



Ś W I D N I C A
12-14 X 2016

 Kongres Turystyki Polskiej

**Ewolucja relacji pomiędzy lokalnymi organizacjami turystycznymi
a samorządem terytorialnym po 1990 roku**

dr Piotr Gryszel
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Blok tematyczny: Miejsce samorządu terytorialnego i jego zadania w przestrzeni
turystycznej

www.kongresturystyki.pl

Etapy dochodzenia do zarządzania obszarem turystycznym



KOOPERACJA:
PRODUKTY PROSTE
+ ORGANIZACJA
+ LOKALIZACJA

II poziom integracji (obiekt, szlak, obszar)



KOORDYNACJA: PRODUKTY PROSTE
+ ORGANIZACJA

I poziom integracji (wydarzenie, impreza)



KOEGZYSTENCJA: PRODUKTY PROSTE (rzecz, usługa)

Fazy rozwoju współpracy organizacji działających na rynku turystycznym



Faza budowy.
Lata 50. i 60.
XX wieku



Faza szybkiego
rozwoju.
Lata 70. i 80.
XX wieku



Faza koncentracji.
Od lat 90.
XX wieku

Fazy rozwoju współpracy organizacji działających na rynku turystycznym

	Faza budowy lata 50. i 60. XX w.	Faza szybkiego rozwoju lata 70. i 80. XX w.	Faza koncentracji od lat 90. XX w.
Oferta	<ul style="list-style-type: none">- urlop to odpoczynek od pracy,- wyjazdy krajowe i do krajów sąsiednich jako głównych destynacji,- samochód osobowy jako tani środek lokomocji,- przewaga popytu nad podażą,- rynek sprzedawcy,- rosnący popyt.	<ul style="list-style-type: none">- urlop to zmiana i przeżycie (odpoczywać można w domu),- samolot jako dostępny środek lokomocji,- klient żąda „swojej” specjalnej oferty,- rosnący popyt.	<ul style="list-style-type: none">- urlop i konsumpcyjny styl życia określają postawy życiowe zorientowane na wolny czas,- popyt na przeżycia i komfortowe usługi sieciowe,- serwis, miejsce i bezproblemowy przebieg urlopu zyskują na znaczeniu,- klient zorientowany globalnie,- zachowania kompleksowej konsumpcji,- częściowo ustabilizowany popyt, rosnący globalnie.

Fazy rozwoju współpracy organizacji działających na rynku turystycznym

	Faza budowy lata 50. i 60. XX w.	Faza szybkiego rozwoju lata 70. i 80. XX w.	Faza koncentracji od lat 90. XX w.
Konkurencja	<ul style="list-style-type: none">- rynek ofert z relatywnie małą konkurencją,- kraje europejskie i sąsiednie jako główne konkurujące destynacje,- rosnąca ilościowo oferta	<ul style="list-style-type: none">- wzrost konkurencji rynkowej,- międzynarodowe destynacje zaczynają przenikać na główne rynki europejskie,- tworzenie nowych ofert,- rosnące wymagania w stosunku do marketingu	<ul style="list-style-type: none">- rosnąca globalna konkurencja,- zdobywanie nowych klientów i klientów ponownych,- na rynek wchodzi nowe destynacje,- globalny wzrost ofert,- nieustannie rosnące działania marketingowe,- silny proces koncentracji i fuzji

Fazy rozwoju współpracy organizacji działających na rynku turystycznym

	Faza budowy lata 50. i 60. XX w.	Faza szybkiego rozwoju lata 70. i 80. XX w.	Faza koncentracji od lat 90. XX w.
Współpraca + Organizacja	Związki branżowe <ul style="list-style-type: none"> - orientacja lokalna, - wspólne prospekty miast i regionów turystycznych, - akcje promocyjne, - uczestnictwo w targach, - związki na rzecz uatrakcyjnienia miast i regionów turystycznych. 	Regionalne organizacje turystyczne <ul style="list-style-type: none"> - strategie dla miast turystycznych, - regionalne prospekty, - zasada neutralności wobec członków organizacji, - wspólna reklama i wsparcie sprzedaży, - tworzenie produktów regionalnych, - dominacja lokalnych organizacji, - rosnące efekty synergiczne, - szeroka reprezentacja różnych interesów. 	Zarządzanie destynacją <ul style="list-style-type: none"> - koncentracja na rozwoju i tworzeniu kluczowych produktów, - aktywne umiejscowienie się na rynku i aktywna sprzedaż, - orientacja na jakość i markę destynacji, - odrzucenie zasady neutralności, - regionalne systemy rezerwacji, - regionalnie koordynowana budowa infrastruktury, - oddzielenie turystyki i polityki, - zarządzanie i koordynacja na poziomie regionalnym.

Początki współpracy po transformacji ustrojowej

ZWIĄZKI MIĘDZYGMINNE



Jedyna możliwa forma współpracy po 1989 r. to związek międzygminny – związek celowy.

1992 r. Konsorcjum Turystyczna 6 w Górach Stołowych.

Członkami są gminy a podmioty turystyczne funkcjonują jako członkowie wspierający.

Inicjatywa utworzenia związku „od góry” – inicjatorzy gminy Szczytna i Radków.

Główne zadania to promocja, informacja turystyczna, tworzenie prostej infrastruktury turystycznej, organizacja imprez.

Przełomowy moment

USTAWA O POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ



Ustawa o POT z 1999 roku dała możliwość tworzenia ROT i LOT.

Styczeń 2000 r. – Dolnośląska Organizacja Turystyczna.

Członkami są jednostki samorządu terytorialnego i nieliczne podmioty turystyczne.

Inicjatywa utworzenia ROT „od góry” – inicjator głównie samorząd wojewódzki.

Główne zadania to początkowo promocja i informacja turystyczna. Na dalszym planie tworzenie produktów turystycznych i prostej infrastruktury turystycznej, organizacja imprez.

Wyczekiwanie i tworzenie struktur lokalnych

USTAWA O POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ



Ustawa o POT z 1999 roku dała możliwość tworzenia LOT.

Odwieczne pytanie: Tworzyć LOT, czy być członkiem ROT?

Członkami są samorządy gminne i powiatowe oraz podmioty turystyczne.

Inicjatywa utworzenia LOT raczej „od góry” , rzadko „od dołu” – inicjator najczęściej samorząd.

Główne zadania to początkowo promocja i organizacja imprez. Na dalszym planie tworzenie produktów turystycznych i prostej infrastruktury turystycznej.

Powstają też grupy nieformalne, np. Beskidzka Piątka.

Fundusze unijne dla obszarów wiejskich

LOKALNE GRUPY DZIAŁANIA - LGD



Ustawa o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich, prawo o stowarzyszeniach, program LEADER+

Inicjatywa mieszkańców chcących aktywnie działać na rzecz lokalnej społeczności – również rozwijać turystykę.

Inicjatywa utworzenia LGT raczej „od dołu” – członkami są osoby fizyczne i podmioty gospodarcze, które mogą być wspierane przez samorząd gminny.

Główne zadania wskazane w statucie (umowie), Często jest to tworzenie, produkcja i promocja produktów lokalnych, także turystycznych.

Partnerstwo Ducha Gór w Kotlinie Jeleniogórskiej.

Fundusze unijne zachętą do tworzenia klastrów

KLASTRY TURYSTYCZNE



Impulsem tworzenia klastrów turystycznych była możliwość korzystania ze środków UE. Forma współpracy dowolna.

Forma współpracy jednostek samorządu terytorialnego, branży turystycznej i jednostek naukowo-badawczych.

Inicjatywa utworzenia klastra raczej „od dołu” – członkami są osoby fizyczne i podmioty gospodarcze, które mogą być wspierane przez samorząd gminny i jednostki naukowo-badawcze.

Główne zadania wskazane w statucie (umowie), Często jest to tworzenie wspólnej oferty turystycznej i jej promocja.

Karkonosko-Izerski Klaster Turystyczny. Fundacja Doliny Pałaców i Ogrodów Kotliny Jeleniogórskiej.

I co dalej? Czy znaleźliśmy już odpowiednią formę współpracy?

Kto ma być liderem?

Dziękuję za uwagę!

piotr.gryszel@ue.wroc.pl