jednakże większą niż 1. Średnią z ocen 4 lub wyższą uzyskaną przynajmniej w jednej z dwóch rund nadano łącznie 10 działaniom. Spośród zaproponowanych działań najwyższą ocenę uzyskało *zwiększenie i wzrost skuteczności promocji Polski za granicą* (średnia z ocen 4,8), przy czym należy zaznaczyć, że respondenci mogli skłaniać się ku eksponowaniu tego właśnie działania ze względu na jego zbieżność z głównym celem dla którego powołane zostały ROT-y. Drugim w kolejności dzia-

łaniem było *ujednoczenie przepisów podatkowych i kreowanie proinnowacyjnego systemu podatkowego, cechującego się czytelnością, prostotą, względnie niskimi stawkami podatku dochodowego* (średnia z ocen 4,28). Niewiele niżej zostało ocenione *obniżenie obciążeń pracodawców kosztami pracy, głównie składkami ZUS* (4,25 średnia z ocen). Kolejnym bardzo ważnym działaniem wskazanym przez ekspertów było *zmniejszenie biurokracji związanej z zakładaniem i prowadzeniem przedsiębiorstw turystycznych* (średnia ze wszystkich ocen 4,18). Poza tym za zespół bardzo ważnych działań sprzyjających innowacyjności badanych przedsiębiorstw należy uznać *ułatwienie dostępu do funduszy pomocowych Unii Europejskiej w zakresie przystosowania kryteriów oceny wniosków dla potrzeb innowacyjności przedsiębiorstw usługowych, uproszczenie procedur oraz skrócenie czasu oceny wniosków* (łączna średnia z ocen 4,2). Co do pierwszego z zaproponowanych działań, czyli *wejścia Polski do strefy euro*, niewątpliwie byłby to krok korzystny dla branży turystycznej. Należy jednak zauważyć, że w związku z niekorzystną sytuacją gospodarczą niektórych krajów tej strefy oraz groźbą wyjścia z niej Grecji, nie należy oczekiwać szybkiej realizacji przez Polskę tego zobowiązania.

5. Wnioski

W wyniku prowadzonych dociekań w zakresie wpływu polityki turystycznej na innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych można pokusić się o sprecyzowanie następujących wniosków.

1. Polityka turystyczna składa się z wielu elementów, o których spójności trudno jest mówić, co stawia pod znakiem zapytania określenie działań administracji rządowej i samorządowej w zakresie turystyki „polityką turystyczną”. Gdyby jednak przyjąć, że działania te wchodzą w zakres realizacji strategii działań w zakresie turystyki i nazwać je awansem „polityką turystyczną”, to polityka ta wymaga licznych działań naprawczych, gdyż negatywną ocenę wydała jej prawie połowa badanych przedsiębiorstw turystycznych (48% respondentów).

2. Spośród 49 zaproponowanych działań eksperci biorący udział w badaniach prowadzonych metodą Delphi przyznali średnią z ocen 4 lub więcej w minimum jednej z dwóch rund jedynie 10 działaniom.

3. Wszystkie działania uznane przez ekspertów za bardzo ważne lub kluczowe mieszczą się w zakresie polityki gospodarczej państwa, jednakże tylko niektóre z nich wiążą się bezpośrednio z polityką turystyczną. Należy do nich zaliczyć promocję Polski za granicą i nominację na stanowisko ministra Ministerstwa Sportu i Turystyki osoby kompetentnej w dziedzinie turystyki.

4. Za najważniejsze działanie sprzyjające innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych w Polsce eksperci uznali zwiększenie i wzrost skuteczności promocji Polski za granicą. Akcentowanie tego właśnie działania związane jest niewątpliwie z rolą, jaką odgrywaą ROT-y w poszczególnych województwach, gdzie głównym celem ich działalności jest właśnie promocja. Przy czym w działaniach rządu nie

zauważa się spójnej polityki promocyjnej, a marketingowa funkcja witryny internetowej Ministerstwa Sportu i Turystyki nie została w pełni wykorzystana, co widać w marginalnym traktowaniu turystyki na tle sportu.

5. Za kluczowe lub bardzo ważne eksperci uznali ujednoczenie przepisów podatkowych i kreowanie proinnowacyjnego systemu podatkowego, obniżenie obciążeń pracodawców kosztami pracy oraz zmniejszenie biurokracji związanej z zakładaniem i prowadzeniem przedsiębiorstw turystycznych, czyli wskazano działania mieszczące się w obrębie polityki gospodarczej odnoszące się praktycznie do wszystkich przedsiębiorstw, nie tylko przedsiębiorstw turystycznych.

6. Można uznać, że opinie ekspertów w zakresie oceny działań naprawczych dotyczących polityki państwa, sprzyjającej innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych, okazały się mało konkretne i wymagałyby dalszego pogłębienia oraz skonfrontowania z opinią przedsiębiorców (pogłębienia badań).

W związku z powyższym należy uznać, że założone we wstępie cele zostały osiągnięte, jednakże wyniki dociekań wskazują na istnienie dużego obszaru do dalszych badań i dyskusji z udziałem przedstawicieli administracji rządowej i samorządowej, przedsiębiorców oraz reprezentantów świata nauki.

Literatura

- Borzyszkowski J., *Polityka turystyczna państwa*, Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2005.
- Bugaj Z., *Jak powstaje innowacja w hotelarstwie (usługach)*, „Hospitality” 2009, nr 4.
- Dąbrowska B.J., *Rynek turystyczny w Unii Europejskiej – wybrane zagadnienia*, WSH T., Gdańsk 2008.
- Dziedzic E., *Perspektywy turystyki w warunkach rozwoju opartego o innowacje*, [w:] E. Dziedzic (red.), *Turystyka wobec nowych zjawisk w gospodarce światowej*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2011.
- Górka B., *Innowacyjność i elastyczność oferty jako jeden z instrumentów wykorzystywanych przez hotele do przewyższania skutków kryzysu*, [w:] E. Dziedzic (red.), *Turystyka wobec nowych zjawisk w gospodarce światowej*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2011.
- Hall C.M., *Innovation and tourism policy in Australia and New Zealand: Never the twain shall meet?*, „Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events” 2009, vol. 1, no. 1.
- Hall C.M., *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*, John Wiley & Sons, Chichester 1994.
- Hjalager A.-M., *A review of innovation research in tourism*, „Tourism Management” 2010, vol. 31.
- Innovation and Growth in Tourism*, OECD, Paris 2006.
- Innovation and Tourism Policy*, OECD, Paris 2006.
- Inskeep E., *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, Van Nostrand Reinhold, New York 1991.
- Kozak N.W., *Turystyka i polityka turystyczna a rozwój: między starym a nowym paradygmatem*, Scholar, Warszawa 2009.
- Krüger H., *The Need for an Innovation-oriented Tourism Policy*, OECD, Paris 2004.
- Niedzielski P., *Polityka innowacyjna w transporcie*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2003.
- Oslo Manual*, OECD, European Commission, Eurostat, 2005.
- Panasiuk A. (red.), *Ekonomika turystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

- Pender L., Sharpley R. (red.), *Zarządzanie turystyką*, PWE, Warszawa 2008.
- Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa, 1.10.2007.
- Rapacz A., *Przedsiębiorstwo turystyczne. Podstawy i zasady działania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1994.
- Studzeniecki T., *Turystyka kulturowa jako element polityki turystycznej regionu*, „Problemy Turystyki i Hotelarstwa” 2002, nr 4.
- Szymańska E., *Innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych w Polsce*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Białostockiej, Białystok 2009.
- Veal A.J., *Leisure, Sport and Tourism, Politics, Policy and planning*, Cambridge University Press, Sydney 2010.
- Winiarski B. (red.), *Polityka gospodarcza*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.

TOURISM POLICY AND INNOVATIVENESS OF TOURISM ENTERPRISES

Summary: This paper raises a few important questions which concern tourism policy and introduces the research problem of tourism policy influence on the innovativeness of tourist enterprises in Poland. The aims of the article are: to show the indicators of tourism policy, to try to indicate which actions of the state affect the innovativeness of the tourist enterprises, and to identify actions to be taken to improve the state tourism policy. The result of these considerations is the construction of scheme of state tourism policy and its estimation in Poland. The article consists of two principal parts: the theoretical and empirical ones. The theoretical part is based on the literature studies, whereas the empirical part shows the results of own studies.

Keywords: tourism policy, tourist enterprise, innovativeness.