

**Projekt uchwały XVII Walnego Zjazdu Polskiego Towarzystwa Turystyczno –
Krajoznawczego dotyczącej działalności gospodarczej Towarzystwa**

Polskie Towarzystwo Turystyczno –Krajoznawcze posiada znaczący majątek, głównie obiekty służące realizacji działalności programowej. W trakcie realizacji procesów gospodarczych należy jako nadrzędny cel traktować zadanie utrzymania możliwości kreowania turystyki aktywnej przez nasze Towarzystwo. Przez ponad 130 lat baza dla tej turystyki, podczas tworzenia i w trakcie jej funkcjonowania, była częściowo finansowana ze środków zewnętrznych. Brak obecnie takiego wsparcia powoduje, że Polskie Towarzystwo - Turystyczno Krajoznawcze musi dokonać weryfikacji swoich zasobów, tak, aby utrzymując potencjał służący realizacji działalności programowej, zwiększać przychody z działalności gospodarczej prowadzonej na bazie komercyjnej części majątku.

1. Walny Zjazd uznaje za nadrzędne wspieranie działalności programowej Towarzystwa poprzez kierowanie na jej potrzeby zwiększonych środków finansowych, pochodzących z różnych źródeł, w tym z prowadzonej działalności gospodarczej. Działalność programowa Towarzystwa nie powinna być finansowana ze środków uzyskanych ze sprzedaży majątku. Celem prawidłowego określenia potrzeb sfery programowej Zarząd Główny PTTK w terminie do jednego roku po Walnym Zjeździe opracowuje i przyjmuje do realizacji wieloletnią strategię działalności programowej Towarzystwa.

2. Walny Zjazd uznaje za konieczną intensyfikację działań w sferze działalności gospodarczej Towarzystwa, czego spodziewanym efektem powinien być dalszy wzrost wartości posiadanego majątku. Jednocześnie należy dążyć do jego unowocześniania celem polepszenia efektywności gospodarowania, konkurencyjności a także zmniejszenia uciążliwości dla środowiska naturalnego. Zarząd Główny PTTK powinien w pierwszym roku działalności po Walnym Zjeździe opracować i przyjąć strategię będącą podstawą działalności gospodarczej. Za jej główne założenia należy uznać:

- zwiększenie rentowności majątku,
- uzyskanie stabilnych i różnorodnych źródeł przychodu,
- optymalizację procesu zarządzania działalnością gospodarczą, przy założeniu, że majątek Towarzystwa powinien być profesjonalnie nadzorowany i zarządzany. Nadzór powinien być sprawowany przez jednostkę wewnętrzną Towarzystwa odpowiednio umocowaną. Zadania i kompetencje tej jednostki określi Zarząd Główny PTTK w terminie do jednego roku po

Walnym Zeździe Towarzystwa.

- wzmocnienie nadzoru wlaścicielskiego nad spółkami, innymi jednostkami gospodarczymi, w tym przeprowadzanie audytów jednostek gospodarczych PTTK
- tworzenie możliwości aplikacji o środki zewnętrzne pojawiające się w różnych programach wsparcia, w tym poprzez uzyskanie środków własnych niezbędnych jako wkład do projektów ze zbywania nierentownego majątku o nieznacznej wartości dla działalności programowej
- kontynuowanie działań mających na celu pozyskiwanie partnerów strategicznych do realizacji inwestycji w oparciu o obiekty przeznaczone do komercjalizacji; dokonaniu wyboru, inwestycji, które w przyszłości, staną się kolejnymi źródłami finansowania działalności Towarzystwa;
- dokonaniu analizy możliwości przekształcenia części bazy PTTK w obiekty działające wyłącznie w sferze zdrowotnej, edukacyjnej i sportowo-rekreacyjnej
- przygotowaniu koncepcji wykorzystania umów franchisingu dla obiektów sprzymierzonych z PTTK w sferze turystyki aktywnej oraz podjęcie prac na rzecz formuły uruchomienia sieci PTTK w sferze obrotu usługami i produktami turystycznymi
- podejmowaniu działań przystosowujących bazę PTTK do nowych uwarunkowań prawnych i ekonomicznych, a wynikających z:
 - o - zwiększenia się wartości nieruchomości, a co za tym idzie wzrostem opłat za użytkowanie wieczyste i podatkiem od nieruchomości,
 - o - przygotowanych zmian prawnych dot. użytkowania wieczystego,
 - o - konsekwencji wdrażania unormowań europejskich (p.poż. ochronny przyrody (np. azbest-eternit/. HACCP),
 - o - wdrożenia programu NATURA 2000,
 - o - wdrażaniu układu z Schengen.
- wypracowanie systemu i podjęcie szkolenia kadr gospodarczych

Strategia ta powinna określać także możliwości, sposoby wsparcia i konsolidacji działalności gospodarczej oddziałów PTTK

3. Zarząd Główny PTTK nowej kadencji winien wzmocnić relacje gospodarcze z oddziałami PTTK, w tym poprzez realizację wspólnych zadań gospodarczych i powiązania kapitałowe w spółkach Towarzystwa oraz wsparcie prac Zespołu ds. działalności gospodarczej oddziałów ZG PTTK w zakresie konsolidacji działalności gospodarczej oddziałów PTTK. Zarząd Główny PTTK powinien opracować i wdrożyć system monitoringu działalności gospodarczej i stanu majątku oddziałów a także kontynuować wsparcie działalności oddziałów poprzez

realizację szkoleń dla kadry zarządzającej, kontynuując podjęte w minionej kadencji działania. Należy niezwłocznie po Walnym Zjeździe opracować, w oparciu o istniejące możliwości prawne i unormowania podatkowe, wdrożyć system poręczeń i gwarancji jako elementów wsparcia działalności gospodarczej oddziałów, a także ustalić możliwości i zasady realizacji wspólnych z oddziałami PTTK aplikacji o środki zewnętrzne wspierające działalność Towarzystwa. Zarząd Główny w nowej kadencji powinien kontynuować działania mające na celu tworzenie instrumentów stymulacji kształtowania nowych oraz podniesienia jakości istniejących produktów turystycznych

4. Ważną rolę w zakresie konsolidacji działalności PTTK powinien spełniać proces informatyzacji Towarzystwa. Proces ten należy realizować w następujących kierunkach:

4.1 relacje wewnętrzne – system informacji dla członków PTTK, tworzenie niezbędnych baz danych wraz z systemem łączności między Zarządem Głównym PTTK i oddziałami Towarzystwa oraz połączenie systemem informacji gospodarczej jednostek gospodarczych Towarzystwa

4.2 relacje zewnętrzne – promocja i prezentacja działalności programowej Towarzystwa, Działania te powinny być realizowane w oparciu o ustalone kierunki oraz sporządzony i zatwierdzony przez Zarząd Główny PTTK harmonogram procesu informatyzacji sporządzony i przejęty do realizacji w terminie do jednego roku po Walnym Zjeździe.

5. Zarząd Główny PTTK w nowej kadencji winien zwrócić znacznie większą uwagę na promocję działalności Polskiego Towarzystwa Turystyczno – Krajoznawczego oraz jego znaku. W tym celu Zarząd Główny PTTK w terminie do jednego roku od Walnego Zjazdu sporządzi i przyjmie perspektywiczny plan rzeczowo finansowy działań promocyjnych i marketingowych w tym związanych z kontynuacją prac nad wzbogaceniem i upowszechnianiem Karty Rabatowej PTTK oraz popularyzujących bazę turystyczną PTTK. W ramach tych działań Zarząd Główny PTTK przygotuje i przeprowadzi w terminie do dwóch lat po walnym zjeździe konkursu na najlepszych dzierżawców obiektów PTTK

Za niezwykle ważne w promocji Towarzystwa należy uznać zwiększenie wyrazistości działalności programowej poprzez wyrażanie jednoznacznego stanowiska w najbardziej dla turystyki i ochrony środowiska naturalnego ważkich problemach.

W imieniu Zespołu
Jerzy Kapłon