

Ilu turystów odwiedziło Polskę?

Kategoria: Edukacja, Kultura i Sport

Opublikowano: czwartek, 03, październik 2019 12:12

Patrycja Grebla-Tarasek

Odsłony: 836

Najwyższa Izba Kontroli przeanalizowała promocję turystyczną Polski. W artykule przedstawiamy najważniejsze wyniki przeprowadzonej analizy.

W latach 2015-2017 zwiększyła się liczba przyjeżdżających turystów zagranicznych o 10% i ich wydatki o 17%, a także liczba podróży krajowych Polaków o 15% i ich wydatki o 30%. Tendencja wzrostowa utrzymała się także w 2018 r.

W latach 2015-2018 Minister Sportu i Turystyki przeznaczył łącznie 183,3 mln zł na promocję turystyczną Polski, w tym 145,9 mln zł na realizację zadań Polskiej Organizacji Turystycznej, nad którą prawidłowo sprawował nadzór. Jednakże brak mechanizmów wpływu działań promocyjnych na wzrost liczby turystów i przychodów z turystyki uniemożliwia ocenę, czy promocja turystyczna Polski była skuteczna. Dotacje ministerialne pozwoliły sfinansować m.in. ogólnopolskie kampanie promujące dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze, kampanie informacyjno-edukacyjne, renowację i promocję szlaków turystycznych tematycznych oraz badania statystyczne ruchu turystycznego przez GUS.

Działania promocyjne za granicą były realizowane przez Polską Organizację Turystyczną (POT) na 27 rynkach zagranicznych. O 6% wzrosła liczba organizatorów turystyki oferujących podróże do Polski na zagranicznych rynkach.

Promocję ogólnokrajową prowadziła POT, a regionalną i lokalną – jednostki samorządu terytorialnego oraz regionalne i lokalne organizacje turystyczne. Promuje się produkty oraz usługi turystyczne, w tym innowacyjne i markowe. Wykorzystywane są atrakcje turystyczne regionów, miasta (zabytki, muzea, przyroda) oraz wydarzenia sportowe, kulturalne i gospodarcze, takie jak Mistrzostwa Europy w Piłce Siatkowej 2017, Światowe Dni Młodzieży w Krakowie 2016 czy Wrocław - Europejska Stolica Kultury 2016. POT nagradzała produkty Złotymi Certyfikatami POT, Certyfikatami POT oraz Certyfikatami Internautów w ramach corocznych konkursów na Najlepszy Produkt Turystyczny - Certyfikat POT.

System promocji turystycznej i zarządzania informacją turystyczną nie jest jednak funkcjonalny ani spójny. Brakuje dobrego zintegrowania promocji informacji turystycznej na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym. Brak jest ogólnokrajowej strategii informacji turystycznej, co powoduje duże zróżnicowanie w zakresie modelu funkcjonowania oraz zarządzania regionalną i lokalną informacją turystyczną. Założone oraz oczekiwane przez samorządy i regionalne organizacje turystyczne - zmiany legislacyjne w tych obszarach od dwóch lat pozostają na etapie ministerialnych analiz i opinii.

Z całością raportu można zapoznać się [tutaj](#).