

Beata Meyer

Aktywność samorządu lokalnego jako element potencjału turystycznego na przykładzie wybranych gmin województwa zachodniopomorskiego

Ekonomiczne Problemy Usług nr 52, 23-32

2010

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

BEATA MEYER

Uniwersytet Szczeciński

**AKTYWNOŚĆ SAMORZĄDU LOKALNEGO JAKO ELEMENT
POTENCJAŁU TURYSTYCZNEGO NA PRZYKŁADZIE WYBRANYCH GMIN
WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO**

Wprowadzenie

Możliwości rozwoju turystyki na danym obszarze są determinowane przez szereg czynników o zróżnicowanym charakterze. Wśród nich podstawowe znaczenie nadal mają występujące na danym obszarze zasoby i walory turystyczne, które jednak coraz częściej są wynikiem działalności człowieka mającej na celu wykreowanie atrakcji mogących przyciągnąć turystów na dany obszar. Jednakże osiągnięcie wysokiej pozycji konkurencyjnej przez region wymaga określonych działań związanych z planowaniem, kreowaniem oraz promocją i koordynacją przedsięwzięć podejmowanych przez podmioty w nim funkcjonujące. Wydaje się, że część z tych działań jest uzależniona od aktywności samorządów lokalnych w zakresie turystyki. Celem niniejszego opracowania jest identyfikacja znaczenia samorządu wśród innych elementów potencjału turystycznego obszaru oraz analiza działań na rzecz rozwoju turystyki wybranych samorządów gminnych w województwie zachodniopomorskim.

1. Zróżnicowanie elementów potencjału turystycznego

Potencjał turystyczny jest definiowany jako wszystkie elementy środowiska geograficznego oraz zachowania człowieka, które mogą być wykorzystywane

do uprawiania turystyki lub zajmowania się turystyką¹. Tak szerokie rozumienie pojęcia „potencjał turystyczny” powoduje uwzględnianie w jego ramach bardzo wielu czynników, które w sposób bezpośredni lub pośredni mogą oddziaływać na rozwój turystyki w regionie. W najbardziej ogólnym ujęciu elementy potencjału turystycznego określa się mianem zasobów, czyli obiektywnie istniejących czynników, które w określonej sytuacji mogą zostać wykorzystane dla rozwoju turystyki. Wyróżnia się zasoby o charakterze strukturalnym i funkcjonalnym. Zasoby strukturalne w sposób bezpośredni odnoszą się do istniejących w regionie elementów, które mogą być wykorzystane w procesie kreowania produktu turystycznego obszaru. Wśród zasobów strukturalnych znajdują się czynniki bezpośrednio związane z danym obszarem, obejmujące następujące elementy: walory turystyczne (bardziej właściwe byłoby używanie szerszego pojęcia „atrakcji turystycznych”), zagospodarowanie turystyczne i wynikająca z niego dostępność komunikacyjna obszaru oraz pozostałe czynniki mogące sprzyjać rozwojowi turystyki, takie jak np. wolne tereny pod inwestycje turystyczne. Zasoby funkcjonalne to ogół czynników, które mogą być pomocne w zagospodarowaniu istniejących zasobów strukturalnych, obejmujący zarówno elementy wewnętrzne związane bezpośrednio z danym obszarem, jak i zewnętrzne w stosunku do niego. Wśród zasobów funkcjonalnych należy wyróżnić:

1. Uwarunkowania ekonomiczne związane z rozwiązaniami prawnymi i finansowymi, wpływającymi na podejmowanie decyzji o prowadzeniu działalności turystycznej oraz jej efektywności. Uwarunkowania te mogą mieć zarówno charakter wewnętrzny (np. ułatwienia stwarzane dla przedsiębiorców turystycznych w regionie), jak i zewnętrzny (np. możliwości kredytowania inwestycji turystycznych).
2. Uwarunkowania demograficzne wynikające z cech społeczności lokalnej, dotyczących zarówno takich aspektów, jak wolne zasoby siły roboczej czy struktury demograficzne, jak i aktywności w zakresie podejmowania działalności o charakterze turystycznym.
3. Uwarunkowania psychologiczne dotyczące percepcji regionu przez potencjalnych turystów oraz tradycji wypoczynku na danym obszarze.
4. Uwarunkowania technologiczne i ekologiczne związane z możliwościami lepszego przystosowania walorów turystycznych do wykorzystania przez turystów, przy jednoczesnym zachowaniu warunków ich ochrony przed degradacją, co w szerszym ujęciu oznacza czynniki warunkujące sprawne funkcjonowanie systemu turystycznego przy zachowaniu zasad rozwoju zrównoważonego.

¹ J. Kaczmarek, A. Stasiak, B. Włodarczyk, *Produkt turystyczny, albo jak organizować poznawanie świata*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2002, s. 31.

5. Uwarunkowania polityczne obejmujące działania podejmowane przez władze państwowe i samorządowe na rzecz rozwoju turystyki na właściwym poziomie decyzyjnym.

2. Znaczenie samorządu w procesie kreowania i promocji regionalnego/lokalnego produktu turystycznego

Wielość elementów składających się na potencjał turystyczny obszaru sprawia, że za jego wykorzystanie odpowiada wiele podmiotów, których cele nie zawsze są spójne, a często wręcz sprzeczne. Stąd wyjątkowo istotne znaczenie ma prowadzenie właściwej polityki lokalnej, pozwalającej na stworzenie takich warunków, aby działania prowadzone przez różne podmioty przynosiły korzyści indywidualne, powodując równocześnie osiągnięcie maksymalnego efektu lokalnego.

Lokalna polityka turystyczna powinna tworzyć podstawy aktywnego wspierania rozwoju turystyki i jej otoczenia oraz kształtowania jej struktury. Politykę turystyczną na szczeblu lokalnym w Polsce koordynują władze gminne i powiatowe. Zakres zadań samorządów gminnych w zakresie turystyki jest następujący²:

1. Zadania aktywizujące lokalną gospodarkę turystyczną bezpośrednio związane z funkcjonowaniem tego sektora obejmujące m.in. następujące działania:
 - programowanie rozwoju turystyki w gminie,
 - kreowanie i promocję lokalnego produktu turystycznego,
 - tworzenie korzystnych warunków dla rozwoju lokalnej przedsiębiorczości turystycznej oraz propagowanie idei rozwoju turystyki wśród mieszkańców,
 - tworzenie struktur organizacyjnych działających na rzecz rozwoju turystyki w gminie,
 - przystosowanie przestrzeni turystycznej gminy do pełnienia funkcji turystycznej.
2. Zadania o charakterze ogólnogminnym, wpływające na funkcjonowanie gospodarki turystycznej, wśród których należy wymienić:
 - zapewnienie ładu przestrzennego, bezpieczeństwa i porządku publicznego,
 - działania w zakresie ochrony środowiska,
 - rozwój infrastruktury społecznej i technicznej, w tym transportowej,
 - działalność kulturalną oraz na rzecz rozwoju kultury fizycznej i sportu.

² *Turystyka*, red. W. Kurek, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 394.

3. Zadania obowiązkowe nałożone na gminy na mocy aktów prawnych, takie jak np.:
 - ewidencja obiektów noclegowych niepodlegających kategoryzacji,
 - przeprowadzanie kontroli w obiektach świadczących usługi turystyczne wraz z możliwością zastosowania nakazu wstrzymania świadczenia usług,
 - zapewnienie bezpieczeństwa osobom przebywającym na terenie gminy w celach turystycznych.

Zaprezentowane zadania nie mają charakteru obligatoryjnego, są traktowane jako zadania własne samorządów terytorialnych o charakterze fakultatywnym. Samorządy mogą podejmować działania w zakresie zaprezentowanych zagadnień, jeśli uznają je za istotne z punktu widzenia rozwoju gminy. W przypadku gmin dysponujących wyraźnym potencjałem turystycznym, najczęściej głównie w postaci walorów turystycznych, działania samorządu stają się niezbędnym elementem umożliwiającym wykorzystanie posiadanych zasobów. Im większa aktywność władz samorządowych, tym bardziej szczegółowy sposób formułowania zadań w zakresie lokalnego rozwoju turystyki i tym większa szansa na wykreowanie i wypromowanie konkurencyjnego produktu turystycznego.

3. Aktywność wybranych samorządów lokalnych w województwie zachodniopomorskim w procesie wykorzystania potencjału turystycznego³

W celu oceny aktywności samorządów lokalnych w procesie kreowania obszarowych produktów turystycznych przeprowadzono ankietę obejmującą grupy pytań dotyczących następujących zagadnień:

- miejsca turystyki w dokumentach strategicznych gminy oraz zaangażowania gminy w tworzenie warunków dla rozwoju turystyki,
- występowania lokalnych produktów turystycznych w gminie oraz zakresu podejmowanych działań na rzecz ich promocji,
- poziomu zaangażowania samorządu lokalnego, mieszkańców gminy oraz lokalnych przedsiębiorców w działania na rzecz rozwoju turystyki w gminie,
- współpracy krajowej, jak i międzynarodowej gminy w zakresie rozwoju turystyki,
- udziału gminy w ponadlokalnych inicjatywach na rzecz rozwoju turystyki,
- zakresu działań inwestycyjnych w gminie oraz źródeł ich finansowania.

³ Na podstawie badań przeprowadzonych przez Zakład Gospodarki Turystycznej i Uzdrowiskowej Katedry Zarządzania Turystyką Wydziału Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego w 2008 roku.

Do badań wybrano 12 gmin województwa zachodniopomorskiego o zróżnicowanym potencjale turystycznym w czterech kategoriach: nadmorskie (Rewal, Świnoujście, Kołobrzeg), pojezierne (Złocieniec, Drawsko Pomorskie, Połczyn-Zdrój), przygraniczne (Widuchowa, Cedynia, Kołbaskowo) i rolnicze (Kobylanka, Przelewice, Karlino). Taki dobór gmin miał na celu dokonanie analizy porównawczej działań samorządów w obszarach o odmiennych warunkach przyrodniczych i gospodarczych, w różnym stopniu predysponowanych do rozwoju obszarowych produktów turystycznych. Konkretnie trzy gminy w każdej z kategorii zostały wytypowane w oparciu o wykorzystanie następujących elementów:

- wskaźnika TMR (atrakcyjności turystycznej) gmin województwa zachodniopomorskiego,
- informacji na temat kierunków i możliwości rozwoju turystyki zawartych w *Strategii rozwoju turystyki w województwie zachodniopomorskim do 2015 roku*,
- wiedzy własnej autorów na temat zróżnicowanych aspektów rozwoju turystyki w gminach w województwie zachodniopomorskim (pochodzących z badań przeprowadzonych do innych opracowań).

Odpowiedzi udzielone na pytania związane z zaangażowaniem samorządu lokalnego w tworzenie warunków dla rozwoju turystyki (w tym koniecznych inwestycji dla rozwoju turystyki i środków na ich realizację) pozwalają na stwierdzenie, że wszystkie z ankietowanych gmin posiadają strategię rozwoju i jest w niej uwzględniona turystyka. Ponad połowa z przebadanych jednostek samorządu lokalnego wskazała, że głównym celem rozwoju gminy jest wzmocnienie rozwoju gospodarczego oraz pozycji konkurencyjnej w oparciu o turystykę. Znaczenie turystyki jako głównej osi rozwoju gminy jest szczególnie zauważalne w przypadku przebadanych gmin nadmorskich i gmin rolniczych. Spośród badanych jednostek jedynie dwie gminy nadmorskie i jedna przygraniczna posiadają wyodrębnione jednostki składające się z dwu- lub trzyosobowego zespołu odpowiedzialnego za rozwój turystyki, zaś dwie gminy pojezierne, jedna z gmin nadmorskich i jedna rolnicza (Kobylanka) posiadają w strukturach urzędu jednoosobowe stanowisko, w którego zakres działań wchodzi między innymi sprawy związane z rozwojem turystyki. Oznaczać to może, że pomimo tego, iż gminy (przede wszystkim rolnicze) dostrzegają potencjał, jaki wiąże się z rozwojem turystyki, to brak wystarczających środków budżetowych nie pozwala na tworzenie odrębnych stanowisk dla osób odpowiedzialnych za rozwój turystyki w gminie. W gminach przygranicznych turystyka nie jest traktowana jako istotny kierunek rozwoju. Niepokojące jest natomiast to, że w przypadku trzech gmin (w tym dwóch pojeziernych) nie uzyskano odpowiedzi na pytanie dotyczące głównego celu rozwoju gminy. Powodem takiej sytuacji może być z jednej strony brak jednoznacznie określonego celu rozwoju gminy, z drugiej zaś (co bardziej prawdopodobne a jednocześnie niepokojące) – brak wiedzy osób

udzielających odpowiedzi na pytania zawarte w ankiecie na temat celu rozwoju gminy.

Wszystkie z ankietowanych gmin pozyskują środki finansowe z funduszy unijnych. Wśród przedstawionych projektów dominują projekty ukierunkowane na modernizację oraz rozbudowę istniejącej infrastruktury (w szczególności drogowej i sportowo-rekreacyjnej), a za najważniejsze potrzeby w zakresie inwestycji infrastrukturalnych uznawane są inwestycje w bazę noclegową oraz związane z rozbudową bazy sportowo-rekreacyjnej. Kolejne miejsce w hierarchii ważności w zakresie działań infrastrukturalnych zajmuje baza gastronomiczna oraz infrastruktura kulturalna. Zakres oraz znaczenie potrzeb inwestycyjnych w poszczególnych gminach nie są uzależnione od charakteru danej jednostki, ale wyraźnie widoczne jest, że w gminach pojeziernych i rolniczych główną potrzebą inwestycyjną jest rozbudowa niewystarczającej bazy noclegowej. Największy zakres inwestycji turystycznych i proturystycznych został zaprezentowany przez gminy nadmorskie. Również uszczegółowienie udzielonych na powyższe pytanie odpowiedzi jest najwyższe w przypadku tych gmin. Może to świadczyć o zaangażowaniu ankietowanych pracowników gmin w przedsięwzięcia inwestycyjne związane z turystyką realizowane na terenie gminy. Spośród gmin rolniczych i przygranicznych jedynie gminy Kobylanka i Kołbaskowo mają sprecyzowane potrzeby inwestycyjne o charakterze turystycznym. Zdziwienie budzi brak wskazania koniecznych inwestycji przez gminy pojezierne i gminę Przelevice (rolnicza, z predyspozycjami do rozwoju turystyki).

W zakresie zagadnień związanych z lokalnymi produktami turystycznymi większość gmin nadmorskich, przygranicznych i rolniczych wskazała, że posiada lokalne produkty turystyczne, natomiast aż dwie gminy pojezierne wskazały brak takich produktów. Należy jednak zaznaczyć, iż większość respondentów biorących udział w badaniu miała problem z jednoznacznym określeniem znaczenia oraz zakresu pojęcia „produkt turystyczny”. Większość ankietowanych gmin nie potrafiła poprawnie i jednoznacznie wskazać przynajmniej jednego produktu turystycznego na swoim obszarze. Pomimo złej identyfikacji zakresu pojęcia oraz problemów z jednoznacznym wskazaniem występujących w gminie produktów turystycznych większość respondentów wskazała, że lokalne produkty turystyczne mają opracowaną koncepcję marketingową.

Wszystkie badane gminy wskazały, iż podmioty znajdujące się na terenie gminy są zainteresowane wykreowaniem lokalnego produktu turystycznego i podejmują rozmowy z samorządem lokalnym w celu ich stworzenia oraz odpowiedniego wypromowania. Jednakże inicjatywa leży głównie po stronie samorządu gminy. Udział pozostałych podmiotów, takich jak przedsiębiorcy czy lokalna społeczność, w kształtowaniu warunków dla rozwoju turystyki lub lokalnych produktów turystycznych określany jest przez większość samorządów gminnych jako średni. Oznacza to, że prawdopodobnie to gmina postrzegana jest jako inicjator działań na rzecz rozwoju turystyki oraz kształtowania lokalnych produktów tury-

stycznych. Wskazania respondentów dotyczące stopnia zaangażowania poszczególnych podmiotów gminy w działania związane z rozwojem turystyki nie były przy tym uzależnione od specyfiki gminy. Zarówno w przypadku gmin nadmorskich, pojeziernych, rolniczych, jak i przygranicznych respondenci wskazywali na to, że główny ciężar tych działań skupiony jest na podmiotach samorządowych. Analizując udzielone odpowiedzi, można wnioskować, że brakuje właściwej komunikacji pomiędzy samorządami lokalnymi, przedsiębiorcami działającymi na terenie gminy i mieszkańcami w zakresie tworzenia warunków dla rozwoju lokalnych produktów turystycznych.

Połowa badanych gmin (gminy nadmorskie oraz po dwie gminy z grupy rolniczych i przygranicznych) wskazała, że posiada dokumenty związane z rozwojem lokalnych produktów turystycznych, takie jak koncepcja rozwoju produktu turystycznego, program kreacji produktu turystycznego, program dotyczący kreacji, wdrażania, promocji i zarządzania produktem turystycznym/turystyką w gminie, strategia rozwoju turystyki w gminie. Największym zaangażowaniem na polu tworzenia opracowań na rzecz rozwoju turystyki bądź też produktów turystycznych w regionie wykazują się gminy nadmorskie, ale także dwie spośród gmin rolniczych dysponują takimi opracowaniami. Najmniejsze zaangażowanie w tej kwestii zauważalne jest w gminach pojeziernych. Głównym dokumentem, który został stworzony na potrzeby związane z rozwojem lokalnych produktów turystycznych, jest strategia rozwoju turystyki w gminie. Żadna z gmin biorących udział w badaniu nie posiada natomiast opracowań odnoszących się do konkretnych działań związanych z produktami turystycznymi w regionie, takich jak koncepcja rozwoju produktu turystycznego czy program kreacji produktu turystycznego. Przeważająca większość działań podejmowanych przez badane gminy w zakresie rozwoju lokalnych produktów turystycznych ogranicza się do ich promocji.

Wśród działań, które gminy podejmują w zakresie promocji turystyki, większość przedstawiła taki sam zakres aktywności w tym zakresie, a mianowicie:

- udział w targach turystycznych,
- tworzenie folderów promujących gminę,
- promocja na portalach turystycznych,
- organizacja imprez promocyjnych,
- reklama w mediach.

W przypadku odpowiedzi udzielonych na to pytanie widoczne jest również większe zaangażowanie w promocję turystyki gmin nadmorskich i pojeziernych aniżeli gmin rolniczych i przygranicznych. Intensywność działań w zakresie promocji turystyki jest zdecydowanie uzależniona od wielkości gminy, zasobności budżetu oraz od znaczenia turystyki w ogólnej strategii realizowanej przez gminę.

Za najistotniejsze obszary dla rozwoju turystyki gminy nadmorskie uznały marketing, rozumiany jako promowanie produktów oraz budowę silnego wizerunku turystycznego, a w dalszej kolejności rozwój wysokiej jakości infrastruktury tury-

stycznej. Gminy pojezierne i rolnicze zaprezentowały inną hierarchię, za najważniejsze uznając następujące kwestie:

- infrastrukturę, rozumianą jako rozwój wysokiej jakości infrastruktury turystycznej,
- marketing, rozumiany jako promowanie produktów i miejsc, budowa silnego wizerunku turystycznego.

Dodatkowo gminy Kobylanka oraz Połczyn Zdrój deklarują duże zainteresowanie podjęciem działań, których celem byłoby stworzenie oraz odpowiednie wypromowanie lokalnych produktów turystycznych, stanowiących wyróżnik gminy. Najczęściej wykorzystywanymi kanałami dystrybucji są Internet oraz ulotki reklamowe i informacyjne. Sytuacja taka wydaje się jak najbardziej uzasadniona. Internet jest obecnie jednym z podstawowych źródeł informacji, z którego korzystają turyści przed rozpoczęciem podróży. Dodatkowym atutem przemawiającym na korzyść tego kanału dystrybucji informacji jest niewątpliwie jego niski koszt. Pomimo że Internet stanowi dominujący kanał dystrybucji informacji o lokalnych produktach turystycznych, wiele gmin nadal wykorzystuje tradycyjne formy informowania turystów o produktach zlokalizowanych w gminie. Wśród nich dominującą rolę pełnią foldery promujące turystykę w gminie oraz reklama w mediach lokalnych (najczęściej w prasie). Według respondentów istotną rolę w tym zakresie odgrywa również opinia samych turystów polecających odwiedzić region. Poza tym zwracają także szczególną uwagę na dystrybucję informacji poprzez regionalne organizacje turystyczne oraz za pośrednictwem mediów. Wydaje się zatem, że gminy najchętniej wykorzystują kanały dystrybucji, które pozwalają dotrzeć do klientów przy jednoczesnym ograniczeniu kosztów z tym związanych.

Większość gmin deklaruje, że stale współpracuje z innymi jednostkami samorządu lokalnego w zakresie rozwoju turystyki. Współpraca ta dotyczy najczęściej wymiany doświadczeń związanych z rozwojem infrastruktury turystycznej i paraturystycznej (gminy przygraniczne), ale również współdziałania na polu ponadlokalnych inicjatyw mających na celu wypromowanie markowych produktów turystycznych.

Poza współpracą bezpośrednią podejmowaną przez ankietowane gminy w zakresie rozwoju turystyki zarówno w kraju, jak i za granicą (wśród najczęściej wymienianych znajdują się miasta i regiony z Niemiec oraz Danii) zauważalna jest również tendencja do łączenia się gmin w organizacjach zrzeszających zarówno samorządy (różnych szczebli), jak i przedsiębiorców działających w branży turystycznej. Największa liczba lokalnych bądź regionalnych organizacji turystycznych znajduje się na terenie gmin nadmorskich i pojeziernych. Brak zaangażowania na gruncie zrzeszania się w organizacjach zajmujących się promocją i rozwojem turystyki w gminie zauważalny jest natomiast w przypadku gmin przygranicznych.

Podsumowując przeprowadzone badania, można stwierdzić, że wszystkie z ankietowanych gmin są zainteresowane rozwojem turystyki na swoim terenie, co

znajduje swoje odzwierciedlenie w dokumentach strategicznych tychże gmin. Jednakże należy podkreślić, iż pomimo znaczenia, jakie przypisuje się turystyce w rozwoju społeczno-gospodarczym badanych gmin, na ogół nie znajduje to odzwierciedlenia w działaniach instytucjonalnych podejmowanych na szczeblu lokalnym. W przypadku większości ankietowanych gmin zauważalny jest brak jednostek organizacyjnych, a nawet osób odpowiedzialnych wyłącznie za rozwój turystyki w gminie. Oznacza to, że umieszczenie turystyki jako głównej determinanty rozwoju obszaru w dokumentach strategicznych nie znajduje potwierdzenia w działaniach praktycznych.

W odniesieniu do gmin nadmorskich, oraz częściowo pojeziernych, zauważalne jest silne powiązanie gospodarki lokalnej z sektorem turystycznym, co potwierdzają działania władz lokalnych, które wykazują wysokie zaangażowanie w rozwój produktu turystycznego i jego promocji. W przypadku gmin przygranicznych i rolniczych działania samorządów lokalnych często wskazują, że turystyka postrzegana jest przez nie jako szansa szybkiego rozwoju gminy, co nie zawsze znajduje odzwierciedlenie w potencjale turystycznym obszaru.

Dodatkowo należy podkreślić, że wiedza samorządów lokalnych z zakresu kreowania produktów turystycznych oraz tworzenia ram dla ich rozwoju jest nadal zbyt mała. Brak jest także wiedzy z zakresu prawidłowego zarządzania markowymi produktami turystycznymi znajdującymi się w regionie. Żadna z badanych gmin nie posiada odrębnych dokumentów kształtujących obszar działań, jakie należy podjąć w tym zakresie.

Rośnie jednak zaangażowanie samorządów gminnych, miejscowej społeczności oraz lokalnych przedsiębiorców w działania mające na celu wspieranie rozwoju turystyki w badanych gminach. Jednak inicjowanie działań w tym zakresie leży przede wszystkim po stronie władz samorządu lokalnego, a ten, mając na uwadze brak odpowiedniego przygotowania organizacyjnego oraz merytorycznego, nie jest w stanie skutecznie zarządzać rozwojem turystyki.

Przeprowadzone badania wyraźnie wskazują, że bez względu na typ gminy (nadmorski, pojezierny, rolniczy) rozwój produktów turystycznych jest w bezpośredni sposób uzależniony od działań podejmowanych przez lokalne samorządy. To właśnie w odniesieniu do działań instytucjonalnych zauważa się brak właściwej koordynacji poczynań na poziomie gminy, która, jak wynika z badań, jest głównym animatorem i koordynatorem w zakresie turystyki na swoim obszarze. Najczęściej problem ten związany jest z brakiem odpowiednich środków finansowych, które samorząd mógłby przeznaczyć na tworzenie stanowisk lub komórek organizacyjnych odpowiedzialnych za koordynację działań w tym zakresie. Należy podkreślić, iż posiadanie w swoich strukturach osób o odpowiednich kwalifikacjach i przygotowaniu pozwoliłoby na podniesienie skuteczności działań podejmowanych w obszarze rozwoju turystyki w gminie. Ważny jest także brak odpowiednich dokumentów strategicznych z zakresu turystyki, które mogłyby stanowić swego rodzaju plan

działania na rzecz tworzenia oraz rozwoju lokalnych produktów turystycznych. Posiadanie takiego dokumentu oraz odpowiednie jego wykorzystanie z pewnością przyczyniłoby się do usystematyzowania działań w obszarze tworzenia oraz zarządzania lokalnymi produktami turystycznymi.

Podsumowanie

Potencjał turystyczny jest zbiorem zróżnicowanych elementów bezpośrednio i pośrednio związanych z obszarem, którego dotyczy. Wielość i odmienność podmiotów odpowiedzialnych za wykorzystanie potencjału turystycznego sprawia, że wyjątkowego znaczenia nabiera prowadzenie właściwej polityki lokalnej w zakresie turystyki, za którą odpowiedzialne pozostają władze samorządowe. Ich aktywność w zakresie koordynacji i ukierunkowania działań prowadzonych na rzecz rozwoju turystyki w regionie wraz z realizacją zadań np. w zakresie rozwoju infrastruktury transportowej i paraturystycznej oraz promocji turystycznej obszaru stanowią podstawową determinantę rozwoju turystyki w regionie. Badania przeprowadzone w gminach o zróżnicowanym potencjale turystycznym wyraźnie wykazały, że aktywność lokalnych władz samorządowych zawsze stanowi istotny element potencjału turystycznego obszaru, wspomagający lub inicjujący wykorzystanie posiadanych zasobów turystycznych, bez względu na ich charakter i rangę.

LOCAL GOVERNMENT ACTIVITY AS A PART OF TOURISM POTENTIAL THE CASE OF SELECTED COMMUNES IN WEST POMERANIA PROVINCE

Summary

The possibilities of tourism development in a region are determined by numerous factors of varying importance known as the tourist potential of the area. Tourism potential encompasses structural and functional resources which are directly or indirectly bonded to the destination concerned. Multiplicity and diversity of organizations responsible for exploiting the tourism potential make tourism policy a particularly important part of local governance. The activity of local authorities, especially in the field of tourism infrastructure and tourism marketing, constitutes a fundamental determinant of tourism development in concerned areas. The survey conducted in communes with diversified tourism potential clearly indicated that the activity of the local authorities always constitutes an important part of tourism potential in a tourism destination, irrespective of nature and importance of available tourism resources.

Translated by Adam Pawlicz