

PROJEKT FINANSOWANY PRZEZ ISLANDIĘ, LICHTENSTEIN I NORWEGIĘ Z FUNDUSZY EOG
W RAMACH PROGRAMU AKTYWNI OBYWATELE – FUNDUSZ REGIONALNY

RAPORT

nt. stanu funkcjonowania turystyki na obszarze
SZCZECIŃSKIEGO OBSZARU METROPOLITALNEGO (SOM)

Wytyczne do opracowania lokalnej polityki turystycznej

Działając **RAZEM** osiągamy **WIĘCEJ** – etap II
KSZTAŁTOWANIE LOKALNEJ POLITYKI W OBSZARZE TURYSTYKI



LIDER



**FORUM
TURYSTYKI
REGIONÓW**

1997-2022

PARTNERZY



Western Norway
University of
Applied Sciences



**SZCZECIŃSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA**



Spis treści

Wstęp	3
Rozdział 1. Diagnoza aktualnego stanu turystyki w SOM.....	6
1.1 Ogólna charakterystyka potencjału społecznego i gospodarczego SOM	6
1.1.1 Gmina Goleniów	8
1.1.2 Gmina Stargard.....	13
1.1.3 Gmina Stepnica	17
1.1.4 Szczecin.....	21
1.1.4 Świnoujście	27
1.1.5 Gminy: Gryfino, Stare Czarnowo, Banie, Widuchowa, Kołbaskowo, Kobyłanka ..	31
1.1.7 Gminy Police, Dobra, Nowe Warpno	38
1.2 Inwentaryzacja potencjału turystycznego SOM	39
1.3. Formy i rodzaje turystyki występujących na obszarze SOM	44
Rozdział 2. Turystyka w strategiach rozwoju gmin SOM – wybrane kierunki działań i cele strategiczne	47
2.1 Szczecin	47
2.2 Gmina Police.....	49
2.3 Nowe Warpno	53
2.4 Gmina Dobra.....	54
2.5 Gmina Kołbaskowo	54
2.6 Gmina Gryfino	55
2.7 Stare Czarnowo	56
2.8 Gmina Kobyłanka	58
2.9 Stargard.....	59
2.10 Gmina Goleniów	61
2.11 Gmina Stepnica.....	62
2.12 Świnoujście	65
Rozdział 3. Analiza SWOT w zakresie turystyki dla SOM	66
Rozdział 4. Analiza problemów i ich przyczyn rozwoju turystyki w SOM.....	73
Rozdział 5. Działalność lokalnych organizacji turystycznych na terenie SOM.....	80
5.1 Goleniowska Lokalna Organizacja Turystyczna	80
5.2 Stargardzka Organizacja Turystyczna	84
5.3 Stepnicka Organizacja Turystyczna „Nie tylko dla Orłów”	88
5.4 Szczecińska Organizacja Turystyczna	92
5.5 Świnoujska Organizacja Turystyczna.....	96

5.6 Organizacja Turystyczna Doliny Dolnej Odry	100
Rozdział 6. Wybrane Rekomendacje polityki turystycznej dla Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego.....	105
Bibliografia.....	107

Wstęp

Współczesna turystyka wymaga odpowiedniego planowania, organizacji i co najważniejsze skutecznego zarządzania, a także oceny efektów ekonomicznych i społecznych powstałych w wyniku implementacji różnych rozwiązań proturystycznych. Szczególne znaczenie takich działań występuje w przypadku funkcjonowania turystyki na większych obszarach niż pojedyncza gmina, gdzie wzrasta rola i zapotrzebowanie na współpracę przy tworzeniu wspólnych produktów turystycznych, zagospodarowaniu wspólnych walorów turystycznych oraz przy pozyskiwaniu środków na rozwój.

Polityka turystyczna to wszelkie działania władz różnego szczebla (gmina, powiatów województw, państwa) oraz organizacji (np. stowarzyszeń gmin i powiatów) mające na celu zaspokojenie potrzeb turystycznych własnego społeczeństwa, racjonalne wykorzystanie zasobów pracy i kapitału (w tym środowiska przyrodniczego i kulturowego) w sferze gospodarki turystycznej, kształtowanie optymalnych rozmiarów i struktury ruchu turystycznego oraz stwarzanie warunków do dalszego rozwoju turystyki, z uwzględnieniem jej licznych funkcji oraz związków z innymi sferami życia społecznego i gospodarczego.

Do wybranych celów praktycznych lokalnej polityki turystycznej, ogólnie odpowiedzialnej za rozwój turystyki, gospodarki turystycznej czy też lokalnych produktów turystycznych należy:

- stała obserwacja społeczno-ekonomicznych skutków rozwoju turystyki;
- systematyczna i pełna analiza funkcjonowania lokalnego rynku turystycznego;
- dywersyfikacja lokalnej gospodarki;
- identyfikacja docelowej pojemności turystycznej lokalnej przestrzeni turystycznej;
- łączenie usługodawców w struktury lokalne np. stowarzyszenia, LOT-y;
- selektywna rozbudowa infrastruktury turystycznej;
- dostosowanie budownictwa w miejscowości turystycznej do rodzaju krajobrazu, który jest tradycyjny dla danej miejscowości;
- poszerzenie obszaru wypoczynku wolnego od ruchu samochodowego;
- prowadzenie wspólnego marketingu, a przede wszystkim promocji lokalnej przestrzeni turystycznej;
- uprzywilejowanie miejscowej społeczności w wykorzystaniu efektów rozwoju turystyki;
- informowanie we właściwym czasie miejscowej ludności o zamiarach zagospodarowania turystycznego i możliwości jej współdziałania;
- świadome wspieranie lokalnej odrębności kulturowej;
- podnoszenie świadomości turystycznej wśród społeczeństwa lokalnego;

- podejmowanie działań w zakresie wydłużenia sezonu turystycznego;
- wspieranie turystyki na obszarach wiejskich jako uzupełniające źródło dochodów;
- preferowanie turystyki jako pracodawcy na lokalnym rynku turystycznym¹.

Szczególna rola w rozwoju turystyki na szczeblu regionalnym i lokalnym przypada władzom samorządowym i lokalnym organizacjom takim jak SOM, które kreując swoją politykę turystyczną na obszarze swojego działania powinny posługiwać się tego typu dokumentem jakim jest polityka turystyczna czy też strategia rozwoju turystyki. Jednak jak zwraca uwagę E. Nawrocka posiadanie samego dokumentu nie gwarantuje realizacji koncepcji zawartej w polityce czy też strategii. Najważniejsze jest wykonywanie zapisów polityki, które jest możliwe pod następującymi warunkami²:

- umiejętne pozyskiwanie środków finansowych,
- niezbędne jest zwiększanie świadomości mieszkańców poprzez edukację i rzetelną informację i angażowanie ich do wspólnych działań,
- ukierunkowanie aktywności gospodarczej i zawodowej mieszkańców na turystykę harmonijnie współistniejącą ze środowiskiem przyrodniczym i społeczno-kulturowym,
- zachęcanie do kooperacji wszystkich podmiotów współtworzących lokalną gospodarkę turystyczną,
- bieżące badanie potrzeb rynku turystycznego w celu dostosowania ofert,
- traktowanie turystyki jako dziedziny zintegrowanej z pozostałymi sektorami gospodarki.

Doświadczenia z różnych części Polski oraz innych krajów wskazują, że realizacja powyższych postulatów nie jest łatwa i wymaga wielkiego zaangażowania wszystkich zainteresowanych rozwojem turystyki w regionie stron³. Niewątpliwie największą rolę w tym zakresie ma zbudowanie odpowiednich sposobów współuczestniczenia mieszkańców i przedsiębiorców w realizacji zapisów polityki.

Badania gmin wchodzących w skład Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego wskazały, że głównym problemem rozwojowym, w szczególności opracowania i zdrożenia wspólnego dokumentu jakim może być Polityka turystyczna SOM jest wspólna koordynacja

¹ Gaworecki W., 1999. Kurorty w strukturze miejscowości turystycznych. [w:] materiały pokonferencyjne nt Turystyka uzdrowiskowa. Stan i perspektywy. Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Sopocie, Gdańsk, s. 71.

² Nawrocka E. 2004. *Rola władz lokalnych w zrównoważonym rozwoju turystyki na przykładzie powiatu jeleniogórskiego*. w: Gołembski G. red., *Kształtowanie jakości produktu turystycznego regionu z zachowaniem rozwoju zrównoważonego*. Instytut Turystyki. Warszawa. s. 17-25; Niezgoda A., 2008. Cele rozwoju zrównoważonego a przewaga konkurencyjna obszaru recepcji turystycznej. w: Gołembski G. red., *Turystyka jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów w dobie globalizacji*. Wydawnictwo AE w Poznaniu, s. 19-31.

³ Beaumont N., Dredge D., 2010. *Local tourism governance: A comparison of three network approaches*. Journal of Sustainable Tourism Vol. 18, No. 1, pp. 7–28; Niezgoda A., 2011. *Badanie opinii mieszkańców Poznania dotyczących rozwoju funkcji turystycznej*, red. G. Gołembski, *Sposoby mierzenia i uwarunkowania rozwoju funkcji turystycznej miasta*, Wydawnictwo UE. Poznań; Przybyszewska-Gudelis R. 2001. *Strategiczna rola turystyki....* (op. cit.), Zdon-Korzeniowska M., *Jak kształtować regionalne produkty turystyczne? Teoria i praktyka*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego. Kraków 2009.

działań w tym zakresie. Dążenie SOM do tego, aby rozwój turystyki stał elementem łączącym działania poszczególnych członków stowarzyszenia (gmin i miast) jest niewątpliwie cenną inicjatywą. Samo przedłożenie propozycji i opracowanie dokumentu w postaci wspólnej polityki turystycznej jest działaniem koniecznym, ale niewystarczającym. Dla zapewnienia jej wdrożenia należy podjąć działania zachęcające poszczególne gminy do głębszej współpracy. Prawidłowo opracowana i następnie wdrażana polityka turystyczna powinna być takim narzędziem, który umożliwi połączenie działań poszczególnych gmin w jeden wspólny kierunek rozwoju umożliwiający optymalne wykorzystanie istniejącego potencjału endogenicznego: przyrodniczego i społeczno-ekonomicznego.

Rozdział 1. Diagnoza aktualnego stanu turystyki w SOM

1.1 Ogólna charakterystyka potencjału społecznego i gospodarczego SOM

Szczeciński Obszar Metropolitalny (SOM) jest miejskim obszarem funkcjonalnym o powierzchni 2 795 km². Jest układem osadniczym ciągłym przestrzennie, złożonym z odrębnych administracyjnie jednostek i obejmuje zwarty obszar miejski oraz powiazaną z nim funkcjonalną strefę zurbanizowaną wraz z ośrodkami bliskiego sąsiedztwa. Jego potencjał ludnościowy (40% ogółu mieszkańców województwa), przestrzenny (11,35% powierzchni województwa) i gospodarczy (45,8% ogółu podmiotów gospodarczych) określa rangę SOM w skali regionu zachodniopomorskiego, wskazuje także na skalę powiązań funkcjonalnych (społecznych, gospodarczych, przestrzennych, komunikacyjnych) w ramach obszaru. Gminy miejskie, wiejskie i wiejsko-miejskie SOM zajmują łącznie 12,2% obszaru województwa.⁴

SOM składa się z miejskiego ośrodka centralnego tj. z miasta wojewódzkiego Szczecina (województwo zachodniopomorskie) i powiazanego z nim funkcjonalnie najbliższego otoczenia gminnego. W planie zagospodarowania przestrzennego województwa zachodniopomorskiego za najsilniej powiazany ze Szczecinem uznano obszar gmin: Dobra, Goleniów, Gryfino, Kobyłanka, Kołbaskowo, Nowe Warpno, Stepnica, Police, Stare Czarnowo, Stargard, a także miasto Stargard i miasto Świnoujście.

Aglomeracja szczecińska w tak zdefiniowanym układzie terytorialnym stanowi od lat współpracujący organizm, a formalna współpraca realizowana jest przez jednostki samorządu terytorialnego w ramach zawiązanego w 2005 r. samorządowego stowarzyszenia.⁵

Rozwój obszarów metropolitalnych to jeden z najważniejszych czynników służących podnoszeniu rangi i konkurencyjności regionu na arenie krajowej oraz międzynarodowej, a także mający wpływ na kształtowanie i funkcjonowanie ich wewnętrznej struktury przestrzennej. Obecny jednolity model gminy nie stwarza wystarczających możliwości rozwoju i realizacji ponadgminnych projektów infrastrukturalnych, których celem jest trwały i zrównoważony rozwój całego regionu, zwiększenie jego międzynarodowej roli oraz poprawa jakości życia wszystkich jego mieszkańców. Utworzenie Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego (SOM) wiązało się z podjęciem działań, które w konsekwencji doprowadzą do wzmocnienia związków między Szczecinem a obszarami przyległymi, do wypracowania i wdrożenia spójnego systemu urbanizacji, zintegrowania sieci transportowej i łączności, wzmocnienia kapitału społecznego. Pociągnęło to za sobą wzrost gospodarczy, uległy

⁴ <http://bip.um.szczecin.pl> (dostęp: 15.06.2022 r.)

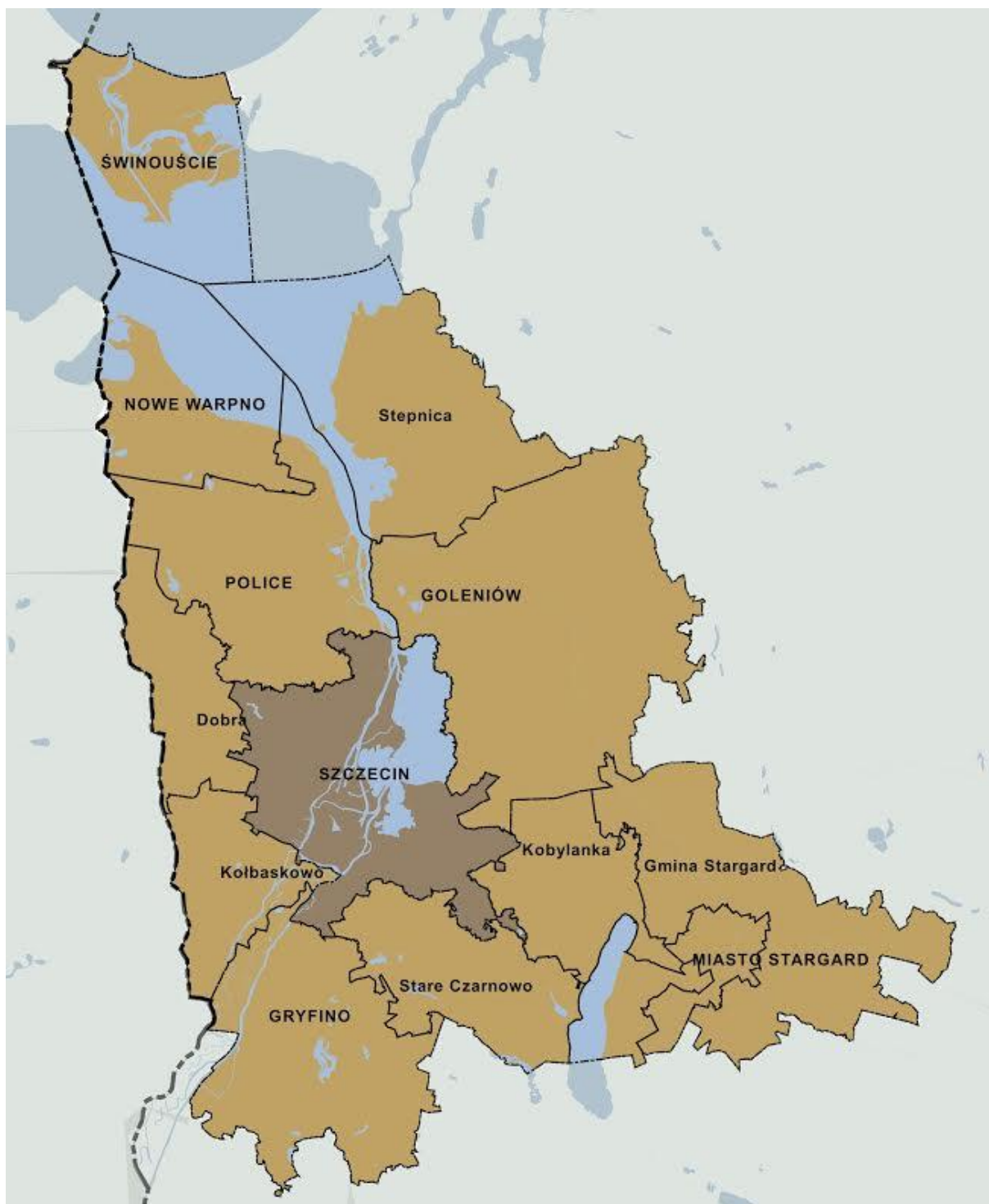
⁵ <http://som.szczecin.pl> (dostęp: 15.06.2022 r.)

zmniejszeniu negatywne skutki migracji (szczególnie ludzi młodych, aktywnych i wykształconych) w kierunku kilku sprawniej funkcjonujących miast (np. Gdańsk, Poznań, Wrocław), uruchomiło proces zapobiegania peryferyzacji Szczecina i regionu. SOM jest strukturą bazującą na solidarnej współpracy samorządów i koordynującą pracami zmierzającymi do stworzenia silnego ośrodka metropolitalnego. Wspólne prace polegają m.in.: na wdrożeniu koncepcji zarządzania Szczecińskim Obszarem Metropolitalnym, strategii rozwoju, wprowadzeniu uregulowań legislacyjnych, lobbingu i innych działaniach eksponujących atrakcyjność inwestycyjną, gospodarczą, kulturową obszaru.

Szczecin jest jednym z dziesięciu ośrodków metropolitalnych w Polsce wskazanych przez Koncepcję Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030. Pod wpływem oddziaływania Szczecina znajduje się jednak znacznie szerszy obszar o nieco słabszych, choć wciąż silnych powiązaniach funkcjonalnych (przyrodniczych i infrastrukturalnych) budujący wspólny potencjał społeczno-gospodarczy. Obszar ten określany, jako subregion metropolitalny obejmuje dalszych 13 gmin (Międzyzdroje, Wolin, Dziwnów, Kamień Pomorski, Przybiernów, Nowogard, Osina, Warnice, Pyrzyce, Bielice, Kozielice, Banie i Widuchowa).

Obszarem tradycyjnie ciążącym do Szczecina, jako centrum funkcjonalnego, są również tereny gmin po stronie Niemiec (część obszaru Meklemburgii Pomorza Przedniego), na które rozciąga się wpływ Szczecina głównie, jako ośrodka gospodarczego i kulturalnego, a dla których nie powstał ośrodek konkurencyjny. Obszar ten obejmujący gminy po stronie polskiej i niemieckiej stanowi strukturę przestrzenną określaną mianem transgranicznego regionu metropolitalnego Szczecina.

Na rysunku 1. Zaprezentowano mapę prezentującą obszar i zasięg oddziaływania Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego (SOM). W kolejnych podrozdziałach zaprezentowano krótką charakterystykę funkcjonowania poszczególnych miast i gmin tworzących SOM.



Rys. 1 Obszar SOM

Źródło: www.skm.szczecin.pl (dostęp: 15.06.2022 r.)

1.1.1 Gmina Goleniów

Gmina Goleniów ⁶ znajduje się w zachodniej części Województwa Zachodniopomorskiego. Położona jest na terenie trzech krain geograficznych: Doliny Dolnej Odry (tereny bagniste, wzdłuż Jeziora Dąbie i rzeki Odry), Równiny Goleniowskiej,

⁶ Biuletyn Informacji Publicznej Gminy Goleniów - <http://www.bip.goleniow.pl> (dostęp: 15.05.2022 r.)

porośniętej Puszcą Goleniowską oraz Równiny Nowogardzkiej - pagórkowatej krainy rolniczej. Stanowi 27,4% powierzchni Powiatu Goleniowskiego. Jednym z jej głównych atutów jest mnogość sprawnych połączeń komunikacyjnych, umożliwiających szybkie przybycie gościom z całej Europy. Tuż obok Goleniowa znajduje się Port Lotniczy. Przez teren gminy przebiegają dwie ważne drogi krajowe nr 3 i 6 oraz dwie linie kolejowe. Gminę zamieszkuje 33 577 mieszkańców; na 1 km² przypada 76,2 osoby. Siedzibą gminy jest Goleniów, miasto o obszarze 12,5 km², liczące ponad 22 tys. ludności.

Na obszarze gminy znajduje się rezerwat florystyczny Uroczysko Święta. Przez gminę i miasto przepływa rzeka Ina dostępna dla kajaków, a przez południową część prowadzą szlaki turystyczne po Puszczy Goleniowskiej. Tereny leśne zajmują 48% powierzchni gminy, a użytki rolne 38%. Gmina posiada niezwykle atrakcyjne położenie, przyciągające zarówno turystów spragnionych sielskiego wypoczynku nad wodą, jak i amatorów aktywnych wycieczek pieszych, rowerowych czy kajakowych. Dzikie ostępy leśne, liczne torfowiska i swobodnie meandrujące rzeki wabią też miłośników przyrody.

Miejscowości położone nad akwenami stanowią doskonałe zaplecze rekreacyjne i turystyczne. Typowym przykładem może być miejscowość Lubczyna nad Jeziorem Dąbie, która wykorzystując swe piękne plaże i czystą wodę, systematycznie rozbudowując zaplecze turystyczne i żeglarskie. Ważnym atutem turystycznym gminy jest 129-kilometrowa rzeka Ina, miejsce organizacji licznych spływów kajakowych. Bogactwo lasów i wód sprawiają, że tereny gminy Goleniów są rajem dla grzybiarzy i wędkarzy. W miejscowości Kliniska funkcjonuje Ośrodek Edukacji Leśnej. Natomiast miasto Goleniów jest prężnym ośrodkiem kulturalnym i sportowym.

Gminne instytucje odpowiedzialne za rozwój turystyki

➤ Urząd Gminy i Miasta w Goleniowie

Plac Lotników 1 , 72-100 Goleniów

tel. (91) 469 82 00 lub (91) 469 82 22

fax. (91) 469 82 98

• Wydział Administracji i Spraw Społecznych

Do zadań należy m.in. organizowanie imprez i uroczystości z udziałem Gminy, współpraca w tym zakresie w szczególności z Wydziałem Rozwoju Lokalnego, Promocji i Turystyki, Goleniowskim Domem Kultury i Goleniowskim Młodzieżowym Domem Sportu,

• Wydział Edukacji, Kultury i Sportu

Do zadań należy m.in.:

- podejmowanie działań kreujących i promujących sport i **turystykę**, współudział w organizowaniu cyklicznych, okresowych oraz okolicznościowych **impres sportowo-turystycznych** oraz współpraca w tym zakresie z Wydziałem Rozwoju Lokalnego, Promocji i Turystyki,

- organizacja spotkań, narad i uroczystości wynikających z potrzeb środowiska oświaty, kultury i sportu oraz współpraca w tym zakresie z Wydziałami Administracji i Spraw Społecznych oraz Rozwoju Lokalnego, Promocji i Turystyki.

• **Wydziału Rozwoju Lokalnego, Promocji i Turystyki**

Do zadań wydziału należy:

- tworzenie platformy do współpracy podmiotów z różnych dziedzin dla poszukiwania i identyfikowania produktów wymagających promocji; koordynacja w tej sferze,
- kompleksowy marketing produktów wartych promowania jak i poszukiwanie dla nich finansowych źródeł realizacji w oparciu o środki własne, a przede wszystkim zewnętrzne,
- **wspieranie rozwoju turystyki na terenie Gminy,**
- kreowanie wizerunku Gminy **jako regionu atrakcyjnego turystycznie,**
- integrowanie oraz współpraca ze środowiskami samorządowymi, gospodarczymi i zawodowymi, **Goleniowską Organizacją Turystyczną oraz osobami, instytucjami i innymi organizacjami zainteresowanymi rozwojem turystycznym Gminy.**

➤ **Goleniowski Dom Kultury**

Plac Bramy Wolińskiej 1, 72-100 Goleniów

tel./fax. (91) 418 95 90

email: gdk@goleniow.pl, www.gdk.goleniow.pl

Dział Impres zajmuje się organizacją imprez o charakterze rekreacyjno-rozrywkowym dla mieszkańców Miasta i Gminy Goleniów.

➤ **Centrum Informacji Turystycznej**

Plac Bramy Wolińskiej 1, 72-100 Goleniów

tel./fax. (91) 418 95 90

email: cit@turystyka.goleniow.pl, www.turystyka.goleniow.pl

CIT oferuje szeroką pomoc w zakresie informacji dotyczącej:

- bazy noclegowej i gastronomicznej Województwa Zachodniopomorskiego;
- infrastruktury turystycznej w naszym regionie;
- agroturystyki i turystyki weekendowej;
- ciekawych miejsc w mieście i regionie;
- turystyki aktywnej w regionie;

- imprez kulturalnych i sportowych;
- Unii Europejskiej.

CIT prowadzi działalność:

- popularyzatorską;
- wydawniczą;
- wystawienniczą na targach turystycznych, festynach itp.;
- promocyjną regionu;
- handlową (produkty rynku pamiątek).

➤ **Ośrodek Sportu i Rekreacji w Goleniowie**

ul. Sportowa 25, 72-100 Goleniów

tel. (91) 418 21 04, fax. (91) 407 15 02

www.osir.goleniow.pl, osir@osir.goleniow.pl

Misją Ośrodka Sportu i Rekreacji jest:

- stwarzanie bardzo dobrych warunków infrastrukturalnych do uprawiania sportu, rekreacji i turystyki przez klientów indywidualnych i zbiorowych,
- zapewnienie kompleksowej obsługi w zakresie działań w sferze kultury fizycznej,
- ciągły wzrost jakości świadczonych usług,
- budowanie pozytywnego wizerunku i marki ośrodka, będącego rzetelnym partnerem dla klientów.

Celem Ośrodka Sportu i Rekreacji jest:

- zaspakajanie potrzeb społeczeństwa (klienta indywidualnego i zbiorowego) w zakresie sportu, rekreacji, turystyki i rehabilitacji,
- organizowanie czasu wolnego i wypoczynku,
- rozbudowa i budowa infrastruktury sportowo - rekreacyjnej,
- menadżerskie zarządzanie zasobami ludzkimi i obiektami sportowo-rekreacyjnymi gminy Goleniów.

Analiza SWOT dla środowiska funkcjonowania turystyki na obszarze gminy Goleniów

MOCNE STRONY (STRENGTHS)

1. Gmina stanowi południową część aglomeracji szczecińskiej, miasto wchodzi w skład Szczecińskiego Zespołu Miejskiego (zamyka tzw. pasmo goleniowskie).
2. Włączenie gminy do tzw. pasma obszaru węzłowego aglomeracji szczecińskiej, w ramach której odgrywać będzie ważną rolę.
3. Istnienie bardzo wielu branż przemysłowych, na ogół dobrze prosperujących i mających dobre perspektywy.

4. Dobre warunki komunikacyjne – dobrze rozwinięta infrastruktura kolejowa, drogowa, lotnicza.
5. Korzystne warunki demograficzne (duży potencjał ludności w wieku produkcyjnym i przedprodukcyjnym).
6. Duża przedsiębiorczość, aktywność i potencjał mieszkańców gminy.
7. Sytuacja ekonomiczna głównych przedsiębiorstw.
8. Znaczące walory przyrodnicze (lesistość 50%, duże obszary użytków zielonych, rezerwat przyrody „Uroczysko Święta”, Leśny Kompleks Promocyjny „Kliniska” oraz Puszcza Goleniowska).
9. Świadomość samorządu gminy o konieczności planowego rozwoju gospodarczego i przestrzennego.
10. Świadomość władz samorządowych o kluczowej roli promocji miasta i gminy.
11. Rozwinięte szkolnictwo średnie, edukacja, sport, kultura i rekreacja.
12. Wspieranie programów podnoszących jakość życia w mieście.
13. Szczególne walory miasta, które może się rozwijać równocześnie w kilku kierunkach, możliwości lokalizacji przemysłów terenochłonnych poza jego granicami (park przemysłowy Łozienica).
14. Miasto Goleniów ośrodkiem subregionalnym, z funkcją obsługi sąsiadujących gmin.

SLABE STRONY (WEAKNESSES)

1. Słabe tempo realizacji infrastruktury drogowej związanej z przebiegiem dróg przez gminę, zła jakość dróg oraz brak bezkolizyjnych skrzyżowań.
2. Niedostateczny rozwój turystyki (w tym agroturystyki), pomimo istnienia walorów przyrodniczych oraz brak dostatecznej bazy sportowo-rekreacyjnej.
3. Brak kompleksowego uporządkowania gospodarki wodno-ściekowej oraz gospodarowania odpadami stałymi i płynnymi.
4. Niewystarczająca baza szkolna w rejonie rozwijających się pod względem ilości mieszkańców wsi: Załom, Pucice, Kliniska, Rurzyca.
5. Słabe tempo rozwoju budownictwa wielorodzinnego.
6. Duże obszary we władaniu AWRSP, o niesprecyzowanym przeznaczeniu.

SZANSE (OPPORTUNITIES)

1. Możliwość wykorzystania środków z Unii Europejskiej i innych programów pomocowych.
2. Promocja gminy, jej pozytywny wizerunek.

3. Program budowy przeprawy Police – Świeta.
4. Port lotniczy Goleniów.
5. Współdziałanie w ramach Euroregionu Pomerania.
6. Partnerska współpraca z miastami i obszarami za granicą.

ZAGROŻENIA (THREATS)

1. Brak stabilizacji gospodarczej kraju.
2. Niestabilny system podatkowy.
3. Niesprawne finanse publiczne.
4. Niewłaściwa polityka rolna.
5. Bezrobocie w regionie.

1.1.2 Gmina Stargard

Stargard⁷ jest trzecim co do wielkości i jednym z najlepiej rozwijających się gospodarczo miast Województwa Zachodniopomorskiego. Zajmuje powierzchnię 4 810 ha i liczy ok. 70 000 mieszkańców. Położony jest nad rzeką Iną, w odległości 40 km od Szczecina, 180 km od Berlina i 120 km od terminalu promowego w Świnoujściu. Miasto leży na pograniczu dwóch wielkich krain geograficznych - Niziny Szczecińskiej i Pojezierza Szczecińskiego, co ma duży wpływ na zróżnicowanie typów krajobrazu w najbliższej okolicy. Miasto jest siedzibą Powiatu Stargardzkiego i Gminy. Ze Szczecinem, Świnoujściem, Policami, Goleniowem i Gryfinem tworzy aglomerację szczecińską.

Przez Stargard przebiega 15 południk długości geograficznej wschodniej, który jest głównym południkiem środkowoeuropejskiej strefy czasowej. Stargard jest również miastem o dużych walorach turystyczno-wypoczynkowych. Szczególnie ciekawym ze względu na wysoką rangę zabytków, których uroda i wartość, w połączeniu z naturalnymi warunkami przyrodniczymi, pozwoliła na włączenie ich do Europejskiego Szlaku Gotyku Ceglanego.

Okolice miasta to Równina Pyrzycko-Stargardzka, obfitująca w jeziora, w tym piąte pod względem wielkości jezioro w Polsce - Miedwie, odległe o 7 km od miasta, doskonałe do uprawiania sportów wodnych. 15 km na zachód od Stargardu rozciąga się wielki obszar leśny Puszczy Goleniowskiej, a 40 km na wschód Iński Park Krajoznawczy, obfitujący w lasy i jeziora. Przez wschodnią część Gminy Stargard Szczeciński przepływają rzeki Ina oraz jej dopływy: Krąpiel i Mała Ina. W okolicach Stargardu znajduje się rezerwat przyrody Ozy Kiczarowskie. Tereny leśne zajmują 12 proc. gminy, użytki rolne – 72 proc.

⁷ Biuletyn Informacji Publicznej Gminy Stargard Szczeciński - <http://www.stargard.pl> (dostęp: 15.05.2022 r.)

Gminne instytucje, odpowiedzialne za rozwój turystyki

➤ Urząd Miejski

ul. Czarnieckiego 17, 73-110 Stargard

tel. (91) 578 48 81 do 88, fax. (91) 578 48 89

email: urząd@um.stargard.pl, www.stargard.pl

Do zakresu działania Biura Prezydenta Miasta należy m.in. opracowywanie, przygotowywanie i dystrybucja materiałów promocyjnych Miasta.

• Wydział Kultury, Sportu i Turystyki

Do zakresu działania Wydziału należy m.in. wykonywanie funkcji kontrolnej w zakresie określonym przepisami nad działalnością merytoryczną miejskich instytucji kultury – Książnicy Stargardzkiej, Muzeum, Stargardzkiego Centrum Kultury (SCK), **Ośrodka Sportu i Rekreacji (OSiR)**:

- określanie zasad współpracy ze stowarzyszeniami, instytucjami, organizacjami prowadzącymi działalność kulturalną, sportową, rekreacyjną oraz dziedzictwa kulturowego i ochrony zabytków;
- inspirowanie działań w zakresie współpracy placówek kultury, sportu, wypoczynku i rekreacji;
- koordynowanie działań oraz współpraca w zakresie organizacji imprez masowych i innych imprez, których organizatorami są miejskie instytucje kultury, OSiR, MDK i MOS oraz stowarzyszenia prowadzące działalność kulturalną, sportową, rekreacyjną;
- inspirowanie działań w zakresie współpracy instytucji i stowarzyszeń kultury, sportu i rekreacji;
- planowanie i nadzór nad sposobem wydatkowania przyznanych środków finansowych z budżetu miasta na działalność w zakresie turystyki;
- inicjowanie i przygotowywanie koncepcji, planów i programów dotyczących zagadnień rozwoju turystyki jako sektora rozwoju gospodarczego Miasta;
- określenie zasad współpracy z organizacjami pozarządowymi, instytucjami i podmiotami gospodarczymi prowadzącymi działalność turystyczną;
- inspirowanie działań współpracy podmiotów gospodarczych prowadzących działalność turystyczną z organizacjami pozarządowymi oraz placówkami oświaty, kultury i sportu;
- współpraca z Polską Organizacją Turystyczną i Zachodniopomorską Regionalną Organizacją Turystyczną w zakresie:
- tworzenia i funkcjonowania Lokalnej Organizacji Turystycznej,
- planowania lokalnych przedsięwzięć turystycznych i tworzenia regionalnych planów imprez turystycznych;

- koordynowanie spraw związanych z rewitalizacją i wykorzystaniem turystycznych obiektów zabytkowych.

➤ **Ośrodek Sportu i Rekreacji Stargard**

ul. Szczecińska 35, 73-110 Stargard

tel./fax. (91) 573 23 34 - Sekretariat

tel. (91) 573 25 70 - Pływalnia Miejska

tel. (91) 573 29 11 - Miejska Hala Sportowa

tel. (91) 561 00 23 - Ośrodek w Zieleniewie

email: biuro@osir.stargard.pl, www.osir.stargard.pl

OSiR jest miejską jednostką organizacyjną świadczącą usługi w zakresie sportu, rekreacji, turystyki i wypoczynku, działającą w formie zakładu budżetowego. Podstawowym celem działalności OSiR jest udostępnienie obiektów sportowych i rekreacyjno-wypoczynkowych oraz propagowanie różnych form rekreacji i wypoczynku. Do podstawowych zadań OSiR należy m.in.:

- organizowanie imprez o charakterze sportowo-rekreacyjnym oraz festynowym dla młodzieży szkolnej, zakładów pracy, grup środowiskowych oraz społeczności miasta i okolic,
- współpraca z miastami partnerskimi w zakresie rekreacji i turystyki,
- organizowanie różnych usług dla ludności w zakresie rekreacji i wypoczynku.

➤ **Centrum Informacji Turystycznej**

Rynek Staromiejski 4, 73-110 Stargard

tel./fax. (91) 578 54 66

email: startur@wp.pl, www.cit.stargard.com.pl

Centrum Informacji Turystycznej w Stargardzie powstało z inicjatywy i prowadzone jest od czerwca 2002 r. przez Towarzystwo Przyjaciół Stargardu. przy wsparciu Urzędu Miejskiego. CIT Stargard m.in. pomaga:

- otrzymać wszelkie potrzebne turystyczne informacje dotyczące Ziemi Stargardzkiej (m.in. o noclegach, gastronomii, agroturystyce, szlakach turystycznych i wiele podobnych), zarówno osobiście jak i telefonicznie czy elektronicznie,
- uzyskać bezpłatne lub płatne foldery i materiały promocyjne.

Analiza SWOT dla środowiska funkcjonowania turystyki w gminie Stargard

MOCNE STRONY (STRENGTHS)

1. Bogate tło historyczne, w tym powiązane z historią Europy poprzez zakon Joannitów, szlaki handlowe.
2. Różnorodność atrakcji turystycznych, opartych na potencjale kulturowym.
3. Liczne szlaki historyczne i turystyczne, w tym powiązane z odpowiednikami szlaków europejskich (Szlak Hanzeatyckich Kupców, Szlak Cysterski, Szlak Joannitów, Szlak Templariuszy, Szlak Gotyku Ceglanego).
4. Aktywność, zaangażowanie środowisk twórczych, pro-historycznych i pro-kulturalnych, miłośników muzyki poważnej, sztuki, muzealników itd.
5. Zróżnicowane, bogate krajobrazowo środowisko przyrodnicze okolic Stargardu.

SLABE STRONY (WEAKNESSES)

1. Kojarzenie Pomorza Zachodniego głównie z pasem nadmorskim.
2. Brak wypromowanych znaczących imprez kulturalnych.
3. Estetyka miasta – łączenie zabudowy z wielkiej płyty z zabytkami, skutki zniszczeń wojennych – niedokończony proces odbudowy Miasta po zniszczeniach wojennych.
4. Niski poziom poczucia bezpieczeństwa w Mieście, szczególnie na terenie Starego Miasta, jak również w Centrum Miasta, brak nowoczesnych form monitoringu.
5. Słaba promocja turystyczna w zakresie turystyki kulturowej.
6. Niewystarczająca oferta noclegowa (hotele) i gastronomiczna.
7. Rozproszenie realizacji inicjatyw na wiele podmiotów i brak koordynacji współpracy w turystyce.
8. Niewystarczająca infrastruktura turystyczna: oznakowanie tras, miejsca postojowe, punkty serwisowe.
9. Niska świadomość korzyści płynących z rozwoju turystyki rowerowej i pieszej wśród społeczności gminy.
10. Niewystarczająca działalność informacji turystycznej – w kontekście całej Gminy.
11. Niewystarczająco rozwinięta baza noclegowa w pobliżu istniejących szlaków (schroniska PTSM, baza agroturystyczna).
12. Mała liczba wypożyczalni rowerów, brak systemowego rozwiązania w zakresie wypożyczania rowerów na szlaku.
13. Niedostateczne bezpieczeństwo turystów i sprzętu na szlakach turystycznych.
14. Niewystarczająca ilość specjalistycznych map i przewodników.
15. Niewielka liczba ofert tematycznych dystrybuowana przez biura podróży.

16. Planowane szlaki mają często wchodzić w skład pakietów ofert lokalnych społeczności, a nie w skład kompleksowej oferty turystycznej dla większego obszaru (subregionu, regionu, krainy geograficznej, zespołu jednostek terytorialnych i administracyjnych powiązanych wspólną atrakcją turystyczną lub podobnym charakterem świadczenia usług).

SZANSE (OPPORTUNITIES)

1. Korzystne położenie geograficzne (teren przygraniczny – bliskość zachodniej granicy kraju, położenie na szlakach tranzytowych ze Skandynawii na południe Europy).
2. Bliskość głównych rynków Europy Zachodniej, a szczególnie Niemiec (duże zainteresowanie turystyką pieszą i rowerową).
3. Bogactwo zabytków kultury materialnej, mogących stanowić atrakcję dla turysty aktywnego.
4. Włączanie się województwa w inicjatywy ponadregionalne (prowadzone prace planistyczne w zakresie rozwoju międzynarodowych tras rowerowych Województwa Zachodniopomorskiego).

ZAGROŻENIA (THREATS)

1. Brak kompleksowego opracowania na temat istniejących na terenie województwa szlakach pieszych i rowerowych (nieliczne opracowania dotyczą tylko części obszaru regionu).
2. Mała ilość touroperatorów, oferujących „spakietowane” produkty turystyki aktywnej z obszaru województwa, np. rajdy rowerowe, spływy kajakowe, oferty turystyki pieszej.
3. Występowanie barier prawnych i przestrzenno-organizacyjnych przy tworzeniu i wyznaczaniu nowych szlaków turystycznych.
4. Konkurencyjna, bogata i urozmaicona baza noclegowa Szczecina i obszaru nadmorskiego.
5. Konkurencyjna, ciekawa oferta imprez kulturalnych o zasięgu regionalnym w Szczecinie i miejscowościach nadmorskich.

1.1.3 Gmina Stepnica

Gmina Stepnica położona jest w zachodnio-północnej części województwa zachodniopomorskiego i wchodzi w skład obszaru przylegającego do Zalewu Szczecińskiego i Roztoki Odrzańskiej. Teren gminy ma charakter nizinny o dużym zalesieniu. Potencjałem rozwojowym gminy jest położenie nad Zalewem Szczecińskim, które umożliwia usytuowanie

ośrodka portowego i żeglarskiego o znaczeniu krajowym i międzynarodowym. Ponadto Puszcza Goleniowska to obszar o szczególnych walorach przyrodniczo-krajobrazowych. Dodatkowo zainteresowanie turystów mogą budzić rezerваты przyrody: Białokrzew Kopicki, Wilcze Uroczysko, Olszanka i Czarnocin. Gmina Stepnica ze względu na swoje położenie nad wodami Zalewu Szczecińskiego i na terenie Puszczy Goleniowskiej - dzięki posiadaniu kilkudziesięciu kilometrów kanałów, rzeki Gowienicy, jezior, plaż, dobrego systemu dróg biegnących wśród lasów - posiada niepowtarzalne i dogodne warunki dla wędkarzy, żeglarzy, amatorów spływów kajakowych, pieszych i rowerowych wędrówek, zbieraczy runa leśnego i myśliwych. W miejscowości Czarnocin płytkie wody Zalewu Szczecińskiego oraz zawsze korzystne wiatry stwarzają najlepsze i najbezpieczniejsze warunki w Polsce do uprawiania windsurfingu. W Stepnicy znajduje się plaża strzeżona i jest to miejsce wykorzystywane do kąpieli i rekreacji. Do Stepnicy można zawinąć jachtem, gdzie na żeglarzy czeka port i Kanał Młyński z pełnym węzłem sanitarnym. Przy Kanale Młyńskim działa LOK Klub Żeglarski i Motorowodny w Stepnicy. Gmina słynie też z portu rybackiego⁸.

Gminne instytucje, odpowiedzialne za rozwój turystyki

➤ Urząd Gminy Stepnica

72-112 Stepnica, ul. T. Kościuszki 4

tel. (91) 418 85 21, 418 85 22, fax. (91) 418 85 80

email: ug@stepnica.pl, www.stepnica.pl

Główny specjalista ds. pozyskiwania środków pomocowych, współpracy z organizacjami pozarządowymi, promocji i sportu

Do zakresu działania samodzielnego stanowiska głównego specjalisty ds. pozyskiwania środków pomocowych, współpracy z organizacjami pozarządowymi, promocji i sportu należy m.in.:

- upowszechnianie kultury fizycznej, turystyki i wypoczynku,
- kreowanie wizerunku gminy jako regionu atrakcyjnego turystycznie
- inicjowanie rozwoju usług sportowych i turystycznych.

Analiza SWOT dla środowiska funkcjonowania turystyki w gminie Stepnica

MOCNE STRONY (STRENGTHS)

1. Walory przyrodnicze: położenie nad zalewem – plaża w Stepnicy i wody zalewowe, Puszcza Goleniowska, zasoby ornitologiczne (Ostoja Bielika oraz 160 innych gatunków, szlaki migracyjne ptaków), tereny łowieckie, rzeki w szczególności Gowienica i Krępa.

⁸ <http://stepnica.pl> (dostęp: 15.05.2022 r.)

2. Bogata oferta kulturalno-sportowa – majówka, dożynki, Piknik Jazz, Wybory miss lata nad zalewem, regaty rodzinne, akademie teatralne, triathlon kopicki, spotkania z folklorem, międzynarodowy turniej bokserski, turnieje tenisa stołowego, Dzień Drwala, święto gęsi w Gąsierzynie.
3. Istniejąca infrastruktura sportowa – 7 obiektów wielofunkcyjnych.
4. Istniejący ośrodek rekreacyjno-sportowy „Gumiś” w Czarnocinie z kompleksem boisk do piłki nożnej, w tym boisko pełnowymiarowe z kadrą trenerską.
5. Infrastruktura portowa – port morski, rybacki i jachtowy (3 mariny).
6. Potencjał majątkowy i kadrowy Urzędu Gminy.
7. Dobre miejsca do uprawiania wodnych sportów ekstremalnych, np. kitesurfing i widsurfing.
8. Dobre tereny do turystyki konnej, pieszej, rowerowej, kajakowej, wodnej.
9. Lokalizacja przy trasie turystycznej nad morze.
10. Bliskość dużych miast – Szczecin, Świnoujście, Berlin oraz atrakcyjnych terenów nadmorskich.
11. Bliskość lotniska i przeprawy promowej do Skandynawii.
12. Niskie uprzemysłowienie.
13. Aktywność mieszkańców w zakresie turystyki.
14. Istnienie i działanie SOT "Nie tylko dla orłów".
15. Istniejąca sezonowa baza gastronomiczna (3 punkty).
16. Obszary Natury 2000, rezerваты i ośrodki ekologiczne.
17. Inwestycje w kulturę i kształcenie.
18. Funkcjonowanie Ośrodka Edukacji Przyrodniczo-Łowieckiej – ścieżka przyrodnicza.
19. Wieża widokowa w Zielonczynie.
20. Potencjał ośrodka Szkoła Aktywnego Wypoczynku „Frajda”.
21. Koniki polskie w Czarnocinie i ścieżka edukacyjna.
22. Strategia rozwoju turystyki w gminie.
23. Istniejące gospodarstwa agroturystyczne.
24. Istniejący ośrodek hipoterapii w Stepnicy.
25. Istniejąca kadra ze specjalistycznymi uprawnieniami z zakresu sportu, turystyki i rekreacji.

SŁABE STRONY (WEAKNESSES)

1. Niewystarczająca promocja.
2. Niewystarczająca współpraca międzysektorowa (przedsiębiorcy, JST i NGO).

3. Brak współpracy z nadleśnictwem i urzędem morskim.
4. Szlaki turystyczne i ścieżki rowerowe – w złym stanie i źle oznakowane.
5. Niewystarczająca baza noclegowa i gastronomiczna.
6. Sezonowość działań.
7. Niewystarczający system aktywizacji mieszkańców pod kątem turystyki.
8. Słaba dostępność do internetu i telefonii komórkowej, słaby sygnał i jakość.
9. Niewystarczający system informacji turystycznej, w tym brak punktów IT.
10. Brak pełnego zrozumienia i współpracy między mieszkańcami, nieumiejętność komunikacji.
11. Bliskość zakładów chemicznych Police.
12. Brak szlaków do turystyki konnej.
13. Utrudniona komunikacja między miejscowościami, w szczególności brak połączenia między Czarnocinem a Żarnowem.
14. Ograniczony (regulaminem) dostęp do wieży w Zielonczynie.
15. Brak gminy jako członka SOT.
16. Brak lokalnych produktów turystycznych.
17. Brak wykształconej kadry w zakresie zarządzania turystyką.
18. Brak wydzielonej komórki wyłącznie ds. Turystyki w gminie.
19. Mała liczba turystów.
20. Niski poziom świadomości mieszkańców nt. posiadanych walorów.
21. Słaba znajomość języków obcych.
22. Brak stacji paliw w Stepnicy, bankomatu.
23. Mała ilość i różnorodność materiałów promocyjnych.
24. Niski poziom patriotyzmu lokalnego.
25. Słabe oznakowanie turystyczne gminy.
26. Słabe połączenia komunikacyjne, z dużymi aglomeracjami, np. ze Szczecinem.
27. Niewystarczająca realizacja zapisów strategii rozwoju turystyki w gminie.
28. Mała ilość środków finansowych na aktywizację w zakresie rozwoju turystyki.
29. Roszczeniowa postawa mieszkańców.
30. Mała ilość osób z wykształceniem rzemieślniczym.
31. Mała ilość osób aktywnie działających w organizacjach pozarządowych.
32. Brak oferty dla osób niepełnosprawnych.

SZANSE (OPPORTUNITIES)

1. Moda na aktywną turystykę i ekoturystykę.

2. Stepnica jako marina na Zachodniopomorskim Szlaku Żeglarskim.
3. Możliwość pozyskania środków zewnętrznych.
4. Stepnica jako alternatywa dla kurortów nadmorskich.
5. „Moda na ekoPolskę” wśród turystów zagranicznych.
6. Wstąpienie Gminy do SOT i współpraca trójsektorowa.
7. Plany budowy tematycznej wioski pirackiej.
8. Pomysł utworzenia spotu windsurfingowego.
9. Natura 2000.
10. Utworzenie gminnego harmonogramu imprez.
11. Wstąpienie SOT do ZROT i współpraca systemowa.
12. Koncepcja stworzenia funduszu aktywizacyjnego.
13. Moda na produkty lokalne jako oferty turystyczne.

ZAGROŻENIA (THREATS)

1. Ograniczenia wynikające z programu Natura 2000.
2. Intensyfikacja ruchu drogowego (m.in. niedzielne powroty znad morza).
3. Migracja młodych, wykształconych ludzi.
4. Plany budowy elektrowni atomowej i farm wiatrowych.
5. Wyczerpanie środków finansowych gminy pochodzących z funduszy Urzędu Morskiego.
6. Zmiana statusu miejscowości ze wsi na miasto.
7. Zubożenie społeczeństwa.
8. Skracanie letniego sezonu turystycznego.
9. Kryzys gospodarczy.

1.1.4 Szczecin

Szczecin⁹ to miasto na prawach powiatu, stolica i największe miasto Województwa Zachodniopomorskiego; najdalej na północ i zachód położone duże miasto Polski. Jest też centrum aglomeracji szczecińskiej, skupiającej okoliczne gminy i miasta. Powierzchnia Miasta Szczecina wynosi 300,8 km i jest zamieszkiwana przez 415 000 mieszkańców (3. miejsce w Polsce pod względem zajmowanej powierzchni i 7. pod względem liczby ludności). Leży nad rzeką Odrą (po obu stronach rzeki) oraz Jeziorem Dąbie, obejmuje część Międzyodrza. Szczecin znajduje się w obszarze czterech mezoregionów geograficznych: Doliny Dolnej Odry, Wzniesień Szczecińskich, Wzgórza Bukowego i Równiny

⁹ Biuletyn Informacji Publicznej Miasta Szczecin - <http://bip.um.szczecin.pl> (dostęp: 15.06.2022 r.)

Goleniowskiej, które wchodzą w skład Pobrzeża Szczecińskiego. Miasto otaczają trzy puszcze: Wkrzańska od północy, Bukowa od południa oraz Goleniowska od wschodu.

Szczecin położony jest 65 km od Morza Bałtyckiego. Ze Świnoujściem tworzy prężnie działający port morski. Tu krzyżują się drogi tranzytowe łączące Europę Zachodnią z krajami bałtyckimi, a Skandynawię z południem Europy. Rozbudowana gospodarka z udziałem różnych gałęzi przemysłu sprawia, że Szczecin jest głównym ośrodkiem gospodarczym regionu. Charakterystyczna dla miasta jest gospodarka morska m.in. znajduje się tu duży port morski. Miasto jest ośrodkiem turystycznym, z dużą liczbą zabytków. Stanowi też centrum kulturalne regionu – liczne teatry, muzea i ośrodki kultury. Doskonałe położenie blisko Bałtyku, atrakcyjne otoczenie i prężnie działająca branża turystyczna - to wszystko sprawia, że Szczecin z roku na rok staje się miejscem coraz chętniej odwiedzanym przez gości z Polski i ze świata.

Instytucje odpowiedzialne za rozwój turystyki

➤ Urząd Miasta Szczecin

Plac Armii Krajowej 1, 70-456 Szczecin

Sekretariat Prezydenta Miasta - tel. (91) 422 53 32, (91) 424 52 04, fax. (91) 424 58 55

• Biuro Komunikacji i Marketingu

Do zadań Biura Promocji i Informacji należy:

- 1) realizacja strategii promowania Miasta,
- 2) koordynowanie działań promocyjnych Miasta,
- 3) koordynowanie działań w zakresie kreowania spójnego wizerunku Miasta,
- 4) polityka informacyjna i komunikacja społeczna.

• Wydział Oświaty, wos@um.szczecin.pl

Do zadań Wydziału Oświaty należy m.in. nadzór nad realizacją zadań z zakresu kultury fizycznej i turystyki szkolnej dzieci i młodzieży

• Wydział Kultury i Ochrony Zabytków, wkioz@um.szczecin.pl

Do zadań Wydziału Kultury i Ochrony Zabytków należy m.in.:

- 1) prowadzenie spraw związanych z organizacją miejskich imprez kulturalnych,
- 2) prowadzenie spraw związanych z imprezami masowymi o charakterze artystycznym i rozrywkowym

• Biuro ds. Morskich

Do zadań Biura ds. Morskich należy:

- 1) organizacja imprez o charakterze morskim,

- 2) prowadzenie działań zmierzających do organizacji regat The Tall Ships' Races 2013 w Szczecinie oraz współpraca z organizacjami morskimi i żeglarskimi,
- 3) współudział w realizacji programu „Zachodniopomorski Szlak Żeglarski”,
- 4) przygotowanie i realizacja programu Międzynarodowe Centrum Edukacji Morskiej,
- 5) prowadzenie spraw związanych z przedsięwzięciem „Żaglowiec dla Szczecina”,
- 6) koordynowanie spraw związanych z nabrzeżami.

➤ **Żegluga Szczecińska Turystyka Wydarzenia Sp. z o. o.**

Tadeusza Apolinarego Wendy 8, 70-655 Szczecin

Tel. 91 434 55 61

www.zstw.szczecin.pl

➤ **Centrum Informacji Turystycznej**

pl. Żołnierza Polskiego 20 (szklany pawilon w Alei Kwiatowej)

cit@zstw.szczecin.pl

tel. 91 434 04 40

ul. Kolumba 2 (dworzec główny PKP)

cit.pkp@zstw.szczecin.pl

tel. 91 483 08 50

Zakres działalności biura:

- pozyskiwanie, przetwarzanie i udzielanie kompleksowych informacji o mieście
- informacje o regionie i w miarę możliwości o Polsce
- poradnictwo turystyczne
- informacje o agroturystyce w regionie i Polsce
- sprzedaż wydawnictw turystycznych, biletów na międzynarodowe przewozy autokarowe, zniżkowej karty młodzieżowej EURO<26, Szczecińskiej Karty Turystycznej
- współpraca z lokalnymi i krajowymi instytucjami turystycznymi i kulturalnymi
- reprezentowanie miasta poprzez uczestnictwo w krajowych i międzynarodowych targach turystycznych.

➤ **CIKiT – Centrum Informacji Kulturalnej i Turystycznej (Zamek)**

ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin,

tel. (91) 489 16 30, fax. (91) 434 02 86

email: cikit@zamek.szczecin.pl

www.zamek.szczecin.pl/turystyka

www.zamek.szczecin.pl

Centrum Informacji Kulturalnej i Turystycznej mieści się w Skrzydle Menniczym Zamku Książąt Pomorskich i jest jedynym w Szczecinie biurem informacji turystycznej czynnym przez 7 dni w tygodniu. Zakres działania biura obejmuje m.in. informację turystyczną, rezerwacje noclegów i przewodników, bilety wstępu do Zamku, bilety na koncerty i przedstawienia. Centrum prowadzi także księgarnię z przewodnikami i mapami, wydawnictwami okolicznościowymi, albumami i książkami historycznymi oraz sprzedaż Szczecińskiej Karty Turystycznej.

➤ **Szczecińska Organizacja Turystyczna (SzOT)**

ul. Korzeniowskiego 1, 70-211 Szczecin

tel. (91) 434 21 87, fax. (91) 433 70 03

email: zart@zart.pl

Analiza SWOT dla środowiska funkcjonowania SzOT

MOCNE STRONY (STRENGTHS)

1. Walory historyczne Gminy (zabytki, miejsca związane z wydarzeniami historycznymi).
2. Walory przyrodnicze Gminy (parki, lasy, akweny, miejskie tereny zielone).
3. Wyjątkowy, rzadko spotykany układ urbanistyczny miasta Szczecin.
4. Dostępność komunikacyjna miasta (duże zróżnicowanie środków transportu).
5. Przygraniczne położenie miasta (Niemcy, Skandynawia).
6. Duże możliwości podnoszenia kwalifikacji dla kadr turystyki.
7. Różnorodność atrakcji i potencjału turystycznego Gminy.
8. Dobra oferta turystyki medycznej i prozdrowotnej.
9. Potencjalnie dobre warunki do organizacji dużych, otwartych imprez.
10. Dostępność hoteli o różnym standardzie (od 1 do 4 gwiazdek).
11. Identyfikowalna marka i wizja funkcjonowania miasta Szczecin.
12. Istniejące, zdefiniowane produkty turystyczne (Szlak miejski, Eureka, Podziemny Szczecin).
13. Ciekawa i bogata oferta dostępna w ramach Szczecińskiej Karty Turystycznej.
14. Potencjał Międzyodrza do wykorzystania w gospodarce turystycznej.
15. Rozwijające się „wizerunkowe” imprezy miejskie (PEKAO Open, Dni Morza, Dni Odry, Piknik nad Odrą, festiwal fajerwerków).

SŁABE STRONY (WEAKNESSES)

1. Brak rozpoznawalności marki miasta poza granicami kraju.
2. Brak „serca” miasta – głównego miejsca spotkań mieszkańców i turystów.

3. Mała liczba wykwalifikowanych, w pełni dyspozycyjnych przewodników.
4. Brak dużej sali kongresowo-koncertowej w szczecinie i okolicy.
5. Brak koordynacji działań (idei partnerstwa) w sektorze turystycznym.
6. Mało skuteczna promocja produktów i atrakcji turystycznych Miasta Szczecin.
7. Niewykorzystany potencjał turystyczny Miasta Szczecin i jego okolic.
8. Słaby przepływ informacji między podmiotami w branży turystycznej.
9. Zbyt mały patriotyzm lokalny (tożsamość – poczucie związania z miastem).
10. Zły stan techniczny i sanitarny obiektów użyteczności publicznej miasta.
11. Brak lokalnych touroperatorów, organizujących wypoczynek przyjezdnych.
12. Nieprzystosowanie Wałów Chrobrego do funkcji turystycznych, w tym do przyjmowania dużych statków turystycznych o dużym zanurzeniu.
13. Brak oznakowania turystycznego wewnętrznego i zewnętrznego miasta.
14. Mała ilość zagospodarowanych miejsc parkingowych dla autokarów.
15. Brak miejskiego wewnętrznego transportu wodnego.
16. Słaba komunikacja miasta z lotniskiem.
17. Brak ochrony rynku (np. szara strefa przewodników).
18. Brak oferty na rejsy w górę Odry.
19. Brak ciągłości miejskich dróg rowerowych.
20. Zły stan i nieprzygotowanie do obsługi turystycznej lotniska w Dąbiu.
21. Brak promocji w kierunku rozwoju sektora MICE.
22. Brak badań lokalnego rynku turystycznego, za wyjątkiem ogólnopolskich badań Instytutu Turystyki.
23. Niedostateczna ilość materiałów promocyjnych miasta w językach innych niż niemiecki i angielski.
24. Brak identyfikacji segmentów rynku turystycznego, w szczególności w działaniach promocyjnych.
25. Niewystarczająca ilość środków na promocję i rozwój turystyki.
26. Brak wiary w skuteczność wspólnych działań, także w turystyce.
27. Brak miejskich produktów turystycznych.
28. Brak systemu promocji i informacji turystycznej w mieście, co obniża efektywność działań promocyjnych.
29. Brak współpracy władz miasta z sektorem gospodarki turystycznej.
30. Słabość organizacyjna sektora turystyki i jego rozdrobnienie.
31. Niska efektywność realizacji projektów rozwojowych z zakresu turystyki.

32. Brak stałego, długoterminowego kalendarza imprez kulturalnych, turystycznych, rozrywkowych i masowych.
33. Brak oznakowania miejsc atrakcyjnych turystycznie i słabe ich zagospodarowanie.
34. Ograniczenie oferty turystycznej miasta do krótkotrwałych pobytów.
35. Niedostateczne wykorzystanie zasobów wodnych.
36. Niewłaściwe rozpoznanie potrzeb turystów.

SZANSE (OPPORTUNITIES)

1. Korzystne położenie geograficzne miasta.
2. Plany budowy nowego lotniska między Szczecinem a Berlinem.
3. Plany uruchomienia nowych połączeń kolejowych (lotnisko Goleniów, Berlin).
4. Możliwość efektywniejszego wykorzystania funduszy europejskich.
5. Duża ilość niezagospodarowanych terenów miejskich, do wykorzystania pod rozwój turystyki.
6. Moda na nowe trendy w turystyce i sposoby spędzania wolnego czasu (np. nowe destynacje, krótkodystansowe wyjazdy).
7. Potencjał młodych, wykształconych ludzi.
8. Badania wskazujące na wzrostową tendencję turystyki przyjazdowej.
9. Utrzymujące się zainteresowanie miastem wśród turystów z Niemiec.
10. Zmiana tradycyjnych kierunków wyjazdów turystycznych, związana ze światowymi zagrożeniami (terroryzm, epidemie, kataklizmy).
11. Szczecin jako alternatywa dla portów w obsłudze turystycznej Berlina.
12. Rodzące się partnerstwo krajów nadbałtyckich.

ZAGROŻENIA (THREATS)

1. Kryzys ogólnoswiatowy, umacnianie się waluty krajowej.
2. Brak ochrony lokalnego rynku turystycznego.
3. Konkurencyjność niemieckiego rynku turystycznego.
4. Polityka podatkowa polskiego rządu.
5. Emigracja central firm i młodych ludzi z miasta.
6. Zmniejszające się zainteresowanie i oferta turystyki sentymentalnej.
7. Zagrożenia światowe (terroryzm, epidemie, kataklizmy).
8. Krótki turystyczny sezon wysoki.
9. Odpływ turystów w inne bardziej promowane regiony kraju.
10. Wzrost nasilenia ruchu samochodowego.

1.1.4 Świnoujście

Świnoujście¹⁰ to jedno z najatrakcyjniejszych miast polskiego wybrzeża, położone na północno-zachodnim krańcu Polski. Jest jedynym miastem w Polsce leżącym na kilkudziesięciu wyspach. Jego granice stanowią: od południa Zalew Szczeciński, od północy Morze Bałtyckie, od zachodu granica państwowa z Niemcami, zaś od strony wschodniej gmina Międzyzdroje. Dzięki swojemu wyjątkowemu położeniu Świnoujście jest miastem o wielu obliczach: ważnym ośrodkiem gospodarki morskiej (jednym z czterech kluczowych portów w Polsce) i bazą marynarki wojennej, popularnym uzdrowiskiem i miejscowością turystyczną. Świnoujście ma status miasta na prawach powiatu i jest jednym z największych miast w Województwie Zachodniopomorskim. Zajmuje powierzchnię 197,2 km²; zamieszkuje je 40 854 osób.

Chociaż popularnie mówi się, że **miasto leży w krainie 44 wysp**, to zamieszkane są trzy z nich: Uznam, Wolin i Karsibór. Na wyspie Uznam znajduje się centrum administracyjno-usługowe, dzielnica nadmorska wraz z obiektami turystyczno-uzdrowiskowymi. Tam mieszka 80 proc. populacji Świnoujścia. Tylko 40 km² wyspy należy do Polski, pozostała część, tj. 380 km² znajduje się po niemieckiej stronie. Wolin – powierzchnia 265 km², to największa polska wyspa. Oddzielona jest od stałego lądu cieśniną Dziwna, która tworzy rozlewiska zatok Cichej i Madejskiej, Zalewu Kamieńskiego i Jeziora Wrzosowskiego. Część Świnoujścia leżąca na Wyspie Wolin (dzielnice Warszów, Przytór-Łunowo i Ognica) pełni funkcję dzielnicy przemysłowej; znajdują się tam największe zakłady związane z gospodarką morską oraz węzły komunikacyjne, terminal promowy, dworzec PKP i PKS. Dochodzi tam droga międzynarodowa E-65. Trzecia zamieszkała wyspa to Karsibór – z doskonałymi warunkami do rozwoju agroturystyki, uprawiania wędkarstwa i sportów wodnych. Na północy wyspy utworzona została ostoja ptaków Karsiborska Kępa. Na powierzchni przeszło 180 hektarów występuje ok. 140 gatunków ptaków, w tym również gatunki bardzo rzadkie. Jediną łączność pomiędzy wyspami Wolin i Uznam stanowią dwie przeprawy promowe.

Z uwagi na swoje położenie Świnoujście posiada wyjątkowo korzystne warunki dla rozwoju gospodarki morskiej i turystyki. W zachodniej części miasta, na Wyspie Uznam, przebiega granica polsko-niemiecka z przejściem otwartym dla ruchu drogowego Świnoujście – Ahlbeck, natomiast w południowo-zachodniej części z podobnym przejściem Świnoujście – Garz. Zniesienie kontroli paszportowej, a także udostępnienie obu przejść dla ruchu samochodowo-autokarowego spowodowało, że miasto stało się jeszcze bardziej dostępne,

¹⁰ Biuletyn Informacji Publicznej Miasta Świnoujście - <http://bip.um.swinoujscie.pl> (dostęp: 15.05.2022 r.)

szczególnie dla turystów z Niemiec czy Skandynawii. Od strony Niemiec do Wyspy Uznam dociera kolej i drogi numer 110 i 111. Po niemieckiej stronie granicy znajduje się lotnisko Heringsdorf (12 km). Od Berlina dzieli Świnoujście 160 km, do brzegów Szwecji jest 175 km, a do Danii 150 km.

Instytucje odpowiedzialne za rozwój turystyki

➤ Urząd Miasta Świnoujście

ul. Wojska Polskiego 1/5, 72-600 Świnoujście

email: prezydent@um.swinoujscie.pl, sekretariat@um.swinoujscie.pl

• Wydział Edukacji, Kultury i Kultury Fizycznej

Dział Kultury i Kultury Fizycznej – tel. (91) 321 39 94, wed.dk@um.swinoujscie.pl

Do zadań Działu Kultury i Kultury Fizycznej należy m.in.:

- 1) wypracowywanie kierunków polityki miasta oraz nadzór nad ich realizacją w zakresie kultury, sportu i rekreacji - z uwzględnieniem działalności instytucji miejskich, opinii środowisk twórczych oraz organizacji pozarządowych; określanie form i kierunków współpracy z środowiskiem twórców i animatorów kultury oraz sportu,
- 2) przygotowywanie projektów uchwał organów gminy w sprawie tworzenia, likwidacji lub przekształcania miejskich placówek kultury, sportu i rekreacji,
- 6) opracowywanie (wspólnie z placówkami miejskimi oraz instytucjami kultury i sportu) rocznego kalendarza głównych imprez kulturalnych i sportowych miasta oraz nadzór nad jego realizacją,
- 7) współdziałanie z organizacjami pozarządowymi (stowarzyszeniami, fundacjami) oraz ze stowarzyszeniami społeczno-kulturalnymi i sportowymi działającymi na terenie miasta w zakresie kultury, sportu i rekreacji.

• Wydział Rozwoju Miasta

email: wrm@um.swinoujscie.pl, promocja@um.swinoujscie.pl

Do zadań Działu Rozwoju i Obsługi Inwestorów należy m.in. przygotowywanie i popularyzowanie informacji, materiałów promocyjnych o możliwościach i warunkach inwestowania w Mieście, udział w targach, misjach gospodarczych, współorganizacja imprez o charakterze gospodarczym, promocja w mediach.

Do zadań Działu Promocji i Turystyki należy:

- 1) opracowywanie, wdrażanie strategii, programów promocji i turystyki,
- 2) prowadzenie działań promocyjnych, skierowanych na budowanie silnej marki Świnoujścia, kreowanie pozytywnego wizerunku Miasta wśród mieszkańców oraz w kraju i za granicą,

- 3) współpraca z agencjami, wydawnictwami przy opracowywaniu materiałów promocyjnych Miasta, promocja w mediach,
- 4) inicjowanie działań zmierzających do tworzenia i rozwoju produktów turystycznych,
- 5) prowadzenie działań zmierzających do rozwoju infrastruktury turystycznej,
- 6) współpraca ze stowarzyszeniami turystycznymi i innymi podmiotami działającymi w turystyce na terenie Miasta,
- 7) inicjowanie działań i realizacja projektów z zakresu turystyki i promocji z dofinansowaniem UE,
- 8) prowadzenie spraw wynikających z tytułu posiadania przez Miasto statutu uzdrowiska, w tym zadań wynikających z ustawy o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach uzdrowiskowych oraz o gminach uzdrowiskowych,
- 9) prowadzenie ewidencji obiektów hotelarskich, zgodnie z ustawą o usługach turystycznych,
- 10) tworzenie i rozwój systemu informacji turystycznej na terenie Miasta, w tym prowadzenie Centrum Informacji Turystycznej.

➤ **Centrum Informacji Turystycznej**

Wybrzeże Władysława IV (przeprawa promowa), 72-600 Świnoujście

tel. (91) 322 49 99, fax. (91) 327 16 29

email: cit@um.swinoujscie.pl

Centrum Informacji Turystycznej udziela informacji na temat bazy noclegowej, oferty świnoujskich biur turystycznych, możliwości spędzenia wolnego czasu oraz atrakcji turystycznych Świnoujścia.

➤ **Ośrodek Sportu i Rekreacji „Wyspiarz”**

ul. Matejki 22, 72-600 Świnoujście

tel./fax. (91) 321 37 81

email: osir@uznam.net.pl, www.osir.uznam.net.pl

Celem funkcjonowania OSiR jest zapewnienie mieszkańcom Świnoujścia i turystom możliwości aktywnego spędzania wolnego czasu w oparciu o administrowane obiekty sportowo-rekreacyjne: m.in. pole kempingowe, halę tenisową, krytą pływalnię, stadion miejski, boisko piłkarskie ze sztuczną nawierzchnią, halę sportową, skate-park. OSiR organizuje też szereg cyklicznych imprez sportowo-rekreacyjnych.

➤ **Świnoujska Organizacja Turystyczna (ŚOT)**

ul. Armii Krajowej 12/321, 72-600 Świnoujście

tel. (091) 321 95 27, fax. (091) 321 95 28

email: sot@um.swinoujscie.pl, www.swinoujscie.turystyka.pl

Analiza SWOT dla środowiska funkcjonowania turystyki w Świnoujściu

MOCNE STRONY (STRENGTHS)

1. Położenie przygraniczne.
2. Walory wypoczynkowe (miasto – kąpielisko morskie).
3. Położenie na szlaku morskim.
4. Walory uzdrowiskowe (miasto – uzdrowisko).
5. Dobra infrastruktura portowa.
6. Dobra infrastruktura komunalna.

SŁABE STRONY (WEAKNESSES)

1. Zamknięte dla ruchu samochodów przejście graniczne.
2. Brak stałej przeprawy na Świnie.
3. Sezonowość turystyki.
4. Brak nowych miejsc pracy w mieście.
5. Niedostateczna znajomość języków obcych przez kadrę obsługującą ruch turystyczny.
6. Niewłaściwa struktura i brak rozwoju pozaturystycznej gospodarki lokalnej.
7. Niewystarczająca infrastruktura turystyczna.
8. Zły stan dróg.
9. Zadłużenie budżetu miasta.
10. Wzrost ubóstwa mieszkańców.
11. Niewystarczające budownictwo socjalne do potrzeb.
12. Brak rozwoju produktów turystycznych.
13. Brak wsparcia publicznego dla MSP działających w turystyce.
14. Zły stan techniczny budynków komunalnych.
15. Brak ładu przestrzennego.
16. Niedorozwój funkcji miejskich prawobrzeża.
17. Deficytowość mieszkalnictwa komunalnego i szpitala.
18. Brak systemu gospodarki nieruchomościami miejskimi.

SZANSE (OPPORTUNITIES)

1. Napływ kapitału inwestycyjnego w turystyce.
2. Wzrost gospodarczy kraju.
3. Rosnący popyt na usługi turystyczne.
4. Rozwój żeglugi bliskiego zasięgu.
5. Otwarcie połączenia kolejowego z Niemcami.
6. Możliwość pozyskania środków z funduszy unijnych.

7. Spadek kursu złotego.
8. Powstanie bazy NATO.
9. Spadek oprocentowania kredytów.

ZAGROŻENIA (THREATS)

1. Wzrost konkurencji w turystyce.
2. Pogorszenie dostępności do kredytów, spowodowane kryzysem.
3. Wzrost konkurencji portowej.
4. Marginalizacja komunikacyjna miasta.
5. Regres handlu przygranicznego (wyrównywanie się cen).
6. Likwidacja subwencji na przeprawy promowe.
7. Spadek popytu na przeładunki masowe.
8. Niedofinansowanie służby zdrowia.
9. Likwidacja handlu wolnocłowego.

1.1.5 Gminy: Gryfino, Stare Czarnowo, Banie, Widuchowa, Kołbaskowo, Kobylanka

Miasto i Gmina Gryfino leżą nad brzegiem rzeki Regalicy, stanowiącej prawe ramię ujściowe Odry (wpada do Jeziora Dąbie). Gmina znajduje się w zachodniej części województwa zachodniopomorskiego. Od północy i północnego wschodu graniczy z obszarem miasta Szczecina. Przyroda to największe bogactwo gminy. Szeroko rozlana dolina Odry, płynąca przez starorzecza i rozlewiska oraz otaczające je wzgórza morenowe są podstawowymi wyznacznikami miejscowego krajobrazu. Dolina Tywy, liczne jeziora, kompleksy leśne, obszary specjalnej ochrony ptaków i siedlisk stanowią o niezwykłych walorach przyrodniczych i turystycznych. Gryfino leży w obrębie Międzynarodowego Parku Krajobrazowego „Dolina Dolnej Odry”, powołanego 1 kwietnia 1993 r. rozporządzeniem Wojewody Szczecińskiego. Park leży między dwoma ramionami Odry, na przestrzeni od Widuchowej do Szczecina, w granicach gmin Widuchowa, Gryfino, Szczecin i Kołbaskowo.

Stare Czarnowo to wieś gminna w województwie zachodniopomorskim, w powiecie gryfińskim. W gminie przeważają lasy, użytki rolne i wody, co przesądza o jej rolniczym charakterze. Atutami podnoszącymi walory gminy są: dobre połączenie z resztą kraju i z zagranicą przez połączenia drogowe o znaczeniu krajowym i regionalnym; korzystne położenie w bezpośrednim sąsiedztwie aglomeracji szczecińskiej, dobre warunki przyrodniczo-klimatyczne i krajobrazowe (Puszcza Bukowa - cenne drzewostany, urozmaicona rzeźba terenu, kompleksy malowniczo położonych czystych jezior), które zachęcają do rekreacji i wypoczynku, a także do uprawiania sportów wodnych i turystyki.

W granicach administracyjnych gminy (95%) znajduje się Szczeciński Park Krajobrazowy. Położony na wydłużonym paśmie wzniesień morenowych zwanych Wzgórzami Bukowymi, park jest obszarem o wysokich walorach przyrodniczych, kulturowych i krajobrazowo-turystycznych.

Widuchowa to wieś gminna położona w województwie zachodniopomorskim, w powiecie gryfińskim. Leży w Dolinie Dolnej Odry, na granicy z Niemcami. Na wysokości Widuchowej Odra rozdziela się na dwie odnogi: Odrę Zachodnią, po której przeprowadzona jest linia graniczna oraz Odrę Wschodnią (Regalicę). Pomiędzy tymi dwiema odnogami rozciąga się obszar zwany Międzyodrzem, na którym ustanowiono Park Krajobrazowy „Dolina Dolnej Odry”. Poza żeglowną rzeką Odrą, w okolicy dostępna dla kajaków jest tzw. Stara Regalica na Międzyodrze oraz Rurzyca na południe od Ognicy. Strategiczne kierunki rozwoju gminy to: turystyka, rolnictwo, przemysł o niskiej uciążliwości dla środowiska.

Gmina Banie położona jest w południowo-zachodniej części województwa zachodniopomorskiego w powiecie gryfińskim. Prawie cała Ziemia Bańska położona jest w zlewni wijącej się wśród lasów i pól rzeki Tywy. Mimo rolniczego charakteru, gmina posiada również piękne tereny rekreacyjno-wypoczynkowe. Wielkim bogactwem gminy jest czyste środowisko, około 5700 ha lasów bogatych w runo leśne i zwierzynę łowną umożliwiającą aktywną działalność kołom łowieckim, a liczne czyste jeziora są rajem dla wędkarzy. Do najatrakcyjniejszych zbiorników wodnych na terenie gminy należą jeziora: Długie, Dłużec, Dołgie, Górne, Grodziskie, Grzybno, Mostowe, Strzeleckie i Święte. Wypoczynek i rekreację gwarantują położone pośród pięknych lasów ośrodki wypoczynkowe nad jeziorem Długim, w miejscowościach Baniewice i Swobnica. Na terenie gminy znajdują się 4 parki zabytkowe: park pałacowy w Babinku, park dworski w Lubanowie, park pałacowy w Rożnowie i park zamkowy w Swobnicy.

Kołbaskowo to wieś gminna położona w województwie zachodniopomorskim, w powiecie polickim. Położona jest w odległości 10 km od Szczecina przy granicy z Niemcami. Przez wieś przebiega droga krajowa nr 13 na odcinku Szczecin – Kołbaskowo – Rosówek, dalej do Schwedt/Oder, zaś w pobliżu autostrada A6 Szczecin – Berlin, przy której znajdowało się przejście graniczne. Gmina Kołbaskow leży na Wzniesieniach Szczecińskich i w Dolinie Dolnej Odry nad Odrą. Położona jest na tzw. Wale Bezleśnym, nieco zalesionym na zboczach. Najwyższym punktem Wału jest Mała Góra (88 m n.p.m.). W przeszłości cały ten teren porastały lasy, które zanikły na skutek rolniczej. Obszar Międzyodrze zajmuje Park Krajobrazowy „Dolina Dolnej Odry”, w którym znajdują się 3 rezerваты: Kurowskie Błota, Kanał Kwiatowy i Wzgórze Widokowe nad Międzyodrzem.

Kobylanka to gmina wiejska położona w północno-zachodniej Polsce, w zachodniej części województwa zachodniopomorskiego, w powiecie stargardzkim. Siedzibą gminy jest wieś Kobylanka. Gmina ta leży na równinach: Pyrzyckiej i Goleniowskiej. Całą północną i zachodnią część gminy porastają lasy Puszczy Goleniowskiej, natomiast wschodnia część jest położona nad jeziorem Miedwie. Z Kłeskowa do Morzyczyna prowadzi zielony szlak turystyczny im. B. Czwójdzińskiego, a z Załomia do Stargardu przez wieś Cisewo prowadzi niebieski szlak im. Anny Jagiellonki. Jezioro Miedwie jest dostępne dla żeglarzy. Tereny leśne zajmują 55% powierzchni gminy, a użytki rolne 34%. W Kobylance rozwijają się: osadnictwo, usługi, handel oraz rzemiosło. Podstawowe uwarunkowanie stanowi decyzja o realizacji obejścia drogi ekspresowej S10 po stronie północnej terenów zabudowanych wsi Kobylanka. Na cele rozwoju osadnictwa urząd gminy wyznaczył tereny leżące po zachodniej i wschodniej stronie wsi Kobylanka oraz tereny w południowej części (po zachodniej i wschodniej stronie drogi wojewódzkiej Kobylanka - Kołbacz). Po stronie południowej drogi nr 10 Kobylanka – Stargard wyznaczono tereny na działalność usługowo-handlowe. **Jezioro Miedwie**, jedno z największych w Polsce, jest najważniejszym atutem gminy Kobylanka. Może poszczycić się najczystszyimi i najszerzymi plażami śródlądowymi w województwie. Długość jego linii brzegowej liczy około 39 km. Działalność rekreacyjna skupia się głównie na północnym krańcu jeziora, gdzie brzegi są płaskie, osłonięte drzewostanem parkowym. Jego wspaniałą wizytówką jest amfiteatr w formie wyłaniającego się z wody żagla. To raj dla wędkarzy. Cudowne miejsce dla miłośników aktywnego spędzania wolnego czasu, którzy znajdą tu moc atrakcji. W gminie Kobylanka istnieją doskonałe warunki do uprawiania kajakarstwa, nurkowania, żeglarstwa, windsurfingu oraz kitesurfingu. Przede wszystkim zachwycą tu przepiękny krajobraz oraz spokój i cisza na dużych przestrzeniach. Są to idealne warunki do Nordic Walkingu, przejażdżek konnych czy też wycieczek pieszych i rowerowych wokół jeziora.

Gminne instytucje, odpowiedzialne za rozwój turystyki

➤ GRYFINO

• Urząd Miasta i Gminy w Gryfinie

ul. 1 Maja 16, 74-100 Gryfino

tel. (91) 416 22 10, 416 20 11, fax. (91) 416 27 02

email: burmistrz@gryfino.pl; www.gryfino.pl

• Wydział Edukacji, Kultury, Sportu i Turystyki

tel. (91) 416 90 79, 466 65 41, edukacja@gryfino.pl

Do zadań Wydziału należy m.in.:

1. prowadzenie, w zakresie nie zastrzeżonym dla innych podmiotów, zadań własnych gminy w zakresie: kultury, ochrony dziedzictwa kulturowego, turystyki, kultury fizycznej (w tym obsługa Gryfińskiej Rady Sportu), współpracy z organizacjami społecznymi, ochrony zdrowia (w tym realizacja Gminnego Programu Ochrony Zdrowia) i pomocy społecznej,
2. koordynowanie działalności związanej z zagospodarowaniem turystyczno-wypoczynkowym oraz gospodarką terenami, obiektami oraz urządzeniami sportowymi i rekreacyjnymi,

- **Biuro Informacji i Promocji**

tel. (91) 416 93 50 wew. 36, webmaster@gryfino.pl

Do zadań Biura należy m.in. koordynacja działań promocyjnych w zakresie kultury, sportu, turystyki, rekreacji i wypoczynku.

- **Ośrodek Sportu i Rekreacji w Gryfinie**

ul. Sportowa 3, 74-100 Gryfino

tel. (91) 416 30 11

email: osir@gryfino.pl, www.bip.osir.gryfino.pl

- **Centrum Informacji Turystycznej „Pałacyk pod Lwami”**

ul. Bolesława Chrobrego 48, 74-100 Gryfino

tel. (91) 852 31 83, fax. (91) 416 29 50

email: turystyka@gryfino.pl, promocja@gdk.com.pl

CIT udziela informacji o:

- możliwościach wypoczynku i spędzania czasu wolnego na terenie gminy
- imprezach kulturalnych, sportowych i turystycznych
- bazie noclegowej i gastronomicznej
- atrakcjach turystycznych.

➤ **STARE CZARNOWO**

- **Urząd Gminy Stare Czarnowo**

ul. Św. Floriana 10, 74-106 Stare Czarnowo

tel. (91) 312 41 31, 312 41 42, fax. (91) 312 41 31

www.stareczarnowo.pl

Stanowisko ds. Oświaty, Kultury Rekreacji i Zdrowia

Do zadań Stanowiska należą sprawy związane z zadaniem Gminy jako prowadzącego gminne placówki oświatowe, z kulturą i sztuką oraz kulturą fizyczną, wypoczynkiem, rekreacją oraz z ochroną zdrowia, w tym m.in.:

- rekreacja młodzieży szkolnej i dorosłych,
- koordynowania działalności w zakresie turystyki.

➤ **WIDUCHOWA**

• **Urząd Gminy Widuchowa**

ul. Grunwaldzka 8, 74-120 Widuchowa

tel./fax. (91) 416 72 55, 416 72 56, 416 72 81

email: org@widuchowa.pl, www.widuchowa.pl

Referat ds. Oświaty, Kultury, Sportu i Turystyki

W zakresie spraw m.in.: współdziałanie z organizacjami i instytucjami dot. oświaty, kultury, sportu i turystyki.

➤ **BANIE**

• **Urząd Gminy Banie**

ul. Skośna 6, 74-110 Banie

tel. (91) 416 63 81, 416 63 53, fax. (91) 416 63 53

email: urzad@banie.pl, www.banie.pl

Stanowisko do spraw zarządzania projektami i programami pomocowymi UE i BIP

Do zakresu działania Stanowiska należy m.in. przedkładanie Wójtowi przy współpracy z Dyrektorem GOKiS rocznych planów imprez o charakterze kulturalnym, rekreacyjnym i sportowym.

• **Międzynarodowe Centrum Turystyki Kultury i Sportu / Gminny Ośrodek Kultury i Sportu**

ul. Skośna 7, 74-110 Banie

tel. (91) 416 63 66

Cele i przedmiot działania:

1. Ośrodek prowadzi działalność kulturalną w ramach zadań własnych gminy o charakterze obowiązkowym.
2. Ośrodek realizuje zadania w dziedzinie kultury, sportu i turystyki.

Do podstawowych zadań Ośrodka należy m.in. prowadzenie punktu informacji turystycznej.

➤ **KOLBASKOWO**

• **Urząd Gminy Kolbaskowo**

Kolbaskowo 106, 72-001 Kolbaskowo

tel. (91) 311 95 53, fax. (91) 311 95 10

Analiza SWOT dla środowiska funkcjonowania turystyki w subregionie gryfińskim

MOCNE STRONY (STRENGTHS)

1. Położenie w obszarze metropolitalnym Szczecina i w pobliżu Berlina (trzy przejścia graniczne w gminie Kołbaskowo), ciągi komunikacyjne A6 i S3.
2. Park Krajobrazowy „Dolina Dolnej Odry”, w którym znajdują się 3 rezerваты: Kurowskie Błota, Kanał Kwiatowy i Wzgórze Widokowe nad Międzyodrzem.
3. Unikalny pomnik przyrody na terenie gminy Gryfino – „Krzywy Las”.
4. Atrakcyjna turystycznie Puszcza Bukowa („Góry Bukowe”).
5. Potencjał do uprawiania turystyki wodnej i wędkarstwa: jeziora Wełtyń, Steklno, Borzymskie, Wirowskie, rzeki Odra i Tywa.
6. Bogate dziedzictwo historyczne jako potencjał do tworzenia produktów turystyki historycznej (wielokulturowość, wielonarodowość).
7. Zabytki sakralne, m.in. zabytki cysterskie (Kołbacz), joannickie (Swobnica), pałace, dworki, parki podworskie, stare cmentarze.
8. Skomercjalizowana atrakcja turystyczna, która przyciąga turystów zagranicznych – Centrum Wodne LAGUNA w Gryfinie.
9. Bogata oferta wydarzeń kulturalnych i rekreacyjno-sportowych: Gryfiński Festiwal Miejsc i Podróży „Włóczykij”, Festiwal Piosenki Angielskiej, Jarmark Widuchowski, Klucha Bańska, Dni Gryfina.
10. Atrakcyjna oferta turystyki sportowej dla turysty zagranicznego - Pole golfowe Binowo Park.
11. Dobrze wyposażona baza sportowa w Gryfinie, w tym wypożyczalnia sprzętu wodnego, stacja wodna.
12. Atrakcyjne tereny myśliwskie i łowiska wędkarskie.
13. Ośrodki jeździeckie – centra turystyki aktywnej konnej.
14. Wysoka aktywność i zaangażowanie mieszkańców w rozwój turystyki (ludzie z pasją).
15. Wysoka skuteczność w pozyskiwaniu środków unijnych przez urzędy subregionu.

SŁABE STRONY (WEAKNESSES)

1. Brak jednolitego oznakowania szlaków, tras i obiektów turystycznych.
2. Niewystarczająca ogólnodostępna infrastruktura rekreacyjno-turystyczna (ścieżki rowerowe, punkty widokowe, wiaty, miejsca biwakowania).
3. Niewystarczająca baza noclegowa i gastronomiczna.

4. Niewielka ilość wykreowanych produktów turystycznych.
5. Zły stan konserwatorski części zabytków.
6. Niski stan techniczny infrastruktury do uprawiania turystyki wodnej (zaniedbane kąpieliska lub ich brak).
7. Niska dostępność atrakcji turystycznych Międzyodrza.
8. Brak ogólnodostępnych toalet.
9. Brak wyznaczonego miejsca lokalizacji dużych imprez masowych w Gryfinie.
10. Niewystarczająca infrastruktura kanalizacyjna i melioracyjna.
11. Niewystarczająca ilość połączeń komunikacji autobusowej i PKP między Gryfinem, a mniejszymi miejscowościami w subregionie.
12. Niewystarczająca ilość miejsc parkingowych.
13. Brak systemu informacji turystycznej.
14. Niewystarczająca dostępność dla turysty punktu IT (tylko popołudnia i weekendy).
15. Niewystarczająca promocja subregionu (w zakresie przeznaczanych środków i prowadzonych działań).
16. Brak wspólnych systemów rezerwacji i sprzedaży ofert turystycznych przedsiębiorców.
17. Brak współpracy i wymiany informacji pomiędzy podmiotami turystycznymi w subregionie.
18. Brak świadomości wartości subregionalnego potencjału turystycznego wśród mieszkańców.
19. Brak poczucia tożsamości i wspólnoty lokalnej.
20. Niewystarczająca ilość wyszkolonych kadr w turystyce.
21. Duże obszary objęte patologiami środowisk popegeerowskich.
22. Brak inwestorów w turystyce.
23. Wysoka stopa bezrobocia w subregionie.
24. Słaba znajomość języków obcych wśród mieszkańców.

SZANSE (OPPORTUNITIES)

1. Możliwość pozyskania środków unijnych na inwestycje.
2. Możliwość organizacji szkoleń dla kadr turystyki.
3. Współpraca międzynarodowa, transgraniczna.
4. Duży potencjał ludzki (aktywni bezrobotni).
5. Moda na tworzenie turystycznych produktów regionalnych.
6. Park przemysłowy jako strefa przyciągająca inwestorów.
7. Rozpoczęta budowa nabrzeża w Gryfinie.
8. Plany budowy nabrzeża w Widuchowej.

9. Bardzo dobra dostępność edukacyjna, także w zakresie turystyki (bliskość Szczecina i jego bazy edukacyjnej).
10. Prowadzona w szkołach edukacja turystyczna dzieci i młodzieży.
11. Program Natura 2000 – kreujący modę na ekologię.

ZAGROŻENIA (THREATS)

1. Emigracja mieszkańców subregionu, szczególnie młodych.
2. Pesymizm, marazm mieszkańców.
3. Stałe zagrożenie powodziowe.
4. Sezonowość oferty turystycznej.
5. Upolitycznienie decyzji samorządowych.
6. Program Natura 2000 – ograniczenia dotyczące uprawiania turystyki na terenach objętych.

1.1.7 Gminy Police, Dobra, Nowe Warpno

Gmina Police jest to gmina miejsko-wiejska położona jest w zachodniej części województwa zachodniopomorskiego, w powiecie polickim, położona na Pobrzeżu Szczecińskim. Siedzibą gminy jest miasto Police. Gmina położona jest w regionach fizycznogeograficznych Równina Wkrzańska, Puszcza Wkrzańska, Dolina Dolnej Odry i Wzniesienia Szczecińskie nad Odrą (na tym odcinku zwaną Domiążą) przy jej ujściu do Zalewu Szczecińskiego. W zachodniej części przy granicy z gminą Dobra znajduje się rezerwat przyrody Świdwie. Lasy Puszczy Wkrzańskiej, będące obszarem sieci Natura 2000, porastają znaczną część gminy. Obszary bezleśne znajdują się głównie we wschodniej, nadodrzańskiej części, gdzie utworzono obszar chroniony sieci Natura 2000 – Police - kanały. Przez gminę prowadzą szlaki turystyczne po Puszczy Wkrzańskiej. Tereny leśne zajmują 52% powierzchni gminy, a użytki rolne 21%.

Gmina Nowe Warpno to gmina miejsko-wiejska położona jest w zachodniej części województwa zachodniopomorskiego, w powiecie polickim. Siedzibą gminy jest miasto Nowe Warpno. Jest to najmniej ludna gmina miejsko-wiejska w Polsce oraz najmniejsza pod względem ludności gmina woj. zachodniopomorskiego. Dodatkowo, obszar wiejski gminy (tzn. tereny poza miastem Nowe Warpno) jest najmniej ludnym takim obszarem na terenie gminy miejsko-wiejskiej w Polsce (liczy 447 osób). Według danych z 31 grudnia 2016 r. gmina miała 1667 mieszkańców. Gmina leży w regionie fizycznogeograficznym Puszcza Wkrzańska, terytorium obejmuje także południowo-zachodni fragment Zalewu Szczecińskiego oraz jego Zatokę Nowowarpińską i Jezioro Nowowarpińskie (część

wschodnią). Niemal cała gmina jest pokryta lasami Puszczy Wkrzańskiej. Przez gminę prowadzi czerwony szlak turystyczny "Puszczy Wkrzańskiej im. Stefana Kaczmarka" z Trzebieży do osiedla Głębokie. W Nowym Warpnie czynne jest morskie przejście graniczne. Tereny leśne zajmują 38% powierzchni gminy, a użytki rolne 7%. Baza noclegowa Nowego Warpna to ośrodek wypoczynkowy, marina, camping, pensjonat i pokoje w kwaterach prywatnych.

Gmina Dobra to gmina wiejska położona w województwie zachodniopomorskim w środkowej części powiatu polickiego. Siedzibą władz gminy jest wieś Dobra. Gmina stanowi 16,6% powierzchni powiatu. Gmina leży na Wzniesieniach Szczecińskich (Wał Stobniański) i w Puszczy Wkrzańskiej. Przy północno-wschodniej granicy gminy znajduje się rezerwat Świdwie. Do tego rezerwatu prowadzi z Dobrej czarny szlak rowerowy. Tereny leśne zajmują 22% powierzchni gminy, a użytki rolne 63%.

1.2 Inwentaryzacja potencjału turystycznego SOM

Szczeciński Obszar Metropolitalny

Gminy/Powiaty: Świnoujście, gm. Nowe Warpno (powiat policki), gm. Police (powiat policki), gm. Dobra Szczecińska (powiat policki), gm. Kołbaskowo (powiat policki), gm. Gryfino (powiat gryfiński), gm. Stare Czarnowo (powiat gryfiński), gm. Kobylanka (powiat stargardzki), gm. Stargard (miejska - powiat stargardzki), gm. Stargard (miejska - powiat stargardzki), gm. Goleniów (powiat goleniowski), gm. Stepnica (powiat goleniowski) i Szczecin – powiat grodzki.

Tabela 1. Zasoby kulturowe, kulturowo-historyczne, przyrodnicze, przyrodniczo-kulturowe, infrastrukturalne i baza turystyczna zlokalizowane na terenie SOM

ZASOBY KULTUROWE I KULTUROWO-HISTORYCZNE		
obiekty zabytkowe	muzea, galerie, wystawy	pomniki, cmentarze, miejsca pamięci
1. Duże założenia sakralne, świątynie ceglane, klasztory (15) - Świnoujście (1) - Nowe Warpno (1) - Police (2) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (0) - Gryfino (2) - Stare Czarnowo (1) - Kobylanka (0) - Stargard (3)	1. Muzea i izby pamięci (36) - Świnoujście (4) - Nowe Warpno (1) - Police (2) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (0) - Gryfino (2) - Stare Czarnowo (1) - Kobylanka (1) - Stargard (5) - Goleniów (4)	1. Pomniki, tablice pamiątkowe (71) - Świnoujście (6) - Nowe Warpno (2) - Police (3) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (0) - Gryfino (9) - Stare Czarnowo (2) - Kobylanka (3) - Stargard (13) - Goleniów (9)

- Goleniów (1) - Stepnica (0) - Szczecin (4) 2. Kamienne kościoły średniowieczne oraz ryglowe świątynie XVII-XIX w. (41) - Świnoujście (0) - Nowe Warpno (2) - Police (2) - Dobra Szczecińska (4) - Kołbaskowo (6) - Gryfino (4) - Stare Czarnowo (1) - Kobylanka (1) - Stargard (12) - Goleniów (4) - Stepnica (2) - Szczecin (3) 3. Inne, zabytkowe obiekty sakralne (38) - Świnoujście (3) - Nowe Warpno (1) - Police (1) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (1) - Gryfino (3) - Stare Czarnowo (2) - Kobylanka (2) - Stargard (8) - Goleniów (5) - Stepnica (2) - Szczecin (10) 4. Zamki, pałace i założenia parkowe lub parkowo-palacowe (53) - Świnoujście (1) - Nowe Warpno (2) - Police (4) - Dobra Szczecińska (2) - Kołbaskowo (2) - Gryfino (8) - Stare Czarnowo (3) - Kobylanka (4) - Stargard (12) - Goleniów (6) - Stepnica (1) - Szczecin (8) 5. Zabytkowe fortyfikacje miejskie (mury, baszty, wieże, bramy) (22) - Świnoujście (0)	- Stepnica (1) - Szczecin (15) 2. Galerie i/lub wystawy w tym plenerowe (50) - Świnoujście (4) - Nowe Warpno (2) - Police (3) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (0) - Gryfino (5) - Stare Czarnowo (2) - Kobylanka (2) - Stargard (9) - Goleniów (5) - Stepnica (1) - Szczecin (17)	- Stepnica (3) - Szczecin (21) 2. Cmentarze zabytkowe, nekropolie, miejsca pochówku znaczących osób (51) - Świnoujście (2) - Nowe Warpno (1) - Police (2) - Dobra Szczecińska (1) - Kołbaskowo (1) - Gryfino (5) - Stare Czarnowo (3) - Kobylanka (3) - Stargard (9) - Goleniów (7) - Stepnica (3) - Szczecin (14)
--	--	--

- Nowe Warpno (0) - Police (0) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (0) - Gryfino (2) - Stare Czarnowo (1) - Kobylanka (0) - Stargard (10) - Goleniów (4) - Stepnica (0) - Szczecin (5) 6. Zabytkowe kamienice, ratusze, założenia miejskie i magazyny, itp. (92) - Świnoujście (8) - Nowe Warpno (5) - Police (2) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (0) - Gryfino (2) - Stare Czarnowo (1) - Kobylanka (0) - Stargard (12) - Goleniów (4) - Stepnica (1) - Szczecin (57) 7. Zabytki techniki, przemysłu i komunikacji (46) - Świnoujście (3) - Nowe Warpno (0) - Police (2) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (1) - Gryfino (5) - Stare Czarnowo (2) - Kobylanka (1) - Stargard (8) - Goleniów (6) - Stepnica (4) - Szczecin (14) 8. Zabytki militarne (49) - Świnoujście (10) - Nowe Warpno (0) - Police (4) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (0) - Gryfino (6) - Stare Czarnowo (0) - Kobylanka (0) - Stargard (7)		
--	--	--

- Goleniów (4) - Stepnica (2) - Szczecin (16) 9. Zabytki archeologiczne (84) - Świnoujście (2) - Nowe Warpno (4) - Police (4) - Dobra Szczecińska (8) - Kołbaskowo (6) - Gryfino (10) - Stare Czarnowo (6) - Kobylanka (6) - Stargard (14) - Goleniów (11) - Stepnica (5) - Szczecin (8)		
szlaki kulturowe i tematyczne (realne i wirtualne), w tym międzynarodowe	produkty tradycyjne, winiarstwo i lokalne browarnictwo (w tym lokale serwujące produkty regionalne)	
- Świnoujście (2) - Nowe Warpno (0) - Police (0) - Dobra Szczecińska (1) - Kołbaskowo (1) - Gryfino (1) - Stare Czarnowo (2) - Kobylanka (0) - Stargard (2) - Goleniów (2) - Stepnica (1) - Szczecin (6)	- Świnoujście (2) - Nowe Warpno (1) - Police (0) - Dobra Szczecińska (1) - Kołbaskowo (1) - Gryfino (6) - Stare Czarnowo (3) - Kobylanka (2) - Stargard (7) - Goleniów (4) - Stepnica (3) - Szczecin (12)	
ZASOBY PRZYRODNICZE I PRZYRODNICZO-KULTUROWE		
Obszary chronione (parki narodowe, krajobrazowe, rezerваты przyrody)	Pomniki przyrody	Obszary Natura2000
- Świnoujście (1) - Nowe Warpno (0) - Police (1) - Dobra Szczecińska (1) - Kołbaskowo (2) - Gryfino (5) - Stare Czarnowo (3) - Kobylanka (2) - Stargard (3) - Goleniów (2) - Stepnica (1) - Szczecin (3)	- Świnoujście (23) - Nowe Warpno (4) - Police (12) - Dobra Szczecińska (3) - Kołbaskowo (1) - Gryfino (1) - Stare Czarnowo (83) - Kobylanka (29) - Stargard (37) - Goleniów (44) - Stepnica (6) - Szczecin (45)	- Świnoujście (6) - Nowe Warpno (3) - Police (5) - Dobra Szczecińska (2) - Kołbaskowo (2) - Gryfino (6) - Stare Czarnowo (3) - Kobylanka (4) - Stargard (3) - Goleniów (6) - Stepnica (6) - Szczecin (4)
jeziora kąpieliskowe i inne wykorzystywane akweny	rzeki z kąpieliskami	interesujące formy krajobrazu

- Świnoujście (3) - Nowe Warpno (1) - Police (0) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (0) - Gryfino (3) - Stare Czarnowo (2) - Kobylanka (1) - Stargard (4) - Goleniów (1) - Stepnica (1) - Szczecin (2)	- Świnoujście (1) - Nowe Warpno (0) - Police (1) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (0) - Gryfino (2) - Stare Czarnowo (0) - Kobylanka (1) - Stargard (1) - Goleniów (1) - Stepnica (0) - Szczecin (3)	- Świnoujście (2) - Nowe Warpno (1) - Police (0) - Dobra Szczecińska (1) - Kołbaskowo (1) - Gryfino (2) - Stare Czarnowo (4) - Kobylanka (0) - Stargard (3) - Goleniów (1) - Stepnica (0) - Szczecin (3)
ZASOBY INFRASTRUKTURALNE I BAZA TURYSTYCZNA		
baza noclegowa	baza gastronomiczna	kąpieliska z plażą
- Świnoujście (>250) - Nowe Warpno (15) - Police (5) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (3) - Gryfino (20) - Stare Czarnowo (5) - Kobylanka (28) - Stargard (17) - Goleniów (11) - Stepnica (19) - Szczecin (38)	- Świnoujście (>300) - Nowe Warpno (31) - Police (26) - Dobra Szczecińska (11) - Kołbaskowo (17) - Gryfino (39) - Stare Czarnowo (9) - Kobylanka (29) - Stargard (57) - Goleniów (35) - Stepnica (16) - Szczecin (>200)	- Świnoujście (3) - Nowe Warpno (1) - Police (0) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (0) - Gryfino (2) - Stare Czarnowo (2) - Kobylanka (2) - Stargard (0) - Goleniów (1) - Stepnica (1) - Szczecin (4)
infrastruktura żeglarska, mariny	znakowane szlaki turystyczne (piesze, rowerowe, kajakowe itp.)	promenady, strefy rekreacyjno-wypoczynkowe
- Świnoujście (3) - Nowe Warpno (2) - Police (2) - Dobra Szczecińska (0) - Kołbaskowo (0) - Gryfino (1) - Stare Czarnowo (0) - Kobylanka (1) - Stargard (0) - Goleniów (1) - Stepnica (1) - Szczecin (4)	- Świnoujście (6) - Nowe Warpno (3) - Police (7) - Dobra Szczecińska (4) - Kołbaskowo (3) - Gryfino (9) - Stare Czarnowo (15) - Kobylanka (3) - Stargard (5) - Goleniów (7) - Stepnica (4) - Szczecin (24)	- Świnoujście (5) - Nowe Warpno (2) - Police (2) - Dobra Szczecińska (1) - Kołbaskowo (1) - Gryfino (3) - Stare Czarnowo (1) - Kobylanka (3) - Stargard (2) - Goleniów (3) - Stepnica (1) - Szczecin (7)

Źródło: T. Duda

1.3. Formy i rodzaje turystyki występujących na obszarze SOM

Na podstawie przeprowadzonych analiz zostały wskazane następujące rodzaje form i rodzajów turystyki dostępnych na obszarze Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego:

- Turystyka uzdrowiskowa i zdrowotna (gmina Świnoujście).
- Turystyka miejska i historyczna (Szczecin, Stargard, Świnoujście).
- Turystyka wypoczynkowa nadwodna (gmina Szczecin, gmina Świnoujście, gmina Nowe Warpno, gmina Goleniów, gmina Police, gmina Kołbaskowo, gmina Kobylanka, gmina Stepnica).
- Agroturystyka (gmina Nowe Warpno, gmina Dobra, gmina Stargard, gmina Goleniów, gmina Gryfino, gmina Stare Czarnowo).
- Aktywna turystyka wypoczynkowa m.in. piesza i rowerowa (wszystkie gminy SOM).
- Turystyka gastronomiczna i kulinarna (wszystkie gminy SOM).
- Turystyka kulturowa (wszystkie gminy SOM).
- Turystyka promowa (Świnoujście).
- Turystyka sportowa (wszystkie gminy SOM, każda z gmin posiada niezbędną infrastrukturę do uprawiania sportu).
- Turystyka rowerowa.
- Turystyka edukacyjna.
- Turystyka krajoznawcza.
- Turystyka przyrodnicza (wszystkie gminy SOM).
- Turystyka grzybiarska i leśna.
- Turystyka żeglarska (Świnoujście, Szczecin, Stepnica, Kobylanka, Police, Nowe Warpno, Kołbaskowo).
- Turystyka kajakowa (Świnoujście, Szczecin, Stepnica, Kobylanka, Police, Nowe Warpno, Kołbaskowo, Goleniów, Stargard).
- Turystyka wędkarska (Goleniów, Szczecin, Police, Kobylanka, Kołbaskowo).
- Turystyka związana z organizacją różnego rodzaju eventów i wydarzeń.
- Turystyka winiarska (Gryfino, Stare Czarnowo, Police, Dobra, Szczecin).
- Turystyka zakupowa.
- Ekoturystyka i zielona turystyka.
- Turystyka techniczna i przemysłowa (np. wykorzystanie do celów turystycznych i zwiedzanie zakładów przemysłowych – obecnych i nieczynnych).

Ważnym działaniem powinno być kształtowanie na obszarze SOM oferty turystycznej o charakterze ponadgminnym i ponadregionalnym oraz wykreowanie wizerunku SOM jako

obszaru turystycznego z bogatą ofertą turystyczną dla każdego odwiedzającego. Powyższe wskazane rodzaje turystyki świadczyć mogą o tym, że taki kierunek działań jest możliwy. Należy również pokazać funkcjonowanie lokalnych turystycznych produktów markowych lub jeśli jest to możliwe ich wykreowanie.

Ważnym staje się ciągłość prowadzonej stowarzyszeniowej polityki turystycznej (praktyczna realizacja wspólnych celów polityki turystycznej i gospodarczej wszystkich gmin wchodzących w skład SOM) niezależnie od sprawującej władzę opcji politycznej. Turystyka powinna się w takim przypadku stać się narzędziem rozwoju ponad podziałami.

Kierunki wykorzystania potencjału turystycznego gmin wchodzących w skład SOM (podstawy do rozwoju wspólnych ofert turystycznych):

- **wybrzeże Morza Bałtyckiego wraz funkcjonującymi na jego terenie miejscowości wypoczynkowych** (połączenia infrastrukturalne, współpraca w zakresie realizowanych wspólnych inwestycji proturystycznych, wspólna promocja, zaplecze rekreacyjne i noclegowe dla wypoczynku nadmorskiego, alternatywa dla morza),
- **tranzyt** – drogi S6, S3, S10, przez teren SOM przebiegają ważne drogi krajowe łączące Niemcy, Szczecin z Trójmiastem oraz centralna i południową Polską,
- **turystyka wodna z wykorzystaniem lokalnych walorów krajobrazowych**, w szczególności krajobrazu rzeczno (głównie Odra i Ina), jeziornego (Jez. Miedwie, Jez. Nowowarpieńskie, Jez. Dąbie), Zalewu Szczecińskiego,
- **obszar recepcji turystycznej i turystyki weekendowej** dla mieszkańców zachodniej i południowej części województwa zachodniopomorskiego, w tym dla mieszkańców Niemiec, Szczecina, Gorzowa Wlkp., a także mieszkańców województw: wielkopolskiego, lubuskiego, śląskiego i dolnośląskiego,
- **turystyka wypoczynkowa na obszarach wiejskich (w tym agroturystyka),**
- **oparcie rozwoju gminy na wielokulturowości** (odejście od monokultury), szukanie nowych możliwości kreowania produktów turystycznych w oparciu o posiadane zasoby naturalne i kulturowe,
- **przygotować i w pełni uzbrojenie terenów pod inwestycje**, nie tylko turystyczne i proekologiczne,
- **zapewnić odpowiedni poziom bezpieczeństwa pobytu turystów na obszarze SOM,**
- **stworzenie internetowego systemu rezerwacji miejsc noclegowych wraz z bankiem kwater dla podmiotów działających na obszarze SOM,**
- **rozwój bazy noclegowej, sezonowej i całorocznej,**
- **dbanie o środowisko naturalne i czyste powietrze,**

- tworzenie nowych unikatowych produktów turystycznych, które mogłyby przyciągać turystów,
- intensyfikacja współpracy z gminami niemieckimi oraz gminami sąsiednimi nienależącymi do SOM,
- rozwój turystyki transgranicznej i kreowanie wspólnych ofert polsko-niemieckich, w tym rozwój infrastruktury niezbędnej do uprawiania różnych form i rodzajów turystyki.

Rozdział 2. Turystyka w strategiach rozwoju gmin SOM – wybrane kierunki działań i cele strategiczne

2.1 Szczecin

Strategia rozwoju Szczecina 2025

Turystyka, jako branża szczecińskiej gospodarki, od kilku lat dynamicznie zyskuje na znaczeniu. Liczba turystów odwiedzających Szczecin w 2008 r. wyniosła 1,2 mln osób (przy równoważnej liczbie turystów zagranicznych i krajowych). Wydatki turystów krajowych wyniosły 69,7 mln PLN; turystów zagranicznych 216 mln USD. W zakresie ruchu turystycznego i poziomu wydatków Szczecin nie odbiega znacząco od miast uznawanych za atrakcyjniejsze turystycznie (Gdańsk, Poznań, Wrocław), co oznacza, że Szczecin jest w stanie zaoferować odpowiednią ilość atrakcji dla przebywających turystów. Najważniejsze kierunki przyjazdowe w turystyce zagranicznej to Niemcy i Dania, następnie Szwecja i Norwegia, a także Belgia i Holandia. **Elementem atrakcyjności turystycznej są produkty turystyczne.** Szczecin posiada wykształcone, wyraźne produkty, jednak ich ilość i ranga jest wystarczająca dla maksymalnie dwudniowych pobytów, niepołączonych z innymi atrakcjami (np. krajoznawczymi, sportowymi, wellness&spa).

Do czynników ograniczających atrakcyjność turystyczną miasta należy zaliczyć:

- **brak charakterystycznego produktu turystycznego znanego w całym kraju,**
- **brak rozpoznawalnego miejsca organizacji imprez masowych,**
- **niezadowalającą liczbę organizatorów turystyki przyjazdowej,**
- **niewystarczającą współpracę z ościennymi gminami w zakresie oferty turystycznej,**
- **niestosowanie instrumentów ochrony lokalnego rynku usług turystycznych,**
- **brak jednolitego systemu, obejmującego wszystkie organizowane imprezy.**

Od kilku lat rozwija się nowy typ turystyki – zawinięcia cruiserów morskich (3 zawinięcia jednostek pełnomorskich w 2009 r.) i rzecznych (101 zawinięć). Baza noclegowa obejmuje 19 hoteli (3,2 tys. miejsc noclegowych) oraz 13 pensjonatów, schronisk, kempingów. Istniejąca struktura obiektów hotelarskich wskazuje na relatywnie niskie znaczenie turystyki biznesowej (brak hotelu pięciogwiazdkowego). W roku 2008 udzielono 500,4 tys. noclegów, w tym 230,9 tys. dla turystów zagranicznych. W ciągu ostatnich kilku lat Miasto wzmogło promocję turystyki (powołanie Referatu ds. Turystyki w 2006 r., sukcesywne zwiększanie wydatków miasta na rzecz turystyki oraz ilości imprez turystycznych krajowych i zagranicznych z udziałem Miasta). Narzędzia stosowane przez Referat to reklama w prasie, organizacja i obsługa stoisk targowych, wydawanie i dystrybucja

materiałów promocyjnych i informacyjnych, współpraca z serwisami internetowymi i z mediami oraz obsługa podmiotów turystycznych.

Wizja Szczecin 2025

Szczecin – miasto o znacznych zasobach zieleni i wód, bezpieczne, przyjazne i atrakcyjne dla mieszkańców, inwestorów i **turystów**, oferujące bogatą ofertę kulturalną oraz wysoką jakość życia i wypoczynku.

MISJA

Szczecin miastem otwartym i tolerancyjnym, atrakcyjnym miejscem do życia i pracy – wspólnotą mieszkańców wykorzystującą **do trwałego rozwoju dziedzictwo kulturowe, walory środowiska przyrodniczego oraz nadbałtyckie i nadodrzańskie położenie**

Cel:

Zdynamizowanie rozwoju turystyki z wykorzystaniem zasobów przyrodniczych i dziedzictwa historyczno-kulturowego

Działania podejmowane w celu strategicznym I. Szczecin – miasto wysokiej jakości życia, związane z ochroną oraz wykorzystaniem walorów przyrodniczych, a także z rewitalizacją i rozwojem przestrzeni miejskiej, zwiększają potencjał przyrodniczy, kulturowy i przestrzenny miasta i stwarzają nowe szanse uczynienia z turystyki rozwojowej gałęzi gospodarczej, tworzącej rozbudowane struktury kooperujące i tym samym stabilizującą wpływającą na lokalny rynek pracy. **Podstawowym warunkiem wykorzystania tych szans jest zwiększenie liczby przybywających turystów, wydłużenie czasu ich pobytu oraz rozwój nowych form turystyki, w tym w szczególności związanych z wodą i jachtingiem.** Pełne i efektywne wykorzystanie potencjału turystycznego miasta wymaga wsparcia budowy silnych wizerunkowo i rozpoznawalnych produktów turystycznych, spójnej oferty turystycznej posiadającej konsensus zainteresowanych środowisk, jednolitego systemu informacyjnego w zakresie imprez kulturalnych, sportowych i społecznych, wzmocnienia współpracy w zakresie oferty turystycznej z samorządem wojewódzkim, ościennymi gminami, organizacjami branżowymi i operatorami, a także zwiększenia liczby touroperatorów i instrumentów ochrony lokalnego rynku usług turystycznych.

Rozwój różnorodnych form turystyki, bazujących na dziedzictwie historycznym, ofercie kulturalnej oraz walorach przyrodniczych miasta wymaga także wspierania inicjatyw w zakresie rozbudowy i utrzymania – dostosowanej do zróżnicowanych potrzeb klientów – infrastruktury sprzyjającej rozwojowi turystyki i rekreacji, w tym infrastruktury wodnej, marin i ścieżek rowerowych wraz z systemem parkowania rowerów. Dobre prognozy posiada turystyka biznesowa, która powinna się rozwinąć wraz

z kolejnymi inwestycjami BPO (stymulować ją będzie rozwój bazy konferencyjno-hotelowej) oraz zdrowotna, kulturalna i wypoczynkowa.

Zdyskontowanie powyższych form wspierania turystyki wymaga przede wszystkim przemyślanej, spójnej promocji walorów i atrakcji miasta na poziomie krajowym i międzynarodowym, wymagającej skoordynowanej pracy całego środowiska, zarówno strony publicznej (Miasto, organizacje, stowarzyszenia), jak też komercyjnej (biura, przewoźnicy, dysponenti atrakcji turystycznych). Działania promocyjno-informacyjne, realizowane poza granicami Szczecina, winna uzupełniać zintegrowana sieć regionalnej informacji turystycznej oraz czytelny i jednolity system identyfikacji turystycznej miasta. Wszystkie te działania winny być spójne z marką Szczecina Floating Garden 2050.

2.2 Gmina Police

Strategia Rozwoju dla Gminy Police do roku 2020

Bogata historia Gminy, wiele ciekawych zabytków jak i walory turystyczno-przyrodnicze predysponują tereny do uprawiania różnych form turystyki, zwłaszcza wodnej, rowerowej oraz pieszej. Na terenie miasta Police znajduje się wiele interesujących zabytków, do których należą: – gotycka kaplica - jedyna pozostałość po XIII-wiecznym Kościele Najświętszej Marii Panny, który rozebrano pod koniec wieku XIX. Ten niewielki, acz interesujący architektonicznie budynek, znajduje się w staromiejskiej części miasta, przy Placu Chrobrego. Na tym samym placu mieści się duży skwer ozdobiony oryginalną fontanną, będącą charakterystycznym obiektem miasta, – Neogotycki Kościół Mariacki, który dzięki strzelistej ponad 60-metrowej wieży, już z oddali widoczny jest w panoramie Polic. Zbudowany w końcu XIX wieku, przechodził zmienne koleje losu. Pomimo to, większość imponującej budowli pozostała nienaruszona i dziś kościół należy do ważniejszych zabytków Polic stanowiąc jeden z nieoficjalnych symboli miasta. – Polickie Lapidarium - miejsce szczególne, znajdujące się w Parku Staromiejskim. Pełni ono funkcję podwójną: z jednej strony swoistego muzeum rzeźby nagrobnej, z drugiej - świadectwa pamięci i szacunku dla niedysiejszych mieszkańców miasta i okolic. Prace przy tworzeniu Lapidarium rozpoczęły się na przełomie lat 1997/98. Odrestaurowano ponad 120 elementów cmentarnych z 24 przedwojennych niemieckich cmentarzy. – Klasztor Augustianów w Policach-Jasienicy – jeden z najciekawszych zabytków tych terenów. Mnisi przybyli tu już w wieku XIII i zbudowali pierwszy kościół na wyniosłości zwanej Wzgórzem Maryjnym. Ceglany klasztor, o czysto gotyckiej architekturze, powstał nieco później, w wieku XIV, zaś w czasie Reformacji przejęły go władze świeckie. Po II wojnie światowej zaniedbany obiekt popadł

w ruinę. Paradoksalnie jednak owa dewastacja przyczyniła się do odsłonięcia pierwotnej, gotyckiej architektury klasztoru. Poza Policami na terenie Gminy do najważniejszych zabytków można zaliczyć: – Kościół w Pilchowie. Pierwsza wzmianka o Pilchowie pochodzi z 1286 r., kiedy wybudowano tutaj granitowy kościół. Do dzisiaj przetrwał neoromański kościół, ze zmianami dokonanymi w II połowie XIX wieku. Przy kościele zachowała się XIX wieczna dzwonnica o konstrukcji belkowej. – Kościół w Niekłończycy. Barokowa świątynia w Niekłończycy, wybudowana w 1778 roku, dała początek osadnictwu na terenach zwanych wówczas Królewskim Polem. Budowla ma charakterystyczną dla Pomorza konstrukcję ryglową (szachulcową). – Pałac w Leśnie Górnym. Po roku 1862 rozpoczęła się budowa pałacu w stylu eklektycznym. Kilkadziesiąt lat później przy pałacu urządzono park z lipami, dębami, klonami i wierzbami płaczącymi. Po II wojnie światowej majątek należał do różnych instytucji. Aktualnie znajduje się w rękach prywatnego właściciela, który pałac odbudował. – Pałac w Zalesiu. W 1910 roku rodzina Amim-Schlagenthin wybudowała w Zalesiu trzykondygnacyjny pałac, z wysokim dachem i latarnią. Po II wojnie światowej Zalesie stało się osadą leśników, a nieremontowany pałacyk niszczał. W 2000 roku zakończono generalny remont pałacu, który stał się siedzibą Nadleśnictwa Trzebież. Pałac położony jest w sąsiedztwie Rezerwatu "Świdwie". Rozwój turystyki w gminie Police skupia się wokół naturalnych atrakcji przyrodniczych i krajobrazowych, takich jak: tereny nad Zalewem Szczecińskim w Trzebieży, tereny Puszczy Wkrzańskiej, oraz obszar ujścia Odry. Do głównych miejscowości turystycznych o znaczeniu ponadgminnym można zaliczyć Trzebież, Bartoszewo oraz Żółtew. W Bartoszewie znajdują się ogródki działkowe z zabudową letniskową oraz ośrodek rekreacyjno – wypoczynkowy, a w miejscowości Żółtew ośrodek jeździecki. W gminie znajduje się kilka ośrodków jeździeckich: Bartoszewo, Żółtew, Trzeszczyń, Przęsocin, Leśno Górne, Pilchowo. Wśród form turystyki największe znaczenie posiada turystyka piesza i rowerowa. W celu uprawiania bezpiecznej turystyki rowerowej i pieszej w Gminie wyznaczono szereg szlaków turystycznych. Na obrzeżach Puszczy Wkrzańskiej usytuowana jest 4,5 kilometrowa trasa rekreacyjna. Jest tak zaplanowana, aby można tu było wypocząć, zadbać o kondycję czy choćby zorganizować rodzinny piknik. Na całej długości trasy rozmieszczono przyrządy do ćwiczeń, wygodne siedziska, tablice edukacyjne. Wyznaczono miejsca do grillowania. Ze ścieżki mogą korzystać amatorzy górskich rowerów. Wytyczenie i urządzenie trasy zostało tak pomyślane, aby mogły z niej korzystać zarówno dzieci jak i osoby starsze. Projektuje się również międzynarodową ścieżkę rowerową wokół Zalewu Szczecińskiego od Międzyzdrojów do Nowego Warpna. W zasięgu terytorialnym Gminy ścieżka ta przebiegać będzie ze Szczecina przez Pilchowo – Tanowo – Tatynię – Police-Jasienicę – Uniemyśl – Trzebież i dalej do Nowego Warpna. Trzebież

położona jest na skraju Puszczy Wkrzańskiej na zachodnim brzegu przewężenia łączącego południową część Wielkiego Zalewu z Roztoką Odrzańską. Trzebież posiada dostęp do głębokowodnego toru wodnego prowadzącego z Zatoki Pomorskiej do Szczecina, a dalej do morskich i śródlądowych szlaków żeglugowych. Walory położenia geograficznego, dotychczasowe doświadczenia oraz istniejący potencjał (techniczny, organizacyjny i ludzki) predestynują Trzebież do realizacji funkcji portowo – turystycznej. Obecnie głównym atutem miejscowości, odróżniającym ją od sąsiadujących ośrodków portowych, jest znaczący potencjał do obsługi żeglarstwa. Dla rozwoju turystyki, obok atrakcji w postaci imprez sportowych i rozrywkowych nie mniej ważna jest baza noclegowa oraz usługowa. Całoroczną bazę noclegową w Trzebieży stanowi 120 miejsc noclegowych oraz pole biwakowe przeznaczone dla 180 osób (nie licząc kwater prywatnych). Największym mankamentem jest zanieczyszczenie wód Zalewu Szczecińskiego i zbyt mała plaża w odniesieniu do potrzeb rozwijającej się turystyki. W Trzebieży zlokalizowany jest kompleks rekreacyjny. Kompleks o powierzchni 36 000 m² obejmuje pole biwakowe dla 180 obozowiczów, plac zabaw dla dzieci i 3 wielofunkcyjne boiska do gry. W Trzebieży ma swoją siedzibę Centralny Ośrodek Żeglarstwa Polskiego Związku Żeglarskiego im. Andrzeja Benesza – największej szkoły żeglarstwa morskiego w Polsce. COŻ jest organizatorem rejsów pełnomorskich po Morzu Bałtyckim i Morzu Północnym. Od wielu lat bierze czynny udział w zlocie żaglowców Tall Ships Races na jachcie Kapitan Głowacki. Ośrodek dysponuje licznym, różnej wielkości sprzętem pływającym przeznaczonym do szkolenia w rejsach morskich i kursach stacjonarnych. Dwa baseny jachtowe przystosowane są do cumowania jednocześnie 120 jednostek. W Trzebieży znajduje się największy na Zalewie Szczecińskim port rybacki, handlowy, pasażerski i żeglarski. W celu tworzenia warunków sprzyjających rozwojowi miejscowości poprzez rozbudowę infrastruktury terenów położonych wzdłuż brzegu Zalewu Szczecińskiego będących własnością Gminy Police i Polskiego Związku Żeglarskiego podpisano umowę, której celem jest wspólne finansowanie wstępnej koncepcji zagospodarowania, studium wykonalności i raportu oddziaływania na środowisko. Działania zmierzają do realizacji przedsięwzięcia pn. „Budowa infrastruktury dla ekologicznego rozwoju turystyki, rekreacji i sportów wodnych w Trzebieży”. Przedmiotem wspólnych działań jest kompleksowe zagospodarowanie oraz przygotowanie do zainwestowania terenu o powierzchni około 110 ha. W ramach projektu przewiduje się między innymi: 1) Modernizację istniejącego portu jachtowego (przebudowa basenów „A” i „B”, pirsu „T”, budowę nowych falochronów, przebudowę nawierzchni, budowę nowego ogrodzenia oraz systemu ochrony terenu, remont i przebudowę istniejącego budynku COŻ. 2) Budowę nowego basenu jachtowego wraz z zapleczem technicznym (slip, zaplecze hangarowe

i remontowe, stacja paliw). 3) Budowę zespołu obiektów sportowych. 4) Zagospodarowanie terenów wzdłuż Zalewu Szczecińskiego (rozbudowa plaży wraz z zapleczem i trasy spacerowe). W ramach przedsięwzięcia powstać ma m.in. marina gościnna zlokalizowana w pełni wyremontowanym basenie obecnego portu jachtowego Centralnego Ośrodka Żeglarskiego.

2.2. Priorytet II. Trwały rozwój gospodarczy.

CEL 4. Rozwój turystyki, sportu i rekreacji.

Działania:

- 1. Wspieranie rozwoju infrastruktury turystycznej.**
- 2. Rozwój bazy noclegowej**
- 3. Kreowanie produktów turystycznych o znaczeniu regionalnym.**
- 4. „Budowa infrastruktury dla ekologicznego rozwoju turystyki, rekreacji i sportów wodnych w Trzebieży”.**
- 5. Rozbudowa infrastruktury rekreacyjno – sportowej nad rzeką Łarpią.**
- 6. Zwiększenie różnorodności usług turystycznych bazujących na walorach przyrodniczych, ofercie sportowej i kulturalnej oraz dziedzictwie historycznym.**
- 7. Organizacja Transgranicznych Targów Turystycznych.**
- 8. Budowa zintegrowanego systemu Informacji i Promocji Turystycznej.**

Turystyka odgrywa coraz większą rolę w gospodarce regionu, zajmując ważne miejsce w budowaniu konkurencyjności i tworzeniu nowych miejsc pracy. Cel strategiczny obejmuje przedsięwzięcia służące stworzeniu zróżnicowanej oferty usług turystycznych, tworzeniu markowych produktów i budowie infrastruktury rekreacyjnej dla rozwoju turystyki. Gmina Police podejmuje działania infrastrukturalne służące przywróceniu Trzebieży charakteru miejscowości turystycznej i stworzeniu produktu turystycznego o znaczeniu regionalnym. Wspólnie z partnerami z Niemiec stworzono transgraniczną ofertę w pasie szlaku wodnego Ueckerseen – Zalew Szczeciński – Police w Euroregionie Pomerania. Koncepcja rozwoju miejscowości i podejmowane w jej ramach działania wspólnie z partnerami z Niemiec i Centralnym Ośrodkiem Żeglarstwa Polskiego Związku Żeglarskiego zmierzają do wykorzystania istniejącego potencjału turystycznego, przyrodniczego i społecznego w celu ożywienia gospodarczego regionu oraz stworzenia w Trzebieży ośrodka turystyki i sportów wodnych na trasie transgranicznego szlaku wodnego. Gmina posiada korzystne warunki dla rozwoju różnych form aktywnej turystyki, w szczególności wodnej, pieszej i rowerowej. Konieczny jest dalszy rozwój infrastruktury turystycznej i wspieranie rozwoju portu jachtowego oraz stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej we współpracy z partnerami na szczeblu lokalnym i regionalnym. **Połączenie walorów krajobrazowych**

i wypoczynkowych z ofertą kulturalną oraz nowoczesną infrastrukturą rekreacyjno-sportową to niewątpliwy atut w tworzeniu specjalistycznej oferty turystycznej, skierowanej do konkretnego odbiorcy. Problem stanowi brak odpowiedniej bazy noclegowej, której powstanie uzależnione jest od współpracy partnerów publicznych i prywatnych. Zwiększenie różnorodności usług turystycznych bazujących na walorach przyrodniczych, ofercie sportowej i kulturalnej oraz dziedzictwie historycznym uzależnione jest od racjonalnego zagospodarowania terenów, wyposażenia w infrastrukturę rekreacyjną oraz przygotowania atrakcyjnych programów pobytowych i efektywnej promocji. **Interesującym obiektem w skali regionu są pozostałości infrastruktury industrialnej niemieckiej Fabryki Benzyny Syntetycznej w Policach oraz powiązane z nim działania stowarzyszeń mające na celu adaptację, zagospodarowanie i wykorzystanie terenu do stworzenia oferty turystycznej.** Istotne znaczenie ma promowanie gminy przez wydarzenia o randze regionalnej i międzynarodowej w oparciu o zmodernizowaną infrastrukturę Miejskiego Ośrodka Kultury, Ośrodka Sportu i Rekreacji w Policach, Gminnego Centrum Edukacji i Rekreacji w Trzebieży. Rozwój gminnych obiektów rekreacyjnych i sportowych, w połączeniu nowoczesną infrastrukturą i atrakcyjnym położeniem nad Zalewem Szczecińskim w otoczeniu lasów Puszczy Wkrzańskiej stwarza szansę rozwoju markowych produktów turystycznych, dywersyfikacji gospodarczej, podniesienia atrakcyjności gospodarczej gminy oraz przyczyni się do powstawania nowych miejsc pracy.

2.3 Nowe Warpno

Strategia rozwoju gminy Nowe Warpno

MISJA

Gmina Nowe Warpno wzorcowym transgranicznym ośrodkiem rekreacyjno-wypoczynkowym wykorzystującym swoje walory przyrodnicze jak również swoje geograficzno-polityczne położenie nad Zalewem Szczecińskim dla osiągnięcia zrównoważonego i trwałego rozwoju społeczno-gospodarczego.

Cel V. Wykorzystanie walorów przyrodniczych, rozwój funkcji turystyczno-rekreacyjnej (Priorytet 5)

Opinia i oczekiwania mieszkańców wskazują, iż uznali oni walory przyrodnicze za ważną szansę rozwoju gminy i jakości życia.

Urok gminy Nowe Warpno postrzegany jest poprzez atrakcyjne położenie nad wodami Zalewu Szczecińskiego i otoczenia Puszcą Wkrzańską. W opinii mieszkańców

należy podjąć wysiłek aby wykreować system wykorzystania linii brzegowej która, będzie spełniać rolę „serca” gminy i kształtować będzie wizerunek gminy Nowe Warpno. Realizacja tych zamierzeń zakłada zgodnie z wolą mieszkańców budowę nowoczesnej plaży, tak aby stała się wizytówką gminy Nowe Warpno. **Również budowa portu jachtowego** w mieście Nowe Warpno uznano za sprawę priorytetową. **Wykorzystanie walorów Puszczy Wkrzańskiej** poprzez budowę ścieżek rowerowych i organizowanie imprez rekreacyjnych stanowić będzie o atrakcyjności gminy dla turystów i mieszkańców miasta Szczecina i Polic.

Wyodrębniono następujące cele cząstkowe;

- 1. Promocja ochrony środowiska przyrodniczego (turystyka przyrodnicza)**
- 2. Wykreowanie „serca” gminy w oparciu o linię brzegową Zalewu Szczecińskiego i walorów Puszczy Wkrzańskiej.**
- 3. Określenie i rozwój gminnego produktu turystycznego.**
- 4. Stworzenie wizerunku gminy jako wzorcowego centrum sportów wodnych i rowerowej turystyki rekreacyjnej.**
- 5. Upowszechnienie wiedzy krajoznawczej o gminie wśród młodzieży i dzieci.**

2.4 Gmina Dobra

Strategia Rozwoju Lokalnego Gminy Dobra

Wykorzystanie gruntów (zasobów) rolnych do produkcji rolnej wielkotowarowej oraz produkcji ekologicznej

Rozwój agroturystyki

Rozwój przedsiębiorczości i turystyki

Gmina jako miejsce turystyki i rekreacji

Powiązanie celów strategicznych z działaniami innych gmin, powiatu i województwa

Współpraca gmin w zakresie rozwiązywania problemów komunikacji publicznej, ekologii i rozwoju turystyki.

2.5 Gmina Kołbaskowo

Plan rozwoju lokalnego gminy Kołbaskowo na lata 2019-2029

MISJA

Kołbaskowo do Gmina warta zachodu: rozwinięta gospodarczo, nowoczesna, ekologiczna, **atrakcyjna turystycznie**. To miejsce przyjazne dla mieszkańców, inwestorów i **turystów**.

WIZJA

Gmina Kołbaskowo w 2029 roku na bazie atrakcyjnych przyrodniczo terenów rozwija funkcję turystyczno-rekreacyjną. Zagospodarowane nabrzeże Odry, liczne trasy rowerowe, miejsca rekreacji oraz odbywające się cyklicznie imprezy kulturowe i sportowe o zasięgu ponadlokalnym, stanowią atrakcję dla turystów.

Cel strategiczny nr 4:

Rozwój funkcji turystyczno-rekreacyjnej gminy Kołbaskowo

- Rozbudowa infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej
- Wykreowanie imprezy turystycznej o zasięgi krajowym czy międzynarodowym
- Połączenie ścieżek rowerowych w sieć, budowaną we współpracy z sąsiednimi gminami zarówno po stronie polskiej jak i niemieckiej
- Zagospodarowanie nabrzeża Odry
- Budowa ścieżek ekologicznych pokazujących walory krajobrazowe i przyrodnicze Gminy Kołbaskowo
- Wykorzystanie walorów przyrodniczych i krajobrazowych terenu do rozwoju agroturystyki

2.6 Gmina Gryfino

Strategia Rozwoju Gminy Gryfino do 2030 roku

WIZJA

Gryfino 2030 to atrakcyjna przestrzeń do życia, w sposób funkcjonalny połączona z aglomeracją szczecińską.

Konstruując treść wizji brano pod uwagę obecne i przyszłe potencjały Gminy, na których zbudowana została Strategia. Do potencjałów tych należy zaliczyć:

- Atrakcyjne gospodarczo i turystycznie położenie Gminy (obecny potencjał).
- Konkurencyjną gospodarkę (obecny potencjał).
- Powiązanie z przestrzenią aglomeracji szczecińskiej (obecny potencjał).
- Atrakcyjną przestrzeń do życia (rozwijany potencjał).
- Dostosowaną do potrzeb mieszkańców infrastrukturę społeczną oraz wysokiej jakości usługi publiczne (rozwijany potencjał).
- Walory przyrodnicze i krajobrazowe (obecny potencjał).
- Kapitał ludzki i społeczny (rozwijany potencjał).
-

MISJA

Wykorzystując w sposób inteligentny posiadane potencjały, a także powiązania funkcjonalno-przestrzenne w obrębie aglomeracji szczecińskiej, działamy na rzecz wzmocnienia i rozwoju kapitału ludzkiego Gminy Gryfino.

Cel 1. Podniesienie jakości życia mieszkańców oraz zwiększenie atrakcyjności osiedleńczej Gminy.

- Rozwój infrastruktury turystycznej.
- Zagospodarowanie terenów nad Odrą.
- Rozwój produktów turystycznych.
- Oznakowanie i informacja turystyczna.
- Promocja turystyczna (zgodnie z zapisami Strategii Marki).
- Rozwój i promocja turystyki aktywnej wykorzystującej specyficzne potencjały Gminy.

Cel operacyjny 1.4. Rozwój infrastruktury i oferty turystycznej

Kierunki działań (obszar interwencji TURYSTYKA):

- identyfikacja i kreacja produktów turystycznych wykorzystujących specyficzne potencjały Gminy Gryfino,
- modernizacja i rozwój infrastruktury turystycznej, w szczególności wykorzystującej zasoby przyrodnicze Międzyodrza i istniejących akwenów wodnych,
- tworzenie atrakcyjnych przestrzeni turystyczno-rekreacyjnych na terenie miasta i gminy,
- rozwój i promocja turystyki aktywnej wykorzystującej specyficzne potencjały gminy,
- rozwój sieci ścieżek rowerowych.

2.7 Stare Czarnowo

Strategia Rozwoju Gminy Stare Czarnowo na lata 2016-2025

Potencjał turystyczny Gminy Stare Czarnowo wynika z atrakcyjnego położenia i opisanych już walorów przyrodniczych i kulturowych.

WIZJA

Gmina Stare Czarnowo bogata mieszkańcami świadomymi swojej wartości, z rozbudowaną infrastrukturą techniczną i społeczną, dbająca o środowisko naturalne, **skutecznie wykorzystująca walory przyrodniczo-kulturowe w budowaniu konkurencyjnej oferty dla turystów i przedsiębiorców.**

OBSZAR III. TURYSTYKA

Cel strategiczny: Stworzenie optymalnych warunków do rozwoju turystyki i rekreacji oraz aktywności gospodarczej w tym obszarze

3.1. Rozwój turystyki w oparciu o lokalne zasoby przyrodnicze i kulturowe

3.1.1. Zagospodarowanie cieków wodnych

3.1.2. Rewitalizacja terenów zielonych

3.1.3. Budowa, oznakowanie i promocja szlaków turystycznych

3.1.4. Budowa, oznakowanie i promocja ścieżek edukacyjnych 3.1.5. Zachowane dziedzictwa kulturowego

Korzystne położenie geograficzne, niezaprzeczalne walory środowiskowe i kulturowe, formy ochrony prawnej przyrody uniemożliwiające rozwój przemysłu, pretendują gminę Stare Czarnowo do ukierunkowania swojego rozwoju na turystykę. Nie bez znaczenie pozostaje nasilający się trend turystyki wiejskiej oraz turystyki aktywnej. Również ze względów ekonomicznych funkcja turystyczna winna być preferowana jako jedna z podstawowych funkcji sprzyjających rozwojowi gminy Stare Czarnowo. Konieczne jest jednak podjęcie działań zmierzających do podniesienia atrakcyjności turystycznej gminy, w tym przede wszystkim efektywne zagospodarowanie istniejących walorów związanych zwłaszcza z potencjałem rozwoju turystyki wodnej. W ramach celu szczegółowego planuje się m.in.

- Budowę pomostów w Żeliszawcu, Binowie, Żelewie i Glinnej;
- Budowę stanic wodnych na rzece Płoni;
- Rewitalizację terenów zielonych w Kołbaczu;
- Oznakowanie i promocję szlaków turystycznych na terenie Gminy Stare Czarnowo;
- Oznakowanie i promocję ścieżek edukacyjnych na terenie Gminy Stare Czarnowo;
- Odnowienie baszty więziennej w Kołbaczu.

3.2. Aktywna promocja

3.2.1. Wdrożenie jednolitego systemu wizualizacji turystycznej

3.2.2. Budowa marki gminy ekologicznej

Promocja gminy jest jednym ze sposobów wspierania rozwoju gminy. Odpowiedni marketing to nie tylko większa aktywność w regionie, czy większe wpływy z turystyki, ale przede wszystkim szansa na rozwój i wyższą jakość życia mieszkańców. Promocja musi opierać się na realnych przesłankach, sięgać po autentyczne cechy, atuty i zalety gminy. Bez mocnej i skutecznej promocji gmina nie może liczyć na przyciąganie inwestorów bądź turystów. Promocja powinna wiązać się z kierunkami rozwoju gminy, harmonizować ze strategią, oferować realnie istniejące zasoby i możliwości, powinna przygotować właściwą propozycję dla właściwego rozpoznanego odbiorcy. W ramach realizacji celu szczegółowego planuje się m.in. takie zadania jak:

- Stworzenie systemu identyfikacji wizualnej gminy,
- Modernizację/przebudowę strony internetowej Urzędu Gminy,
- Wykonanie jednolitych tablic informacyjnych o walorach przyrodniczo-kulturowych gminy,
- Zaprojektowanie i wydanie materiałów promocyjnych: ulotek, broszur, map turystycznych, gadżetów reklamowych;
- Wydawanie Gazety Gminnej;
- Udział w targach turystycznych;
- Stworzenie punktu informacji turystycznej.

3.3 Zwiększenie atrakcyjności inwestycyjnej

3.3.1. Budowa gminnego targowiska

3.3.2. Aktywizacja gospodarcza mieszkańców

Turystyka, obok wielu innych funkcji, jest przede wszystkim działalnością gospodarczą, aktywizującą lokalne społeczności do podejmowania różnych form aktywności społecznej i zawodowej. Rozwój infrastruktury turystycznej publicznej ma szansę stać motywatorem do aktywizacji gospodarczej mieszkańców a także inwestorów z zewnątrz, w obszarze handlu i usług okołoturystycznych. Docelowy wzrost turystów winien przyczynić się do rozbudowy bazy gastronomicznej i noclegowej. W ramach celu szczegółowego 3.3 planuje się:

- Budowę gminnego targowiska w Kołbaczu;
- Szkolenia aktywizujące i podnoszące kompetencje w zakresie podejmowania działalności gospodarczej w branży turystycznej;
- Promocję usług turystycznych w partnerstwie z podmiotami prywatnymi.

2.8 Gmina Kobylanka

Strategia Rozwoju Gminy Kobylanka na lata 2013 - 2022

Turystyka jest głównym atutem gminy Kobylanka. Jej teren jest bardzo atrakcyjny dla wypoczynku nad wodą i uprawiania wędrówek pieszych oraz turystyki rowerowej. Gmina posiada idealne warunki do Nordic Walkingu oraz przejażdżek konnych.

Przy plaży czynne są przystanie, wypożyczalnie sprzętu wodnego i pola biwakowe. Istnieją tu doskonałe warunki do uprawiania kajakarstwa, nurkowania, żeglarstwa, windsurfingu oraz kitesurfingu.

WIZJA

Gmina Kobylanka – dynamicznie rozwijający się ośrodek turystyczny, oferujący doskonałe warunki osadnicze dla mieszkańców obszaru metropolitalnego, promująca zdrowe i atrakcyjne życie.

Gmina Kobylanka – gmina przyjazna mieszkańcom i inwestorom, gmina z rozwijającą się infrastrukturą techniczną i społeczną, bezpieczny i ekologiczny obszar rozwoju gospodarczego, na terenie której stosowane są zasady zrównoważonego rozwoju we wszystkich aspektach życia.

Dzięki licznym atutom środowiska naturalnego oraz rozwiniętej infrastrukturze stwarzająca korzystne warunki zamieszkania, spędzania wolnego czasu oraz rozwojowi małej i średniej przedsiębiorczości.

MISJA

Gmina Kobylanka – gmina wprowadzająca zasady zrównoważonego rozwoju w harmonii ze środowiskiem przyrodniczym, gospodarczym i społecznym, wyróżniająca się jako atrakcyjne miejsce zamieszkania, **prowadzenia działalności gospodarczej i wypoczynku z silnymi funkcjami turystycznymi, rekreacyjnymi i gospodarczymi o znaczeniu regionalnym.**

2.9 Stargard

Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego gminy Stargard Szczeciński na lata 2007-2020

Stargard 2030 – Strategia rozwoju gminy miasta Stargard do 2030 roku

WIZJA

Stargard to w 2030 roku miasto bardzo dobrych warunków życia. Szeroka oferta mieszkaniowa, przyjazne i zielone miasto, bezpieczne przestrzenie publiczne, zróżnicowana, stale rosnąca oferta spędzania czasu wolnego (sport i rekreacja, kultura, hobby, wolontariat) to czynniki aktywizujące wszystkie grupy mieszkańców oraz zachęcające nowych mieszkańców do osiedlania się. **Stargard już dziś ma wszelkie podstawy, aby świadomie i konsekwentnie zbudować wizerunek miasta zielonego i błękitnego, które funkcjonuje w „ludzkiej skali” – łatwo się po nim poruszać, a struktura urbanistyczna czyni je przyjaznym i estetycznym.** Ale wyzwania XXI wieku wymagają również by potencjał ten rozwinąć i uzupełnić, by nadać miastu wyjątkowego charakteru- w zakresie wyglądu, funkcjonalności, atmosfery i relacji społecznych, co uczyni go szczególnie korzystnym miejscem do życia. Stargard 2030 to miasto, które z każdym dniem jest coraz silniejszą i aktywną wspólnotą mieszkańców, przykładającą szczególną wagę do otwartości, tolerancji,

bezpieczeństwa, inicjatyw międzypokoleniowych, włączenia społecznego. Bardzo ważnym akcentem jest równocześnie kompleksowe wsparcie i działanie na rzecz osób ze szczególnymi potrzebami poprzez zwiększanie dostępności, we wszystkich jej aspektach: od dostępności architektonicznej przez dostępność cyfrową, informacyjno-komunikacyjną, aż po zapewnianie dostępności poszczególnych usług publicznych.

Stargard w 2030 roku to miasto, w którym osoba w każdym wieku ma cały wachlarz możliwości realizowania własnych celów, ambicji i pasji, w którym mieszkańcy są dumni z dziedzictwa kulturowego i gotyckich budowli, świadomi bogatej tradycji i historii miasta. W 2030 roku Stargard jest miastem przyciągającym: nowych mieszkańców, którzy widzą wysoką jakość życia oraz prężność rozwoju miasta; rodziny, które mają dostępne godne warunki zamieszkania; osoby z całego subregionu, które znajdują tu szeroką ofertę usługową, handlową, edukacyjną i spędzania czasu wolnego; inwestorów, którzy szukają dobrze wykwalifikowanych profesjonalistów; turystów, coraz bardziej świadomych wartości kulturowych i różnorodnej oferty miasta dla osób w każdym wieku.

Kierunki działań Strategii są zaprojektowane i przyporządkowane do dziesięciu kluczowych sfer rozwoju miasta. Sfery te to:

- Środowisko i klimat;
- Odporna i konkurencyjna gospodarka;
- Zatrzymanie i przyciągnięcie mieszkańców;
- Włączenie społeczne;
- Przestrzeń miasta i mobilność;
- Mieszkalnictwo;
- Kompleksowa rewitalizacja;
- **Kultura i dziedzictwo;**
- Obywatelski Stargard;
- Zarządzanie inteligentnym miastem.

VIII. Kultura i dziedzictwo

VIII.3 Dziedzictwo jako zasób

Dbłość o bogate dziedzictwo Stargardu w celu tworzenia wizerunku miasta atrakcyjnego turystycznie.

VIII.4 Promocja dziedzictwa miasta i budowanie jego potencjału turystycznego

Promocja w kraju i za granicą; Rozwijanie palety usług i atrakcji turystycznych

W odniesieniu do Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego i całego województwa zachodniopomorskiego postuluje się uwzględnianie w dokumentach strategicznych i planistycznych oraz bieżących rozstrzygnięciach zarządczych i inwestycyjnych:

- Stargardu jako ośrodka rangi subregionalnego w zakresie przypisywanej mu roli oraz lokowanych funkcji ponadlokalnych,
- potrzeb w zakresie regularnej obsługi Stargardu (także w podróży wewnątrzmiastowych) sprawnym kolejowym transportem aglomeracyjnym,
- **potencjału kulturowego Stargardu jako czynnika rozwoju turystyki i gospodarki,**
- potrzeby zacieśniania koordynacji polityk przestrzennych gmin w ramach SOM, w szczególności gmin miejskich z otaczającymi je gminami wiejskimi.

2.10 Gmina Goleniów

Strategia rozwoju gminy Goleniów na lata 2014-2023

4. Stworzenie w gminie elementów wyposażenia turystycznego i rekreacyjnego

- Lubczyna jako główny ośrodek turystyczno- rekreacyjny dla mieszkańców gminy

Przystań jachtowa w Lubczynie stanowi ważny ośrodek wypoczynku letniego w gminie. Po uzupełnieniu dodatkowymi elementami wyposażenia turystycznego i rekreacyjnego miejscowość ta stanie się podstawowym miejscem wypoczynku i aktywności dla mieszkańców gminy, również poza sezonem żeglarskim.

- System ścieżek rowerowych w gminie, włączony do sieci ścieżek w SOM

Obecne zainwestowanie gminy w ścieżki rowerowe jest niezadowalające. Niezbędnym krokiem do budowania atrakcyjności gminy jest stworzenie ścieżek współtworzących sieć ścieżek rowerowych w ramach SOM, a poprzez to w całym regionie. Podstawą będzie tu Koncepcja rozwoju ścieżek rowerowych w gminie Goleniów z 2013r. Strategia Goleniów 2014-2023 15

- System szlaków pieszych i konnych w gminie; ew. quadodrom

Tradycyjne formy turystyki występujące w gminie, takie jak turystyka piesza, kajakowa i konna, nie tworzą wystarczająco spójnego systemu wspierających się wzajemnie elementów zagospodarowania i organizacji, dostosowanych do specyfiki odbiorcy. Pojawiają się też nowe formy rekreacji, które mogą uzyskać swój wyraz w elementach wyposażenia gminy, takie jak quadodrom. Stworzenie systemu wyposażenia turystycznego w gminie wyjdzie naprzeciw tym potrzebom. Pomocne w tym zakresie mogą być Strategia rozwoju turystyki w gminie Goleniów z 2008r oraz Program rozwoju kultury fizycznej gminy Goleniów na lata 2010 – 2025.

- Strefa Meandrów Iny.

Odcinek rzeki położony na południe od Goleniowa – zwłaszcza pomiędzy Bolechowem a Strumianami – stanowi wyjątkowy i cenny zasób przyrodniczy w skali regionalnej

i krajowej. Jako taki wymaga dobrze przemyślanego wyposażenia turystycznego, z jednej strony zwiększającego dostępność tego zasobu zarówno dla mieszkańców gminy jak i turystów przyjezdnych, a z drugiej ochraniającego jego wyjątkowe, specyficzne walory przyrodnicze i krajobrazowe przez nadmierną presją i eksploatacją. Sformułowanie i realizację wyposażenia turystycznego tej części gminy poprzedzi rozpoznanie i udokumentowanie zasobu oraz ustalenie zasad jego dostępności zgodnie z zasadami dobrych praktyk ekologicznych.

- **Miniskansen goleniowski**

Pomimo obecnie niskiego poziomu jakościowego i ilościowego produkcji rolnej na terenie gminy, istnieje spory zasób obiektów związanych z tradycją wsi goleniowskiej. Mogą one pozwolić na utworzenie miniskansenu, stanowiącego istotny element budowania i kultywowania tożsamości lokalnej mieszkańców gminy, jako atrakcyjny zasób turystyczny i edukacyjny

Stworzenie elementów wyposażenia turystycznego i rekreacyjnego w gminie

3.6. Poprawa dostępności do obszarów o walorach turystycznych i uzdrowiskowych

4.1. Poprawa jakości środowiska i bezpieczeństwa ekologicznego

4.2. Ochrona dziedzictwa przyrodniczego i racjonalne wykorzystanie zasobów

2.11 Gmina Stepnica

Strategia rozwoju gminy Stepnica do roku 2025

4.1. CEL STRATEGICZNY I – ROZWÓJ GMINNEJ GOSPODARKI OPARTEJ NA TURYSTYCE

4.1.1 Wdrożenie procedur i prowadzenie działań, w ramach, których będzie możliwe:

- prezentowanie programu zrównoważonego rozwoju opartego o wysokojakościową turystykę;
- przygotowanie platformy komunikacji z mieszkańcami, przedsiębiorcami i klientami (strona www, materiały promocyjne, konferencje prasowe, sieć kontaktów i umów z organizacjami turystycznymi w Polsce, Danii, Szwecji, Niemczech, Czechach i in.)
- uruchomienie otwartego Banku Projektów i Produktów Turystycznych, do poszukiwania partnerów biznesowych, lub do realizacji w partnerstwie z gminą;
- prowadzenie dialogu z mieszkańcami, odnotowywanie ich uwagi i przekazywanie do rozpatrzenia, i tym podobne działania informujące, promujące, marketingowe i konsultacyjne.

4.1.2. Podjęcie działań i stworzenie odpowiednich warunków zmierzających do pozyskania inwestorów zdolnych i skłonnych do zrealizowania kilku dużych projektów, oryginalnych i przyciągających uwagę turystów i inwestorów, na których można by było oprzeć szeroką promocję gminy Stepnica, jako miejsca unikatowego wypoczynku, takich jak:

4.1.2.1. Wielofunkcyjny, całoroczny obiekt przystani /hotelu z funkcją centrum konferencyjnego, częścią gastronomiczną, odpowiednią liczbą pokoi, odnową biologiczną, butikiem żeglarskim itp. Kluczowa jest oryginalna, wręcz awangardowa architektura najwyższej klasy, wpisana harmonijnie w krajobraz - bo ten czynnik będzie decydował o skuteczności promocji; musi wyraziście odróżniać się od stereotypowych obiektów, wносить coś wyjątkowego. Obiekt powinien być zarazem „inteligentny”, wyposażony w najnowsze technologiczne rozwiązania. Promocja inwestycji i walorów naturalnych już od fazy projektu architektonicznego i multimedialnych wizualizacji, również w językach obcych. Docelowa grupa klientów - bardziej i mniej zamożni żeglarze, organizatorzy konferencji, konwencji partyjnych, imprez integracyjnych, wesela. Oferta centrum konferencyjnego może zapewnić całoroczny, a głównie sezonowy dochód. Główna funkcja - przystani dla dużych, pełnomorskich jachtów i innych, podkreślanie związków gminy Stepnica z żeglarstwem / jachtingiem . Oferta rejsów po Zalewie Szczecińskim dla grup, z cateringiem i programem rozrywkowym; oferta korzystania przez gości ze sportów (surfing, kite-surfing , itp. sporty). Oferta programu kulturalnego głównie pod kątem organizatorów konferencji i innych zdarzeń okazjonalnych. Oferta dla zainteresowanych inwestorów do wejścia w partnerstwo inwestycyjne i operatorskie.

4.1.2.2. Projekt powiązania – w ramach multimodalności turystyki – żeglarstwa z turystyką rowerową, planowaną „Velostradą” od Stepnicy do Kołobrzegu po linii dawnej kolejki wąskotorowej, i dalej na Bornholm; Docelowa grupa klientów - rowerzyści, którzy chętnie połączą pokonywanie przestrzeni rowerem z kilkoma dniami żeglowania po Zalewie Szczecińskim (potrzebna oferta usługowa - wypożyczalnia żaglówek / jachtów lub rejsy z rowerowymi załogantami, i odwrotnie - żeglarze, którzy chętnie zostawią swój jacht w bezpiecznej przystani i pojadą rowerami w krótszą lub dłuższą trasę; potrzebna oferta wypożyczalni rowerów i osprzętu). Projekt „Velostrada Stepnica – Kołobrzeg” zamierzony do realizacji w ramach Kontraktu Samorządowego, z dotacją z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego.

4.1.2.3. Centrum hippiki : kompleks z częścią hotelową (hotel dla ludzi i stajnie dla koni), z funkcją treningową, oraz dużą areną widowiskową z zadaszonymi trybunami – z organizowaniem konkursów, pokazów, wyścigów, powożenia bryczkami i saniami – z przedłużeniem w postaci wytyczonych i utrzymywanych tras konnych w lasach. Intensywna

promocja w Skandynawii i Niemczech. Zaplecze gastronomiczne. Moduł hipoterapii, część hotelowa i wydzielony teren oraz konie dostosowane do potrzeb dzieci poddawanych terapii. Moduł - kucyki dla dzieci, z możliwością odbywania nadzorowanych jazd po okolicy i lesie.

4.1.2.4. Pływający kompleks całorocznych domków (z drewnianych bali, z tarasami) – na bazie powiązanych tratw, przycumowanych do pomostu wzdłuż linii brzegowej, z doprowadzonymi przyłączami; Opcjonalnie - tylko od wiosny do jesieni, na zimę wyciągane na ląd, i również użytkowane; Projekt modułowy, powielarny: ładnie zaprojektowana, w ekologicznym stylu tratwa z domkiem i tarasem (na dachu taras, lub fotoogniwa) i wbudowaną opcją sztywnego połączenia jednej tratwy z drugą w większe kompleksy, może być lokowana w dowolnym miejscu. Uzupełniając – tratwy „chodnikowe” do przemieszczania się mieszkańców na ląd. Propozycja - opracować atrakcyjny projekt i uruchomić produkcję w gminie Stepnica, na bazie z drewna z lasów stepnickich. Pierwsza partia – na rynek lokalny, jako oryginalna oferta.

4.1.2.5. Całoroczny obiekt o dwubiegunowym zastosowaniu - inna oferta na lato, inna na zimę: np. kryte lodowisko (dach otwierany na lato) i tor saneczkarski, latem sala zabaw dla dzieci, z nadmuchiwanym basenem, „małym gajem” i innymi atrakcjami, gdzie rodzice mogliby zostawić dzieci pod opieką). tor saneczkarski po zmianie wykładziny na letnią – jako zjeżdżalna. Docelowa grupa klientów – rodziny z dziećmi ze Szczecina i pasa nadmorskiego; turystyka weekendowa;

4.1.2.6. Kameralny ogród zoologiczny, wyspecjalizowany np. w zwierzynie płowej, którą dzieci i dorośli mogą karmić karmą z automatów - jak w ZOO w Ueckermuende, gdzie ta część cieszy się wyjątkowym zainteresowaniem i entuzjazmem dzieci. Może nawiązać z jakimś Zoo współpracę, by pozyskiwać zbędne im okazy? Projekt do zrealizowania na pograniczu części nizinnej z leśną, w powiązaniu z leśnymi szlakami pieszymi i rowerowymi. Docelowa grupa klientów - turystyka weekendowa, rodzice z dziećmi, wycieczki szkolne.

4.1.3. Sporządzenie aktualizacji/zmiany Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Gminy Stepnica, z wytyczeniem stref intensywnego wykorzystania turystycznego, stref pod rozwój zabudowy mieszkaniowej wielo- i jednorodzinnej, w tym – komunalnej, jako miejsca, gdzie intensywna turystyka nie kolidowałaby z normalnymi funkcjami mieszkaniowymi, oraz stref możliwego usytuowania firm, prowadzących nieuciążliwą, cichą i czystą środowiskowo działalność. Uwzględnienie możliwości zmiany przeznaczenia części obszarów rolnych, po zbadaniu, czy właściciele działek rolnych, którzy nie prowadzą gospodarki rolnej byłiby zainteresowani taką zmianą, i ewentualnie ustalenie, jaki to byłby obszar.

4.1.4. W ramach intensywnych działań promocyjnych wzbogacić program regat Stepnica o wydarzenie, mogące zainteresować media, głównie telewizję: koncert gwiazdy naprawdę wielkiego formatu, której nazwisko byłoby magnesem również dla mieszkańców Szczecina , Świnoujścia, Międzyzdrojów, Goleniowa itp. aby przynajmniej region i kraj doświadczalnie się przekonali, jak już teraz gmina Stepnica wypiękniała, i jakie są zamierzenia na najbliższą przyszłość . Sugestia: zlot balonowy z lotami nad Zalewem i śledzenie jachtów z powietrza. Balony są bardzo widowiskowe, a gmina Stepnica z lotu ptaka wygląda pięknie. Należałoby rozważyć wprowadzenie baloniarstwa do oferty gminy Stepnica na stałe. Miejsce na lądowisko zapewne by się znalazło.

4.1.5. Kontynuacja zaplanowanych inwestycji w infrastrukturę, niwelujących istniejące niedobory. Duży nacisk na powszechny dostęp w całej gminie do internetu szerokopasmowego.

2.12 Świnoujście

Strategia Rozwoju Miasta na lata 2014-2020

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029

Cele strategiczne:

ŚWINOUJŚCIE CAŁOROCZNYM KURORTEM.

1. Tworzenie optymalnych warunków do rozwoju branży turystycznej.
2. Budowa silnej marki Świnoujścia, jako kurortu w oparciu o strategię marketingową.
3. Rozszerzenie oferty turystycznej w oparciu o walory przyrodnicze, wartości historyczne i transgraniczność miasta.

ŚWINOUJŚCIE ATRAKCYJNE DLA INWESTORÓW, SZCZEGÓLNIE ZWIĄZANYCH Z GOSPODARKĄ MORSKĄ.

1. Tworzenie warunków koegzystencji turystyki i gospodarki morskiej.
2. Tworzenie warunków rozwoju i przyjaznego klimatu dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

Większa część wysiłku marketingowego miasta powinna być skierowana w kierunku rynku niemieckiego

Rozdział 3. Analiza SWOT w zakresie turystyki dla SOM

Jednym z istotniejszych etapów analizowanej i opracowywanej koncepcji polityki turystycznej SOM jest ogólne zidentyfikowanie poszczególnych elementów wchodzących w skład analizy SWOT tj. silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń dla gospodarki turystycznej badanego obszaru.

Technika analityczna SWOT jest narzędziem wykorzystywanym najczęściej do wewnętrznej analizy przedsiębiorstwa i jego otoczenia. Jednak przedmiotem analizy może być również potencjał turystyczny określonej jednostki administracyjnej lub wskazanego regionu. Głównym celem SWOT jest określenie aktualnej pozycji badanego przedmiotu i jego perspektyw, a wraz z tym najlepszej strategii postępowania. Sama nazwa SWOT pochodzi od pierwszych liter angielskich słów – czynników klasyfikujących możliwości danego przedmiotu: Strengths (mocne strony), Weaknesses (słabe strony), Opportunities (szanse), Threats (zagrożenia).

Na potrzeby prowadzonej analizy przeprowadzono i przedstawiono najpierw zidentyfikowane poszczególne wskazania składające się na każdy element SWOT (tj. wszystkie możliwe silne strony, słabe strony, możliwości i zagrożenia).

Kolejnym etapem przeprowadzonej analizy SWOT jest jej przedstawienie analizy w wersji tabelarycznej, do której wybrano najważniejsze oraz najistotniejsze wskazania i dokonano obliczenia siły poszczególnych elementów uwzględniając i zestawiając ze sobą ocenę względną z wartością bezwzględną. Kolumna **A** oznacza ocenę względną danego czynnika w skali 1 – 5 i odnosi się do rangi określonej względem innych czynników ze swojej kategorii. W kolumnie **B** znajduje się ocena bezwzględna danego czynnika w skali 1-10, która określa siłę wpływu określonego czynnika na badaną jednostkę bez względu na pozostałe czynniki. Kolumna **O** to ocena końcowa każdego z czynników, stanowiąca iloczyn oceny bezwzględnej i względnej.

MOCNE STRONY (STRENGTHS)

1. Korzystne położenie geograficzne (w północno-zachodniej Polsce, położenie wzdłuż ujścia Odry, przy granicy z Niemcami, wokół Zalewu Szczecińskiego).
2. Sprzyjające rozwojowi turystyki walory przyrodnicze i krajoznawcze (rzeka Odra, Zalew Szczeciński, Morze Bałtyckie).
3. Bogate walory historyczne i kulturowe, głównie przestrzeni miejskich (Szczecin, Stargard, Świnoujście).
4. Czyste środowisko naturalne i walory uzdrowiskowe (czysta woda, czyste powietrze, niewielka liczba zakładów przemysłowych, strefa uzdrowiskowa Świnoujście).

5. Duża ilość podmiotów gospodarczych świadczących usługi turystyczne (w szczególności w Szczecinie, Nowym Warpnie, Policach Świnoujściu, Goleniowie i Stepnicy).
6. Aktywność i przychylność lokalnej społeczności, organizacji pozarządowych oraz poszczególnych samorządów funkcjonujących w ramach SOM.
7. Stosunkowo dobra dostępność komunikacyjna (rozwinięta sieć dróg, połączenie promowe, przejścia graniczne, drogi S6, S3, S10).
8. Występowanie turystyki w większości strategii rozwoju gmin wchodzących w skład SOM.
9. Posiadanie ofert specjalistycznych np. turystyka uzdrowiskowa w Świnoujściu i zdrowotna w Szczecinie (np. dentystyczna).

SŁABE STRONY (WEAKNESSES)

1. Nierównomierne dostosowanie infrastruktury turystycznej do wzrastających potrzeb turystycznych związanych z rozwojem lokalnych produktów turystycznych.
2. Niewystarczająca liczba i jakość szlaków turystycznych (rowerowych, kajakowych i pieszych).
3. Niewystarczająca ogólnodostępna infrastruktura rekreacyjno-sportowa (baseny, korty, boiska).
4. Niewystarczająca ogólnodostępna infrastruktura turystyczna (wiaty, ścieżki rowerowe, stacje, mariny, zejścia na plażę, infrastruktura do uprawiania turystyki karawaningowej).
5. Nierównomierny rozwój bazy turystycznej, głównie bazy noclegowej i gastronomicznej (nasycenie dotyczy głównie Świnoujścia, Stepnicy oraz Szczecina).
6. Niedostosowanie infrastruktury do potrzeb osób niepełnosprawnych.
7. Niewystarczająca aktywność organizacji pozarządowych, idącą w parze z dużą dysproporcją w aktywności samorządów, rotacją władz lokalnych i brakiem kontynuacji polityki rozwoju.
8. Brak koordynacji i współpracy pomiędzy gminami i podmiotami funkcjonującymi na ich terenie.
9. Małe zróżnicowanie oferty turystycznej.
10. Niewystarczająca promocja walorów turystycznych.
11. Migracja młodych, wykształconych ludzi.
12. Niski poziom edukacji i świadomości społeczności lokalnej (brak znajomości języków obcych, słaba edukacja, niska świadomość ekologiczna).
13. Niewystarczające kwalifikacje kadry zarządzającej turystyką.
14. Duża sezonowość zatrudnienia oraz brak kadry w sezonie turystycznym.
15. Wysokie ceny na usługi świadczone przez podmioty działające w branży turystycznej.

16. Niewystarczające środki finansowe na rozwój i promocję turystyki.
17. Krótki sezon turystyczny (sezonowość ruchu turystycznego).
18. Brak kuchni regionalnej poza nielicznymi produktami tradycyjnymi.
19. Oferta turystyczna przeważa w tych gminach, które mają długie tradycje turystyczne oraz mają dostęp do przyciągających turystów walorów.
20. Brak strategii rozwoju turystyki w poszczególnych gminach oraz w całym SOM.
21. Słaba działalność poszczególnych LOT.
22. Brak jednej organizacji na terenie SOM typu LOT.
23. Brak wspólnej strategii/polityki turystycznej dla obszaru SOM jako koordynatora wspólnych działań proturystycznych.
24. Brak pomysłu na wspólną tożsamość turystyczną, w tym brak wspólnej promocji.
25. Brak potrzeb współpracy w obszarze rozwoju turystyki wśród gmin wchodzących w skład SOM (działania do wewnątrz, rozwój turystyki koncentruje się w każdej strategii na poziomie lokalnym i w obrębie danej jednostki administracyjnej).

SZANSE (OPPORTUNITIES)

1. Występujące w Polsce wzorce współpracy między gminami i regionami turystycznymi w zakresie rozwoju turystyki i tworzenia wspólnych ofert turystycznych.
2. Szerokie zainteresowanie inwestorów, w szczególnie hotelarskich obszarem SOM w kontekście inwestowania w turystykę i niezbędną infrastrukturę usługową.
3. Bliskość granicy z Niemcami jako czynnik przyciągania turystów i tworzenia wspólnych polsko-niemieckich ofert turystycznych (turyści niemieccy jako jeden z głównych beneficjentów rozwoju transgranicznej oferty turystycznej i jako czynnik rozwoju infrastruktury wspólnej np. szlaków rowerowych).
4. Duże zainteresowanie do przyjazdów turystów z zagranicy do Polski w celach turystycznych, zdrowotnych i rehabilitacyjnych (głównie Niemcy i Skandynawowie).
5. Wzrost zapotrzebowania na turystykę zrównoważoną, agroturystykę i ekoturystykę.
6. Wzrost zainteresowania turystyką specjalistyczną i kwalifikowaną (m.in. myślistwo, wędkarstwo morskie).
7. Występowanie na świecie i wzrost zapotrzebowania na tworzenie wiosek tematycznych.
8. Współpraca różnych beneficjentów rozwoju turystyki w ramach poszczególnych LOT.
9. Możliwość szerszego wykorzystania środków unijnych na inwestycję w rozwój turystyki, zwłaszcza w perspektywie 2021-2028.
10. Nasilający się terroryzm za granicą, co zwiększa poszukiwanie obszarów bezpiecznych do uprawiania turystyki.
11. Ocieplenie klimatu, zwłaszcza regionach północnych Europy.

ZAGROŻENIA (THREATS)

1. Odpływ młodych mieszkańców z małych miast i gmin, przez co traci się kapitał intelektualny oraz siłę pracy.
2. Duża konkurencja ze strony innych państw i regionów, które również inwestują w turystykę i intensyfikują działania marketingowe.
3. Zmiany klimatyczne m.in. zwiększenie ilości opadów w sezonie letnim, nieprzewidywalność pogody zwłaszcza w sezonie letnim.
4. Kryzys gospodarczy, polityczny i epidemiologiczny (w tym ograniczenia wydatków na turystykę w budżecie Państwa, liczne epidemie ograniczające ruch turystyczny, migracje osób uciekających z obszarów zagrożonych wojną).
5. Zwiększony ruch drogowy i nasilające się z nim zanieczyszczenie środowiska.
6. Wojna na Ukrainie.

Wstępna weryfikacja i analiza poszczególnych elementów stanowiących podstawę badań SWOT pokazuje, że gospodarka turystyczna SOM ma więcej słabych (25 wskazań) niż mocnych stron (9 wskazań). Taki stan ma różne przyczyny, które zostały wskazane w trakcie prowadzonych badań empirycznych na terenie SOM (za pomocą różnych narzędzi m.in. badania ankietowego, zogniskowanych wywiadów grupowych, analizy dostępnych dokumentów, w tym o charakterze strategicznym). Analiza ta przeprowadzona na podstawie ww. badań pozwoliła zidentyfikować zarówno najistotniejsze mocne strony badanego obszaru, jak wiele punktów krytycznych (słabe strony) w obszarze funkcjonowania gospodarki turystycznej.

Analiza poszczególnych szans i zagrożeń dotyczących funkcjonowania gospodarki turystycznej SOM wskazuje na przewagę tych pierwszych (11 wskazań) w stosunku do drugich (6 wskazań). Identyfikacja szans i zagrożeń rekomenduje również działania dotyczące wykorzystania wiedzy na temat słabych i silnych stron obszaru społeczno-gospodarczego jakim jest SOM w aspekcie przetrwania i rozwoju na konkurencyjnym rynku w okresie bliższym i dalszym badanej jednostki.

Do dalszej analiza zostało wybranych po 5 wskazań z każdego elementu analizy SWOT tj. 5 silnych i 5 słabych stron oraz 5 szans i 5 zagrożeń.

Tabela 2. Analiza SWOT potencjału turystycznego SOM

Lp.	MOCNE STRONY				SŁABE STRONY			
	Kryteria oceny	A	B	O	Kryteria oceny	A	B	O
1	Korzystne położenie geograficzne	5	10	50	Brak jednej organizacji na terenie SOM typu LOT	5	10	50

2	Sprzyjające rozwojowi turystyki walory przyrodnicze i krajoznawcze	5	10	50	Brak wspólnej strategii/polityki turystycznej dla obszaru SOM jako koordynatora wspólnych działań proturystycznych	4	9	36
3	Bogate walory historyczne i kulturowe, głównie przestrzeni miejskich	4	9	36	Sezonowość popytu turystycznego	5	10	50
4	Występowanie turystyki w większości strategii rozwoju gmin wchodzących w skład SOM	4	9	36	Brak pomysłu na wspólną tożsamość turystyczną, w tym brak wspólnej promocji	4	8	32
5	Aktywność i przychylność lokalnej społeczności, organizacji pozarządowych oraz poszczególnych samorządów funkcjonujących w ramach SOM	4	9	36	Brak potrzeb współpracy w obszarze rozwoju turystyki wśród gmin wchodzących w skład SOM (działania do wewnątrz, rozwój turystyki koncentruje się w każdej strategii na poziomie lokalnym i w obrębie danej jednostki administracyjnej)	4	8	32
RAZEM		208			RAZEM		200	
Lp.	SZANSE				ZAGROŻENIA			
	Kryteria oceny	A	B	O	Kryteria oceny	A	B	O
1	Rozwój współpracy gospodarczej i społecznej między gminami w ramach działania różnych związków i stowarzyszeń we wschodniej części województwa zachodniopomorskiego	5	10	50	Niewystarczający napływ do gmin o słabo rozwiniętych funkcjach turystycznych wystarczającego kapitału do rozwoju lokalnych produktów turystycznych	3	7	21
2	Dostępność funduszy strukturalnych Unii Europejskiej i z innych źródeł na rozwój turystyki (na inwestycje w kapitał ludzki i w infrastrukturę)	3	8	24	Silna konkurencja pomiędzy gminami oraz regionami podobnym produktem turystycznym	4	6	24
3	Wzrost zainteresowania aktywnymi formami spędzania czasu wolnego	3	7	21	Zmiany klimatyczne m.in. zwiększenie ilości opadów w sezonie letnim,	5	10	50

					nieprzewidywalność pogody zwłaszcza w sezonie letnim			
4	Rozwój infrastruktury turystycznej z szeroką ofertą dla różnych turystycznych grup zainteresowań	3	6	18	Kryzys i słabość finansów publicznych w Polsce (ograniczenie środków z budżetu państwa i jednostek samorządu terytorialnego na rozwój turystyki)	4	8	32
5	Funkcjonowanie Polski w Unii Europejskiej (np. umożliwiające pozyskanie do współpracy turystycznej gmin i regionów z terenu UE, łatwiejszy dostęp do rozwojowych środków wspólnotowych, ułatwienia i swoboda przekraczania granic wewnętrznych UE przez turystów i podróżujących)	2	6	12	Zwiększony ruch drogowy i nasilające się z nim zanieczyszczenie środowiska	2	6	12
RAZEM		125			RAZEM	139		

Źródło: Opracowanie własne

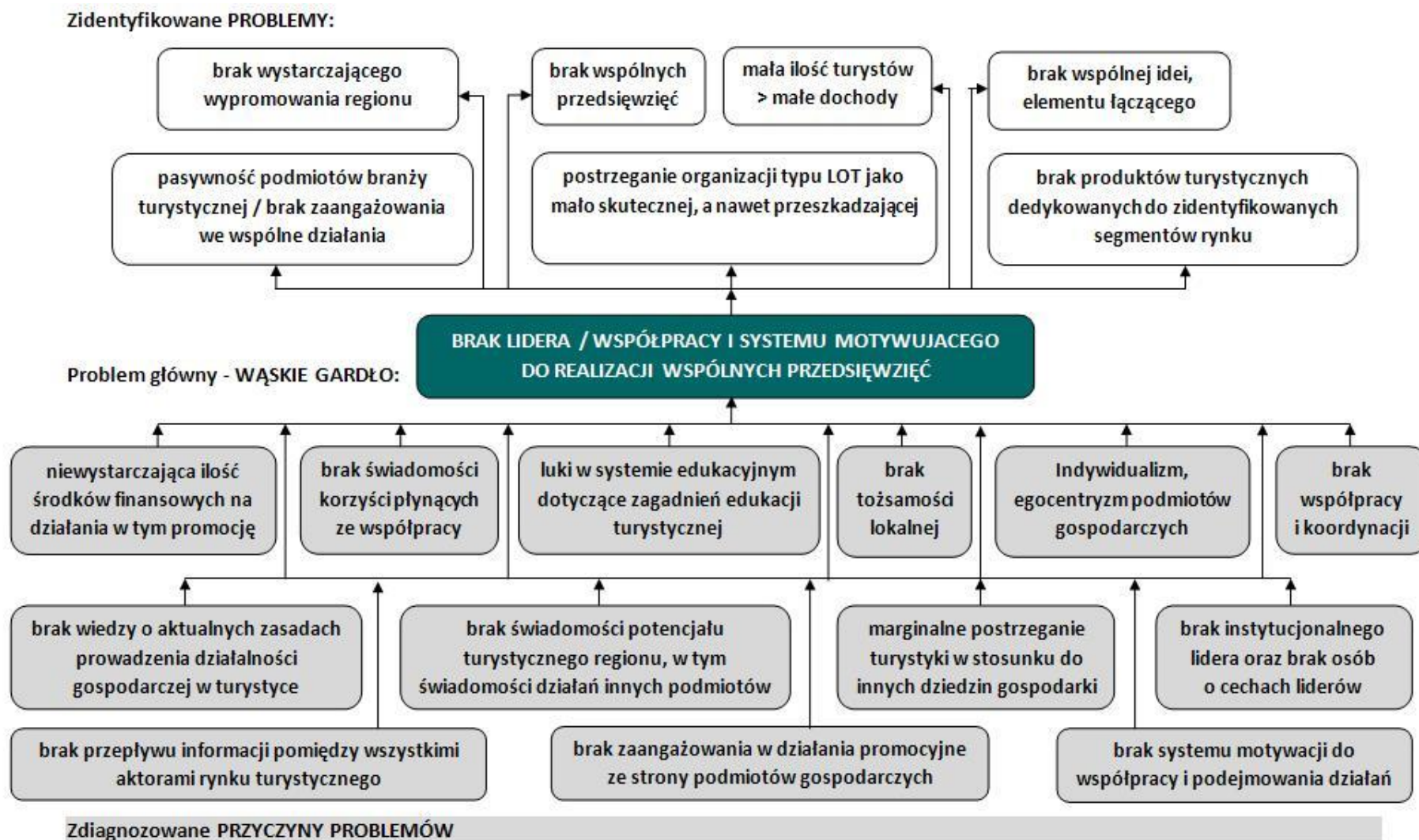
Przedstawiona analiza SWOT gospodarki turystycznej i potencjału turystycznego SOM wskazuje na znaczny potencjał turystyczny badanego obszaru. Po przeprowadzeniu rangowania oraz oceny poszczególnych elementów składowych analizy wynika, że mocne strony w niewielkim stopniu przeważają nad słabymi stronami. Natomiast odwrotnie jest w przypadku szans, które nie przeważają nad zagrożeniami. Oznacza to, że SOM jest obszarem posiadającym pewien interesujący potencjał turystyczny i lokalizacyjny (zwłaszcza bliskie sąsiedztwo Morza Bałtyckiego i Niemiec, położenie wzdłuż końcowego odcinka biegu rzeki Odry, nad Zalewem Szczecińskim), przy czym widoczny jest znaczny niedorozwój asymetryczny w zakresie funkcjonowania na terenie SOM infrastruktury turystycznej, przede wszystkim bazy noclegowej oraz gastronomicznej (część gmin posiada rozbudowaną bazę turystyczną, a część pod tym względem niedomaga). Niedorozwój ten nieniwelowany może doprowadzić do pogłębienia się różnic między silnymi i słabymi stronami z przewagą tych drugich.

SOM nie posiada jasno sprecyzowanej i opracowanej strategii rozwoju turystyki czy też polityki turystycznej (mimo widocznego zapotrzebowania na taki dokument całościowo

obejmujący analizowany obszar). Posiada jedynie wizję tego jak powinien wyglądać produkt turystyczny i z jakich elementów powinien się składać (wynika to przede wszystkim z ogólnych poszczególnych strategii rozwoju gmin-członków SOM). Posiadanie określonych walorów turystycznych (np. jeziora, Zalew Szczeciński, dostęp do Morza Bałtyckiego, puszcze i lasy) i antropogenicznych (zwłaszcza miejskich, historycznych i kulturowych) nie stanowi jeszcze o odniesieniu sukcesu gospodarczego w obszarze turystyki i tworzenia produktu turystycznego. Kreowanie produktów turystycznych wspólnych dla całego SOM wymaga podjęcia wielu działań o charakterze systemowym, integrującym zarówno władze poszczególnych gmin, jak też lokalną przedsiębiorczość i społeczność oraz partnerów z gmin sąsiednich, zwłaszcza zlokalizowanych w strefie transgranicznej po stronie niemieckiej.

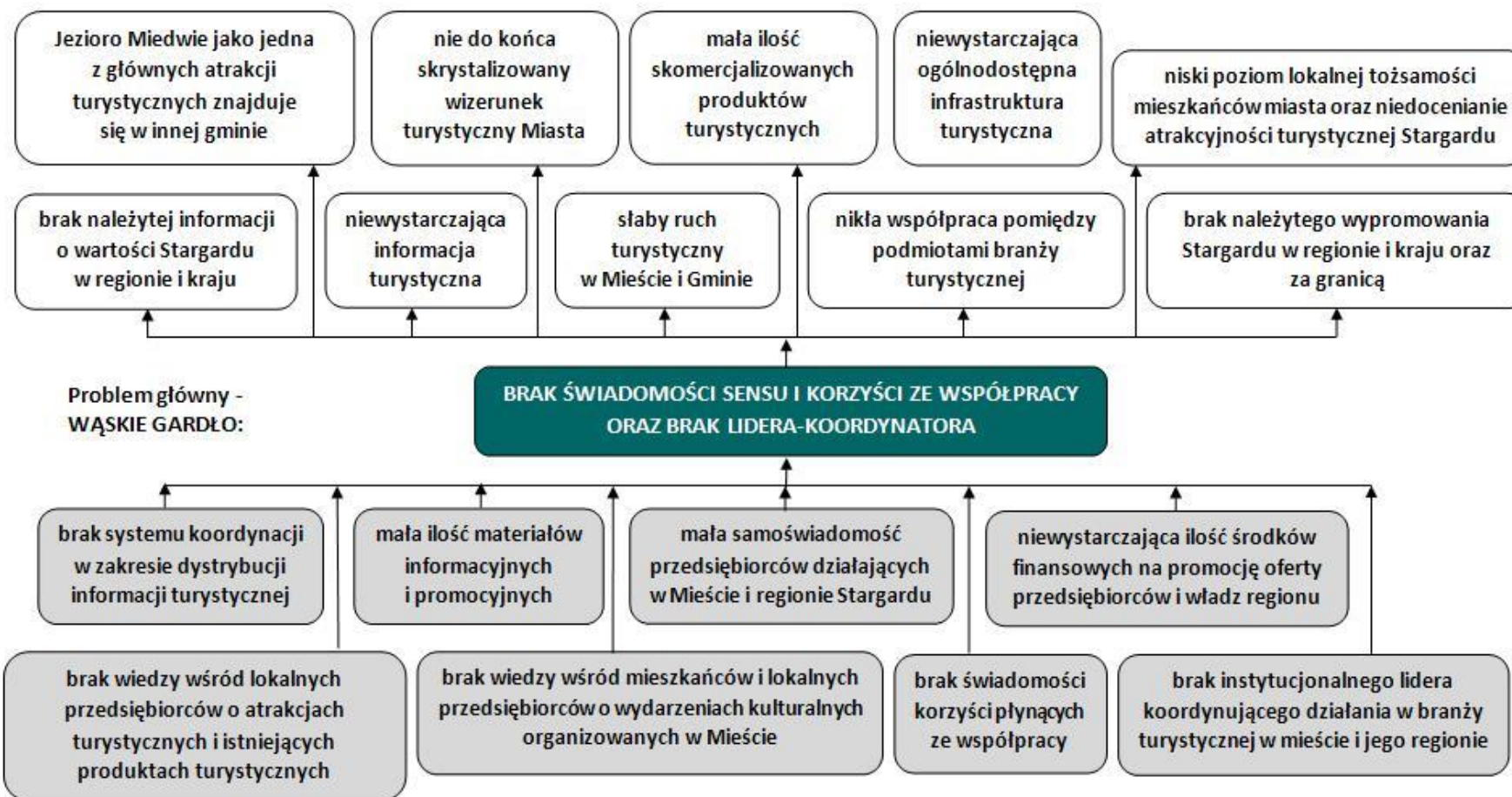
Pewna rozbieżność między słabymi i mocnymi stronami gospodarki turystycznej SOM wskazuje na potrzebę większego zaangażowania się gminnych władz lokalnych i samego Stowarzyszenia w kształtowanie i koordynowanie właściwej polityki turystycznej (poprzez m.in. opracowanie odpowiedniego dokumentu strategicznego), a poprzez nią identyfikowanie celów strategicznych, które poprzez wykorzystanie strategicznej przewagi może być podstawą do budowania strategii rozwoju turystyki lub polityki turystycznej, którą następnie można by w przyszłości z powodzeniem wdrożyć.

Rozdział 4. Analiza problemów i ich przyczyn rozwoju turystyki w SOM



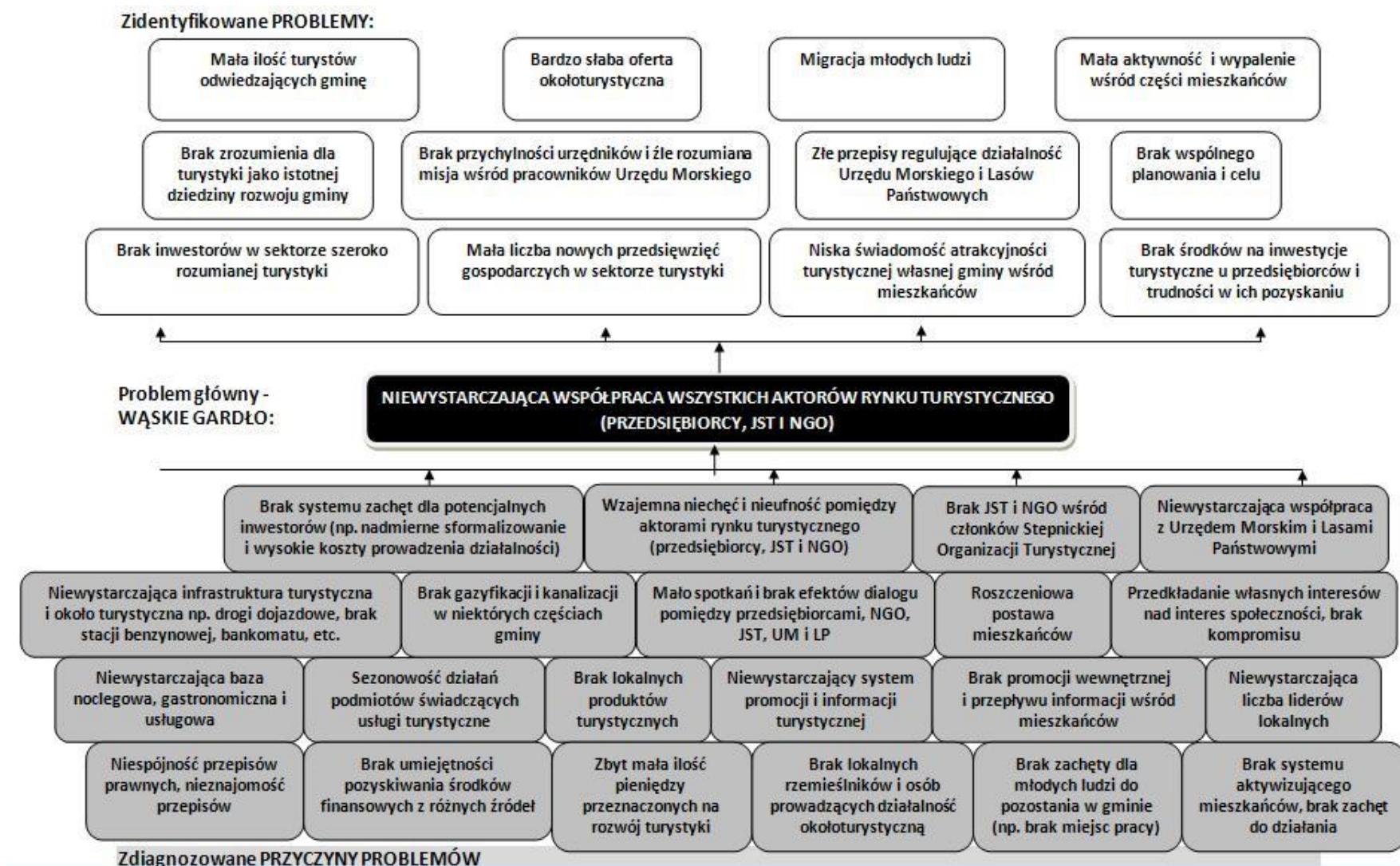
Rys. 2. Drzewo problemów i przyczyn problemów dla turystyki gminy Goleniów

Zidentyfikowane PROBLEMY:

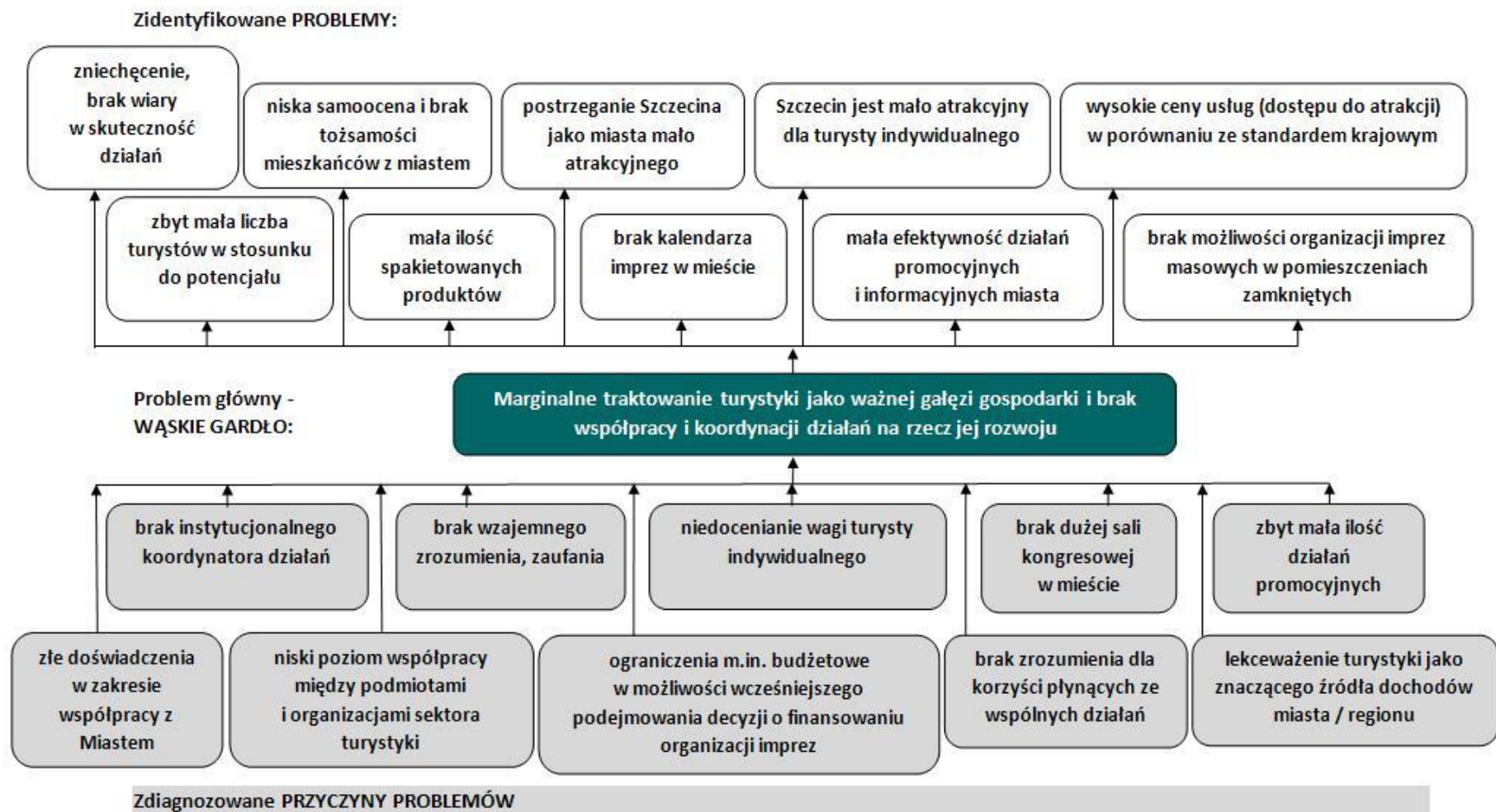


Zdiagnozowane PRZYCZYNY PROBLEMÓW

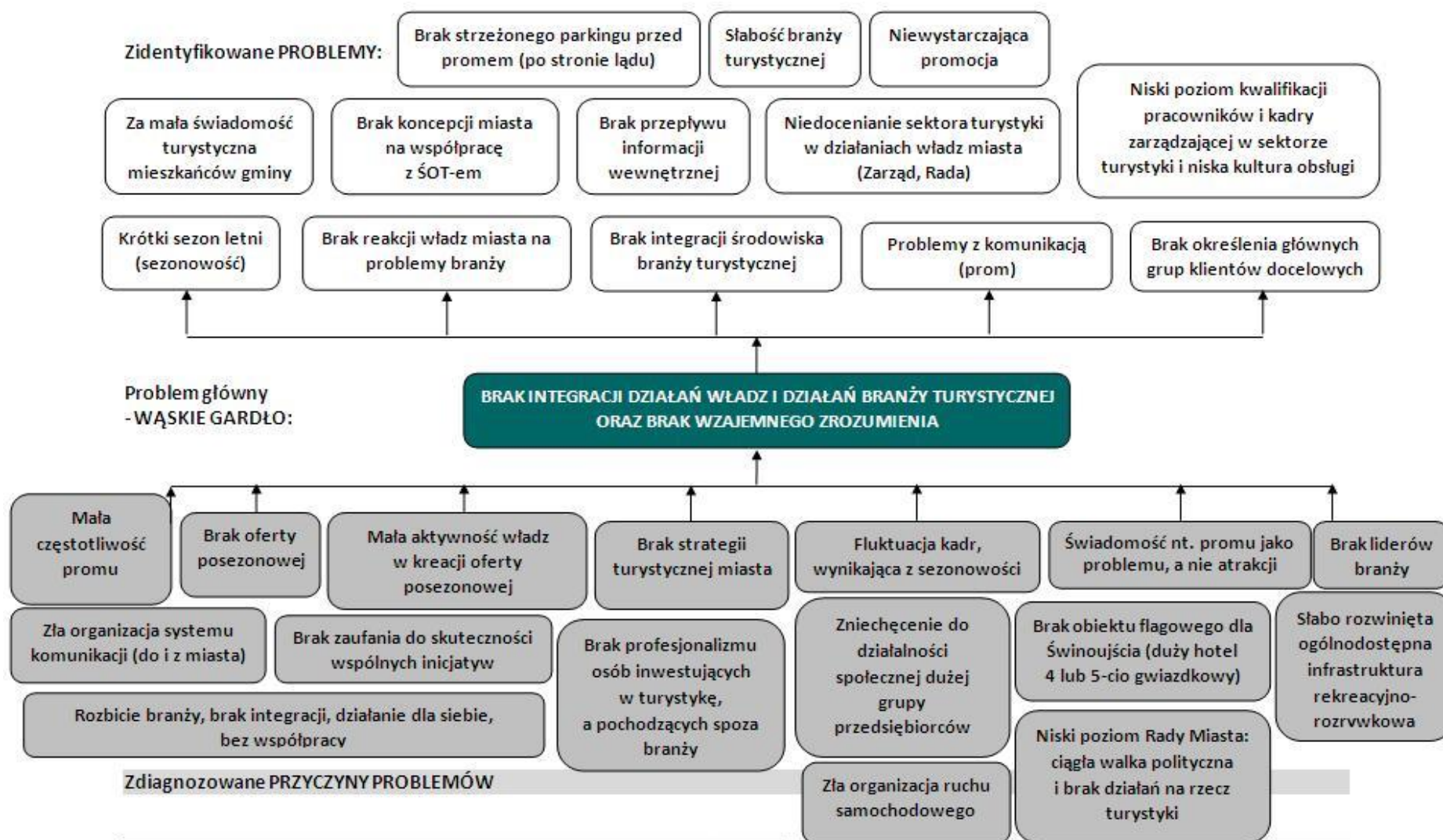
Rys. 3. Drzewo problemów i przyczyn problemów dla turystyki gminy Stargard



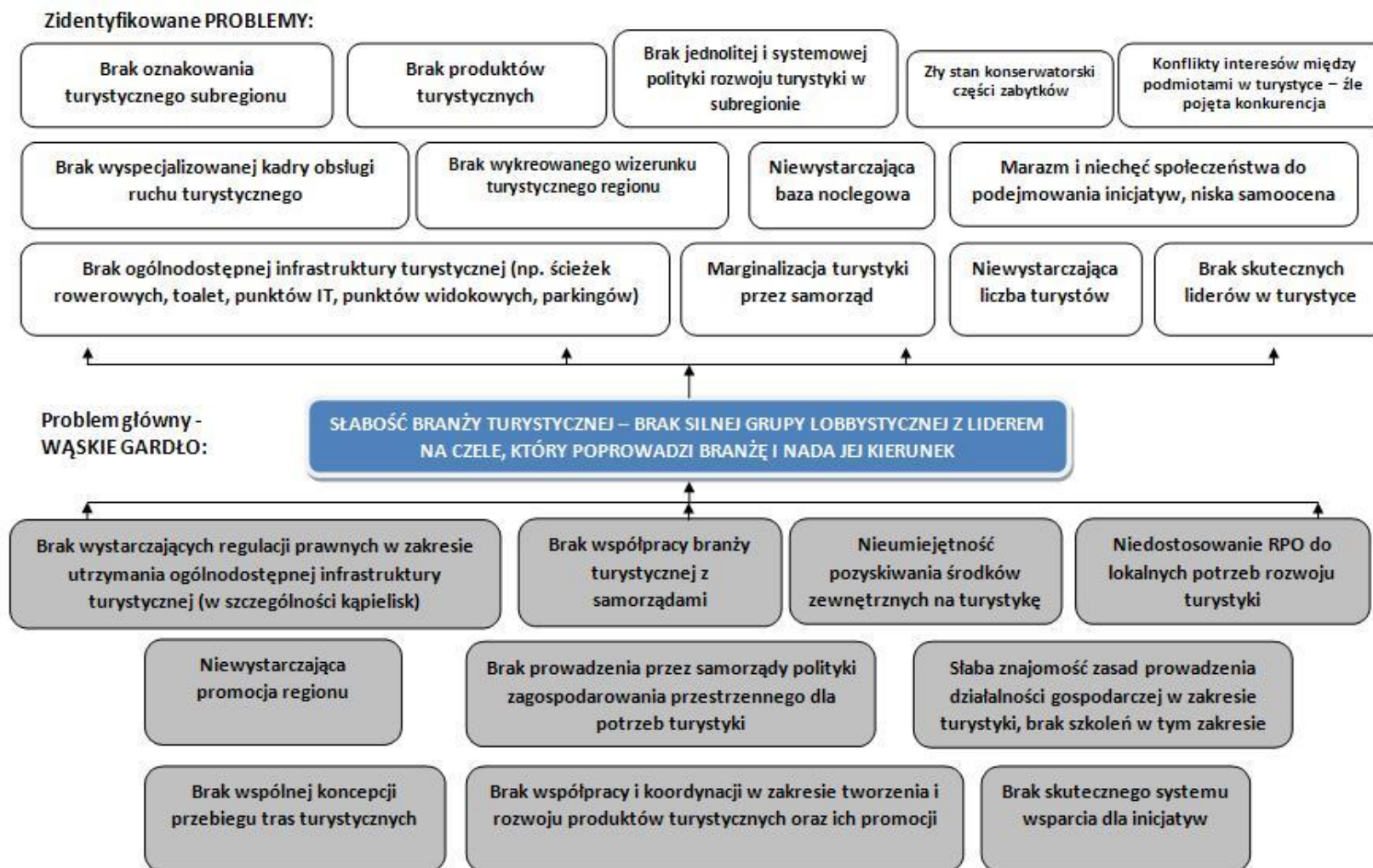
Rys. 4. Drzewo problemów i przyczyn problemów dla turystyki gminy Stepnica



Rys. 5. Drzewo problemów i przyczyn problemów dla turystyki Szczecina



Rys. 6. Drzewo problemów i przyczyn problemów dla turystyki Świnoujścia



Zdiagnozowane PRZYCZYNY PROBLEMÓW

Rys. 7. Drzewo problemów i przyczyn problemów dla turystyki Subregionu Gryfino

Rozdział 5. Działalność lokalnych organizacji turystycznych na terenie SOM

5.1 Goleniowska Lokalna Organizacja Turystyczna

Cele statutowe działalności Goleniowskiej Organizacji Turystycznej oraz jej **statutowe działania**¹¹:

1. kreowanie wizerunku gminy Goleniów i powiatu Goleniowskiego jako regionu atrakcyjnego turystycznie,
2. integrowanie środowisk samorządu terytorialnego, gospodarczego i zawodowego oraz osób, instytucji i organizacji zainteresowanych turystycznym rozwojem gminy Goleniów i powiatu Goleniowskiego,
3. zwiększanie liczby turystów odwiedzających gminę Goleniów i powiat Goleniowski,
4. działanie na rzecz wzrostu wpływów z turystyki,
5. stworzenie gminnego i powiatowego systemu informacji turystycznej oraz włączenie go w krajowe zarządzanie systemem „it”,
6. działanie na rzecz poprawy infrastruktury turystycznej,
7. koordynacja działań promocyjnych podejmowanych w gminie i powiecie,
8. kumulowanie środków finansowych na rzecz rozwoju turystyki,
9. stworzenie platformy współpracy podmiotów gospodarczych turystyki z władzami regionalnymi i krajowymi,
10. wspomaganie rozwoju gospodarczego, w tym rozwój przedsiębiorczości,
11. wspomaganie rozwoju wspólnot i społeczności lokalnych,
12. działanie na rzecz ochrony zwierząt, ekologii oraz ochrony dziedzictwa przyrodniczego,
13. występowanie na rzecz integracji europejskiej oraz rozwijania kontaktów i współpracy między społeczeństwami,
14. działanie na rzecz sportu, turystyki, rekreacji, krajoznawstwa, kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i tradycji.

Podstawowe zadania GOT¹², podejmowane w ramach aktywnego uczestnictwa w rozwoju lokalnej turystyki:

- 1) promocja gminy i powiatu w kraju i za granicą poprzez:
 - a) organizowanie prezentacji potencjału turystycznego gminy i powiatu na targach i wystawach turystycznych;
 - b) organizowanie imprez promocyjnych;

¹¹ Statut Goleniowskiej Organizacji Turystycznej

¹² Tamże

- c) publikację wydawnictw i materiałów promocyjnych;
 - d) organizację wizyt studialnych dziennikarzy polskich i zagranicznych oraz przedstawicieli touroperatorów;
 - e) inne dostępne formy promocji.
- 2) inspirowanie, pomoc w tworzeniu, rozwoju i promocja lokalnych produktów turystycznych,
 - 3) organizacja i prowadzenie lokalnego systemu informacji turystycznej oraz systemu rezerwacji miejsc,
 - 4) inicjowanie badań rynku turystycznego, udział w badaniach statystycznych i marketingowych,
 - 5) wyrażanie opinii o projektach rozwiązań prawnych i organizacyjnych mających wpływ na realizację celów statutowych Organizacji,
 - 6) delegowanie swoich przedstawicieli do uczestnictwa w pracach instytucji działających na rzecz rozwoju turystyki,
 - 7) prowadzenie lokalnego Centrum Informacji Turystycznej,
 - 8) opracowywanie rocznych kalendarzy imprez kulturalnych i turystycznych,
 - 9) współpraca z Polską Organizacją Turystyczną i jej ośrodkami za granicą,
 - 10) współpraca z Zachodniopomorską Regionalną Organizacją Turystyczną,
 - 11) współpraca z lokalnymi organizacjami turystycznymi,
 - 12) popieranie rozwoju kształcenia zawodowego oraz inspirowanie i organizowanie doksztalcania i doskonalenia zawodowego w dziedzinie turystyki,
 - 13) podejmowanie wszelkich innych form służących realizacji zadań statutowych.

W kontekście przedstawionych wcześniej celów i zadań statutowych, poniżej zaprezentowano **cele i zadania, wskazane do realizacji przez członków Goleniowskiej Organizacji Turystycznej.**

ZIDENTYFIKOWANE CELE:

- nasilenie działań mających na celu wypromowanie Gminy jako regionu atrakcyjnego turystycznie
- wyłonienie i promowanie wspólnych przedsięwzięć w turystyce
- zwiększenie ilości turystów oraz dochodów z turystyki w Gminie
- wypracowanie wspólnej płaszczyzny działania w celu integracji środowiska i branży turystycznej
- odbudowa chęci zaangażowania się podmiotów i instytucji branży turystycznej we wspólne działania

- nasilenie działań zwiększających stopień świadomości wśród mieszkańców regionu co do roli organizacji typu LOT
- wypracowanie produktów turystycznych, dedykowanych do zidentyfikowanych segmentów rynku

NIEZBĘDNE DZIAŁANIA:

- zwiększenie aktywności w pozyskiwaniu środków finansowych na promocję turystyki
- budowa systemu nagradzającego współpracę firm turystycznych w ramach kreowania wspólnych pakietów ofert turystycznych
- stworzenie ośrodków i systemu edukacji kadr turystycznych w regionie
- odbudowa woli działania i poczucia tożsamości lokalnej wśród mieszkańców Gminy oraz lokalnych przedsiębiorców turystycznych
- wypracowanie wspólnych celów i działań przez podmioty gospodarcze, działające w turystyce
- stworzenie platformy współpracy wszystkich podmiotów sektora turystyki
- stworzenie bazy wiedzy o aktualnych zasadach prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce
- intensyfikacja działań mających na celu podniesienie świadomości potencjału turystycznego regionu
- odbudowanie postrzegania turystyki jako jednej z wiodących dziedzin gospodarki
- stworzenie systemu przepływu informacji pomiędzy wszystkimi aktorami rynku turystycznego
- stworzenie systemu motywacji do współpracy i podejmowania działań przez podmioty sektora

ZADANIA KLUCZOWE:

ZINTEGROWANIE I ZAKTYWIZOWANIE BRANŻY

WYŁONENIE OSÓB PEŁNIĄCYCH FUNKCJE LIDERÓW

I UKONSTYTUOWANIE INSTYTUCJONALNEGO LIDERA KOORDYNUJĄCEGO WSPÓŁPRACĘ

Rekomendacje realizacyjne

Powyższe wnioski są podstawą do formułowania **rekomendacji realizacyjnych** dla dalszej działalności Goleniowskiej Organizacji Turystycznej.

➤ **REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z ANALIZY PORÓWNAWCZEJ** celów i działań statutowych GOT z celami i niezbędnymi działaniami, zidentyfikowanymi przez członków organizacji na podstawie doświadczeń funkcjonowania organizacji:

1. Intensyfikacja działań integracyjnych i koordynacji współpracy.
2. Intensyfikacja działań promocyjnych.
3. Promocja zorientowana na promowanie atrakcji turystycznych poprzez upowszechnianie wiedzy i informacji o lokalnych produktach turystycznych.
4. Aktywny udział LOT w kreowaniu produktów turystycznych.
5. Aktywne uczestnictwo LOT w komercjalizacji produktów turystycznych, czyli w wypracowaniu i zorganizowaniu efektywnego systemu świadczenia przez lokalnych przedsiębiorców usług turystycznych w ramach pakietów produktowych, sformatowanych w oparciu o lokalne atrakcje turystyczne.
6. Zwiększenie aktywności w zakresie realizacji zadań promocyjnych, koordynowania współpracy i szkolenia kadr turystycznych.

➤ **REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z ZADAŃ GOT W PROCESIE KREOWANIA PRODUKTU:**

Wypracowanie przez wszystkich uczestników rynku turystycznego wspólnych **zasad tworzenia pakietów usług turystycznych i ich świadczenia** na podstawie lokalnych atrakcji turystycznych. Zasady te można określić w oparciu o:

1. **Analizę mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń, problemów i celów** rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym;
2. **Zasady współpracy i komunikacji w ramach grupy partnerskiej**
3. **Strategię Grupy Partnerskiej**
4. **Strategię Kreowania i Wdrażania Marki Gminy Goleniów**, która pozwoli jednoznacznie określić charakter i kierunki promocji Gminy, także w zakresie turystyki
5. **Strategię Rozwoju Turystyki w Gminie Goleniów**, która pozwoli wyznaczyć priorytety rozwoju turystycznego Gminy
6. **Ocenę potencjału turystycznego środowiska lokalnego** z wykazem walorów turystycznych, które mogą stać się podstawą budowania produktów turystycznych
7. **Ocenę stanu prowadzenia działań inwestycyjnych** w zakresie turystyki na szczeblu lokalnym oraz ról, które LOT powinna pełnić wobec poszczególnych inwestycji
8. **Wspólne narzędzia komunikacji i administrowania** (użytkowania) systemu atrakcji turystycznych dla ułatwienia budowania pakietów usług turystycznych w oparciu o te atrakcje (GOT, właściciele i administratorzy atrakcji, eksperci);

9. **Sformatowane produkty turystyczne, czyli oferty handlowe pakietów usług** dla poszczególnych atrakcji turystycznych
10. **Wspólną politykę cenową, opartą o sformatowane pakiety usług**
11. **Wspólne zasady informacji marketingowej**, działania informacyjne i promocyjne dla sformatowanych ofert handlowych
12. **Wspólne mechanizmy dbałości o jakość usług** w ramach spakietowanych ofert turystycznych
13. **Wspólne mechanizmy dedykowania pakietów usług pod nowe grupy turystów**
14. **Jednolity system edukowania kadr turystycznych**, które świadczą usługi w ramach pakietów usług oraz szkolenia własnych trenerów i ekspertów w ramach np. Szkoły Liderów

5.2 Stargardzka Organizacja Turystyczna

Cele statutowe działalności Stargardzkiej Organizacji Turystycznej oraz jej **statutowe działania**¹³:

1. Wspieranie rozwoju turystyki w regionie
2. Kreowanie pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku gminy
3. Promocja turystyki w gminie
4. Inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej.
5. Inicjowanie i stwarzanie działań społecznych i gospodarczych na rzecz wzrostu znaczenia turystyki w rozwoju regionu.
6. Doskonalenie kadr w zakresie planowania i realizacji wspólnych przedsięwzięć turystycznych.
7. Prowadzenie badań marketingowych w zakresie turystyki oraz ich analiza.
8. Inicjowanie i współtworzenie lokalnych produktów turystycznych
9. Prowadzenie informacji turystycznej oraz rozwijanie lokalnego systemu informacji.
10. Propagowanie i podejmowanie działań zmierzających do ochrony środowiska naturalnego i kulturowego
11. Wspieranie i ochrona już istniejących podmiotów branży turystycznej.
12. Doradztwo, organizowanie warsztatów, szkoleń i wyjazdów studyjnych oraz udzielanie wsparcia finansowego na działalność podmiotów w obszarze turystyki.

¹³ „Kodeks Dobrych Praktyk systemu zarządzania i promocji turystyki w Polsce”, pod red. dr Elżbieta Wąsowicz-Zaborek, Warszawa 2009

13. Wspieranie i nawiązywanie współpracy z podmiotami zagranicznymi działającymi w obszarze turystyki.
14. Aktywizacja i wspieranie udziału wolontariuszy we wszystkich przedsięwzięciach realizowanych w ramach LOT.
15. Prowadzenie działań promocyjnych i informacyjnych w zakresie turystyki na terenie działania LOT.

Organizacja realizuje swoje cele poprzez¹⁴:

1. Powołanie i prowadzenie biura - celem administrowania, organizacji i obsługi programów rozwoju lokalnej gospodarki turystycznej,
2. Prowadzenie działalności edukacyjnej, szkoleniowej oraz wydawniczej,
3. Prowadzenie kampanii promocyjnej w zakresie turystyki, imprez, uroczystości oraz wszelkich działań w zakresie marketingu i promocji, organizowanie ekspozycji na targach krajowych i zagranicznych,
4. Organizowanie objazdów studyjnych,
5. Współpracę z organami administracji rządowej, z Polską Organizacją Turystyczną, z organami administracji samorządowej oraz podmiotami gospodarczymi, a także organizacjami pozarządowymi działającymi w zakresie turystyki.
6. Opracowywanie rocznych kalendarzy imprez turystycznych,
7. Promocja produktów i atrakcji turystycznych,
8. Gromadzenie i aktualizacja informacji o atrakcjach i produktach turystycznych,
9. Organizacja i prowadzenie lokalnych punktów informacji turystycznej oraz systemu rezerwacji miejsc,
10. Inicjowanie badań rynku turystycznego, udział w badaniach statystycznych i marketingowych,
11. Popieranie rozwoju kształcenia zawodowego oraz inspirowanie i organizowanie dokształcania i doskonalenia zawodowego w dziedzinie turystyki,
12. Tworzenie i rozwój produktów turystycznych wokół lokalnych atrakcji turystycznych.

W kontekście przedstawionych wcześniej celów i zadań statutowych, poniżej zaprezentowano cele i zadania, wskazane do realizacji przez członków grupy partnerskie LOT Stargard.

ZIDENTYFIKOWANE CELE:

- zidentyfikowanie nowych atrakcji turystycznych Gminy i wykreowanie na ich podstawie produktów turystycznych
- wykreowanie spójnego wizerunku turystycznego Miasta i Gminy

¹⁴ Tamże

- skomercjalizowanie większej liczby produktów turystycznych Miasta
- zwiększenie liczby obiektów infrastruktury turystycznej
- odbudowanie poczucia tożsamości lokalnej wśród mieszkańców i chęci podejmowania wspólnych przedsięwzięć w zakresie promowania lokalnych atrakcji turystycznych
- zwiększenie aktywności w zakresie promocji atrakcji turystycznych Stargardu
- zwiększenie zakresu i zasięgu funkcjonowania informacji turystycznej
- zwiększenie liczby turystów w mieście i okolicach
- odbudowanie woli współpracy i wymiany doświadczeń w branży turystycznej
- zwiększenie efektywności działań promocyjnych i informacyjnych miasta Stargardu i okolic

NIEZBĘDNE DZIAŁANIA:

- stworzenie platformy koordynacji działań w zakresie dystrybucji informacji turystycznej
- zwiększenie ilości i nakładu publikacji informacyjnych i promocyjnych na temat oferty turystycznej gminy
- nasilenie działań wspierających wzrost samoświadomości i tożsamości społeczności lokalnej w zakresie rozwoju turystyki
- zwiększenie aktywności w poszukiwaniu innych środków, niż budżetowe na finansowanie rozwoju turystyki w regionie
- stworzenie systemu wymiany informacji o atrakcjach turystycznych i istniejących produktach turystycznych
- stworzenie systemu wymiany informacji o wydarzeniach kulturalnych, organizowanych w Mieście
- stworzenie systemu promocji i nagradzania współpracy między podmiotami i instytucjami w branży turystycznej
- wykreowanie instytucjonalnego lidera, koordynującego działania w branży turystycznej w Mieście

ZADANIA KLUCZOWE:

**STARGARD ATRAKCYJNĄ DESTYNACJĄ TURYSTYCZNĄ.
ZINTEGROWANIE I ZAKTYWIZOWANIE BRANŻY TURYSTYCZNEJ.
WYŁONIENIE INSTYTUCJONALNEGO LIDERA, KOORDYNUJĄCEGO
WSPÓŁPRACĘ.**

Rekomendacje realizacyjne

Powyższe wnioski są podstawą do formułowania **rekomendacji realizacyjnych** dla działalności Lokalnej Organizacji Turystycznej Stargard.

➤ **REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z ANALIZY PORÓWNAWCZEJ** celów i działań statutowych LOT z celami i niezbędnymi działaniami, zidentyfikowanymi przez członków organizacji na podstawie doświadczeń funkcjonowania organizacji:

1. Intensyfikacja działań integracyjnych i koordynacji współpracy.
2. Intensyfikacja działań promocyjnych.
3. Promocja zorientowana na promowanie atrakcji turystycznych poprzez upowszechnianie wiedzy i informacji o lokalnych produktach turystycznych.
4. Aktywny udział LOT w kreowaniu produktów turystycznych.
5. Aktywne uczestnictwo LOT w komercjalizacji produktów turystycznych, czyli w wypracowaniu i zorganizowaniu efektywnego systemu świadczenia przez lokalnych przedsiębiorców usług turystycznych w ramach pakietów produktowych, sformatowanych w oparciu o lokalne atrakcje turystyczne.
6. Zwiększenie aktywności w zakresie realizacji zadań promocyjnych, koordynowania współpracy i szkolenia kadr turystycznych.

➤ **REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z ZADAŃ LOT W PROCESIE KREOWANIA PRODUKTU:**

Wypracowanie przez wszystkich uczestników rynku turystycznego wspólnych **zasad tworzenia pakietów usług turystycznych i ich świadczenia** na podstawie lokalnych atrakcji turystycznych. Zasady te można określić w oparciu o:

1. **Analizę mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń, problemów i celów** rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym.
2. **Zasady współpracy i komunikacji w ramach grupy partnerskiej.**
3. **Strategię Grupy Partnerskiej.**
4. **Strategię Kreowania i Wdrażania Marki miasta/gminy**, która pozwoli jednoznacznie określić charakter i kierunki promocji, także w zakresie turystyki.
5. **Ocenę potencjału turystycznego środowiska lokalnego** z wykazem walorów turystycznych, które mogą stać się podstawą budowania produktów turystycznych.
6. **Ocenę stanu prowadzenia działań inwestycyjnych** w zakresie turystyki na szczeblu lokalnym oraz ról, które LOT powinna pełnić wobec poszczególnych inwestycji.

7. **Wspólne narzędzia komunikacji i administrowania** (użytkowania) systemu atrakcji turystycznych dla ułatwienia budowania pakietów usług turystycznych w oparciu o te atrakcje.
8. **Sformatowane produkty turystyczne, czyli oferty handlowe pakietów usług** dla poszczególnych atrakcji turystycznych.
9. **Wspólną politykę cenową, opartą o sformatowane pakiety usług.**
10. **Wspólne zasady informacji marketingowej**, działania informacyjne i promocyjne dla sformatowanych ofert handlowych.
11. **Wspólne mechanizmy dbałości o jakość usług** w ramach spakietowanych ofert turystycznych.
12. **Wspólne mechanizmy dedykowania pakietów usług pod nowe grupy turystów.**
13. **Jednolity system edukowania kadr turystycznych**, które świadczą usługi w ramach pakietów usług oraz szkolenia własnych trenerów i ekspertów w ramach np. Szkoły Liderów.
14. **Stworzenie instytucjonalnego systemu** kreowania i komercjalizacji produktów turystycznych np. w oparciu o ideę utworzenia i funkcjonowania **Lokalnego Touroperatora**.

5.3 Stepnicka Organizacja Turystyczna „Nie tylko dla Orłów”

Cele statutowe działalności Stepnickiej Organizacji Turystycznej „Nie tylko dla orłów” oraz jej **statutowe działania**¹⁵:

1. Kreowanie i upowszechnianie wizerunku Gminy Stepnica jako regionu atrakcyjnego turystycznie.
2. Stworzenie platformy współpracy podmiotów gospodarczych turystyki z władzami lokalnymi, regionalnymi i krajowymi.
3. Integrowanie środowisk samorządu terytorialnego, gospodarczego oraz osób, instytucji i organizacji zainteresowanych rozwojem turystycznym Gminy Stepnica.
4. Zwiększanie liczby turystów odwiedzających Gminę Stepnica.
5. Działanie na rzecz wzrostu wpływów z turystyki.
6. Stworzenie lokalnego Centrum informacji turystycznej oraz włączenie go w regionalne i krajowe zarządzanie systemem „it”.
7. Tworzenie i rozwój produktu turystycznego wokół lokalnych atrakcji turystycznych.

¹⁵ Statut Stepnickiej Organizacji Turystycznej „Nie Tylko Dla Orłów”, uchwalony na zebraniu założycielskim w dniu 12.01.2011r., z późniejszymi zmianami z dnia 1.08.2011 r.

8. Współtworzenie krajowych produktów turystycznych.
9. Promocja aktywnych form wypoczynku.
10. Działanie na rzecz poprawy infrastruktury turystycznej.
11. Udział w koordynacji działań promocyjnych podejmowanych w Gminie Stepnica.
12. Pozyskiwanie i kumulowanie środków finansowych na rzecz rozwoju turystyki.
13. Doskonalenie i szkolenie kadr obsługi ruchu turystycznego, prowadzenie badań marketingowych w zakresie turystyki.
14. Rozwijanie międzynarodowych kontaktów w zakresie turystyki.
15. Działanie na rzecz ochrony dziedzictwa przyrodniczego.
16. Działanie na rzecz krajoznawstwa, kultury, sztuki, ochrony dóbr kultury i tradycji.
17. Prowadzenie działalności edukacyjno-szkoleniowej.

Podstawowe zadania Organizacji¹⁶ to:

1. Promocja walorów turystycznych Gminy Stepnica w kraju i za granicą poprzez:
 - a) organizowanie prezentacji potencjału turystycznego Gminy Stepnica na targach i wystawach turystycznych;
 - b) organizowanie imprez promocyjnych;
 - c) publikację wydawnictw i materiałów promocyjnych;
 - d) organizację wizyt studyjnych dziennikarzy polskich i zagranicznych oraz przedstawicieli touroperatorów;
2. Organizacja i prowadzenie Centrum informacji turystycznej oraz systemu rezerwacji miejsc.
3. Współpraca z organami administracji rządowej, z Zachodniopomorską Regionalną Organizacją Turystyczną, z Polską Organizacją Turystyczną z organami organizacji samorządowych oraz podmiotami gospodarczymi, a także organizacjami pozarządowymi działającymi w zakresie turystyki.
4. Aktywne pozyskiwanie środków finansowych z zewnątrz na rozwój turystyki.
5. Organizowanie imprez promocyjnych.
6. „SOT” może prowadzić działalność gospodarczą po spełnieniu wymagań formalno-prawnych, z której dochody są przeznaczone wyłącznie na działalność statutową.
7. Podejmowanie wszelkich innych form służących realizacji zadań statutowych

W kontekście przedstawionych powyżej celów i zadań statutowych, poniżej zaprezentowano cele i zadania, wskazane do realizacji przez członków grupy partnerskiej LOT z gminy Stepnica – Stepnickiej Organizacji Turystycznej „Nie tylko dla orłów”.

¹⁶ Tamże

ZIDENTYFIKOWANE CELE:

- Zwiększenie liczby turystów
- Stworzenie oferty okołoturystycznej
- Obranie jednego, wspólnego celu
- Wytworzenie jednolitego, spójnego wizerunku turystycznego gminy Stepnica
- Wyniesienie turystyki jako jednej z priorytetowych gałęzi gospodarki dla władz miasta
- Zmiana nastawienia urzędników i nawiązanie dobrej współpracy z Urzędem Morskim i Lasami Państwowymi
- Uświadomienie mieszkańcom atrakcyjności turystycznej gminy
- Stworzenie dobrych warunków do życia i pracy w gminie dla młodych ludzi
- Pozyskanie inwestorów w sektorze szeroko rozumianej turystyki
- Zwiększenie środków finansowych na inwestycje turystyczne i okołoturystyczne
- Ułatwienie startu przedsiębiorcom zaczynającym działalność w turystyce

NIEZBĘDNE DZIAŁANIA:

- Nowe inwestycje w infrastrukturę okołoturystyczną
- Stworzenie oferty turystycznej i okołoturystycznej – kumulacja działań partnerów w tym kierunku
- Stworzenie systemu zachęt dla inwestorów
- Stworzenie systemu wsparcia dla inicjatyw oddolnych oraz aktywizacja i integracja mieszkańców w kierunku wspólnych działań
- Uświadomienie władzom miasta siły tkwiącej w turystyce i ludziach zajmujących się tą dziedziną
- Stworzenie systemu współpracy i wymiany informacji pomiędzy podmiotami
- Mianowanie podmiotu scalającego, kumulującego i koordynującego dialog pomiędzy przedstawicielami NGO, JST, UM i LP
- Wstąpienie Urzędu Gminy i stowarzyszeń do SOT
- Mianowanie liderów lokalnych
- Naprawa systemu promocji informacji turystycznej
- Stworzenie całorocznej bazy noclegowej, gastronomicznej i okołoturystycznej – zachęcenie mieszkańców do inwestycji
- Poprawa infrastruktury wodno-kanalizacyjnej i gazowej w całej Gminie
- Stworzenie lokalnego produktu (produktów) turystycznego
- Poprawa umiejętności pozyskiwania zewnętrznych środków finansowych

ZADANIE KLUCZOWE:
NAWIĄZANIE STAŁEJ WSPÓŁPRACY POMIĘDZY PRZEDSIĘBIORCAMI
ORAZ NA LINII BRANŻA – NGO – LOT

Rekomendacje realizacyjne

Powyższe wnioski są podstawą do formułowania **rekomendacji realizacyjnych** dla działalności Stepnickiej Organizacji Turystycznej „Nie tylko dla orłów”.

➤ **REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z ANALIZY PORÓWNAWCZEJ** celów i działań statutowych LOT z celami i niezbędnymi działaniami, zidentyfikowanymi przez członków organizacji na podstawie doświadczeń funkcjonowania organizacji:

1. Intensyfikacja działań integracyjnych i koordynacji współpracy.
2. Intensyfikacja działań promocyjnych.
3. Promocja zorientowana na promowanie atrakcji turystycznych poprzez upowszechnianie wiedzy i informacji o lokalnych produktach turystycznych.
4. Aktywny udział LOT w kreowaniu produktów turystycznych.
5. Aktywne uczestnictwo LOT w komercjalizacji produktów turystycznych, czyli w wypracowaniu i zorganizowaniu efektywnego systemu świadczenia przez lokalnych przedsiębiorców usług turystycznych w ramach pakietów produktowych, sformatowanych w oparciu o lokalne atrakcje turystyczne.
6. Zwiększenie aktywności w zakresie realizacji zadań promocyjnych, koordynowania współpracy i szkolenia kadr turystycznych.

➤ **REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z ZADAŃ SOT „Nie tylko dla orłów” W PROCESIE KREOWANIA PRODUKTU:**

Wypracowanie przez wszystkich uczestników rynku turystycznego wspólnych **zasad tworzenia pakietów usług turystycznych i ich świadczenia** na podstawie lokalnych atrakcji turystycznych. Zasady te można określić w oparciu o:

1. **Analizę mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń, problemów i celów** rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym.
2. **Zasady współpracy i komunikacji w ramach grupy partnerskiej.**
3. **Strategię Grupy Partnerskiej.**
4. **Strategię Rozwoju Turystyki w Gminie**, która pozwoli wyznaczyć priorytety rozwoju turystycznego Gminy.
5. **Ocenę potencjału turystycznego środowiska lokalnego** z wykazem walorów turystycznych, które mogą stać się podstawą budowania produktów turystycznych.

6. **Ocenę stanu prowadzenia działań inwestycyjnych** w zakresie turystyki na szczeblu lokalnym oraz ról, które LOT powinna pełnić wobec poszczególnych inwestycji.
7. **Wspólne narzędzia komunikacji i administrowania** (użytkowania) systemu atrakcji turystycznych dla ułatwienia budowania pakietów usług turystycznych w oparciu o te atrakcje.
8. **Sformatowane produkty turystyczne, czyli oferty handlowe pakietów usług** dla poszczególnych atrakcji turystycznych.
9. **Wspólną politykę cenową, opartą o sformatowane pakiety usług.**
10. **Wspólne zasady informacji marketingowej**, działania informacyjne i promocyjne dla sformatowanych ofert handlowych.
11. **Wspólne mechanizmy dbałości o jakość usług** w ramach spakietowanych ofert turystycznych.
12. **Wspólne mechanizmy dedykowania pakietów usług pod nowe grupy turystów.**
13. **Jednolity system edukowania kadr turystycznych**, które świadczą usługi w ramach pakietów usług oraz szkolenia własnych trenerów i ekspertów w ramach np. Szkoły Liderów.
14. **Stworzenie instytucjonalnego systemu** kreowania i komercjalizacji produktów turystycznych np. **w oparciu o ideę** utworzenia i funkcjonowania **Lokalnego Touroperatora**.

5.4 Szczecińska Organizacja Turystyczna

Cele statutowe działalności Szczecińskiej Organizacji Turystycznej oraz jej **statutowe działania**¹⁷:

- 1) kreowanie wizerunku Szczecina i okolic jako regionu atrakcyjnego turystycznie,
- 2) integrowanie środowisk samorządu terytorialnego, gospodarczego i zawodowego oraz osób instytucji i organizacji zainteresowanych rozwojem turystycznym Szczecina,
- 3) zwiększanie liczby turystów odwiedzających Szczecin,
- 4) wzrost efektywności ekonomicznej podmiotów świadczących usługi dla turystów,
- 5) stworzenie lokalnego systemu informacji turystycznej oraz włączenie go w krajowe zarządzanie systemem „it”,
- 6) działanie na rzecz poprawy infrastruktury turystycznej miasta,
- 7) koordynacja działań promocyjnych podejmowanych w Szczecinie,
- 8) kumulowanie środków finansowych na rzecz rozwoju turystyki,

¹⁷ Statut Szczecińskiej Organizacji Turystycznej

- 9) stworzenie platformy współpracy podmiotów gospodarczych turystyki z władzami lokalnymi, regionalnymi i krajowymi,
- 10) wspieranie lokalnej przedsiębiorczości w dziedzinie turystyki,
- 11) propagowanie idei rozwoju turystyki jako jednej z wiodących gałęzi gospodarki Szczecina.

Podstawowe zadania SzOT¹⁸, podejmowane w ramach aktywnego uczestnictwa w rozwoju lokalnej turystyki:

- 1) promocja Szczecina w kraju i za granicą w szczególności poprzez:
 - a. organizowanie prezentacji potencjału turystycznego Szczecina na targach i wystawach;
 - b. organizowanie imprez promocyjnych;
 - c. publikację wydawnictw i materiałów promocyjnych;
 - d. organizację wizyt studialnych dziennikarzy polskich i zagranicznych oraz przedstawicieli touroperatorów.
- 2) inspirowanie, pomoc w tworzeniu, rozwoju i promocja lokalnych produktów turystycznych, organizacja i prowadzenie miejskiego systemu informacji turystycznej oraz systemu rezerwacji miejsc, inicjowanie badań rynku turystycznego, udział w badaniach statystycznych i marketingowych,
- 3) wyrażanie opinii o projektach rozwiązań prawnych i organizacyjnych mających wpływ na realizację celów statutowych Organizacji,
- 4) delegowanie swoich przedstawicieli do uczestnictwa w pracach instytucji, komisji, zespołów itp. mających wpływ na rozwój turystyki,
- 5) prowadzenie miejskiego Centrum Informacji Turystycznej,
- 6) opracowywanie rocznych kalendarzy imprez kulturalnych i turystycznych,
- 7) współpraca z Zachodniopomorską Regionalną Organizacją Turystyczną oraz innymi Lokalnymi i Regionalnymi Organizacjami Turystycznymi, Polską Organizacją Turystyczną i jej ośrodkami za granicą oraz innymi organizacjami i instytucjami w kraju i za granicą działającymi na rzecz rozwoju turystyki,
- 8) popieranie rozwoju kształcenia zawodowego oraz inspirowanie i organizowanie doksztalcania i doskonalenia zawodowego w dziedzinie turystyki,
- 9) podejmowanie wszelkich innych form służących realizacji zadań statutowych.

W kontekście przedstawionych wcześniej celów i zadań statutowych, poniżej zaprezentowano **cele i zadania, wskazane do realizacji przez członków Szczecińskiej Organizacji Turystycznej**

¹⁸ Tamże

ZIDENTYFIKOWANE CELE

- kreowanie tożsamości miasta
- zmiana wizerunku Szczecina na miasto atrakcyjne turystycznie
- zwiększenie atrakcyjności Szczecina dla turysty indywidualnego
- optymalizacja kosztów realizacji usług / dostępu do atrakcji turystycznych
- zwiększenie liczby turystów w mieście i jego okolicach
- wzrost ilości spakietowanych produktów turystycznych
- stworzenie kalendarza imprez w mieście z odpowiednim wyprzedzeniem
- wzrost efektywności działań promocyjnych i informacyjnych miasta
- wzrost znaczenia turystyki w gospodarce i rozwoju lokalnym
- integracja środowiska osób i instytucji działających w zakresie turystyki
- kumulowanie środków finansowych na rzecz rozwoju turystyki
- stworzenie platformy współpracy podmiotów gospodarczych turystyki z władzami lokalnymi, regionalnymi i krajowymi

NIEZBĘDNE DZIAŁANIA:

- wykreowanie instytucjonalnego koordynatora działań
- nasilenie akcji budujących wzajemne zaufanie między podmiotami branżowymi
- zwiększenie działań w kierunku rozwoju oferty turystycznej dla turysty indywidualnego
- budowa dużej sali kongresowej w mieście, do organizacji zamkniętych imprez masowych
- zwiększenie działań promocyjnych produktów turystycznych
- stworzenie platformy współpracy między podmiotami i organizacjami sektora turystyki
- zwiększenie aktywności w poszukiwaniu innych środków, niż budżetowe na finansowaniu organizacji imprez i rozwój turystyki
- stworzenie systemu promującego i nagradzającego podejmowanie przez podmioty branżowe wspólnych przedsięwzięć turystycznych
- stworzenie kampanii promujących turystykę jako znaczące źródło dochodów miasta/regionu
- stworzenie lokalnego systemu informacji turystycznej i włączanie go w system krajowy
- inicjowanie rozwoju infrastruktury turystycznej i para turystycznej
- doskonalenie kadr i dążenie do podnoszenia poziomu obsługi turystów
- planowanie strategiczne w zakresie rozwoju turystyki
- badania i analizy marketingowe dla potrzeb gospodarki turystycznej
- wspieranie podmiotów gospodarczych branży turystycznej

ZADANIA KLUCZOWE:
ZINTEGROWANIE I ZAKTYWIZOWANIE BRANŻY. WYKREOWANIE
INSTYTUCJONALNEGO LIDERA KOORDYNUJĄCEGO WSPÓŁPRACĘ.

Rekomendacje realizacyjne

Powyższe wnioski są podstawą do formułowania **rekomendacji realizacyjnych** dla dalszej działalności Szczecińskiej Organizacji Turystycznej.

➤ **REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z ANALIZY PORÓWNAWCZEJ** celów i działań statutowych SzOT z celami i niezbędnymi działaniami, zidentyfikowanymi przez członków organizacji na podstawie doświadczeń funkcjonowania organizacji:

1. Intensyfikacja działań integracyjnych i koordynacji współpracy.
2. Intensyfikacja działań promocyjnych.
3. Promocja zorientowana na promowanie atrakcji turystycznych poprzez upowszechnianie wiedzy i informacji o lokalnych produktach turystycznych.
4. Aktywny udział LOT w kreowaniu produktów turystycznych.
5. Aktywne uczestnictwo LOT w komercjalizacji produktów turystycznych, czyli w wypracowaniu i zorganizowaniu efektywnego systemu świadczenia przez lokalnych przedsiębiorców usług turystycznych w ramach pakietów produktowych, sformatowanych w oparciu o lokalne atrakcje turystyczne.
6. Zwiększenie aktywności w zakresie realizacji zadań promocyjnych, koordynowania współpracy i szkolenia kadr turystycznych.

➤ **REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z ZADAŃ SzOT W PROCESIE KREOWANIA PRODUKTU:**

Wypracowanie przez wszystkich uczestników rynku turystycznego wspólnych **zasad tworzenia pakietów usług turystycznych i ich świadczenia** na podstawie lokalnych atrakcji turystycznych. Zasady te można określić w oparciu o:

1. **Analizę mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń, problemów i celów** rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym
2. **Zasady współpracy i komunikacji w ramach grupy partnerskiej**
3. **Strategię Grupy Partnerskiej**
4. **Strategię Rozwoju Turystyki**, która pozwoli wyznaczyć priorytety rozwoju turystycznego miasta
5. **Ocenę potencjału turystycznego środowiska lokalnego** z wykazem walorów turystycznych, które mogą stać się podstawą budowania produktów turystycznych

6. **Ocenę stanu prowadzenia działań inwestycyjnych** w zakresie turystyki na szczeblu lokalnym oraz ról, które LOT powinna pełnić wobec poszczególnych inwestycji
7. **Wspólne narzędzia komunikacji i administrowania** (użytkowania) systemu atrakcji turystycznych dla ułatwienia budowania pakietów usług turystycznych w oparciu o te atrakcje
8. **Sformatowane produkty turystyczne, czyli oferty handlowe pakietów usług** dla poszczególnych atrakcji turystycznych
9. **Wspólną politykę cenową, opartą o sformatowane pakiety usług**
10. **Wspólne zasady informacji marketingowej**, działania informacyjne i promocyjne dla sformatowanych ofert handlowych
11. **Wspólne mechanizmy dbałości o jakość usług** w ramach spakietowanych ofert turystycznych
12. **Wspólne mechanizmy dedykowania pakietów usług pod nowe grupy turystów**
13. **Jednolity system edukowania kadr turystycznych**, które świadczą usługi w ramach pakietów usług oraz szkolenia własnych trenerów i ekspertów w ramach np. Szkoły Liderów
14. **Stworzenie instytucjonalnego systemu** kreowania i komercjalizacji produktów turystycznych np. **w oparciu o ideę** utworzenia i funkcjonowania **Lokalnego Touroperatora**

5.5 Świnoujska Organizacja Turystyczna

Biorąc pod uwagę potencjał turystyczny Świnoujścia i działalność uczestników Świnoujskiej Organizacji Turystycznej w kontekście proponowanych zadań do realizacji w procesie kreowania w Świnoujściu zintegrowanych produktów turystycznych – można sformułować szereg **wniosków oraz rekomendacji** dla dalszej działalności ŚOT.

Wnioski lokalne

Jak wynika z przeprowadzonych analiz, formuła Lokalnej Organizacji Turystycznej jako platformy współpracy przedstawicieli wszystkich sektorów rynku turystycznego, jej cele i zadania **predestynują LOT do pełnienia kluczowej roli w rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym.**

Poniżej przedstawiono **cele statutowe** działalności Świnoujskiej Organizacji Turystycznej oraz jej **statutowe działania**¹⁹:

¹⁹ Statut Świnoujskiej Organizacji Turystycznej

- 1) kreowanie i upowszechnianie wizerunku Świnoujścia jako regionu atrakcyjnego turystycznie w kraju i za granicą,
- 2) utrzymanie wysokiej konkurencyjności produktu turystycznego na rynku krajowym i zagranicznym,
- 3) podejmowanie działań w celu zwiększenia liczby turystów odwiedzających Miasto,
- 4) integracja środowisk samorządu terytorialnego, podmiotów z branży turystycznej, organizacji zrzeszających przedsiębiorców turystycznych, stowarzyszeń turystycznych oraz osób fizycznych i organizacji nie posiadających osobowości prawnej, a mogących wspierać te cele.

Podstawowe zadania ŚOT²⁰, podejmowane w ramach aktywnego uczestnictwa w rozwoju lokalnej turystyki:

- 1) rozwijanie istniejących oraz tworzenie nowych produktów turystycznych i podnoszenie ich konkurencyjności,
- 2) udział w krajowych i zagranicznych targach turystycznych, imprezach promocyjnych, szkoleniach krajowych i zagranicznych,
- 3) inicjowanie, opiniowanie i wspieranie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej,
- 4) udział w działaniach na rzecz ochrony zasobów kulturalnych i przyrodniczych, jako elementów składowych konkurencyjnego produktu turystycznego,
- 5) inicjowanie i prowadzenie badań marketingowych i monitoringowych turystyki oraz upowszechnianie ich rezultatów,
- 6) współpracę z organami administracji rządowej, administracji samorządowych, z Polską Organizacją Turystyczną, Zachodniopomorską Regionalną Organizacją Turystyczną i innymi lokalnymi organizacjami działającymi w zakresie turystyki lub mogącymi je wspierać,
- 7) prowadzenie i rozwijanie Informacji Turystycznej,
- 8) pozyskiwanie środków zewnętrznych na realizację celów statutowych,
- 9) prowadzenie kursów i szkoleń służących rozwojowi turystyki.

W kontekście przedstawionych wcześniej celów i zadań statutowych, poniżej zaprezentowano **cele i zadania, wskazane do realizacji przez członków Świnoujskiej Organizacji Turystycznej.**

ZIDENTYFIKOWANE CELE:

²⁰ Tamże

- Uzyskanie aktywnej współpracy i zrozumienia dla rozwoju sektora turystyki ze strony władz miasta (Zarząd, Rada)
- Udrożnienie komunikacji miejskiej (przeprawa promowa)
- Zbudowanie kanałów przepływu informacji wewnętrznej między podmiotami branży turystycznej
- Zainicjowanie efektywnej współpracy władz miasta z ŚOT
- Podniesienie poziomu kwalifikacji pracowników i kadr zarządzających w sektorze turystyki
- Wydłużenie sezonu letniego
- Zintegrowanie środowiska branży turystycznej
- Identyfikacja głównych segmentów klientów docelowych
- Poprawa kultury obsługi turystów
- Zwiększenie świadomości turystycznej mieszkańców miasta

NIEZBĘDNE DZIAŁANIA:

- Stworzenie oferty posezonowej
- Stworzenie klimatu dla wykreowania liderów branży turystycznej
- Ograniczenie fluktuacji kadr sektora turystyki
- Zmiana systemu komunikacji (do i z miasta)
- Stworzenie klimatu dla działalności społecznej wśród przedsiębiorców turystycznych
- Wykreowanie promu jako atrakcji turystycznej, a nie problemu komunikacyjnego
- Stworzenie możliwości rozwoju ogólnodostępnej infrastruktury rekreacyjno-rozrywkowej
- Zwiększenie lobbingu na rzecz turystyki wśród władz miasta
- Stworzenie zachęt dla przedsiębiorców do wybudowania turystycznego obiektu flagowego miasta
- Zaktualizowanie strategii turystycznej miasta we współpracy z organizacjami i podmiotami branżowymi

ZADANIE KLUCZOWE:

ZBUDOWANIE PŁASZCZYZNY SKUTECZNEJ WSPÓŁPRACY I WZAJEMNEGO ZAUFANIA

Rekomendacje realizacyjne

Powyższe wnioski są podstawą do formułowania **rekomendacji realizacyjnych** dla dalszej działalności Świnoujskiej Organizacji Turystycznej.

➤ **REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z ANALIZY PORÓWNAWCZEJ** celów i działań statutowych ŚOT z celami i niezbędnymi działaniami, zidentyfikowanymi przez członków organizacji na podstawie doświadczeń funkcjonowania organizacji:

1. Intensyfikacja działań integracyjnych i koordynacji współpracy.
2. Intensyfikacja działań promocyjnych.
3. Promocja zorientowana na promowanie atrakcji turystycznych poprzez upowszechnianie wiedzy i informacji o lokalnych produktach turystycznych.
4. Aktywny udział LOT w kreowaniu produktów turystycznych.
5. Aktywne uczestnictwo LOT w komercjalizacji produktów turystycznych, czyli w wypracowaniu i zorganizowaniu efektywnego systemu świadczenia przez lokalnych przedsiębiorców usług turystycznych w ramach pakietów produktowych, sformatowanych w oparciu o lokalne atrakcje turystyczne.
6. Zwiększenie aktywności w zakresie realizacji zadań promocyjnych, koordynowania współpracy i szkolenia kadr turystycznych.

➤ **REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z ZADAŃ ŚOT W PROCESIE KREOWANIA PRODUKTU:**

Wypracowanie przez wszystkich uczestników rynku turystycznego wspólnych **zasad tworzenia pakietów usług turystycznych i ich świadczenia** na podstawie lokalnych atrakcji turystycznych. Zasady te można określić w oparciu o:

1. **Analizę mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń, problemów i celów** rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym
2. **Zasady współpracy i komunikacji w ramach grupy partnerskiej**
3. **Strategię Grupy Partnerskiej**
4. **Strategię Kreowania i Wdrażania Marki Turystycznej**, która pozwoli jednoznacznie określić charakter i kierunki promocji miasta, także w zakresie turystyki
5. **Aktualizację Strategii Rozwoju Turystyki**, która pozwoli wyznaczyć priorytety rozwoju turystycznego miasta
6. **Ocenę potencjału turystycznego środowiska lokalnego** z wykazem walorów turystycznych, które mogą stać się podstawą budowania produktów turystycznych
7. **Ocenę stanu prowadzenia działań inwestycyjnych** w zakresie turystyki na szczeblu lokalnym oraz ról, które LOT powinna pełnić wobec poszczególnych inwestycji
8. **Wspólne narzędzia komunikacji i administrowania** (użytkowania) systemu atrakcji turystycznych dla ułatwienia budowania pakietów usług turystycznych w oparciu o te atrakcje

9. **Sformatowane produkty turystyczne, czyli oferty handlowe pakietów usług** dla poszczególnych atrakcji turystycznych
10. **Wspólną politykę cenową, opartą o sformatowane pakiety usług**
11. **Wspólne zasady informacji marketingowej**, działania informacyjne i promocyjne dla sformatowanych ofert handlowych
12. **Wspólne mechanizmy dbałości o jakość usług** w ramach spakietowanych ofert turystycznych
13. **Wspólne mechanizmy dedykowania pakietów usług pod nowe grupy turystów**
14. **Jednolity system edukowania kadr turystycznych**, które świadczą usługi w ramach pakietów usług oraz szkolenia własnych trenerów i ekspertów w ramach np. Szkoły Liderów
15. **Stworzenie instytucjonalnego systemu** kreowania i komercjalizacji produktów turystycznych np. **w oparciu o ideę** utworzenia i funkcjonowania **Lokalnego Touroperatora**

5.6 Organizacja Turystyczna Doliny Dolnej Odry

Cele statutowe działalności LOT²¹:

1. Wspieranie rozwoju turystyki w regionie
2. Kreowanie pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku gminy
3. Promocja turystyki w gminie
4. Inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej.
5. Inicjowanie i stwarzanie działań społecznych i gospodarczych na rzecz wzrostu znaczenia turystyki w rozwoju regionu.
6. Doskonalenie kadr w zakresie planowania i realizacji wspólnych przedsięwzięć turystycznych.
7. Prowadzenie badań marketingowych w zakresie turystyki oraz ich analiza.
8. Inicjowanie i współtworzenie lokalnych produktów turystycznych
9. Prowadzenie informacji turystycznej oraz rozwijanie lokalnego systemu informacji.
10. Propagowanie i podejmowanie działań zmierzających do ochrony środowiska naturalnego i kulturowego
11. Wspieranie i ochrona już istniejących podmiotów branży turystycznej.

²¹ „Kodeks Dobrych Praktyk systemu zarządzania i promocji turystyki w Polsce”, pod red. dr Elżbieta Wąsowicz-Zaborek, Warszawa 2009

12. Doradztwo, organizowanie warsztatów, szkoleń i wyjazdów studyjnych oraz udzielanie wsparcia finansowego na działalność podmiotów w obszarze turystyki.
13. Wspieranie i nawiązywanie współpracy z podmiotami zagranicznymi działającymi w obszarze turystyki.
14. Aktywizacja i wspieranie udziału wolontariuszy we wszystkich przedsięwzięciach realizowanych w ramach LOT.
15. Prowadzenie działań promocyjnych i informacyjnych w zakresie turystyki na terenie działania LOT.

Organizacja realizuje swoje cele poprzez²²:

1. Powołanie i prowadzenie biura - celem administrowania, organizacji i obsługi programów rozwoju lokalnej gospodarki turystycznej,
2. Prowadzenie działalności edukacyjnej, szkoleniowej oraz wydawniczej,
3. Prowadzenie kampanii promocyjnej w zakresie turystyki, imprez, uroczystości oraz wszelkich działań w zakresie marketingu i promocji, organizowanie ekspozycji na targach krajowych i zagranicznych,
4. Organizowanie objazdów studyjnych,
5. Współpracę z organami administracji rządowej, z Polską Organizacją Turystyczną, z organami administracji samorządowej oraz podmiotami gospodarczymi, a także organizacjami pozarządowymi działającymi w zakresie turystyki.
6. Opracowywanie rocznych kalendarzy imprez turystycznych,
7. Promocja produktów i atrakcji turystycznych,
8. Gromadzenie i aktualizacja informacji o atrakcjach i produktach turystycznych,
9. Organizacja i prowadzenie lokalnych punktów informacji turystycznej oraz systemu rezerwacji miejsc,
10. Inicjowanie badań rynku turystycznego, udział w badaniach statystycznych i marketingowych,
11. Popieranie rozwoju kształcenia zawodowego oraz inspirowanie i organizowanie doksztalcania i doskonalenia zawodowego w dziedzinie turystyki,
12. Tworzenie i rozwój produktów turystycznych wokół lokalnych atrakcji turystycznych.

W kontekście przedstawionych powyżej celów i zadań statutowych, poniżej zaprezentowano cele i zadania, wskazane do realizacji przez członków przyszłej Lokalnej Organizacji Turystycznej.

ZIDENTYFIKOWANE CELE:

²² Tamże

- Oznakowanie miejsc atrakcyjnych turystycznie
- Stworzenie atrakcyjnych produktów turystycznych, dostępnych dla turysty w sezonie i poza nim
- Stworzenie wspólnej dla wszystkich gmin strategii rozwoju turystyki i wspólna realizacja
- Umożliwienie zdrowej konkurencji poprzez ciągłą współpracę i uczciwy podział zadań
- Stworzenie spójnego, atrakcyjnego turystycznie wizerunku subregionu
- Aktywizacja społeczeństwa, uświadomienie roli mieszkańców gmin w tworzeniu wizerunku subregionu
- Stworzenie ogólnodostępnej, dobrze utrzymanej infrastruktury turystycznej
- Wyszukanie profesjonalnej kadry do obsługi ruchu turystycznego
- Traktowanie turystyki jako priorytet dla samorządów
- Zwiększenie liczby turystów i bazy noclegowej
- Poprawienie stanu zabytków

NIEZBĘDNE DZIAŁANIA:

- Wypracowanie polityki i zmiana prawa w zakresie odpowiedzialności za utrzymanie ogólnodostępnej infrastruktury turystycznej
- Stworzenie warunków współpracy wszystkich aktorów rynku turystycznego (branży, JST, NGO)
- Stworzenie systemu kształcenia zawodowego w turystyce
- Stworzenie systemu zachęt do tworzenia miejsc pracy i rozwijania działalności w turystyce
- Promowanie subregionu jako atrakcyjnego turystycznie
- Stworzenie planu zagospodarowania przestrzennego dla potrzeb turystyki
- Stworzenie wspólnych dla wszystkich gmin koncepcji przebiegu tras turystycznych
- Stworzenie systemu wsparcia dla inicjatyw w turystyce
- Podniesienie świadomości mieszkańców i gestorów turystyki w zakresie atrakcyjności regionu
- Skoordynowanie działań w zakresie tworzenia i rozwoju produktów turystycznych

ZADANIE KLUCZOWE:

**NAWIĄZANIE WSPÓŁPRACY, SKOORDYNOWANIE DZIAŁAŃ POPRZECZ
ZAWIĄZANIE PARTNERSTWA I WYŁONIENIE LIDERA SUBREGIONU
W OBSZARZE ROZWOJU TURYSTYKI**

Rekomendacje realizacyjne

Powyższe wnioski są podstawą do formułowania **rekomendacji realizacyjnych** dla działalności Lokalnej Organizacji Turystycznej „Subregionu Gryfino”.

➤ **REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z ANALIZY PORÓWNAWCZEJ** celów i działań statutowych LOT z celami i niezbędnymi działaniami, zidentyfikowanymi przez członków organizacji na podstawie doświadczeń funkcjonowania organizacji:

1. Intensyfikacja działań integracyjnych i koordynacji współpracy.
2. Intensyfikacja działań promocyjnych.
3. Promocja zorientowana na promowanie atrakcji turystycznych poprzez upowszechnianie wiedzy i informacji o lokalnych produktach turystycznych.
4. Aktywny udział LOT w kreowaniu produktów turystycznych.
5. Aktywne uczestnictwo LOT w komercjalizacji produktów turystycznych, czyli w wypracowaniu i zorganizowaniu efektywnego systemu świadczenia przez lokalnych przedsiębiorców usług turystycznych w ramach pakietów produktowych, sformatowanych w oparciu o lokalne atrakcje turystyczne.
6. Zwiększenie aktywności w zakresie realizacji zadań promocyjnych, koordynowania współpracy i szkolenia kadr turystycznych.

➤ **REKOMENDACJE WYNIKAJĄCE Z ZADAŃ LOT SUBREGIONU GRYFINO W PROCESIE KREOWANIA PRODUKTU:**

Wypracowanie przez wszystkich uczestników rynku turystycznego wspólnych **zasad tworzenia pakietów usług turystycznych i ich świadczenia** na podstawie lokalnych atrakcji turystycznych. Zasady te można określić w oparciu o:

1. **Analizę mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń, problemów i celów** rozwoju turystyki na szczeblu lokalnym
2. **Zasady współpracy i komunikacji w ramach grupy partnerskiej**
3. **Strategię Grupy Partnerskiej**
4. **Strategię Rozwoju Turystyki w Subregionie**, która pozwoli wyznaczyć priorytety rozwoju turystycznego
5. **Ocenę potencjału turystycznego środowiska lokalnego** z wykazem walorów turystycznych, które mogą stać się podstawą budowania produktów
6. **Ocenę stanu prowadzenia działań inwestycyjnych** w zakresie turystyki na szczeblu lokalnym oraz ról, które LOT powinna pełnić wobec poszczególnych inwestycji

7. **Wspólne narzędzia komunikacji i administrowania** (użytkowania) systemu atrakcji turystycznych dla ułatwienia budowania pakietów usług turystycznych w oparciu o te atrakcje
8. **Sformatowane produkty turystyczne, czyli oferty handlowe pakietów usług** dla poszczególnych atrakcji turystycznych
9. **Wspólną politykę cenową, opartą o sformatowane pakiety usług**
10. **Wspólne zasady informacji marketingowej**, działania informacyjne i promocyjne dla sformatowanych ofert handlowych
11. **Wspólne mechanizmy dbałości o jakość usług** w ramach spakietowanych ofert turystycznych
12. **Wspólne mechanizmy dedykowania pakietów usług pod nowe grupy turystów**
13. **Jednolity system edukowania kadr turystycznych**, które świadczą usługi w ramach pakietów usług oraz szkolenia własnych trenerów i ekspertów w ramach np. Szkoły Liderów
14. **Stworzenie instytucjonalnego systemu** kreowania i komercjalizacji produktów turystycznych np. w oparciu o ideę utworzenia i funkcjonowania **Lokalnego Touroperatora**.

Rozdział 6. Wybrane Rekomendacje polityki turystycznej dla Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego

Szczególnym kierunkiem działań władz poszczególnych gmin oraz władz SOM w ramach wdrażania jednolitej dla całego obszaru polityki turystycznej powinno być zacieśnianie współpracy turystycznej między gminami-członkami wchodzącymi w skład **Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego**. Celem takiej współpracy powinno być m.in.:

- tworzenie jednakowych warunków do rozwoju turystyki na obszarach stowarzyszonych poprzez m.in. uwzględnianie ich specyfiki w planach rozwoju społeczno-gospodarczych analizowanych obszarów;
- inicjowanie i kreowanie innowacyjnych usług pakietowych w oparciu o ofertę kulturową, sportową i wydarzenia z uwzględnieniem wszystkich atrakcji i walorów SOM oraz produktów o charakterze premium, w tym we współpracy z Zachodniopomorską Regionalną Organizacją Turystyczną.
- opracowanie jednakowych i wspólnych dla współpracujących obszarów kryteriów oceny jakości i standardu usług turystycznych (np. bazy noclegowej, gastronomicznej);
- integracja gmin poprzez tworzenie jednolitych warunków działania m.in. w turystyce, sporcie, rekreacji, wypoczynku, ochronie walorów środowiska naturalnego itp.;
- tworzenie i wdrażanie programów rozwoju turystyki zgodnych z ogólnymi priorytetami rozwoju o charakterze wyższego rzędu;
- wzbogacanie i wzajemne uzupełnianie oferty kulturalnej współpracujących jednostek samorządu terytorialnego, stanowiąca ważny element lokalnego wspólnego produktu turystycznego;
- budowa systemu wspólnej międzygminnej promocji turystycznej oraz systemu informacji i rezerwacji usług turystycznych (zintegrowana turystyczna komunikacja marketingowa);
- wykreowanie wspólnego dla całego obszaru SOM jednolitego oznakowania, logo i kolorystyki,
- podejmowanie działań na rzecz rozbudowy infrastruktury turystycznej i paraturystycznej na obszarze współpracujących gmin;
- zorganizowanie systemu monitoringu zjawisk turystycznych (badanie ruchu turystycznego, identyfikacja motywacji podróży oraz kierunków przyjazdów) oraz ewidencji obiektów i urządzeń infrastruktury turystycznej;
- podejmowanie wspólnych działań na rzecz nawiązywania współpracy z innymi jednostkami administracyjnymi z obszaru Unii Europejskiej w dziedzinie turystyki;

- wspólne zagospodarowanie posiadanych walorów turystycznych i tworzenie wspólnych produktów turystycznych na bazie występujących na terenie SOM walorów endogenicznych (np. wspólne dalsze zagospodarowanie rzeki Odry, jez. Dąbie i Zalewu Szczecińskiego);
- podjęcie działań w zakresie stworzenia systemu wzajemnego uzupełniania się oferty turystycznej;
- współdziałanie w dziedzinie turystyki nie tylko na etapie planowania, ale także na etapie realizacji wspólnych przedsięwzięć proturystycznych,
- powołanie do życia wspólnej metropolitalnej lokalnej organizacji turystycznej (MLOT)
- podnoszenie kompetencji mieszkańców, pracowników samorządowych i przedsiębiorców poprzez transfer nowoczesnej wiedzy turystycznej,
- wspieranie rozwiązań podnoszących jakość świadczenia usług przewodnickich na terenie SOM i obszarów specjalnych np. na terenie rozwijających się produktów turystycznych
- wspieranie tworzenia wspólnych markowych produktów turystycznych SOM,
- tworzenie wspólnej turystyki o charakterze partycypacyjnym, zachęcającego mieszkańców i gminy SOM do współdziałania i zmniejszenia sfer wykluczenia społecznego, zwłaszcza w przypadku tych gmin i społeczności, których walory turystyczne mają mniejszą rangę rozwojową,
- tworzenie obiektów i przestrzeni, których ideą będzie umożliwienie spotkań turystów z mieszkańcami SOM,
- tworzenie form spędzania wolnego czasu w oparciu o środowisko przyrodnicze oraz tworzenie proekologicznych rozwiązań w usługach gastronomicznych, noclegowych, transportowych, kulturowych czy edukacyjnych,
- kreowanie zbieżnych ofert turystycznych metropolii szczecińskiej,
- stworzenie warunków przyjaznych dla rozwoju biznesu turystycznego poprzez wsparcie szkoleniowe i marketingowe ułatwiające rozwój i integrowanie ofert w ramach obszarów produktowych rekomendowanych przez SOM,
- usieciowienie metropolitalnej oferty turystycznej,
- zintegrowanie działań w social mediach i Internecie – kreowanie wspólnego content marketingu.

Bibliografia

1. Borzyszkowski J., (2018), Praktyczne działania na rzecz wspierania i rozwoju aktywności turystycznej seniorów, VI Forum POT-ROT-LOT, Kraków
2. Borzyszkowski J., (2014), Zjawisko sezonowości w turystyce – istota problemu i działań krajowych podmiotów polityki turystycznej na rzecz jego ograniczania, Rozprawy Naukowe Akademii Wychowania Fizycznego we Wrocławiu, Wrocław
3. Borzyszkowski J., (2016), Ocena działalności organizacji zarządzających obszarami recepcji turystycznej – implikacje dla teorii i praktyki, E-Mentor, nr 4(66)
4. Gaworecki W., (1999), Kurorty w strukturze miejscowości turystycznych. [w:] materiały pokonferencyjne nt Turystyka uzdrowiskowa. Stan i perspektywy. Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Sopocie, Gdańsk
5. Głąbiński Z, Szostak D., Duda T, (2020), Strategia rozwoju turystyki jako narzędzie planowania na poziomie lokalnym na przykładzie gminy Karlino (woj. zachodniopomorskie), Turyzm, tom 30
6. Głąbiński Z, Szostak D., Duda T, (2019), Raport z analizy potencjału turystyczno-kulturowego powiatu białogardzkiego, Turystyka kulturowa, Zeszyt 5
7. Głąbiński Z, Szostak D., Zalewski T, (2016), Strategia rozwoju turystyki na poziomie lokalnym. Przykład powiatu gryfińskiego, CeDeWu.pl, Warszawa.
8. Migdał M., (2020), Poradnik współpracy JST-NGO sektora turystyki. Kodeks dobrych praktyk, Forum Turystyki Regionów, Szczecin.
9. Milewski D., 2005. Regionalne uwarunkowania rozwoju turystyki na przykładzie województwa zachodniopomorskiego, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
10. Milewski D., Szostak D., (2009), Koncepcja budowy produktu turystyczno-rekreacyjnego gminy Kołbaskowo w oparciu o „Trójkąt turystycznych możliwości: sport-rekreacja-aktywny wypoczynek”. [w:] Problemy turystyki i rekreacji nr 2, Wydział Nauk o Ziemi Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin.
11. Niezgoda A., Nawrot Ł., (2019), Kierunki rozwoju współczesnej turystyki, Uniwersytet Ekonomiczny, Poznań
12. Szostak D., (2011), Finansowanie inwestycji turystycznych – wybrane zagadnienia, [w:] Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 666, Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu nr 19, WNUS, Szczecin.

13. Szostak D., (2019), Planowanie rozwoju lokalnego jako samorządowe narzędzie kształtowania funkcji usługowej gminy Moryń, Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego, Kraków, zeszyt 33
14. Zmyślony P., (2018), O potrzebie utworzenia metropolitalnych organizacji turystycznych, „Studia Periegetica” 1(21)