

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

303

Gospodarka turystyczna w regionie

**Wybrane problemy funkcjonowania regionów,
gmin i przedsiębiorstw turystycznych**

Redaktor naukowy

Andrzej Rapacz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2013

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

Projekt współfinansowany z budżetu województwa dolnośląskiego



**DOLNY
ŚLĄSK**

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 2013

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

Wersja pierwotna: publikacja drukowana
Druk: Drukarnia TOTEM

Spis treści

Wstęp.....	9
Iwona Bąk , Badanie poziomu atrakcyjności turystycznej powiatów województwa zachodniopomorskiego z wykorzystaniem wielowymiarowej analizy korespondencji.....	11
Marlena Bednarska , Budowanie wizerunku pracodawcy z wyboru – wyzwanie dla przedsiębiorstw turystycznych.....	22
Krzysztof Borodako, Jadwiga Berbeka, Michał Rudnicki , Analiza wykorzystywania wybranych usług biznesowych przez polskie przedsiębiorstwa turystyczne.....	31
Krzysztof Borodako , Konsultacje biznesowe w kontekście współpracy małopolskich firm turystycznych.....	41
Jacek Borzyszkowski , Współczesne wyzwania <i>destination management organizations</i> (DMO).....	49
Maciej Dębski , Wpływ postrzegania działań proekologicznych hotelu przez turystów na skłonność do wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju.....	58
Diana Dryglas , Analiza SWOT w obszarze funkcji uzdrowskiej Krynicy-Zdroju jako instrument kształtowania strategii marketingu terytorialnego.....	67
Grzegorz Golebski , Kondycja finansowa organizatorów turystyki w Polsce w latach 2007-2011.....	78
Aleksandra Grobelna , Uwarunkowania kreatywności czynnika ludzkiego w przedsiębiorstwie hotelowym.....	93
Marian Gúčik, Tomáš Gajdošík , Vzťahy spolupráce v cestovnom ruchu v regióne Vysoké Tatry.....	105
Małgorzata Januszewska , Proces prywatyzacji przedsiębiorstw uzdrowskich w Polsce.....	116
Maja Jedlińska , Strategie rozwoju w systemach hotelowych.....	127
Małgorzata Jędrasiak , Innowacyjność w hotelarstwie na przykładzie wybranych hoteli Dolnego Śląska.....	140
Joanna Kizielewicz , Współpraca na rzecz rozwoju turystyki morskiej w województwie pomorskim.....	150
Renata Krukowska, Ewa Skowronek, Andrzej Tucki , Działania innowacyjne branży turystycznej województwa lubelskiego w zakresie rozwoju oferty turystycznej.....	161
Beata Meyer , Funkcja turystyczna a zrównoważony rozwój obszarów nadmorskich na przykładzie gmin województwa zachodniopomorskiego ..	170

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

Summaries

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

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

Agnieszka Ulfik

Akademia Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki w Katowicach

ROLA SAMORZĄDÓW TERYTORIALNYCH W KSZTAŁTOWANIU TURYSTYKI W REGIONACH

Streszczenie: Jednostki samorządu terytorialnego, poprzez odpowiednie zarządzanie, mają ogromny wpływ na rozwój lokalny i regionalny. Formułowanie strategii rozwoju i sterowanie inwestycjami infrastrukturalnymi wpływają na kształt i profil turystyczny gminy oraz regionu. Turystyka regionu to przede wszystkim regionalny produkt turystyczny. W jego kreowanie zaangażowane są władze lokalne, przedsiębiorcy, mieszkańcy regionu, organizacje turystyczne oraz turyści. Praca ma na celu przedstawienie analizy stanu obecnego oraz zaproponowanie zmian, które mogą pozytywnie wpływać na rozwój funkcji turystycznej w regionach poprzez wspieranie jej przez samorządy terytorialne.

Słowa kluczowe: turystyka, samorząd terytorialny, region, strategia rozwoju.

1. Wstęp

Samorządy terytorialne mają znaczący wpływ na kształtowanie turystyki w danym regionie. Zakres i charakter instrumentów stosowanych przez samorządy wpływa na rozwój turystyki i na kształtowanie się funkcji turystycznej danego obszaru. Władze samorządowe zajmujące się problematyką rozwoju turystyki w ujęciu przestrzennym często nie tylko spotykają się z zagadnieniami charakterystycznymi jedynie dla danego regionu, ale również z zagadnieniami wspólnymi dla wszystkich obszarów, co wynika z ekonomiki regionu i ekonomiki turystyki.

Samorządy terytorialne stają obecnie wobec nowych szans i wyzwań rozwojowych. Zmieniające się warunki funkcjonowania niosą ze sobą również zagrożenia. Celem niniejszego opracowania jest zaprezentowanie zadań i funkcji samorządu terytorialnego w rozwoju turystyki na danym obszarze w Polsce. Kształtowanie funkcji turystycznej wynika bowiem w dużej mierze z lokalnej polityki samorządowej, zgodnej z przyjętą strategią rozwoju.

2. Jednostki samorządu terytorialnego oraz ich rola w zakresie turystyki

W Polsce po roku 1989 nastąpiła transformacja ustrojowa, prowadząca do wielu zmian gospodarczych, politycznych i administracyjnych. Ustawodawstwo, które

powstawało po tym czasie, umożliwiało zaistnienie samorządów terytorialnych. Kwestie samorządów terytorialnych reguluje obecnie Konstytucja RP [Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej] oraz ustawy o samorządzie gminnym [Ustawa z 8 marca 1990...], o samorządzie powiatowym [Ustawa z 5 czerwca 1998...] i o samorządzie województwa [Ustawa z 5 czerwca 1998...]. Konstytucja wskazuje, iż ogół osób zamieszkujących jednostki zasadniczego podziału terytorialnego stanowi wspólnotę samorządową. Podział na jednostki samorządów terytorialny stworzył natomiast „architekturę” państwa ze względu na zasadę decentralizacji [Izdebski 2010, s. 123]. Konstytucja wskazała też ogólne kryteria wydzielania jednostek podziału zasadniczego. Podział ten ma uwzględniać więzi społeczne, gospodarcze lub kulturowe, a także zapewniać jednostkom samorządu terytorialnego wykonywanie powierzonych zadań publicznych.

Wprowadzone reformy, a w szczególności ustawa o samorządzie gminnym, sprawiły, że samorząd stał się realnym gospodarzem zarządzanego przez siebie terenu. Kwestie turystyki pozostawały jednak w głównej mierze sterowane centralnie, aż do 1999 r. Powołano wtedy Departament Turystyki oraz wprowadzono nowe szczeble samorządu terytorialnego. Obecnie Departament Turystyki znajduje się w strukturze Ministerstwa Sportu i Turystyki. Istotna jest również rola Polskiej Organizacji Turystyki (POT), będącej organizacją rządowo-samorządową, której działalność koncentruje się wokół promowania Polski pod względem turystycznym zarówno w kraju, jak i za granicą. W 2001 r. znowelizowano ustawę o samorządzie gminnym i do jej zadań własnych dołączono zadania związane z turystyką oraz promocją gminy.

Obecnie jednostki samorządu terytorialnego (JST) to województwo, powiat i gmina. Proces zarządzania turystyką odbywa się już na najniższym stopniu samorządu terytorialnego. Nierzadko jednakże turystykę należy rozpatrywać z perspektywy całego regionu, obejmującego niejednokrotnie kilka JST. Często są one zróżnicowane pod względem infrastrukturalnym, gospodarczym czy ekologicznym. Konieczne jest wówczas długofalowe i metodyczne podejście do kształtowania turystyki regionu, z uwzględnieniem optymalnej strategii rozwoju.

3. Czynniki wpływające na rozwój turystyki na poziomie lokalnym i regionalnym

Szczególnymi kategoriami rozwoju społeczno-gospodarczego są rozwój lokalny i regionalny. Pojęcia te obejmują tworzenie nowych miejsc pracy oraz kompleksowe kształtowanie możliwie najlepszych warunków do życia w środowisku lokalnym i regionalnym. W przypadku, gdy w rozwój zaangażowane są zarówno podmioty o zasięgu lokalnym, jak i regionalnym, rozwój taki może służyć poprawie istniejących walorów użytkowych, w tym również turystycznych. Stwarza to także możliwość rozwoju gospodarczego, poprzez tworzenie dodatkowych korzyści zewnętrznych dla podmiotów gospodarczych. Dodatkowym atutem takiego podejścia są korzyści dla ekosystemów oraz dla ładu przestrzennego [Miszczyk i in. 2007, s. 161].

Podejście takie prowadzić może do zrównoważonego rozwoju regionalnego, szczególnie korzystnego z punktu widzenia rozwoju turystyki na danym obszarze.

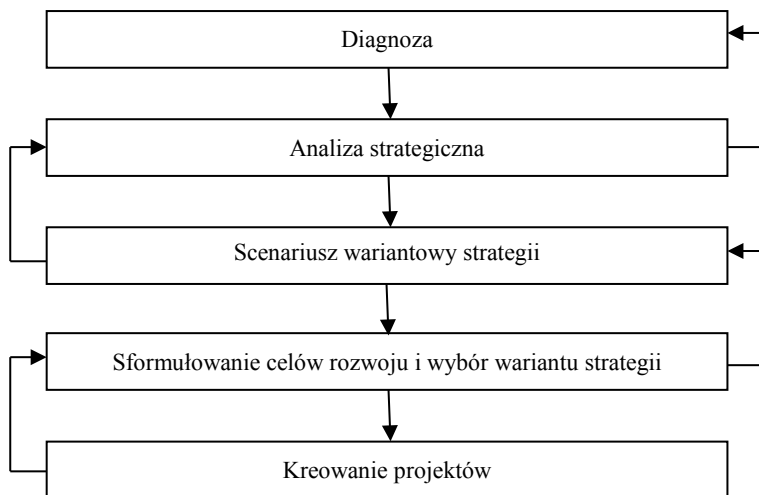
Rozwój lokalny i regionalny może obejmować następujące wymiary: społeczno-kulturowy, środowiskowy, infratechniczny, gospodarczy i przestrzenny [Miszczuk i in. 2007, s. 161-162]. Na wymiar społeczno-kulturowy składają się następujące składniki: ludność zamieszkująca dany teren, poziom wykształcenia mieszkańców, kwalifikacje zawodowe, integracja społeczności lokalnej i regionalnej, warunki życia oraz usługi społeczne. W kontekście kształtowania turystyki regionalnej czynnik ten ma ogromne znaczenie. Wymiar środowiskowy rozumiany jest jako: komponenty i zasoby środowiska naturalnego, stopień zanieczyszczenia i zniszczenia środowiska, infrastruktura ekologiczna i świadomość ekologiczna. Rozwój turystyki w rejonach zdegradowanych ekologicznie zawsze będzie utrudniony, a turyści będą wybierali rejon atrakcyjniejszy pod względem zasobów naturalnych, niezależnie od typu preferowanej przez nich turystyki [Kot i in. 2012; Tomik i in. 2012]. Wymiar infratechniczny rozwoju lokalnego i regionalnego to poziom rozwoju infrastruktury technicznej o zasięgu lokalnym, regionalnym i ponadregionalnym. W przypadku występowania luk infrastrukturalnych rozwój turystyki w regionie zawsze będzie utrudniony, a wszelakie inwestycje i rezerwy infrastrukturalne będą sprzyjały nie tylko rozwojowi regionalnemu, ale również w szczególności rozwojowi turystyki regionalnej. Wymiar gospodarczy rozwoju to przede wszystkim zasoby gospodarcze i działalność gospodarcza poszczególnych branż i sektorów. Mają one wpływ na rozwój lokalnych i regionalnych rynków oraz bazy ekonomicznej miast i regionów [Panasiuk 2012]. Z tym rozwojem nierozzerwalnie związane są koszty społeczne oraz jednocześnie uzyskiwane dobra wspólne. Mają one wpływ na konkurencyjność miast i regionów, również w sensie turystycznym. Wymiar przestrzenny rozwoju to w głównej mierze zagospodarowanie przestrzenne, czyli kompozycja i ład przestrzenny. Bez odpowiedniego dostosowania tego wymiaru do strategii rozwoju nie jest możliwe spójne i przemyślane kształtowanie turystyki regionów [Korzeniowski 2011]. Na wszystkie powyższe wymiary rozwoju lokalnego i regionalnego mają wpływ decyzje podejmowane na poziomie samorządów terytorialnych. Decyzje te niejednokrotnie warunkują ten rozwój lub też go uniemożliwiają.

4. Wpływ strategii rozwoju na kształtowanie turystyki regionu

Proces budowy strategii rozwoju JST ma charakter cykliczny. Występują tam powiązania i sprzężenia zwrotne. Rysunek 1. przedstawia etapy budowy strategii rozwoju lokalnego i regionalnego.

Prawidłowo skonstruowana strategia rozwoju samorządu terytorialnego ma charakter otwarty, co warunkuje możliwość dopływu nowych projektów. Strategia powinna koncentrować się głównie na zadaniach własnych samorządu terytorialnego [Miszczuk i in. 2007, s. 180]. Zadania te są jednak nierozzerwalnie związane z rozwojem turystyki w danym regionie [Nowak i in. 2012, s. 37-40; Rapacz

2004]. Realizacja zadań własnych gminy może przyczyniać się zarówno do rozwoju turystyki, jak i do jej zaniku. Uzależnione jest to od woli decydentów oraz od sposobu realizacji opracowanej i przyjętej strategii rozwoju.



Rys. 1. Etapy budowy strategii rozwoju lokalnego i regionalnego

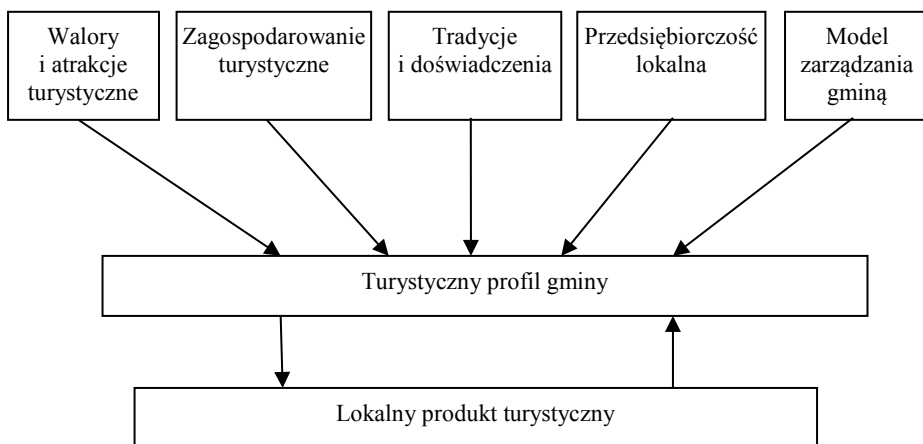
Źródło: [Miszczuk i in. 2007, s. 180].

5. Czynniki kształtujące profil turystyczny gminy i regionu

Samorządy terytorialne, poprzez przyjęcie odpowiednich strategii rozwoju, mogą doprowadzić do zmiany profilu gminy, umożliwiając rozwój funkcji turystycznej nie tylko na terenach powszechnie uważanych za atrakcyjne turystycznie.

Wśród czynników kształtujących profil turystyczny gminy najczęściej wymienia się jej położenie, warunki naturalne, atrakcje turystyczne, uwarunkowania historyczne oraz sposób zarządzania gminą [Pasiczny 2008, s. 205]. Dodatkowo należy również uwzględnić znaczenie bazy turystycznej, poziom rozwoju i aktywności lokalnej przedsiębiorczości oraz interakcje z kształtowanym produktem turystycznym [Dyrda, Maciałek 2011, s. 13-14] (zob. rys. 2).

Władze samorządowe oraz ludność mieszkająca w danym regionie odgrywają szczególną rolę w kształtowaniu produktu turystycznego. Ich przedsiębiorczość i gościnność może w znaczącym stopniu sprzyjać podmiotom branży turystycznej na danym terenie. Zarządzanie gminą w aspekcie turystyki powinno mieć na celu wspieranie rozwoju lokalnych produktów turystycznych oraz ich promowanie, a także tworzenie płaszczyzny współdziałania podmiotów funkcjonujących na lokalnym rynku turystycznym. Gminy mogą również współdziałać ze sobą i inicjować



Rys. 2. Czynniki wpływające na turystyczny profil gminy

Źródło: [Dyrda, Maciałek 2011, s. 14].

przedsięwzięcia o zasięgu międzygminnym, angażując w ten sposób większy region [Dyrda, Maciałek 2011, s. 14].

6. Znaczenie inwestycji infrastrukturalnych dla rozwoju turystyki w danym regionie

Jednostki samorządu terytorialnego, a w szczególności gminy, powinny realizować liczne inwestycje, mające na celu zwiększenie konkurencyjności swojego terytorium. Nie ogranicza się to jedynie do zadań własnych, zadań zleconych oraz ich finansowania. Z tego powodu gminę można określić „kreatorem polityki regionu” [Witkowski 2011, s. 271]. Wzrost znaczenia gminy powinien być przede wszystkim oparty na działaniach lokalnych, autonomicznych i demokratycznych, przy efektywności w zakresie gospodarowania budżetem i realizacji zadań, a także równoważności (zachowanie równowagi w dbaniu o interesy różnych grup przy realizacji planu gospodarczego rozwoju lokalnego, zwłaszcza dbaniu o interesy podmiotów gospodarczych działających i/lub inwestujących na danym terenie) [Graczyk 2008, s. 16].

Inwestycje infrastrukturalne są dla każdej JST koniecznością oraz szansą. W przypadku prowadzenia przemyślanej polityki w zakresie inwestycji JST może znacząco zyskać na znaczeniu pod względem konkurencyjności zarówno gospodarczej, jak i turystycznej. W przypadku skoordynowania działań inwestycyjnych w regionie oraz wpisania ich w strategię regionalne efekt oddziaływania tych inwestycji może znacząco wzrosnąć – wtedy pojawi się efekt synergii.

7. Regionalny produkt turystyczny i jego związek z samorządem terytorialnym

Konkurencyjny regionalny produkt turystyczny jest zazwyczaj budowany na podstawie zasobów regionu. Ze względu na zmiany zachodzące na współczesnym rynku turystycznym turyści coraz częściej kierują swoje zainteresowanie w stronę regionalnych produktów turystycznych. Najczęściej mają one związek z dziedzictwem regionalnym, a w szczególności z zasobami przyrodniczymi, kulturowymi lub historycznymi [Molenda 2011, s. 293].

Produkt turystyczny regionu to wypadkowa produktów przedsiębiorstw turystycznych zlokalizowanych na danym obszarze, atrakcji turystycznych, dostępności poszczególnych miejscowości oraz wizerunku regionu [Rapacz 1997, s. 97]. Zazwyczaj turystyczny produkt regionu jest złożony. Kształtowany jest przez wiele różnych podmiotów oferujących komplementarne usługi.

Produkt regionalny można rozpatrywać pod względem zasięgu występowania i oddziaływania. Wyróżnić można lokalny, regionalny, krajowy, subkontynentalny i kontynentalny produkt turystyczny. Podział ze względu na obszar występowania produktu nie jest jednak równoznaczny z zasięgiem oddziaływania produktu. Znałe są przypadki produktów lokalnych czy regionalnych, które oddziałują nawet w skali międzynarodowej [Nowodziński 2010, s. 23-25]. W związku z powyższym produkt regionalny to produkt związany z konkretną przestrzenią (najczęściej dziedzictwem kulturowym, historycznym czy przyrodniczym), występujący tylko na konkretnym obszarze (regionie) i świadczący o jego unikalności, oryginalności i autentyczności [Molenda 2011, s. 294- 295].

Trudno jest określić jednego wytwórcę i właściciela regionalnego produktu turystycznego. Produkt taki to wspólny wysiłek i zaangażowanie władz jednego lub kilku samorządów terytorialnych, przedsiębiorców działających na danym terenie, mieszkańców regionu, organizacji turystycznych oraz samych turystów.

Gmina to JST będąca najbliższym powstawania i rozwoju regionalnego produktu turystycznego. Dysponując najszerszym wachlarzem instrumentów oddziaływania na gospodarkę i społeczeństwo, gmina może przyczyniać się do kształtowania regionalnego produktu turystycznego. Główną rolę odgrywają tutaj zadania własne o charakterze ogólnogminnym, odnoszące się do ładu przestrzennego, ochrony środowiska naturalnego i przyrody, rozwoju infrastruktury technicznej i społecznej, zieleni gminnej i zadrzewienia, bezpieczeństwa publicznego oraz utrzymania obiektów gminnych i użyteczności publicznej [Molenda 2011, s. 297-298]. Realizacja podstawowych zadań własnych gminy nie tylko sprzyja rozwojowi turystyki w danym regionie, ale wręcz jest do niego niezbędna. Dodatkowe zadania realizowane przez JST, takie jak budowa i utrzymanie obiektów sportowych czy wyznaczanie szlaków pieszych czy rowerowych, w sposób bezpośredni wpływają na poprawę atrakcyjności i konkurencyjności regionu.

8. Podsumowanie

Zarządzanie w JST ma na celu przede wszystkim zabezpieczenie realizacji zadań własnych gminy, a tym samym polepszenie jakości życia mieszkańców oraz stworzenie i wspieranie warunków dla rozwoju przedsiębiorczości na danym obszarze. Jednostki samorządu terytorialnego realizują politykę lokalną i regionalną, opierając się na zasadach funkcjonowania finansów sektora publicznego. Najważniejsze zadania własne samorządu to gospodarowanie majątkiem własnym, gospodarką mieszkaniową, ochrona środowiska oraz stwarzanie warunków do rozwoju poprzez umiejętne prowadzenie prorozwojowej polityki finansowej. Budowanie strategii rozwoju danego obszaru to cykliczny proces ciągłego dostosowywania realizacji zadań własnych samorządu do jego możliwości i potrzeb występujących dziś i w przyszłości. W strategiach tych ujmowane są zagadnienia mające wpływ na rozwój turystyki, a w szczególności sprzyjające kształtowaniu turystyki regionów. Planowanie inwestycji infrastrukturalnych również oddziałuje na turystykę. Umiejętne skoordynowanie inwestycji infrastrukturalnych prowadzić będzie do powstania efektu synergii.

Turystyka regionu to umiejętne kierowanie regionalnymi produktami turystycznymi oraz ich kształtowanie. Produkty te powstają dzięki wspólnemu wysiłkowi samorządów, przedsiębiorców, mieszkańców regionu, organizacji turystycznych oraz turystów. Samorząd terytorialny poprzez realizację zadań własnych oraz podejmowanych inicjatyw wpływa na jakość lokalnej przestrzeni turystycznej oraz warunków funkcjonowania organizacji turystycznych i podmiotów gospodarczych związanych z turystyką. Z jednej strony świadomość posiadanych narzędzi i zasobów, a z drugiej umiejętność nimi sterowanie stanowią klucz do turystycznego sukcesu regionu. Pamiętać również należy, że kształtowanie turystyki regionu to proces, zazwyczaj długotrwały, wymagający dużych nakładów finansowych oraz sporych wysiłków organizacyjnych i zaangażowania zasobów ludzkich. Bez aktywnego wspierania turystyki ze strony samorządu terytorialnego nie jest możliwe skuteczne i racjonalne kształtowanie turystyki regionu.

Literatura

- Dyrda G., Maciąk T., *Przesłanki kształtowania profilu turystycznego Gmin Pogórza Dynowskiego*, [w:] *Turystyka wiejska, ochrona środowiska i dziedzictwo kulturowe Pogórza Dynowskiego*, red. J. Krupa, T. Soliński, Związek Gmin Turystycznych Pogórza Dynowskiego, Dynów 2011.
- Graczyk M., *Zarządzanie inwestycjami komunalnymi*, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz–Zielona Góra 2008.
- Izdebski H., *O potrzebie wyodrębnienia obszarów metropolitalnych w strukturze władz publicznych*, [w:] *Samorząd terytorialny na przełomie XX/XXI wieku*, red. A. Lutrzykowski, R. Gawłowski, M. Popławski, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2010.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 r., DzU 1997, nr 78, poz. 483.
- Korzeniowski L., *Podstawy zarządzania organizacjami*, Difin, Warszawa, 2011.
- Kot S., Ferencova M., Karas L., *Cena jako czynnik wpływający na wybór pakietów wakacyjnych przez klientów sektora turystycznego*, „Marketing i Rynek” 2012, r. 19, nr 5.

- Miszcuk A., Miszcuk M., Żak K., *Gospodarka samorządu terytorialnego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Molenda M., *Regionalny produkt turystyczny i jego kreatorzy*, „Rocznik Żyrardowski” 2011, t. IX.
- Nowak S., Szczerbowski M., Franczak A., *Wpływ rewitalizacji na społeczny i turystyczny rozwój obszarów przemysłowych województwa śląskiego*, [w:] *Regionalne i lokalne strategie rozwoju turystyki: materiały i studia*, red. S. Nowak, Wydawnictwo AWF w Katowicach, Katowice 2012.
- Nowodziński P., *Wykorzystanie zasobów zewnętrznych w organizacjach publicznych źródłem poprawy ich funkcjonowania*, [w:] *Zarządzanie publiczne. Uwarunkowania – kierunki – techniki*, red. A. Pabian, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2010.
- Panasiuk A., *Polityka turystyczna w oddziaływaniu na branżę turystyczną*, [w:] *Wyzwania wspólczesnej polityki turystycznej. Problemy polityki turystycznej*, red. A. Rapacz, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 259, Wydawnictwo UE we Wrocławiu, Wrocław 2012.
- Pasieczny J., *Profile gmin w Polsce – zarządzanie rozwojem i zmianami*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania UW, Warszawa 2008.
- Rapacz A., *Rola samorządu terytorialnego w rozwoju lokalnych i regionalnych ośrodków informacji turystycznej*, [w:] *Rola i zadania samorządu terytorialnego w rozwoju gospodarki turystycznej*, red. R. Gałęcki, Mazowiecka Wyższa Szkoła Humanistyczno-Pedagogiczna w Łowiczu, Łowicz 2004.
- Rapacz A., *Strategia kształtowania produktu turystycznego regionu sudeckiego*, Wydawnictwo AE we Wrocławiu, Wrocław 1997.
- Tomik R., Hadzik A., Cholewa J., *Turystyka aktywna w materiałach promocyjnych województw w Polsce*, [w:] *Wyzwania współczesnej polityki turystycznej. Problemy polityki turystycznej*, red. A. Rapacz, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu nr 259, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2012.
- Ustawa z 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym, Dz U 1998, nr 91, poz. 578.
- Ustawa z 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa, Dz U 1998, nr 91, poz. 576.
- Ustawa z 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym, Dz U 2001, nr 142, poz. 1591.
- Witkowski K., *Inwestycje infrastrukturalne w realizacji usług publicznych*, „Studia Lubuskie” 2011, t. 7.

THE ROLE OF LOCAL GOVERNMENTS IN THE CREATION OF TOURISM IN REGIONS

Summary: Local government units through appropriate management have a huge impact on local and regional development. Formulating development strategies and control infrastructure investments influence the shape and profile of a tourism community and a region. Tourism in the region is primarily a regional tourism product. It involves the creation of local authorities, businesses, residents of the region, tourist organizations and tourists. The aim of the work is to present an analysis of the current situation and to propose changes that can positively influence the development of tourism in the regions function by supporting it by local governments.

Keywords: tourism, local government, region, development strategy.