

Środki unijne jako wsparcie innowacji w gminach uzdrowiskowych

*Katarzyna Peter-Bombik**

Słowa kluczowe: samorząd terytorialny, uzdrowiska, fundusze unijne, turystyka

Key words: self-government, spa towns, EU funds, tourism

Synopsis: Działalność uzdrowisk oparta jest przede wszystkim na dostarczaniu świadczeń o charakterze rehabilitacyjno-leczniczym. Współcześnie coraz ważniejsza staje się jednak druga funkcja, a mianowicie funkcja turystyczna. Tak zwana turystyka uzdrowiskowa stanowi część turystyki rekreacyjnej. W warunkach gospodarki konkurencyjnej bycie tylko i wyłącznie uzdrowiskiem nie wystarcza. Każde uzdrowisko aby utrzymać się na rynku musi wykreować odpowiedni produkt turystyczny. Produkt ten obejmuje zarówno określone urządzenia uzdrowiskowe, usługi turystyczne, jak i całą miejscowość.

Wstęp

Działalność gmin uzdrowiskowych w znaczący sposób zdeterminowana jest poprzez panujące na danym obszarze specyficzne warunki naturalne, których zaistnienie pozwala jednostce samorządu uzyskać status uzdrowiska. Analizując funkcjonowanie istniejących obecnie uzdrowisk, należy z jednej strony podkreślić, że w sposób trwały wpisały się już one w polską rzeczywistość, nie tylko ze względu na walor stricte zdrowotny. Tak zwana turystyka uzdrowiskowa postrzegana jest jako część turystyki rekreacyjnej. Z drugiej jednak strony – w warunkach gospodarki konkurencyjnej – nie wystarczy już tylko i wyłącznie posiadanie określonego statusu. Istotnym elementem staje się wprowadzanie i wykreowanie przez uzdrowisko produktu turystycznego, na który składają się zarówno określone urządzenia uzdrowiskowe, jak i usługi turystyczne. W praktyce oznacza to odchodzenie od wąskiej specjalizacji w stronę rozwiązań łączących elementy profilaktyki leczniczej z aktywnym wypoczynkiem. Wiąże się to jednakże często ze zmianą optyki w zarządzaniu jednostką samorządu, podejmowaniem licznych działań o charakterze innowacyjnym, jak również znaczącymi nakładami finansowymi, a co za tym idzie poszukiwaniem wydajnych źródeł finansowania.

Niniejszy artykuł koncentruje się na jednym z wymienionych elementów, a mianowicie rozbudowie funkcji turystycznej uzdrowisk poprzez kreowanie określonych produktów turystycznych i możliwości pozyskania na ten cel środków z budżetu Unii Europejskiej. W tym celu przeanalizowano zapisy Regionalnych Programów Operacyjnych z punktu widzenia kierunków możliwego wsparcia w obszarze turystyki uzdrowiskowej.

Innowacyjność jako element rozwoju lokalnego

Innowacje stanowią obecnie jedną z istotnych determinant wzrostu gospodarczego, co wynika przede wszystkim z faktu, iż wpływają na podstawowe czynniki wzrostu produkcji czyli kapitał, pracę oraz całkowitą produktywność czynników produkcji [Cotis, 20005, s.35]. Zgodnie z klasycznym ujęciem – zaproponowanym przez J.Schumpetera – ich podstawową charakterystykę stanowi nowatorskość w rozumieniu odmienności od wcześniej stosowanych i występujących produktów, technik, czy rynków. Oznaczają one bowiem wytworzenie nowego produktu lub wprowadzenie na rynek towaru o nowych właściwościach [Schumpeter, 1960, s.104], zmierzając przede wszystkim do utrzymania pozycji na rynku [Griffin,

* Dr Katarzyna Peter-Bombik, Uniwersytet Jagielloński.

1990, s.262]. W podobnym duchu wypowiada się także Ph.Kotler, dla którego innowacjami są jakiegokolwiek usługi, dobra, czy koncepcje jeżeli przez kogokolwiek są one postrzegane jako nowe [Kotler, 2005, s. 378]. Samo pojęcie „innowacji” w początkowym okresie istnienia łączone było zasadniczo tylko z funkcjonowaniem przedsiębiorstw. Na dzień dzisiejszy termin ten to odnoszony jest do wszelkich pozytywnych zmian dokonujących się w różnych sektorach, branżach, jak również na określonych terytoriach. W rozumieniu P. Druckera innowacja to działanie dające zasobom nowe możliwości tworzenia dóbr [Drucker, 1992]. To zjawisko zachodzące zarówno w gospodarce, jak i społeczeństwie, jednakże ściśle powiązane z rynkiem – na nim skoncentrowane i przez niego pobudzane [Drucker, 2002, s. 412]. Innowacje rozumiane mogą być zarówno w kategoriach produktu, jak i procesu, zmiany organizacyjnej, ale również przekształceń społecznych i instytucjonalnych na różnych szczeblach organizacyjnych [Cupiał, 2008, s.13].

W zależności od podejmowania określonych działań, a tym samym usytuowania w procesie innowacyjnym, poszczególne podmioty mogą funkcjonować jako inicjatorzy innowacji, podmioty rozpowszechniające, jak również podmioty będące odbiorcami innowacji. Oprócz tego do podstawowych cech innowacji zaliczyć należy przede wszystkim [Strahl, 2010, s.15] konieczność dokonywania inwestycji, wykorzystanie wiedzy, poprawę efektywności funkcjonowania wynikającą z uzyskiwania określonych przewag konkurencyjnych, jak również określony poziom niepewności co do planowanych rezultatów działalności. Literatura przedmiotu podkreśla także ścisły związek pomiędzy innowacyjnością a konkurencyjnością, rozumianą jako zdolność do innowacji i elastyczności, przejawiającą się w uzyskaniu przewag konkurencyjnych [Nowacki, Staniewski, 2010, s.18]. Według R.A.Griffina innowacje stanowią natomiast gwarant utrzymania określonego poziomu konkurencyjności podmiotów [Griffin, 1990].

Mówiąc o innowacyjności w odniesieniu do określonych obszarów – zarówno o charakterze regionalnym, jak i lokalnym, należy odnieść się do problematyki ich funkcjonowania w warunkach konkurencyjnej gospodarki. Konkurencyjność, zgodnie z przyjętą przez OECD definicją, to zdolność do zapewniania wysokiego poziomu zatrudnienia i odpowiedniej stopy zwrotu z zaangażowanych czynników wytwórczych. Do przywoływanych przez literaturę przedmiotu czynników konkurencyjności zaliczyć można między innymi: stan gospodarki, stan infrastruktury, wielkość i jakość określonych zasobów – przede wszystkim ludzkich i finansowych, stosowane technologie, podejmowaną działalność inwestycyjną czy też system zarządzania i tempo dokonywanych zmian. W tym kontekście innowacyjność danego obszaru może być traktowana jako umiejętność kreowania (lub wchłaniania) nowych produktów, usług i rozwiązań, jak również ich wykorzystywania dla rozwoju danego terytorium – zarówno w jego wymiarze ekonomicznym, społecznym, jak i przestrzenno-środowiskowym.

Trzeba również pamiętać, iż innowacyjność w przypadku układów terytorialnych ma charakter dwutorowy. Z jednej strony związana jest bowiem z podnoszeniem konkurencyjności danej jednostki (lokalnej, regionalnej), z drugiej natomiast oznacza tworzenie warunków dla podniesienia konkurencyjności podmiotów działających na jej obszarze. W każdym jednak przypadku wiąże się z elastycznym reagowaniem na zmiany zachodzące w otoczeniu i odpowiadanie na pojawiające się potrzeby, poprzez dostarczanie odpowiednich towarów, usług, warunków działania, systemów, w tym również kształtowanie określonych produktów. Dotyczy to bez wyjątku wszystkich jednostek terytorialnych, jednakże w istotny sposób tych, które swoje funkcjonowanie opierają na już istniejących, niepowtarzalnych zasobach, tak jak gminy uzdrowiskowe. Innowacyjność w ich przypadku to zarówno rozbudowa oferowanych dóbr i usług, jak i – coraz częściej – kreowanie zupełnie nowych produktów.

Gminy uzdrowiskowe i ich charakterystyka

Gminami uzdrowiskowymi są jednostki szczebla podstawowego, których obszarowi, zgodnie z definicją ustawową, w całości lub określonej części nadany został status uzdrowiska. W warunkach polskich uzyskanie takiego statusu wiąże się z równoczesnym spełnia-

niem pięciu podstawowych warunków, do których należą (art.34 ustawy o lecznictwie uzdrowiskowym):

- złoża surowców leczniczych o potwierdzonych właściwościach,
- klimat o właściwościach leczniczych, sprzyjający lecznictwu uzdrowiskowemu,
- zakłady lecznictwa uzdrowiskowego i urządzenia lecznictwa uzdrowiskowego,
- odpowiednia infrastruktura techniczna w zakresie gospodarki wodno-ściekowej, energetycznej, transportowej oraz gospodarki odpadami,
- przestrzeganie określonych wymogów środowiskowych.

Status uzdrowiska oznacza dla gminy określone korzyści, do których zaliczyć należy przede wszystkim zwiększenie zainteresowania daną jednostką przekładający się z reguły na wzrost ilości osób odwiedzających, co uznać można za istotny element pobudzający rozwój lokalny. Oznacza to, iż z punktu widzenia gminy uzdrowiskowej, niezmiernie istotnym staje się kształtowanie wizerunku u odbiorców docelowych i podejmowanie szerokich działań promocyjnych skierowanych zarówno do osób odwiedzających, podmiotów obsługujących klientów, jak i społeczności lokalnej [Pachnowska, 2002, s. 45]. Po drugie, gminy uzdrowiskowe pobierają od osób przebywających na ich terenie w celach zdrowotnych, turystycznych, wypoczynkowych i szkoleniowych tzw. opłatę uzdrowiskową. Równocześnie z budżetu państwa otrzymują one dotacje celowe na zadania uzdrowiskowe, obejmujące między innymi rozbudowę infrastruktury, w wysokości równej wpływom z tytułu opłaty uzdrowiskowej w roku wcześniejszym.

Należy jednak mieć na uwadze, iż status uzdrowiska może jednak – zwłaszcza z punktu widzenia mieszkańców jednostki – stanowić źródło istotnych ograniczeń. Wynika to z faktu, iż teren uzdrowiska jest podzielony na strefy (A, B, C), które w różny sposób oddziałują na funkcjonowanie życia społeczności lokalnej, zwłaszcza w jego wymiarze gospodarczym. Związane jest to przede wszystkim z możliwością (lub jej brakiem) lokowania w danej strefie określonych zakładów przemysłowych, obiektów budownictwa mieszkaniowego, czy też prowadzenia określonej działalności gospodarczej. Jest to niezwykle istotna kwestia – zwłaszcza w kontekście zarządzania daną jednostką – wymagająca od władz samorządowych umiejętności poszukiwania kompromisów pomiędzy potrzebami społeczności lokalnej, a oczekiwaniami klientów zewnętrznych.

Oczekiwania poszczególnych grup odbiorców świadczonych usług związane są z podstawowymi funkcjami uzdrowisk, do których zaliczyć należy przede wszystkim:

- funkcję leczniczo-rehabilitacyjną,
- funkcję turystyczną.

Funkcja rehabilitacyjno-lecznicza, obejmująca również szeroko rozumianą profilaktykę, wiąże się bezpośrednio z obszarem lecznictwa uzdrowiskowego stanowiącego integralny element systemu ochrony zdrowia (art.2 wspomnianej ustawy). Oznacza to, iż sposób finansowania określonych świadczeń dostarczanych przez zlokalizowane na terenie uzdrowiska zakłady odbywa się w sposób typowy dla całego systemu (kontraktowanie usług), w którym istotną rolę odgrywa w chwili obecnej Narodowy Fundusz Zdrowia. Część świadczeń finansowana jest również poprzez fundusze ubezpieczenia społecznego (ZUS, KRUS), jak i na zasadzie indywidualnej odpłatności klientów. Z punktu widzenia władz lokalnych i mieszkańców, będących często dostawcami znaczącej części usług pozaleczniczych i osobami osiągającymi z tego tytułu dochody, klientami najbardziej pożądanymi są osoby przebywające w uzdrowiskach na zasadach komercyjnych. Z reguły bowiem osoby te korzystają z szerokiej gamy usług wykraczających znacznie poza działania o charakterze rehabilitacyjno-leczniczym.

Równocześnie należy zwrócić uwagę na dokonujące się obecnie zmiany w „modelu klienta”. Coraz częściej klient uzdrowiska przestaje być bowiem typowym kuracjuszem przyjeżdżającym „do wód” w celu zdrowotnym wzmocnionym dodatkowo przez aspekt sentymentalno-uczuciowy („co roku jeździ się..”). Jest to osoba mająca określone potrzeby

i oczekująca ich zaspokojenia. Dodatkowo należy zauważyć zmiany zachodzące w strukturze wiekowej społeczeństwa i wzrost grupy osób starzejących się, co przekłada się na zwiększenie zapotrzebowania na określone formy i usługi lecznicze. Można również mówić o swoistej modzie na „zdrowy styl życia”, skutkującej zainteresowaniem działaniami profilaktycznymi, często o charakterze okołomedycznym (SPA, wellness). Współczesny klient uzdrowiska dokonuje świadomych wyborów, kierując się prostą zasadą maksymalizacji własnych korzyści, co oznacza preferencje dla rozwiązań spełniających większość jego oczekiwań.

Z punktu widzenia uzdrowiska oznacza to konieczność konkurowania o klienta z innymi podmiotami o podobnym charakterze, oznaczającą w praktyce lepsze dostosowanie się do zgłaszanych potrzeb. Oczywiście lokalizacja poszczególnych uzdrowisk, jak również zasoby lecznicze, którymi dysponują, wpływają w istotny sposób na popularność poszczególnych miejscowości, a tym samym ilość osób odwiedzających, jednakże samo „bycie uzdrowiskiem” w obecnych czasach nie wystarcza. Rozwiązaniem – dającym konkretne przewagi konkurencyjne – wydaje się być przede wszystkim rozbudowa i modyfikacja istniejącej oferty. Nie jest to jednak raczej możliwe w sferze usług leczniczych – przede wszystkim ze względu na specyfikę wynikającą z charakteru określonego typu naturalnych zasobów leczniczych. W praktyce sprowadza się więc do rozbudowy drugiej ze wspomnianych funkcji uzdrowisk, czyli funkcji turystycznej, która dla wielu z nich może stać się swoistym „być albo nie być”.

Kształtowanie produktu turystycznego uzdrowisk

Turystyka we współczesnej gospodarce należy do jednej z najdynamiczniej rozwijających się gałęzi, której funkcjonowanie w istotny sposób pobudza aktywność innych sektorów (między innymi poprzez tworzenie nowych miejsc pracy). Mówiąc o uzdrowiskach w kontekście turystyki, należy odnieść się bezpośrednio do określonej subkategorii turystycznej, którą stanowi turystyka uzdrowiskowa, a także kształtowany w tym obszarze produkt turystyczny uzdrowisk. Pojęcie turystyki uzdrowiskowej jest w literaturze przedmiotu często utożsamiane lub traktowane jako element składowy turystyki zdrowotnej rozumianej jako „świadome i dobrowolne udanie się na pewien czas poza miejsce zamieszkania, w czasie wolnym od pracy, w celu regeneracji ustroju, dzięki aktywnemu wypoczynkowi fizycznemu i psychicznemu” [Lewandowska, 2007, s.17]. Podejście to kładzie nacisk na aspekt zdrowotny, równocześnie nie precyzując sposobów osiągnięcia założonych celów. Wskazuje ono jednak na istotne elementy związane ze specyfiką uzdrowisk, takie jak odnowa i regeneracja organizmu.

Do podstawowych cech turystyki uzdrowiskowej – w porównaniu z innymi formami turystyki – można zaliczyć [Januszewska, 2004, s. 219 za: Lewandowska, 2007, s.20]:

- niski stopień sezonowości,
- dłuższy okres pobytu,
- wyższe średnie przychody,
- wysoki mnożnik zatrudnienia.

Ostatni z wymienionych elementów wskazuje na istotną rolę, jaką turystyka uzdrowiskowa odgrywa lub może odegrać, w procesie rozwoju lokalnego. Należy jednak pamiętać, iż poziom faktycznego oddziaływania turystyki na gospodarkę i rozwój danego obszaru jest ściśle powiązany z zaangażowaniem lokalnego kapitału w kształtowanie i oferowanie określonego produktu turystycznego [Alejziak, 1999, s.54].

Pojęcie produktu turystycznego opiera się zasadniczo na typowym ujęciu marketingowym traktującym jako produkt cokolwiek, co może stać się przedmiotem wymiany. Literatura przedmiotu za podstawowe elementy tworzące produkt turystyczny uznaje przede wszystkim: atrakcje turystyczne, infrastrukturę, dostępność, wizerunek i cenę [Middleton, 1996, s. 89–91].

Funkcjonowanie produktu turystycznego oznacza, że z jednej strony pojawia się klient zainteresowany produktem, natomiast z drugiej strony funkcjonuje oferujący produkt pod-

miot (gmina uzdrowiskowa). Tak jak przy każdej transakcji w ramach wolnego rynku, aby doszło do wymiany obie strony muszą być przekonane o możliwości odniesienia określonych korzyści. Z punktu widzenia klienta, podstawowym wyznacznikiem korzyści jest przede wszystkim stopień zaspokojenia potrzeb, często mających charakter kompleksowy i podlegających stosunkowo częstym zmianom. Korzyści dla oferenta związane są przede wszystkim z faktem pozyskania klienta a także umiejętnością utrzymania go, co w warunkach „rynku klienta” oznacza przede wszystkim elastyczne reagowanie na zmieniające się potrzeby, jak również dostarczanie rozbudowanych pakietów usług o określonym standardzie.

Kształtowanie produktu turystycznego wpisuje się w nurt innowacyjności jako wprowadzanie nowych produktów lub udoskonalanie już istniejących. „Nowy produkt” stanowi w takim przypadku rozbudowa funkcji turystycznej uzdrowiska. Osiągnięte to może być w różny sposób. W obszarze polskiej turystyki – zgodnie z zapisami Kierunków Rozwoju Turystyki do 2015 roku – w ramach obszaru priorytetowego „produkt turystyczny o wysokiej konkurencyjności” wymienione zostały takie cele operacyjne, jak [Kierunki Rozwoju Turystyki, 2008, s.49]:

- kreowanie i rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych,
- rozwój infrastruktury turystycznej,
- integracja produktów i oferty turystycznej regionów,
- rozwój przedsiębiorczości i działalności organizacji w dziedzinie turystyki,
- rozwój wiodących typów turystyki.

Wszystkie te działania z powodzeniem mogą zostać zrealizowane w odniesieniu do gmin uzdrowiskowych.

Fundusze europejskie a innowacje w gminach uzdrowiskowych

Kształtowanie produktu turystycznego przez gminy uzdrowiskowe to przede wszystkim podkreślanie własnej niepowtarzalności stanowiącej istotny element przewagi konkurencyjnej. Z drugiej strony to dążenie do zapewniania określonego standardu świadczeń, co związane jest często z ponoszeniem znaczących nakładów finansowych. W przypadku gmin uzdrowiskowych nie można w sposób jednoznaczny określić stopnia ich zamożności w rozumieniu zasobności określonej kategorii gmin, gdyż stanowi ona wypadkową zbyt wielu czynników niezwiązanych z posiadanym statusem uzdrowiska. Należy jednak podkreślić, iż w przypadku tych gmin pojawiają się niespotykane w systemach zasilania innych jednostek dochody w postaci opłaty uzdrowiskowej oraz dotacji celowych z budżetu państwa dla gmin uzdrowiskowych. Są to jednak z reguły środki niewystarczające w stosunku do istniejących potrzeb, zwłaszcza inwestycyjnych. Podstawowym problemem większości polskich uzdrowisk jest bowiem znacząca dekapitalizacja infrastruktury uzdrowiskowej. Dodatkowo brakuje infrastruktury towarzyszącej związanej ze świadczeniem usług o charakterze okołolecniczym, przede wszystkim w ramach różnych aktywnych form turystyki.

Istotne znacznie odgrywa więc poszukiwanie dodatkowych źródeł finansowania, jak również wykorzystywanie różnych dostępnych form alternatywnych. W kontekście turystyki i kształtowania produktu turystycznego uzdrowisk istotną rolę w finansowaniu określonych działań odegrać mogą także fundusze europejskie. Wynika to przede wszystkim z rangi, jaką europejskie i krajowe dokumenty programowe przypisują turystyce i jej rozwojowi. Zgodnie ze Strategicznymi Wytycznymi Wspólnoty dla spójności gospodarczej, społecznej i terytorialnej na lata 2007–2013 podejmowane działania winny być ukierunkowane na zwiększenie atrakcyjności Europy i jej regionów pod względem inwestycji i zatrudnienia. Oznacza to, iż „fundusze strukturalne powinny zasadniczo koncentrować się na rozwoju infrastruktury, która powiązana jest ze środkami wpływającymi na wzrost gospodarczy (takimi jak rozwój turystyki)” [Decyzja Rady Unii Europejskiej, 2006]. Z kolei Strategia Rozwoju Kraju na lata 2007–2015 wyraźnie akcentuje potrzebę zwiększania konkurencyjności kraju – tak w odnie-

sieniu do regionów, jak i przedsiębiorstw. Wzrost konkurencyjności i innowacyjności gospodarki stanowi jeden z sześciu priorytetów określających główne kierunki działań przyjętych na lata 2007–2015 [Strategia Rozwoju Kraju, 2006, s.25]. Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia za Cel III przyjmują budowę i modernizację infrastruktury technicznej i społecznej mającej podstawowe znaczenie dla wzrostu konkurencyjności Polski, w ramach którego to celu podkreślona została konieczność zwiększenia nakładów inwestycyjnych w branży turystycznej w celu lepszego wykorzystanie istniejącego potencjału turystycznego.

Znaczenie turystyki dla rozwoju gospodarki podkreślają także i inne dokumenty o charakterze branżowym. Kluczową rolę wśród nich odgrywa dokument Kierunki Rozwoju Turystyki do roku 2015, który jako cel nadrzędny uznaje tworzenie warunków prawnych, instytucjonalnych, finansowych i kadrowych rozwoju turystyki, sprzyjających rozwojowi społeczno-gospodarczemu Polski oraz podniesienie konkurencyjności regionów i kraju, przy jednoczesnym zachowaniu walorów kulturowych i przyrodniczych [Kierunki Rozwoju Turystyki, 2008, s.46].

W ślad za deklaracjami pojawiają się konkretne możliwości finansowania. W latach 2007-2013 polskie samorzady mogą aplikować o znaczące środki na rozwój turystyki. Środki te, których poziom zaplanowany został na prawie 1 mld euro, alokowane są przede wszystkim w ramach regionalnych programów operacyjnych (RPO), jak również Programie Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka oraz Programie Operacyjnym Rozwój Polski Wschodniej.

Możliwości wsparcia ze środków europejskich działań podejmowanych przez gminy uzdrowiskowe w świetle badań

Dla potrzeb niniejszego opracowania poddano analizie pięć regionalnych programów operacyjnych. Wybrano RPO województw, na terenie których funkcjonuje największa liczba uzdrowisk statutowych (dolnośląskie, małopolskie, zachodniopomorskie, podkarpackie, kujawsko-pomorskie). Dodatkowo przeanalizowano niektóre zapisy pozostałych programów operacyjnych za wyjątkiem województw nieposiadających ani jednego uzdrowiska

Celem badania było określenie możliwości wsparcia ze środków europejskich działań podejmowanych przez gminy uzdrowiskowe w obszarze szeroko rozumianej turystyki, w tym kreowania określonych produktów turystycznych.

Analizując RPO wybranych województw, można zauważyć, iż mimo, że w liczbie gmin na terenie każdego z województw gminy uzdrowiskowe stanowią nieznaczną część ogółu gmin (przykładowo w Małopolsce – niecałe 5%), to regionalne programy operacyjne jak najbardziej uwzględniają ich istnienie i określają konkretne, skierowane do nich działania. Warto podkreślić, iż w każdym z poddanych analizie RPO wśród mocnych stron danego regionu wymienia się między innymi zasoby określonych surowców leczniczych, istniejący potencjał bazy uzdrowiskowej, jak również tradycje uzdrowiskowe. Równocześnie szanse rozwojowe tych obszarów są w znaczącym stopniu zdeterminowane przez rozwój turystyki uzdrowiskowej. Można pokusić się nawet o stwierdzenie, iż z punktu widzenia regionu posiadanie gmin (miast) o statusie uzdrowiska w pewien sposób ma charakter „nobilizujący”. Przykładowo na Mazowszu (którego RPO nie był poddawany analizie ze względu na fakt funkcjonowanie tylko 1 uzdrowiska statutowego) zapisy RPO podkreślają, iż ma terenie województwa występują obszary o walorach leczniczych i uzdrowiskowych, w tym jedno miasto o statusie uzdrowiska. Podobnie przedstawia się województwie warmińsko-mazurskim (1 uzdrowisko), które chce wzmacniać potencjał turystyczny regionu między innymi poprzez rozwój funkcji uzdrowiskowej.

Do działań wymienianych natomiast w RPO województw „uzdrowiskowych” (z liczbą uzdrowisk statutowych nie mniejszą niż 3) ukierunkowanych na gminy uzdrowiskowe, bądź dających im konkretne wymierne efekty zaliczyć można:

- programy budowy markowych produktów turystycznych regionu – z uwzględnieniem produktów już istniejących, jak również sieci sprzedaży tych produktów (do których zaliczyć można między innymi uzdrowiska),
- promocję produktu uzdrowiskowego danego regionu – zarówno w kraju, jak i poza granicami poprzez tworzenie ofert, rozpowszechnianie materiałów promocyjnych, wykorzystywanie różnych kanałów dystrybucji i narzędzi marketingowych,
- inwestycje w ogólnodostępną infrastrukturę uzdrowiskową – co związane jest z dążeniem do poprawy jakości świadczonych usług, a tym samym pozytywnym oddziaływaniem na poziom życia zarówno mieszkańców, jak kuracjuszy oraz turystów, który stanowi jeden ze znaczących wyznaczników atrakcyjności danego obszaru,
- zwiększanie spójności wewnątrzregionalnej w obszarze lecznictwa uzdrowiskowego i w obszarach powiązanych, między innymi poprzez zwiększanie dostępności komunikacyjnej poszczególnych terenów, co zwłaszcza z punktu widzenia uzdrowisk nastawionych na klientów zewnętrznych, stanowić może istotną barierę i zmniejszać szanse na optymalne wykorzystywanie potencjału turystycznego,
- wsparcie rozwoju turystyki – w tym zakładów lecznictwa uzdrowiskowego działających w ramach publicznego systemu ochrony zdrowia,
- wsparcie przedsiębiorstw działających w sektorze turystyki – w tym także w obszarze usług uzdrowiskowych,
- działania rewitalizacyjne, które skierowane są przede wszystkim do uzdrowisk z wieloletnią tradycją, które często posiadają zabudowę pochodzącą nawet z końca XIX wieku.

Uwagi końcowe

Jak widać zakres możliwych do podjęcia działań w obszarze turystyki uzdrowiskowej, które mają szansę na wsparcie finansowe ze środków UE, jest dość szeroki. W warunkach ograniczonego finansowania z innych źródeł fundusze te stanowią one szansę, która jak najbardziej powinna zostać wykorzystana tak przez władze regionalne, jak i lokalne. Zmiana sposobu myślenia o funkcjonowaniu uzdrowisk to element szeroko rozumianej innowacyjności w zarządzaniu gminami uzdrowiskowymi. Działania innowacyjne wymagają jednakże znaczących nakładów finansowych. W praktyce oznacza to konieczność poszukiwania nowych źródeł finansowania. W chwili obecnej istotne wsparcie finansowe – w obszarze turystyki – jest możliwe między innymi z wykorzystaniem środków z budżetu Unii Europejskiej.

Bibliografia

1. Alejski W., (1999), *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, Wydawnictwo ALBIS, Kraków.
2. Cotis J.Ph., (red.) (2005), *Zrozumieć wzrost gospodarczy*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
3. Cupiał B., (2008), *Innowacje a regionalne i lokalne środowiska innowacyjne* [w:] Graczyk M. (red.), *Dobre praktyki prośrodowiskowe jako stimulatory innowacyjności w regionie*, Uniwersytet Zielonogórski, Zielona Góra.
4. Drucker P., (2002), *Myśli przewodnie Druckera*, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa.
5. Drucker P., (1992), *Innowacyjność i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
6. Griffin R.A., (1990), *Zasady zarządzania organizacjami*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.
7. Kotler Ph., (2005), *Marketing*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań.
8. Lewandowska A., (2007), *Turystyka uzdrowiskowa*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
9. Middleton V.T.C., (1996), *Marketing w turystyce*, Polska Agencja Promocji Turystyki, Warszawa.

10. Nowacki R., Staniewski M.W. (2010), *Podejście innowacyjne w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo Difin, Warszawa.
11. Pachnowska B., (2002), *Uzdrowisko jako element wizerunku gminy* [w:] Michałowski A., Balik I., Sulimierska A. (red.), *Krajobraz kulturowy uzdrowisk sudeckich: wczoraj, dziś, jutro*, Ośrodek Ochrony Zabytkowego Krajobrazu, Warszawa.
12. Schumpeter J., (1960), *Teoria rozwoju gospodarczego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
13. Strahl D., (red.) (2010), *Innowacyjność europejskiej przestrzeni regionalnej a dynamika rozwoju gospodarczego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław.
14. Ustawa z dnia 28 lipca 2005 r. o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz gminach uzdrowiskowych, Dz.U. 2005, Nr 167, poz.1399 ze zmianami.

Bibliografia elektroniczna

1. Decyzja Rady Unii Europejskiej z dnia 6 października 2006 r. w sprawie strategicznych wytycznych Wspólnoty dla spójności, [online], Komisja Europejska [data dostępu: 10.01.2011].
2. Kierunki Rozwoju Turystyki do 2015 roku, [online], Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa, wrzesień 2008, [data dostępu: 15.01.2011].
3. Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007-2013, [online], Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa, maj 2007, [data dostępu: 10.01.2011].
4. Regionalne Programy Operacyjne na lata 2007-2013 dla Województw: Dolnośląskiego, Kujawsko-Pomorskiego, Małopolskiego, Podkarpackiego, Zachodniopomorskiego, [online], [data dostępu: 20.01.2011].
5. Strategia Rozwoju Kraju na lata 2007-2015, [online], Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa, listopad 2006, [data dostępu: 15.01.2011].

UE funds as an innovations' support in the spa towns

Summary

The activity of spa towns focuses on providing visitors with rehabilitation-medical benefits. There is another important function of spa towns: tourism. Spa tourism has been a part of recreational tourism for a very long time. The Increase in the spa industry is an entry point to the rapidly growing tourism market, but homogenous activity is insufficient.

Every spa town has to undertake promotion of the product line. Branding (creation of the product line) contains many aspects of spa towns: spa equipment, travel services and towns as touristic and bathing-places. Changes to the way of thinking about spa towns is a part of the innovation in the management of this sector of tourism. The process of innovation from the origination of an idea to its transformation into something useful, needs a lot of money. It is anticipated that the spa industry will continue to expand, but there is a necessity of looking for finances. Despite the recent trend, one of the most significant ways of developing spa tourism is how spa towns use EU funding.