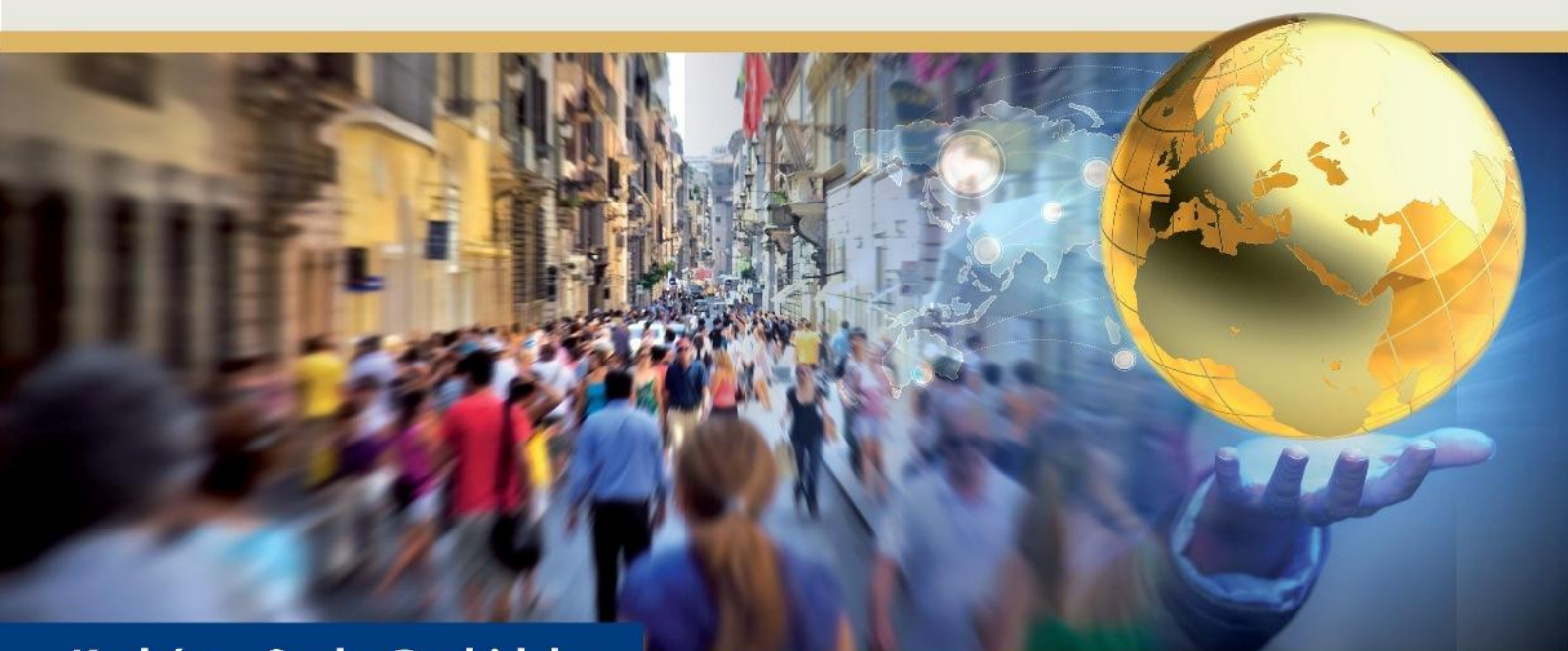


REKOMENDACJE

Wyzwania społeczno-ekonomiczne współczesnej turystyki



**Kraków – Sucha Beskidzka
10 -12 grudnia 2014**

- Akademia Wychowania Fizycznego w Krakowie
- Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej

PATRONATY HONOROWE

Posel na Sejm RP **Andrzej Gut-Mostowy**
Minister Sportu i Turystyki **Andrzej Biernat**
Prezes Polskiej Organizacji Turystycznej **Rafał Szmytke**
Marszałek Województwa Małopolskiego **Marek Sowa**
Prezydent Miasta Krakowa **Jacek Majchrowski**
Burmistrz Miasta Sucha Beskidzka **Stanisław Lichosyt**
Rektor Akademii Wychowania Fizycznego w Krakowie **prof. dr hab. Andrzej Klimek**
Rektor Wyższej Szkoły Turystyki i Ekologii w Suchej Beskidzkiej **prof. dr hab. Janusz Sondel**

ORGANIZATORZY:



AWF
Kraków



WYŻSZA SZKOŁA
TURYSTYKI I EKOLOGII
W SUCHEJ BESKIDZKIEJ



FORUM TURYSTYKI REGIONÓW
Forum
Turystyki Regionów



Ministerstwo
Sportu i Turystyki



WSPÓŁPRACA:



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA



Małopolska Organizacja Turystyczna



Sucha Beskidzka

Rekomendacje

VII GREMIUM EKSPERTÓW TURYSTYKI

GREMIUM EKSPERTÓW TURYSTYKI to istotne wydarzenie, ugruntowane w tradycji polskiego biznesu turystycznego oraz w polskiej myśli nauk o turystyce. Jedyne w swoim rodzaju wydarzenie branżowe, które od 2003 roku przyciąga silną reprezentację wielu środowisk, działających na rzecz rozwoju turystyki w Polsce. Zagadnienia stanowiące przedmiot dyskusji siódmej edycji GREMIUM zostały zawarte w tytule konferencji:

Wyzwania społeczno-ekonomiczne współczesnej turystyki.

Miejsce turystyki we współczesnym świecie, jej rosnące znaczenie w gospodarce w wymiarze globalnym, regionalnym i lokalnym, decyduje o tym, że stanowi ona od wielu lat przedmiot zainteresowania zarówno przedsiębiorców, jednostek samorządu terytorialnego, administracji państwowej jak i sektora nauk ekonomicznych. W obszarze badań ekonomicznych znajduje się problematyka popytu i podaży turystycznej, gospodarki turystycznej i jej udziału w tworzeniu PKB, rynku pracy w turystyce, zarządzania turystyką czy też marketingu w turystyce. Nie zmienia to faktu, że turystyka jako dziedzina interdyscyplinarna jest również przedmiotem zainteresowania innych nauk.

W warunkach postępującej globalizacji, rosnącej konkurencji i znaczenia gospodarki opartej na wiedzy, dokonujących się przemian w zachowaniach konsumentów, wzrasta zainteresowanie rozwojem współpracy w turystyce ze strony różnych podmiotów, organizacji i instytucji na różnych poziomach tj. lokalnym, regionalnym, krajowym i międzynarodowym. W procesy te wpisuje się coraz wyraźniej turystyka i gospodarka turystyczna naszego kraju. Przed turystyką i branżą turystyczną w Polsce pojawiają się nowe wyzwania, a umiejętność właściwej reakcji na nie ze strony przedstawicieli sektora turystycznego, administracji rządowej i samorządowej oraz innych organizacji i instytucji, będzie potwierdzeniem skuteczności ich działania.

Odpowiedzią na aktualne wyzwania współczesnej turystyki są prezentowane rekomendacje, będące efektem dyskusji prowadzonych podczas plenarnych i panelowych obrad VII GREMIUM EKSPERTÓW TURYSTYKI. Zostały one zestawione w trzech grupach tematycznych, a mianowicie:

- I. Wyzwania współczesnej turystyki 3**
- II. Współpraca JST – NGO (w szczególności ROT-y i LOT-y) 5**
- III. Sektorowa Rama Kwalifikacji dla turystyki 8**

I. Wyzwania współczesnej turystyki

- Uczestnicy GREMIUM widzą potrzebę stworzenia „platformy wymiany wiedzy dla sektora turystyki” (zbieżne z ideą Obserwatorium Turystycznego). Zwracają jednak uwagę na konieczność włączenia do jej tworzenia środowisk naukowych i branżowych już na etapie tworzenia koncepcji i następnie realizacji tego zadania.
- Środki finansowe angażowane przez Państwo na rozwój i promocję sektora turystyki są daleko niewystarczające dla sprostania współczesnej konkurencyjności. Za uzasadnione w tej sytuacji uważa się poszukiwanie rozwiązań konsolidujących gospodarowanie środkami na promocję będącymi w gestii różnych resortów z zachowaniem autonomii poszczególnych jednostek, podmiotów i organizacji działających w gospodarce turystycznej.
- W zarządzaniu promocją, niezależnie od szczebla administracyjnego, należy lepiej niż dotychczas wykorzystywać formułę partnerstwa publiczno-prywatnego i wielowymiarowej kooperacji sieciowej.
- Zarządzający promocją turystyczną miejsca docelowego powinni kierować przekaz o jej znaczeniu dla lokalnej gospodarki do wszystkich potencjalnych beneficjentów, tworząc platformę współpracy wykraczającą poza tradycyjnych usługodawców turystycznych.
- GREMIUM zwraca uwagę na coraz większe rozdrobnienie strony popytowej rynku turystycznego (atomizacja), która jest wyzwaniem dla wszystkich podmiotów tworzących i promujących ofertę turystyczną. W tych warunkach wskazane jest podejmowanie działań na rzecz zwiększenia uczestnictwa aktywnych klientów (prosumentów) w kształtowaniu oferty turystycznej (produktów).
- Selekcja rynków strategicznych winna uwzględniać nie tylko obszary potencjalnej emisji ruchu turystycznego, ale w coraz większym stopniu segmenty grup docelowych, co powinno znaleźć większe odzwierciedlenie np. w działaniach promocyjnych i dokumentach strategicznych dotyczących rozwoju turystyki w Polsce.
- W działaniach promocyjnych należy wykorzystywać selektywne narzędzia komunikacji marketingowej B2B na nowych rynkach o udowodnionym potencjale przyjazdowym, grupując różnorodnych interesariuszy.
- Za uzasadnione uznaje się poszerzanie przez wszystkich partnerów platformy komunikacji digitalnej nastawionej na wybrane segmenty, w tym segmenty niszowe.
- Wspieranie zadań promocyjnych przez sektor prywatny powinno mieć charakter modelu systemowego, natomiast dostrzega się dzisiaj problem braku gotowości i pełnego zrozumienia dla tego zagadnienia.

- Należy popularyzować i wspierać rozwój współpracy sieciowej oraz wdrażanie systemów i form certyfikacji jakości w turystyce, która powinna być reakcją na oczekiwania coraz bardziej świadomych klientów.
- Uczestnicy GREMIUM widzą potrzebę rozpoczęcia szerszej dyskusji nt. zmiany obecnej ustawy „O usługach turystycznych”. W tym kontekście należy rozszerzyć koncepcję ustawową idąc w kierunku stworzenia „Ustawy o turystyce” lub „Ustawy o rynku turystycznym”. W proces tworzenia tej ustawy już na etapie formułowania założeń koncepcyjnych powinny być włączone środowiska naukowe i branżowe.
- Należy rozpocząć na szeroką skalę propagowanie idei innowacyjności w turystyce wśród przedsiębiorców i jednostek samorządu terytorialnego oraz instytucji wdrażających projekty innowacyjne a w szczególności wśród oceniających wnioski projektowe o dofinansowywane ze źródeł zewnętrznych w tym środków Unii Europejskiej:
 - kryteria oceny wniosków w projektach innowacyjnych powinny być dostosowane do specyfiki branży turystycznej - oznacza to potrzebę uwzględnienia w kryteriach dostępu miękkich aspektów innowacyjności (marketingowych, organizacyjnych, zarządzania zasobami ludzkimi, itp.),
 - wnioski dotyczące projektów z dziedziny turystyki powinni oceniać odpowiednio przygotowani eksperci znający specyfikę tego sektora – niezbędne jest wykreowanie (powołanie) zespołu takich ekspertów branżowych,
 - powinien powstać „Przewodnik projektów innowacyjnych w turystyce” dedykowany dla oceniających i przygotowujących aplikacje projektowe.

II. Współpraca JST – NGO (w szczególności ROT-y i LOT-y)

- Po 15 latach ugruntowywania modelu POT-ROT-LOT, przy trudnościach w adaptacji postulatów zawartych w zaleceniach "Kodeksu Dobrych Praktyk - systemu zarządzania i promocji turystyki w Polsce " (POT-2009 r.), konieczne jest wskazanie jasnych reguł funkcjonowania ROT i LOT w kooperacji wzajemnej i z otoczeniem. Ich brak prowadzi do utrwalenia odmiennych norm i relacji JST - ROT/LOT w poszczególnych regionach, które powodują nierówne warunki funkcjonowania systemu na obszarze Polski, co wpływa na potencjał konkurencyjny poszczególnych województw. Odnosi się to w szczególności do:
 - okoliczności i warunków członkostwa LOT w ROT;
 - członkostwa JST w LOT i/lub ROT oraz rozstrzygnięcia kwestia podwójnego oskładkowania JST,
 - rozstrzygnięcia czy ROT mają być docelowo zrzeszeniem wszystkich LOT w regionie,
 - ustalenia, jaką rolę powinny spełniać ROT i LOT w zakresie informacji i promocji turystycznej - czy powinny działać na rzecz dostarczenia bezstronnej i rzetelnej informacji turystom, czy też być przedstawicielem interesów swoich członków płacących składki (w formie ich agencji informacyjno-promocyjnej).
- W opinii uczestników GREMIUM można mówić o dwóch odrębnych modelach funkcjonalnych dla ROT i LOT-ów.
 - model funkcjonowania ROT zbliża je do roli kluczowego partnera w regionie, tj. realizacji strategii tworzenia warunków i ułatwiania działań LOT oraz przedsiębiorców turystycznych.
 - model funkcjonowania LOT zbliża je do roli przywódcy rozwoju turystyki na obszarach swojego działania, a więc nieograniczania się do realizacji podstawowych zadań nałożonych przez ustawę o POT, ale podejmowania szeregu dodatkowych działań z zakresu zarządzania strategicznego.
- JST powinny przekazywać do ROT/LOT swoje zadania dotyczące turystyki – kierując się następującymi założeniami:
 - domeną JST jest administrowanie i wyznaczanie kierunków rozwoju danego obszaru,
 - JST nie powinny samodzielnie realizować zadań – powinny natomiast je delegować wraz ze środkami finansowymi, a następnie monitorować realizację i rozliczać z efektów,

- NGO (ROT-y i LOT-y) powinny przejmować realizowanie zadań wyznaczanych przez JST na zasadach współpracy merytorycznej i finansowej,
- nie należy powielać struktur w JST i ROT/LOT realizujących podobne (a nawet takie same) zadania z zakresu rozwoju promocji i turystyki. Zadania i środki w tym zakresie powinny być przekazane do NGO, pozostawiając w JST komórkę koordynująco-monitorującą realizację tych zadań.
- W celu doskonaleniu współpracy JST-NGO (ROT-y-LOT-y) – powinien powstać nowy „Kodeks Dobrych Praktyk ...” zawierający oprócz zalecanych rozwiązań, praktyczny opis studiów przypadków. Niezbędnym elementem towarzyszącym powinno być stworzenie systemu popularyzacji i wdrożenia zasad Kodeksu w praktykę działania partnerów czyli JST, ROT i LOT.
- Za uzasadnione uważa się przeprowadzenie, w skali całego kraju, dogłębnej analizy (badania) stanu funkcjonowania i współpracy JST - ROT – LOT i innych NGO.
- Należy propagować ideę aktywnego włączenia się przedsiębiorców do kooperacji JST-NGO i dążyć do zwiększenia roli przedsiębiorców i ich organizacji w ramach tej współpracy.
- Niezbędnym jest ponowne zdefiniowanie istoty LOT tak aby organizacje tworzone w różnych formułach formalno-prawnych mogły zostać uznane za LOTy (np. LGD). Należy stworzyć możliwość konsolidacji działań różnych organizacji działających na rzecz rozwoju i promocji turystyki.
- Za celowe uważa się precyzyjne sformułowanie celów i zadań oraz funkcji jaką mają pełnić ROT i LOT-y organizacje w systemie kreowania rozwoju turystyki na swoim terenie. Ma to być nie tylko promocja, lecz także kreowanie i realizacja celów polityki rozwoju turystyki na danym terenie.
- Dalszy skuteczny rozwój ROT - LOT-ów wymaga przygotowania ogólnopolskiego projektu (na wzór Turystyka Wspólna Sprawa) skierowanego na wsparcie działalności systemu POT-ROT-LOT, ich wewnętrznej współpracy oraz współdziałania z JST, przedsiębiorcami i innymi organizacjami w otoczeniu.
- Za uzasadnione uznaje się stworzenie systemu kreowania i wspierania lokalnych i regionalnych liderów rozwoju turystyki (m.in. jako potencjalnej kadry dla ROT i LOT).
- GREMIUM zaleca podjęcie szerokiej dyskusji na temat klasteringu w turystyce, ze szczególnym uwzględnieniem w tym procesie roli ROT i LOT.

- Za uzasadnione uważa się dokonanie przeglądu przepisów prawa dotyczących współpracy JST-NGO (ROT, LOT), a wynikające z niego wnioski szeroko upowszechnić wśród JST i NGO sektora turystyki.
- Dokonać przeglądu prawa europejskiego (UE) w zakresie funkcjonowania organizacji typu ROT-LOT – uświadomić sobie faktyczne ograniczenia wynikające z dyrektyw Unii Europejskiej oraz ew. implementować dobre rozwiązania do pragmatyki funkcjonowania tego systemu w Polsce.
- Za niezbędne uznaje się jasne określenie docelowego modelu struktury organizacyjnej turystyki w Polsce. Model taki powinien być przedstawiony w dokumentach strategicznych takich jak Strategia Rozwoju Turystyki w Polsce do 2020 r.

III. Sektorowa Rama Kwalifikacji dla turystyki

Ważnym wątkiem obrad VII Gremium było przedstawienie i dyskusja nad wstępnym projektem Sektorowej Ramy Kwalifikacji dla Turystyki. Dyskusja koncentrowała się wokół takich kluczowych problemów jak:

1. Czy istnieje potrzeba stworzenia Sektorowej Ramy Kwalifikacji dla Turystyki? Jakie korzyści może ona przynieść branży? A jakie zagrożenia związane są z jej wdrożeniem?
2. Czy powinna istnieć jedna rama dla całego sektora? Czy też właściwszym rozwiązaniem jest istnienie odrębnych ram dla każdej z branż wchodzących w jej skład?
3. Jaki powinien być stopień szczegółowości opisów poszczególnych poziomów SRKT?
4. Czy SRKT wpłynie na jakość kształcenia kadr dla branży turystycznej?

Pierwsza dyskusja panelowa pokazała, że koncepcja ramy, która jest ważnym narzędziem realizacji idei uczenia się przez całe życie (life long learning) nie jest znana w branży turystycznej. Jak każda nowa koncepcja, budzi ona obawy, a jej akceptacja uzależniona jest od dostrzeżenia korzyści, jakie może ona przynieść przedsiębiorstwom branży turystycznej.

Kolejne dyskusje panelowe przekonały wielu przeciwników tej koncepcji, że rama nie jest rodzajem nowej regulacji, ale jest tworzona przez branżę i dla branży, a proponowany przez nią dobrowolny system certyfikacji jest narzędziem przydatnym w bieżącej pracy przedsiębiorców, związanej z poszukiwaniem i zatrudnianiem odpowiednich kadr. System certyfikacji kwalifikacji turystycznych, opracowany przez branżę, stwarza możliwość szybkiego reagowania na zmiany na rynku pracy, a tym samym dostosowywania kwalifikacji do aktualnych potrzeb przedsiębiorcy. Ponadto tworzony system uporządkuje rynek edukacji pozaformalnej i pozwoli na wyeliminowanie nieuczciwej konkurencji w obszarze szkolenia i doskonalenia kadr.

Podczas warsztatów podkreślono, że edukacja pozaformalna stanowi niezbędny element systemu edukacji kadr w Polsce, który stanowić będzie uzupełnienie dla funkcjonujących z powodzeniem autonomicznych systemów szkolnictwa wyższego i oświaty (aktualnie jedynych umożliwiających uzyskiwanie, walidowanie i certyfikowanie kompetencji).

Pierwsza próba praktycznego zastosowania Sektorowej Ramy Kwalifikacji dla turystyki przez uczestników panelu pozwoliła na dostrzeżenie korzyści odnośnie zastosowania jej w bieżącej pracy przedsiębiorców. Skłoniła także do przedstawiania wniosków odnośnie potrzeby modyfikacji i uszczegółowienia zapisów ramy, w szczególności w odniesieniu do kompetencji społecznych – co było celem przeprowadzonych warsztatów. Przedstawiono uczestnikom możliwość wpływu na treść zapisów ramy – przewidziano bowiem ankietę, w której branża może składać propozycje i postulaty dotyczące zmian zapisów ramy.

Dyskusje dotyczące poszczególnych podram pokazały, że nie neguje się zasadności tworzenia czterech odrębnych ram dla każdej branży, że zarówno branża, jak i podmioty zajmujące się szkoleniami, dostrzegają korzyści z jej istnienia, zwracają uwagę na potrzeby uszczegółowienia niektórych zapisów, w szczególności w odniesieniu do kompetencji społecznych (predyspozycji). Branża dostrzegając korzyści jednocześnie deklaruje chęć włączenia się w dalsze prace nad tym narzędziem, co uznajemy za dobry sygnał.

Wnioski:

Podczas obrad wielokrotnie podkreślano wpływ kompetencji kapitału ludzkiego na jakość usług turystycznych. Efektywność edukacji kadr turystycznych jest uwarunkowana m.in. stopniem zaangażowania branży turystycznej w proces kształcenia kadr dla turystyki (np. określenie aktualnych potrzeb rynku pracy w zakresie kompetencji i postaw kadr zwłaszcza „kadr bezpośredniego kontaktu z gościem/turystą/klientem”, zapewnienie praktyk i staży).

- Należy kontynuować działania mające na celu upowszechnianie wiedzy nt. Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji, w tym Polskiej Ramy Kwalifikacji i Sektorowej Ramy Kwalifikacji dla Turystyki (SRKT) w środowisku branżowym.
- Celem prowadzonych działań powinno być rozwianie zgłaszanych obaw, iż SRKT jest nowym rodzajem regulacji prawnej, narzucanym branży wbrew jej woli. Usunięcie tych obaw wymaga wyjaśnienia, iż SRKT jest systemem dobrowolnej certyfikacji – „tworzonej przez branżę dla branży”, a zarazem ważnym narzędziem realizacji koncepcji uczenia się przez całe życie.
- W działaniach informacyjnych należy kłaść nacisk na korzyści – jakie może odnieść branża z istnienia systemu dobrowolnej certyfikacji. W szczególności warto podkreślać, że SRKT stwarza możliwość szybkiego reagowania na zmiany następujące na turystycznym rynku pracy.
- Należy prowadzić dalsze prace nad doskonaleniem charakterystyk poziomów w projektach podram SRKT. Realizowana koncepcja opracowania SRKT zakłada szeroki udział branży turystycznej w ustalaniu jej ostatecznego kształtu oraz dalszych modyfikacji – poprzez konsultacje i ankietę.

Kraków – Sucha Beskidzka: 10 - 12 grudnia 2014 r.

prof. dr hab. Andrzej Rapacz
Przewodniczący Rady Naukowej

Marek Migdał
Przewodniczący Komitetu Organizacyjnego

GREMIUM EKSPERTÓW TURYSTYKI

GREMIUM EKSPERTÓW TURYSTYKI jest już wydarzeniem, które na stałe wpisało się do tradycji polskiej myśli nauk o turystyce i integracji branżowej. Niezmiennie są również cele, jakie od samego początku przyświecają konferencji: spotkanie środowiska naukowego z praktykami, debaty branżowe z przedstawicielami rządu i samorządów, prezentacje POT-ROT-LOT oraz wzajemna integracja tych środowisk.

GREMIUM to:

- **Konferencja naukowo-branżowa** – spotkanie przedstawicieli nauki i praktyki.
- **Debata ekspercko-rządowa** – dyskusja nad rządowymi planami i projektami.
- **Forum Samorządowe** – spotkanie przedstawicieli JST.
- **Forum POT-ROT-LOT** – ogólnopolskie spotkanie trzech sektorów (JST, przedsiębiorcy, NGO).
- **Warsztaty branżowe** – prezentacje i dyskusje specjalistów branży turystycznej.
- **Prezentacje towarzyszące** – wystąpienia i pokazy prezentujące dobre praktyki, nowoczesne rozwiązania i doświadczenia nie tylko środowisk turystycznych, ale również branż ściśle związanych z sektorem turystyki.

Dotychczasowe edycje:

Poznań	(2003) – Akademia Ekonomiczna w Poznaniu
Warszawa	(2004) – Instytut Turystyki w Warszawie
Poznań	(2006) – Akademia Ekonomiczna w Poznaniu
Poznań	(2008) – Akademia Ekonomiczna w Poznaniu
Warszawa	(2010) – SGGW Warszawa
Wrocław	(2012) – Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Kraków	(2014) – AWF Kraków
Sucha Beskidzka	– Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii

„Nauka wizjonerem, władza kreatorem, branża realizatorem a korzyści wspólne. Tak rozumiem ideę współpracy, taka wizja przyświeca mi od 2003 roku przy organizacji kolejnych edycji GREMIUM EKSPERTÓW TURYSTYKI. Dziękuję wszystkim osobom i instytucjom wspierającym to przedsięwzięcie oraz uczestnikom wnoszącym za każdym razem własne, dodatkowe wartości do wspólnego koszyka jakim jest sektor polskiej gospodarki turystycznej. Wspólnie tworzymy nową jakość.

GREMIUM stało się „żywym organizmem”, które za każdym razem wzbogaca nas o nową wiedzę i doświadczenia, nakreśla aktualne kierunki i rekomenduje właściwe działania oraz pozwala na poznawanie i promowanie kolejnych ośrodków naukowych i regionów turystycznych.”

Serdecznie zapraszam

Marek Migdal

Przewodniczący Komitetu Organizacyjnego