

**ZWIĄZEK MIAST I GMIN
DORZECZA PARSETY**
z siedzibą w Karlinie



Ramowy Program Rozwoju Turystyki Dorzecza Parsęty

Autorzy:

Leszek Butowski
Elżbieta Wąsowicz

Warszawa – Szczecin – Karlino
Maj, 2004 r



DOFINANSOWANE
PRZEZ UNIĘ EUROPEJSKĄ

Spis treści

1. Cel, zakres i metoda	3
2. Analiza potencjału turystycznego	5
2.1. Położenie i ogólna charakterystyka analizowanego obszaru.....	5
2.2. Walory turystyczne.....	7
2.2.1. Walory naturalne.....	8
2.2.2. Walory antropogeniczne.....	22
2.3. Zagospodarowanie turystyczne.....	41
2.3.1. Baza noclegowa.....	41
2.3.2 Baza gastronomiczna i rozrywkowa.....	44
2.3.3 Baza towarzysząca.....	45
2.4 Dostępność komunikacyjna.....	49
3. Popyt turystyczny.....	52
4. Analiza SWOT	59
5. Ramowy program rozwoju turystyki - miejsce turystyki w strategiach regionalnych i lokalnych.....	64
5.1. Określenie głównych produktów turystycznych dla ZMiGDP.....	78
5.2 Dywersyfikacja produktów turystycznych w gminach ZMiGDP.....	84
5.3. Przykłady wybranych ponadlokalnych produktów turystycznych zalecanych do rozwoju na terenie ZMiGDP.....	171
6. Marketing i promocja.....	172
6.1. Marketing głównego produktu obszaru.....	176
6.2. Marketing zdywersyfikowanych produktów turystycznych.....	183
7. Wnioski i rekomendacje.....	193
Materiały źródłowe.....	197
Załącznik 1.....	201

1. Cel, zakres i metoda

Celem przygotowania ramowego programu rozwoju turystyki na obszarze wchodzącym w skład Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty było stworzenie narzędzia, które będzie pomocne dla władz Związku, a także dla władz poszczególnych gmin, w zakresie racjonalnego rozwoju turystyki na tym terenie. Dokument ten powinien także znacznie ułatwić wykorzystanie środków z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej, przeznaczonych na przygotowanie projektów turystycznych. Spełnia on bowiem jeden z koniecznych warunków, dotyczący konieczności wcześniejszego zaprogramowania przedsięwzięć finansowanych z funduszy. Również dlatego, tak dużą uwagę zwrócono na uzgodnienie propozycji zawartych w niniejszym opracowaniu z zapisami znajdującymi się w strategiach ogólnych przyjętych przez gminy, jak również w strategii rozwoju województwa zachodniopomorskiego, a także w programie rozwoju turystyki w województwie.

Przestrzenny zakres opracowania obejmuje obszar całego ZMiGDP, tj. dwadzieścia gmin wchodzących w jego skład – gmina Barwice, miasto Białogard, gmina Białogard, gmina Biały Bór, gmina Biesiekierz, gmina Bobolice, gmina Borne Sulinowo, gmina Dygowo, gmina Gościno, gmina Grzmiąca, gmina Karlino, miasto Kołobrzeg, gmina Kołobrzeg, gmina Połczyn Zdrój, gmina Rąbino, gmina Rymań, gmina Siemyśl, gmina Sławoborze, gmina Szczecinek, gmina Tychowo. Mimo, że przestrzenną jednostką odniesienia dla programu był obszar całego Związku, to większość analiz przeprowadzono na poziomie poszczególnych gmin.

Zakres merytoryczny opracowania objął przygotowanie diagnozy potencjału turystycznego badanego obszaru, który następnie poddano ocenie przy pomocy metody SWOT. Działania te miały na celu wyłonienie produktów turystycznych, mających najlepsze możliwości rozwojowe na terenie Związku. Należy jednocześnie podkreślić, że główna uwaga została poświęcona produktom turystycznym o charakterze ponadlokalnym, dla których opracowano mapki zasięgu, przedstawiające możliwości ich tworzenia w poszczególnych gminach. Drugim etapem przygotowywania programu była ocena możliwości rozwoju turystyki w poszczególnych gminach. Przeprowadzono w tym celu szczegółową analizę wszystkich gmin pod kątem warunków do rozwoju na ich terenie określonych wcześniej produktów turystycznych. Następnie dokonano analizy marketingowej wyłonionych produktów turystycznych, ze szczególnym uwzględnieniem rynków docelowych wraz z ich charakterystyką.

Na końcu opracowania zamieszczono wnioski i rekomendacje dotyczące głównych punktów programu tzn. ocenę możliwości i zasadności rozwoju turystyki na terenie ZMiGDP (jednostką odniesienia były gminy), określenie głównych produktów turystycznych zalecanych do rozwoju na terenie Związku, a także charakterystykę najważniejszych segmentów rynku turystycznego, dla których produkty te będą tworzone. Całość materiału uzupełniona jest o załącznik zawierający podstawowe informacje nt. możliwości wykorzystania środków pochodzących z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej wraz przykładem projektu polegającego na zagospodarowaniu turystycznym obszaru Związku. Typ projektu został wybrany w związku z wnioskami wynikającymi z przeprowadzonych analiz, a także z zawartymi rekomendacjami. Uznano bowiem, że główne działania podmiotów publicznych (władz gminnych i ZMiGDP) w zakresie rozwoju turystyki powinny koncentrować się na zapewnieniu warunków do takiego rozwoju. Działania te powinny więc polegać m.in. na utworzeniu niezbędnej infrastruktury podstawowej i turystycznej, na podstawie której podmioty prywatne będą tworzyły komercyjną ofertę turystyczną.

Założeniem podstawowym przy tworzeniu programu była jego zgodność ze Strategią Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego oraz strategiami lokalnymi gmin wchodzących w skład Związku, a także z Programem Rozwoju Turystyki w Województwie Zachodniopomorskim na lata 2003-2006. We wszystkich tych dokumentach, choć w różnym stopniu, uwzględniono potrzebę rozwoju turystyki, jako jednej z dziedzin, związanych z rozwojem społecznym i gospodarczym oraz poprawą warunków życia mieszkańców. Przygotowując niniejszy dokument uznano, że powinien on stanowić uzupełnienie, rozwinięcie i uszczegółowienie zapisów zawartych w strategiach ogólnych, a także w Programie Rozwoju Turystyki dla województwa..

Drugim istotnym założeniem przyjętym w strategii była konieczność koncentracji działań i środków na wybranych obszarach, mających najlepsze warunki do rozwoju określonych produktów turystycznych. Przyjęcie tego założenia umożliwiło wybranie produktów o znaczeniu ponadlokalnym, które powinny być w pierwszej kolejności wspierane, zarówno przez władze publiczne, jak również przez podmioty prywatne. Z drugiej strony określono także obszary, na których możliwości rozwoju poszczególnych produktów turystycznych są ograniczone.

Głównymi źródłami informacji, które zostały wykorzystane przy tworzeniu programu były lokalne i regionalne dokumenty programowe oraz ankiety wypełnione przez wszystkie gminy, dotyczące ich potencjału turystycznego. Dane w zakresie popytu turystycznego, niezbędne do określenia rynków, uzyskano z opracowań wtórnych przygotowanych przede

wszystkim na poziomie całego regionu zachodniopomorskiego. Ta grupa informacji, ze względu na swoją fragmentaryczność, stanowiła jednak najslabszy jakościowo materiał analityczny.

Ponadto ważnym źródłem informacji okazały się także uwagi wniesione przez uczestników warsztatów przygotowawczych przeprowadzonych w trakcie tworzenia strategii.

2. Analiza potencjału turystycznego

Ocena potencjału turystycznego stanowi podstawę w definiowaniu produktów turystycznych obszaru. Potencjał turystyczny rozumiany jest jako wszelkie zasoby warunkujące rozwój turystyki. Konieczne jest zatem zidentyfikowanie walorów turystycznych, zarówno naturalnych, jak i antropogenicznych, a także istniejącego już zagospodarowania turystycznego.

Atrakcyjność turystyczna danego obszaru, uzależniona od nagromadzonych walorów oraz zagospodarowania turystycznego i stanowi podstawowy czynnik przyciągający turystów. Należy również określić poziom dostępności obszaru zewnętrznej i wewnętrznej, sieć połączeń lądowych, wodnych i powietrznych oraz możliwości i warunki przemieszczania się już podczas przebywania w obszarach recepcyjnych.

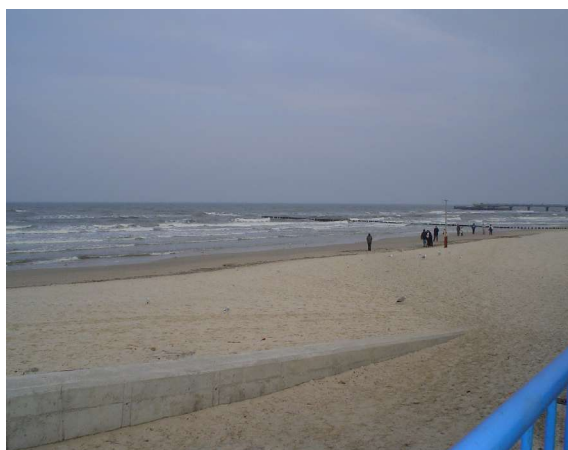
2.1. Położenie i ogólna charakterystyka analizowanego obszaru

Członkami Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty jest 20 miast i gmin położonych w granicach administracyjnych powiatów: kołobrzeskiego, koszalińskiego, białogardzkiego, szczecineckiego, świdwińskiego. Analizowany obszar położony jest w północno-zachodniej części Polski. Ogólnie Dorzecze Parsęty zajmuje obszar równy około połowie powierzchni wschodniej części województwa zachodniopomorskiego, co stanowi 3150,9 km². Łączna powierzchnia miast i gmin zrzeszonych w Związku to 3685 km²¹.

Na północy badany obszar graniczy z Morzem Bałtyckim (gmina i miasto Kołobrzeg). Długość linii brzegowej wynosi 19,665 km.

¹ Dane Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty

Rys 1 Plaża i promenada w Kołobrzegu



Opracowanie własne

Tab. 1 Powierzchnie i liczba ludności gmin Dorzecza Parsęty (dane na 31.XII 2002)

Miasto/Gmina	Powierzchnia w ha	Liczba miejscowości ogółem	Liczba sołectw	Liczba ludności	Dochody budżetu w 2002r	Wydatki budżetu w 2002r
Miasto Kołobrzeg	2567	1	-	44803	70897403	67715650
Miasto Białogard	2572	1	-	24452	29448286	28727041
Miasto i Gmina Barwice	25889	48	16	9069	13580659	14054016
Miasto i Gmina Biały Bór	27023	43	17	5223	9756589	9707986
Miasto i Gmina Bobolice	36774	69	17	9985	13858011	13848498
Miasto i Gmina Borne Sulinowo	48424	36	19	8934	14356358	15734460
Miasto i Gmina Karlino	14102	28	13	9179	13099895	13719548
Miasto i Gmina Połczyn Zdrój	34371	77	23	16255	22270118	22623101
Gmina Białogard	32793	53	31	7831	10052544	10706833
Gmina Biesiekierz	10687	19	10	4825	8512455	9201765
Gmina Dygowo	12857	22	14	5524	7485690	7482473
Gmina Grzmiąca	20449	31	15	5161	7496824	7484422
Gmina Gościno	11604	21	11	5078	7580493	7254548
Gmina Kołobrzeg	14475	27	21	8481	13784863	13296348
Gmina Rąbino	18000	27	14	3991	6342768	6433239
Gmina Rymań	14612	27	9	4176	6425148	6968646
Gmina Siemysł	10744	17	11	3511	50546556	5364187
Gmina Sławoborze	18870	27	12	4229	7443422	7358021

<i>Miasto/Gmina</i>	<i>Powierzchnia w ha</i>	<i>Liczba miejscowości ogółem</i>	<i>Liczba sołectw</i>	<i>Liczba ludności</i>	<i>Dochody budżetu w 2002r</i>	<i>Wydatki budżetu w 2002r</i>
Gmina Szczecinek	51021	71	26	39093	14505257	14402065
Gmina Tychowo	35069	47	14	6996	9794325	10413894
RAZEM	407834	645	279	219800	327443339	282082847

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Dorzecze Parsęty znajduje się w obrębie sześciu mezoregionów geograficznych: Równiny Białogardzkiej, Równiny Gryfickiej, Wysoczyzny Łobeskiej, Wysoczyzny Polanowskiej, Pojezierza Bytowskiego, Pojezierza Drawskiego.

Położenie analizowanego obszaru, częściowo w Pasie Nadmorskim, częściowo w głębi lądu wpływa znacząco na wewnętrzne zróżnicowanie poszczególnych jego części, co może zostać wykorzystane jako niewątpliwy atut zachęcający do odwiedzania sąsiadujących terenów dla zyskania nowych wrażeń i doznań. Z drugiej strony duże rozbieżności w charakterze poszczególnych terenów nie pozwalają na jednoznaczne wskazanie jednolitego produktu turystycznego całego obszaru.

Usytuowanie w północno-wschodniej części województwa zachodniopomorskiego sprawia, że Dorzecze Parsęty znajduje się stosunkowo niedaleko od miejsc generujących ruch turystyczny. Miejscowości uzdrowiskowe – Kołobrzeg i Połczyn Zdrój cieszą się dużym zainteresowaniem turystów zagranicznych, przede wszystkim niemieckich i skandynawskich, co jest wywołane między innymi bliskością granicy Niemiec, Danii i Szwecji. Położenie na wschodzie województwa stawia te obszary przed terenami położonymi bardziej na zachód w hierarchii zainteresowania turystów zamieszkujących tereny południowej i wschodniej Polski. Szczególnie duże zainteresowanie wzbudza obszar zaliczany do Pojezierza Drawskiego oraz tereny położone w pasie nadmorskim, a także liczne na tym terenie rzeki, wykorzystywane dla uprawiania sportów wodnych oraz wędkarstwa.

2.2. Walory turystyczne

Walory turystyczne, występujące w miejscu recepcji, są bardzo zróżnicowane. Ze względu na kryterium pochodzenia można je podzielić na:

- walory naturalne/przyrodnicze (urzeźbienie terenu, sieć wód powierzchniowych, klimat, szata roślinna, powierzchnia terenów zielonych, świat zwierzęcy, osobliwości flory i fauny, itp.),

- walory antropogeniczne (zabytki architektury, muzea, osobliwości i osiągnięcia współczesnej architektury i techniki, elementy infrastruktury, obiekty przestrzenne, dobra kultury, stopień urbanizacji – krajobraz przemysłowy, tradycja i kultura stałych mieszkańców, targi, kongresy, imprezy kulturalne i sportowe, itp.).

2.2.1. Walory naturalne

Klimat

Klimat dorzecza Parsęty charakteryzuje się dużą różnorodnością. Jego charakter warunkowany jest ścieraniem się mas powietrza morskiego i lądowego, a także położeniem poszczególnych obszarów w pobliżu akwenów wodnych oraz stopniem zalesienia. Generalnie obszar położony jest w strefie klimatu przejściowego umiarkowanego o znacznych wpływach atlantyckich. Średnie temperatury w styczniu wynoszą -2°C , w lipcu $17,5^{\circ}\text{C}$, w ciągu całego roku $7,5^{\circ}\text{C}$. Opady atmosferyczne w ciągu roku przekraczają 650 mm. Okres wegetacyjny wynosi średnio 215 dni.

Północna część analizowanego obszaru, tzw. Nadmorska Kraina klimatyczna, z gminą Kołobrzeg na czele, pozostaje pod znacznym wpływem morza. Owocuje to powstaniem klimatu o małej amplitudzie rocznych temperatur, dużej wilgotności i wietrzności powietrza z częstymi mgłami. Zimy są tutaj stosunkowo łagodne, a lata chłodniejsze niż w głębi lądu. Występujące na tym obszarze duże stężenie aerozolu morskiego wykorzystywane może być w leczeniu schorzeń układu oddechowego i tarczycy.

W miarę oddalania się na południe klimat nabiera bardziej charakteru kontynentalnego. Można wyodrębnić tutaj kolejne krainy klimatyczne: Krainę Gryficko-Białogardzką, Północny Pas Pojezierza Pomorskiego, Krainę Pojezierza Drawskiego.

Kraina Gryficko-Białogardzka obejmuje swoim zasięgiem niziny moreny dennej m. in. w dorzeczu Parsęty. Różni się od Krainy Nadmorskiej przede wszystkim zdecydowanie wyższym poziomem temperatur oraz wyższą amplitudą dobową. Zimy zaczynają się tutaj wcześniej i występuje większa ilość opadów, a w okresie od maja do lipca większa liczba dni gorących.

Najchłodniejszy i najbardziej surowy klimat występuje na obszarze Północnego Pasa Pojezierza Pomorskiego. Obejmuje on tereny położone najwyżej nad poziomem morza od 20 do 180 m npm (przeważnie 90 – 120 m npm). Do najchłodniejszych obszarów należy gmina Siemysł położona w zachodniej części obszaru.

Na terenie gmin zaliczanych do obszaru Pojezierza Drawskiego klimat ma charakter zdecydowanie bardziej kontynentalny.

Warunki klimatyczne występujące na terenie Dorzecza Parsęty mają wpływ na zróżnicowanie zasobów szaty roślinnej i głównych gatunków fauny.

Wody

Wody powierzchniowe są niezaprzeczalnie jednym z najważniejszych atutów analizowanego obszaru. Na obszarze Dorzecza Parsęty można zidentyfikować zarówno rzeki, jak i akweny wody stojącej. Należy podkreślić, że szczególnie dobrze rozwinięta jest sieć rzek i strumieni. Głównym problemem dotyczącym wód Dorzecza jest stosunkowo duży wskaźnik zanieczyszczenia. Większość jezior, jak i rzek to zbiorniki zakwalifikowane do II i III klasy czystości lub wody pozaklasowe.

Tab. 2 Zestawienie najistotniejszych akwenów w poszczególnych gminach

Miasto/Gmina	Rzeki	Akweny wody stojącej
Miasto i Gmina Barwice	- Parsęta - długość na terenie gminy 23,7 km, KL II,III - Gęsia –długość:16,9 km, KL III - Dębica-długość:15 km - Rudy Rów-długość:6 km - Brzeźniczka-długość:10 km - Żegnica-długość: 7,9 km - Lubiatówka- długość:8 km	- Dębno-powierzchnia: 61,10 ha - Koprzywno- powierzchnia: 20,90 ha - Kolbackie- powierzchnia: około 17 ha - Sierakowo- powierzchnia: 6,20 km - Bądkie(sztuczne)-powierzchnia: około 25 ha
Miasto Białogard	- Parsęta KL III - Leśnica (39,3 km) – KL III – nie wykorzystane	-
Gmina Białogard	- Parsęta KL III - Radew KL II i III - Chotla (31 km) – KL II - Mogilica (44 km) – KL II - Topiel (20 km) – KL II - Pokrzywnika (29 km) – KL II - Leśnica (42 km) – KL II	- Byszyno pow. 7 ha - Rybackie pow. 15 ha - 50 – 60 „oczek wodnych” o pow. 15 m – 1 ha, - wody podziemne na długości 40 – 70 m KL I i II w rejonie Dębczyna i Łęczna
Miasto i Gmina Białý Bór	- Bielska Struga (dł. na terenie gminy 8,47 km) KL I - Dolga (dł. 10,1 km) I KL - Czechło (dł. 9,4 km) I KL - Biała (dł. 6,48 km I KL) - Gnilec (dł. 12,3 km) I KL	- Cieszęcino 118,21 ha I KL - Ławiczka – 6,6 ha I KL - Łobez – 48,7 ha I KL - Bielskie – 258,69 ha I KL - Ilowatka – 20,02 ha I KL - Gręboszewskie (Głębokie) – 8,61 ha Jeziora stanowią około 2,5% powierzchni gminy
Gmina Biesiekierz	- Radew – 85 km, KL II, - Czerwona – KL II	Jezioro Parnowo – 60 ha, głębokość max 9,2 m, klasa III,

Miasto i Gmina Bobolice	- Chociel dł. 23 km. - Radew dł. na terenie gminy wynosi 15 km. - Debrzyca, dł. ok. 13 km	- Chlewe Wielkie pow. 54,90 ha, gł. 12,0m - Łozice pow. 44,24 ha, gł. 16,0m - Trzebień Wielki pow. 44,24 ha, gł. bd - Trzebień Średni - Trzebień Mały - Wietrzno pow. 35,24 ha, gł. 10,0 m - Pniewo pow. 29,66 ha, gł. bd - Przybyszewskie pow. 26,51ha, gł. 4,6 m - Szczawne pow. 14,14 ha, gł. 8,0 - Żubrowo pow. 12,06 ha, gł. 13,0m - Piekielko I pow. 10,28 ha, gł. 26,0m - Pniewko (Szare) pow. 9,28 ha, gł. 9,0m
Miasto i Gmina Borne Sulinowo	- Piława dł. 82 km, KL II, - Płynica dł 59 km, KL III	- Pile pow. 1002 ha, KL II / pozaklas, - Komorze pow. 492 ha, KL II, - Lubicko Wlk. pow. 170 ha, KL II, - Brody pow. 66 ha, KL II, - Rakowo pow. 18 ha, KL II, - Karsie pow. 9 ha, - Cieminio pow. 241 ha, KL II, - Śmiadowo pow. 129 ha, KL I, - Świdno-Sarce pow. 70 ha, - Strzeszyno pow. 60 ha, KL II, - Łączno pow. 45 ha, - Kocie pow. 33 ha, KL II, - Łąkie pow. 18 ha, - Radacz pow. 167 ha, KL III, - Nobliwy pow. 152 ha, - Długie / k. Liszkowa/, pow. 52 ha, KL II, - Juchowo pow. 32 ha, - Kielpino pow. 28 ha, - Przełęg pow. 80 ha, - Kniejo pow. 54 ha, - Jeziorno pow. 25 ha, - Czochryńskie pow. 13 ha, - Głębo pow. 22 ha,
Gmina Dygowo	- Paręta 21 km na terenie gminy; - Pyszka (Pyszka), W obrębie gminy płynie na długości 13,3 km, - Bogucinka, w obrębie gminy płynie na długości 12,6 km, - Olszynka, - Łosia, - Malechowska Struga Sieć wodną gminy Dygowo tworzą również bezimienne dopływy rzeki Parsęty, które wpadają do niej bezpośrednio lub za pośrednictwem wyżej omówionych cieków.	Obszar gminy Dygowo jest ubogi w jeziora, natomiast występują tu małe oczka polodowcowe wypełnione wodą lub też będące na etapie daleko zaawansowanej sukcesji roślinnej w kierunku utworzenia torfowisk. Sta też jeziorność gminy kształtuje się poniżej 1%. - Stojkowo I/bez nazwy; pow. 11,20 ha, woda stojąca, zlewnia rzeki Olszynka - Stojkowo KL II; pow. 4,50 ha, zlewnia rzeki Olszynka - bez nazwy; pow. 2,4 ha, woda stojąca, zlewnia rzeki Parsęta - bez nazwy; pow. 1,0 ha, woda stojąca, zlewnia rzeki Parsęta
Gmina Gościno	- Paręta 8,5 km na terenie gminy; - Gościnka 15 km, KL II; - Blotnica 5,5 km KL III	- Staw Pławęcino 8,68ha - Staw Jeziorki 21,68ha

Gmina Grzmiąca	- Paręta dł. na terenie gminy 20,5 km, KL II - Perznica dł. 21 km, KL II i III - Trzebiegoszcz dł. 26 km KL II (11,2 km) i III (na 14,8 km)	- Byczyno pow. 28 ha - Baczynko pow. 19,5 ha
Miasto i Gmina Karlino	- Paręta – KL III - Radwa KL III, - Pokrzywnika dł. 28 km - Młynówka dł. 15 km - Pysznica dł. 20 km	
Miasto Kołobrzeg	- Paręta	Staw w Parku im. Henryka Dąbrowskiego 12000m ² – charakter widokowy
Gmina Kołobrzeg	- Paręta KL II - Błotnica 27 km (na obszarze gminy ok.10 km) KL III - Dębosznica 32 km (na obszarze gminy ok.8 km) pozaklasowa	- Resko Przymorskie, pow. 580-620ha, KL III - Borek, pow. 10,1 ha
Miasto i Gmina Połczyn Zdrój	- Wogra II kl. poniżej Połczyna Zd. poza klasą - Paręta - Bukowa - Mogilica II KL - Dębnica III kl. - Drawa	- Resko 64,67 ha - Kołackie Wielkie 46,53 ha - Kłokow 27,60 ha - Gawroniec 21,69 ha - Długie 14,37 ha - Tuczno 10,01 ha - Krzywe 9,97 ha - Głębokie 9,08 ha - Krąg 7,34 ha - Małe 5,76 ha - Popielewskie 5,13 ha
Gmina Rąbino	- Mogilica 44 km. III kl. na odcinku 5,5 km - Topiel - Świerznica - Graniczna - Bukowa	Jezierzyce 10ha.
Gmina Rymań	-	- Popiel
Gmina Siemyśl	- Dębosznica dł. na terenie gminy 16,1km (około 50% ogólnej długości), KL II i III, - Londówka – dopływ Dębosznicy - Lniana – dopływ Dębosznicy - Błotnica dł. na terenie gminy 15,4 km, szer. od 100 do 1000m KL II i III, u źródeł I	- Kamienica pow. 65ha, śr. dł. 5,9km - Trzynik Duży pow. 10,6 ha - Trzynik Mały pow. 2,81ha - niewielkie oczka wodne występujące w zagłębieniach wytopiskowych na wysoczyźnie w środkowej części gminy

Gmina Sławoborze	- Pokrzywica dł. całkowita 29km, na terenie gminy 9,2 km cała II KL - Mołstowa całkowita dł. 38 km, na terenie gminy 11,1 km III KL - Czernica 10,6km III KL - Mołstówka 5,9km III KL - Kłodowa 6km III KL	- Leśne pow. 3,0ha II KL - Rybitwy pow. 2,5ha II KL - Jezioro we wsi Zagrody pow. 2,24ha II KL, wł.pry - Zalew Sidłowo całkowita pow. 23,46 ha, 18 ha pow. lustra wody III KL – działalność wędkarska
---------------------	---	---

Gmina Szczecinek	- Gwda - Paręta – 5,95 km na terenie gminy - Gwda – 37,4 km na terenie gminy - Dolga – 13,6 km na terenie gminy - Osoka – 13 km na terenie gminy - Perznica – 8,67 km na terenie gminy - Stużka – 7,1 km na terenie gminy - Plytnica – 2,1 km na terenie gminy - Żegnica – 2,4 km na terenie gminy - Bielska Struga – 3,83 km na terenie gminy	- Wielimie – 1798,40 ha - Wierzchowo – 779,70 ha - Dolgie – 310,25 ha - Trzesiecko – 296,86 ha - Wielatowo – 181,96 ha - Studnica – 102 ha - Wilczkowo – 100,79 ha - Rymierowo – 97,04 ha - Spore – 88,16 - Dębno – 71,09 ha - Kocko – 57,29 ha - Wierzchówko – 54,29 ha - Smoleńskie – 48,53 ha - Kielpino – 47,10 ha - Lipno – 31,70 ha - Czarne – 31,70 ha - Biale – 31 ha - Płociczno – 25,80 ha - Dzicze (Dzikowo) – 16,72 ha - Smałc (Czerwone) – 14,87 ha - Kopiel – 14,65 ha - Łąkowe – 14,40 ha - Trzebiechowo – 14,40 ha - Kutry (Oczko) – 14,24 ha - Jeziorki – 13,49 ha - Rokitno – 12,32 ha - Rybno – 10,21 ha - Glonowe – 7,90 ha - Drężno Male – 7,56 ha - Środkowe – 6,80 ha - Liszkowo – 5,52 ha - Szare Duże – 5,40 ha - Leśne – 5,40 ha - Wiejskie – 3,87 ha - Szare Male – 3 ha - Brzeźno Male – 2,98 ha Wody powierzchniowe nadające się do użytkowania turystycznego występują na terenie całej gminy. Znajduje się tu 26 jezior o powierzchni ponad 10 ha, w tym 6 jezior zajmujących powierzchnię ponad 100 ha. Większość jezior zalicza się do II i III KL czystości wody.
------------------	---	--

Gmina Tychowo	- Parsęta II i III KL - Chotla 31 km II i III KL - Leśnica 40 km III KL i poza KL - Dębica 36 km II i III KL - Leszczynka - Bąbnica	- Dobrowiecki Wielkie pow. 14,4 ha, głęb. 12 m, dł. 500m, Szer. 35m - Dobrowiecki Małe – b.d.
---------------	--	--

Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych od poszczególnych gmin

Najistotniejszym walorem całego dorzecza jest niewątpliwie rzeka Parsęta o łącznej długości około 137 km. Parsęta wraz z dopływami stanowi największą w Polsce zlewnię przymorską o łącznej długości 682 km. W sumie w skład zlewni wchodzi 22 rzeki stanowiące dopływy Parsęty, w tym największa z nich Radew wraz z 12 większymi dopływami.

Rys 2. Parsęta w okolicach Karlina



Opracowanie własne

Pomimo iż Parsęta jest rzeką nizinną przybiera niekiedy charakter rzeki górskiej o wartkim nurcie. Wskaźnik krętości rzeki wynosi 1,55, a łączny spadek 1,05‰ (w niektórych miejscach jednak osiąga nawet 3‰). Źródło Parsęty znajduje się w pobliżu wsi Parsęcko w gminie Szczecinek na wysokości 137 m n.p.m. W początkowym odcinku rzeka ma uregulowany bieg i stanowi rów melioracyjny o szerokości 1,5 m. W dalszej części przybiera bardziej naturalnego charakteru, meandruje, a jej szerokość po połączeniu z kolejnymi dopływami się stopniowo zwiększa, aż do 40 – 60 m w okolicach ujścia do Morza Bałtyckiego. Rzeką na całej swej długości ma bardzo zróżnicowaną głębokość, dno i charakter linii brzegowej. Obok odcinków bardzo płytkich (ok. 0,5m) o piaszczystych brzegach porośniętych silnie zadrzewionych, szczególnie w górze rzeki, występują fragmenty

głębsze o bardziej stromych brzegach, twardym dnie i mniejszym stopniu zadrzewienia strefy przybrzeżnej.

Górny odcinek rzeki, od źródła po miejscowość Rościno, uznany został za miejsce występowania pstrąga i lipienia, co może stanowić podstawę do wykorzystania przy kreowaniu produktów turystyki kwalifikowanej (wędkarstwo). W dalszym odcinku Parsęty, od elektrowni w Rościnie do ujścia występują szczególnie trocie. Niemniej jednak należy wspomnieć, że z uwagi na dużą ilość zwalonych pni drzew, zalegających na dnie w okolicach przepławki w Rościnie utrudnione jest poławianie licznie występujących tutaj ryb.

Główne rzeki stanowiące dopływy Parsęty to: Żegnica (gmina Barwice), Kłuda, Gęsia (gmina Barwice), Perznica, Brzeźniczka (gmina Barwice), Dębica (gmina Barwice, gmina Połczyn Zdrój, Tychowo), Bukowa (gmina Połczyn Zdrój), Mogilica (gmina Połczyn Zdrój), Leśnica (gmina Białogard, Tychowo), Topiel (gmina Białogard), Pokrzywnica (gmina Karlino), Młynówka (gmina Karlino), Radew, Pysznica (gmina Karlino, Dygowo), Olszynka (gmina Dygowo), Karścina (gmina Karlino), Goscianka, Nieciecza. Dodatkowo dopływy Parsęty stanowią bezimienne dopływy, które wpadają do niej bezpośrednio lub za pośrednictwem wyżej omówionych cieków. Do nich należą także krótkie bezimienne ciekі mające swoje źródła na skarpie doliny Parsęty, stanowiące specyfikę tej doliny.

Drugą, co do wielkości rzeką zlewni Parsęty jest Radew stanowiąca prawy dopływ Parsęty o długości 85 km. Rzeką ta wypływa z jeziora Kwiecko i uchodzi do Parsęty w miejscowości Karlino. W górnym odcinku rzeki Radwi dominującym gatunkiem ryb są pstrągi. W dalszych odcinkach rzeka ma charakter trociowo-lipieniowy.

Najważniejsze dopływy Radwi to: Drężnianka, Zgniła Struga, Chociel (gmina Bobolice), Mszanka, Bielica, Chotla (gmina Tychowo), Czarna, Kłosówka, Żelazna oraz kilka dopływów bezimiennych.

Oprócz wyżej wymienionych rzek, przez tereny należące do gminy Borne Sulinowo przepływa Piława (dł. 82 km, KL II czystości), oraz Płytnica (dł. 59 km, KL III czystości) – płynąca także przez obszar gminy Szczecinek, obie wykorzystywane są w celach turystycznych (organizowane są tutaj spływy kajakowe, istnieją także warunki do rozwijania wędkarstwa). Istotne znaczenie dla rozwoju turystyki ma także rzeka Drawa (gmina Połczyn Zdrój).

Na terenie Zlewni Parsęty występuje w sumie 156 jezior o łącznej powierzchni 1716 ha, co stanowi 0,55% całkowitej powierzchni obszaru. Na całym analizowanym obszarze ogólna powierzchnia jezior przekracza jednak 4300 ha. Rozmieszczenie i atrakcyjność poszczególnych jezior są nierównomierne. Obok bardzo atrakcyjnych i możliwych do

wykorzystania w celach rekreacyjno-turystycznych, występują akweny mniej interesujące. Większość (117) jednostek, to jeziora bezodpływowe.

Koniecznym podkreślenia jest fakt niewystępowania zbyt wielu jezior o dużej powierzchni. Gminy o największym nagromadzeniu dużych jezior, w tym o powierzchni powyżej 100 ha to Borne Sulinowo oraz Szczecinek. Wśród największych jezior w gminie Borne Sulinowo należy wymienić Pile o powierzchni 1002 ha, Komorze o powierzchni 492 ha, oba wykorzystywane dla celów turystyki, rybołówstwa i wędkarstwa. W gminie Kołobrzeg położone jest Jezioro Resko przymorskie, pow. 580 ha. W gminie Szczecinek występuje 26 jezior o powierzchni powyżej 10 ha, w tym 6 o powierzchni ponad 100 ha. Do największych należą Wielimie 1795,4 ha (klasa czystości nie odpowiada normom), Wierzchowo 779,7 ha, Dołgie 310,3 ha, Wielatowo 182 ha, wszystkie mogą zostać wykorzystane w celach turystycznych.

Szczególnie atrakcyjne i unikatowe są położone na południu i wschodzie badanego obszaru jeziora lobeliowe² (razem 12 zbiorników), w których można spotkać reliktowe rośliny wodne, takie jak poryblin i lobelia jeziorna, brzeżyca jednokwiatowa. Wody tych zbiorników są wyjątkowo czyste i charakteryzują się dużą przezroczystością.

Oprócz naturalnych stworzono, na terenie Dorzecza Parsęty, trzy sztuczne zbiorniki wodne: Żydowo, Rosnowo (189 ha) i Hajka (92 ha). Wszystkie położone są poza terenem gmin należących do Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty. Dwa ostatnie powstały w środkowym odcinku rzeki Radwi jako zbiorniki zaporowe, mające stanowić przede wszystkim ochronę przeciwpożarową. Oba akweny spełniają obecnie funkcje zarówno energetyczne, jak i rekreacyjne.

Krajobraz Dorzecza Parsęty kształtowany był pod wpływem oddziaływania lodowca, co zaowocowało powstaniem licznych oczek polodowcowych, z których wiele jest dzisiaj torfowiskami lub zanika przybierając postać bagien.

Wody występujące w okolicach Połczyna-Zdroju oraz Kołobrzegu są silnie zmineralizowane, przeważają chlorkowo-sodowych i jodowo-bromkowych. Znajdują zastosowanie w celach leczniczych.

Badany obszar dotykają powodzie, wywołane przede wszystkim silnymi opadami i roztopami. Tereny położone w pobliżu ujścia Parsęty narażone są na zalania pod wpływem tzw. zjawiska „cofki”³ wywołanego głównie silnymi wiatrami.

² Nazwa jezior lobeliowych pochodzi od występujących w nich reliktowych gatunków roślin z okresu borealnego i atlantyckiego. Charakterystyczną cechą jest także niska zawartość wapnia, magnezu i fosforu w wodach tych jezior.

³ Zjawisko „cofki” – występuje u ujścia rzeki, polega na podnoszeniu się poziomu wody w rzece na skutek wiatru wiejącego od morza, wciągającego wodę z powrotem do koryta rzeki, może przyczynić się do zalewania

Parki Krajobrazowe

Częściowe obszary trzech gmin Dorzecza Parsęty wchodzi w skład Drawskiego Parku Krajobrazowego: gmina Barwice (w jego granicach znajduje się obszar około 2500 ha pomiędzy wioskami: Polne-Uradz-Trzemienko-Gwiazdowo-Chłopowo wraz z jeziorem Dębno oraz najbardziej malowniczym odcinkiem rzeki Dębnica. Większość obszaru DPK w granicach gminy to tereny leśne. Większe obszary terenów rolniczych położone są w okolicach Polnego i Chłopowa), Borne Sulinowo (Jezioro Komorze wraz z przyległym terenem), Połczyn Zdrój (południowa część gminy o pow. około 8997 ha). Całkowita powierzchnia Drawskiego Parku Krajobrazowego wynosi 41 tys. ha. Szczególnie atrakcyjnymi walorami DPK są liczne jeziora, często połączone rzekami. Torfowiska stanowią 9% powierzchni parku.

Obszary chronione

Na terenie Dorzecza Parsęty występuje wiele obszarów chronionego krajobrazu oraz użytków ekologicznych, łączną ich liczbę szacuje się na 185.

Na terenie gminy oraz miasta Kołobrzeg występują⁴:

- Obszar Chronionego Krajobrazu „Koszaliński Pas Nadmorski” – pas nadmorski przebiegający przez północną część wsi Dźwirzyno i Grzybowo,
- Obszar ochrony uzdrowiskowej „C” i B₂ wschód,
- Użytek ekologiczny „Ekopark Wschodni”
- Obszar górniczy „Kołobrzeg II” dla ochrony złoża wód leczniczych
- Obszar górniczy „Mirocice” dla ochrony złoża torfu leczniczego (borowiny)
- Nadmorski pas nadbrzeżny(pas techniczny i pas ochronny)
- Obszar głównego zbiornika wód podziemnych nr 103 (Rościęcino)

Ponadto: lasy ochronne i miejsca występowania roślinności i fauny chronionej.

Obszary chronionego krajobrazu obejmują 1/4 powierzchni gminy Biały Bór. Należy tu wymienić⁵:

- wodne rezerваты przyrody - Jezioro Iłowatka, Jezioro Głębokie (występuje lobelia) w obu przypadkach zakazane jest przebywanie poza obszarami wyznaczonymi, uprawianie sportów wodnych i kąpieli,

terenów położonych niżej.

⁴ Opracowanie na podstawie danych dostarczonych przez Miasto i Gminę Kołobrzeg

⁵ Opracowanie na podstawie danych dostarczonych przez gminę Biały Bór

- północne i częściowo środkowe części gminy wraz z jeziorami Cieszęcino, Łobez, Bielsko, stanowiące część obszaru chronionego krajobrazu „Okolice Żydowo – Biały Bór”
- zachodnią część gminy w rejonie jezior Stepieńskie, Długie stanowiącą wschodnią część obszaru chronionego krajobrazu „Jeziora Szczecineckie”
- miejsca rozrodu i stałego przebywania zwierząt gatunków objętych ochroną strefową – trzy wyznaczone miejsca na obszarach leśnych w rejonie miejscowości Trzebieże i Dyminek
- lasy ochronne – głównie wodochronne oraz stanowiące ostoje zwierząt podlegających ochronie
- użytek ekologiczny jezioro Bobięcińskie Wielkie położone na terenie gminy Miastko, część strefy brzegowej jeziora na terenie gminy Biały Bór

Obszary chronione występują także w gminie Bobolice:

- “Rezerwat przyrody “Buczyna” – Obszar położony w kompleksie leśnym na wschód od miejscowości Bobolice. Jest fragmentem drzewostanu bukowego z licznymi pomnikowymi okazami drzew. Dominującym zbiorowiskiem roślinnym na terenie rezerwatu jest zespół kwaśnej buczyny niżowej z przestojami dorodnych buków zwyczajnych i nieznaczną domieszką dębów bezszypułkowych. Najstarsze rosnące tu buki liczą od 120 do 150 lat i osiągają w pierścienicy do 285 cm. Jest to naturalny las odnawiający się z samosiewów. Na terenie rezerwatu występują min. takie gatunki roślin, jak: mrzanka wonna, konwalia majowa, kruszyna pospolita.
- Rezerwat przyrody “Jezioro Szare” – Jezioro lobeliowe z lobelią jeziorną, poryblinem jeziornym i brzeżycą jednokwiatową, którego krystalicznie czysta woda jest zaliczana do wód o największej przeźroczystości na Pomorzu. Na przyległych do jeziora mszarach licznie rośnie rościsza okrągłolistna i długolistna jak również występuje bagno zwyczajne, bagnica torfowa i borówka bagienna. W miejscach bardziej oligotroficznym mszar przygielkowy tworzy fitocenozy łącznikowe do kępowego mszaru wysokotorfowiskowego. Jest to naturalnie wykształcony ekosystem jeziora rynnowego z żywotną populacją gatunków lobeliowych. Obiekt o dużych walorach krajobrazowych i przyrodniczych.
- Rezerwat przyrody “Jezioro Piekiełko” – Rezerwat o przepięknych walorach krajobrazowo przyrodniczych, położony w rynn timernej, przebiegającej prostopadle do rynn timer jezior pniewskich, wśród lasu bukowego mieszanego, poratającego strome zbocza. Jest to jezioro o mało urozmaiconej linii brzegowej, piaszczystych brzegach ze słabo rozwiniętą, piaszczystą ławicą przybrzeżną. Występują ty interesujące elementy flory w rezerwacie: brzeżycia jednokwiatowa, elisma wodna, jeżógłówka pokrewna, nadwodnik naprzeciwlistny, poryblin jeziorny, rdestnica błyszcząca, lobelia jeziorna, wywłócznik skrętoległy. Jest to obiekt o

dużych walorach krajobrazowych i przyrodniczych, naturalnie wykształcony ekosystem jeziora rynnowego z żywotną populacją gatunków lobeliowych.

- Zespół przyrodniczo-krajobrazowy „Dolina rzeki Chociel” – Obszar o powierzchni 72,50 ha swoim zasięgiem obejmuje dolinę rzeki Chociel z różnorodnymi zbiorowiskami bagiennymi, w obrębie której występuje unikatowy w skali europejskiej pełnik europejski oraz inne gatunki chronione takie, jak: wawrzynek wilczelyko i podkolan biały.

- Obszar Chronionego Krajobrazu „Okolice Żydowo-Biały”. Niewielka część gminy znajduje się w zasięgu Obszaru Chronionego Krajobrazu Okolice Żydowo - Biały Bór, utworzony w 1975 roku, o powierzchni 12350 ha. Swoim zasięgiem obejmuje okolice Górawina, Starego Bornego, Drzewian i Zarzewia, około 1943 ha. Jego celem jest ochrona naturalnych walorów Pojezierza Bytowskiego z charakterystycznymi jeziorami lobeliowymi.

- Obszar Chronionego Krajobrazu „Dolina Radwi” obecnie o powierzchni 6,75 ha. Utworzony został w 1975 roku, o powierzchni 3560 ha. Jego celem jest ochrona walorów przyrodniczych doliny Radwi oraz zbiorników zaporowych – Rosnowo i Hajka.

Na terenie gminy Borne Sulinowo pomiędzy północno-zachodnim brzegiem jeziora Ciemino, a linią kolejową, znajduje się rezerwat przyrody „Bagno Ciemino”. Jest to rezerwat częściowy, typu torfowiskowo-leśnego, o powierzchni 400,29 ha. Rezerwat przyrody jest jednym z kilku w Polsce obiektów, które chronią kopułowe torfowiska wysokie typu bałtyckiego wraz z następującymi ekosystemami: sosnowym borem bagiennym, brzezina bagienna i kwaśną buczyną niżową. Głównymi przedmiotami ochrony są: kopułowe torfowisko wysokie, leśne torfowiska niskie, przejściowe w zagłębieniach, starodrzewy buczyn z charakterystyczną fauną, widlak jałowcowy, czartawa drobna, borówka bagienna, fitocenoza boru bagiennego i brzeziny bagiennej oraz fitocenozy łąkowe z charakterystyczną florą.

Również w gminie Połczyn Zdrój występują obszary chronione:

- Rezerwat torfowiskowo – leśny „Torfowisko Toporzyk” o powierzchni 43,97 ha – utworzony w celu ochrony zbiorowisk torfowiskowych i mszarnych z udziałem wyjątkowych gatunków mchów typowych dla terenów górskich;

- Rezerwat krajobrazowy „Dolina Pięciu Jezior” o powierzchni 228,78 ha- zachowanie niezwykłych w skali kraju form geomorfologicznych, hydrograficznych, florystycznych. Tworzy go głęboka dolina polodowcowa, wypełniona pięcioma niedużymi jeziorami (Krzywe, Krąg, Długie, Głębokie, Małe) otoczona wzniesieniami sięgającymi 215 m n.p.m.

W gminie Biesiekierz występują dwa rezerваты:

- Wierzchomińskie Bagno – rezerwat florystyczny o powierzchni 43,60 ha, utworzony dla ochrony zarastającego mszarem jeziora, gdzie tworzy się torfowisko wysokie-atlantyckie, i występuje stanowisko wiciokrzewu pomorskiego.

- Parnowo – jest to rezerwat faunistyczny o powierzchni 66 ha, występują tutaj miejsca lęgowe rzadkich gatunków ptaków: remiz, batalion, łabędź niemy, dziwonia itp.

Ponadto w gminie Biesiekierz można znaleźć użytki ekologiczne, głównie bagna (w Kotłowie, Cieszynie, Starych Cielicach, Tatowie) i pastwiska we wsi Cieszyn.

Kolejne rezerваты przyrody występują na terenie gminy Szczecinek:

- rezerwat wodno-florystyczny „Jezioro Kiełpino”

- rezerwat leśno-florystyczny „Dęby Wilczkowskie”

oraz gminy Tychowo - „Cisy Tychowskie” o powierzchni 10,5 ha, można tutaj spotkać 62 okazy drzewiastych i krzewiastych form cisa

Użytek ekologiczny występuje także na terenie gminy Rąbino. Jest to obszar bagienny położony w Obrębie Leśnym Podwilcze, stanowiący także ostoję naturalną ptactwa wodno-błotnego.

W gminie Rymań, w otoczeniu jeziora Popiel znajduje się 65 ha lasów zakwalifikowanych jako lasy ochronne. Ze względu na duże walory przyrodnicze, naturalny charakter ekosystemów, bogactwo florystyczne i rolę w krajobrazie istnieją także plany utworzenia rezerwatu przyrody "Starnińskie Brzeziny", obszarów chronionego krajobrazu "Kemy Rymańskie" i "Dolina Mołstowej", zespołów przyrodniczo - krajobrazowych "Ludwikowo", "Las Gorawiński", "Torfowiska koło Kinowa", "Jezioro Popiel", "Kamień Rymański", wiele użytków ekologicznych oraz nowych pomników przyrody (łącznie 20 obiektów w tym drzewa pojedyncze i w grupach).

Na terenie gminy Dygowo istnieje obszar wytyczony pod utworzenie rezerwatu, jest to „Torfowisko Straminiczka”. Torfowisko leży w płn.-zach. części gminy, ma pow. 58 ha. Przedmiotem i celem ochrony ma być zachowanie i ochrona walorów przyrodniczych kopułowego mszaru wysokiego zaliczanego do typu mszarnego wysokiego torfowiska bałtyckiego ze zbiorowiskami roślinnymi o charakterze naturalnym i występującymi tu chronionymi, rzadkimi i ginącymi gatunkami flory i fauny. Jest to jedno z najciekawszych torfowisk mszarnych leżących w dorzeczu Parsęty.

Pomniki przyrody

Istniejące na obszarze Zlewni Parsęty pomniki przyrody mogą zostać wykorzystane jako podstawa do rozwijania turystyki krajoznawczej. Na terenie Dorzecza Parsęty objęto ochroną kilkadziesiąt obiektów. Są to zarówno pomniki przyrody ożywionej (w tym pojedyncze drzewa, grupy drzew i aleje) oraz nieożywionej - głązy narzutowe.

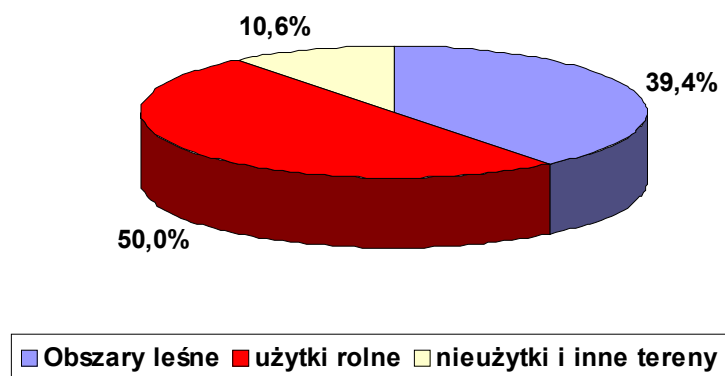
Wśród drzew i krzewów stanowiących pomniki przyrody występują przede wszystkim dęby szypułkowe i czerwone, lipy drobnolistne i pospolite, buki zwyczajne i strzępoliste, sosny smołowe, modrzew europejski, brzozy brodawkowate, świerki pospolite i sitkajskie, jesion wyniosły, daglezie, cisy pospolite, jodły pospolita i kalifornijska, kasztanowce, topole czarne, klony, kosodrzewiny, bluszcz, wiązy, żywotnik, cyprysiki błotne, korkowiec amurski.

Niebywałą osobliwością jest, znajdujący się na cmentarzu w miejscowości Tychowo głąz narzutowy „Trygław”. Jest to największy w Polsce i jeden z największych tego typu obiektów w Europie. Jego obwód wynosi około 50m, wysokość 3,5 i zagłębiony jest w ziemi na około 4 m.

Flora i fauna

Na terenie Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty lasy zajmują powierzchnię około 39,4% (z tendencją rosnącą), użytki rolne 50%, a inne tereny i nieużytki 10,6% (tendencja rosnąca). Lasy ochronne stanowią około 28% drzewostanów. W wielu miejscowościach położonych na terenie Dorzecza Parsęty utworzone zostały parki i skwery zielone, pełniące przede wszystkim funkcje rekreacyjne, zaspokajając potrzeby wypoczynkowe stałych mieszkańców, ale także przybywających turystów.

Rys. 3 Zróżnicowanie gruntów należących do Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty



Opracowanie własne na podstawie danych Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty

Szata roślinna Dorzecza Parsęty jest znacznie zróżnicowana. Wzdłuż dolin rzecznych przeważają wierzby, topole, wiązy, jesiony i olsy. W lasach dominują sosny, buki, brzozy, świerki i dęby. Przeciętny wiek drzewostanu wynosi 53 lata.

Większość lasów Dorzecza Parsęty jest ogólnie dostępna i stanowi własność Skarbu Państwa. Należy podkreślić fakt, że stan sanitarny i zdrowotny przeważających obszarów, choć w ostatnim okresie uległ znacznej poprawie, wymaga dalszych nakładów. O poprawie stanu sanitarnego lasów może świadczyć fakt powracania na te tereny gatunków zwierząt, które pierwotnie zamieszkiwały lasy Dorzecza, a na skutek pogorszenia ich stanu zmieniły miejsca bytowania.

Naturalne warunki siedliskowe dają miejsca do bytowania unikalnych gatunków roślin. 129 gatunków roślin występujących na tym terenie to gatunki chronione lub zostało uznane za zagrożone. W lasach Dorzecza Parsęty licznie występują gatunki grzybów jadalnych. Reliktowe zbiorowiska roślinności można spotkać w szczególności na obszarach licznie występujących torfowisk.

Rozmieszczenie torfowisk na analizowanym terenie jest nierównomierne. Najwięcej jednostek znajduje się w części południowo-wschodniej. Łączna liczba torfowisk na terenie całego Dorzecza Parsęty wynosi około 493 i zajmują one ponad 2% powierzchni⁶.

Obszar Dorzecza Parsęty zamieszkują liczne gatunki fauny. Na tych terenach można spotkać bobra, wydrę, jelenia, dziką, liczne gatunki ptaków: rzadko spotykane pliszka górska, zimorodek, czy gągoł oraz żurawie, łabędzie, czaple, bociany, również bocian czarny (gmina Rąbino).

Szczególną atrakcję dla wędkarzy stanowią licznie występujące, w wodach Dorzecza Parsęty, gatunki ryb, wśród których należy wymienić przede wszystkim: łososia, troć, pstrąga, lipienia, węgorza, cęć i strzeblę potokową.

Liczenie występujące na obszarze Dorzecza Parsęty gatunki zwierząt mogą stanowić zarówno podstawę rozwijania turystyki specjalistycznej, która bazuje na obserwacji zwierząt w ich naturalnym środowisku. Możliwe jest także rozwijanie łowiectwa w oparciu o gatunki nie objęte ochroną.

2.2.2. Walory antropogeniczne

⁶ Diagnoza środowiska przyrodniczego Dorzecza Parsęty. Politechnika Koszalińska Katedra Biologii Środowiskowej

Walory antropogeniczne gmin i miast Dorzecza Parsęty to obiekty odzwierciedlające burzliwą historię tych terenów. Położenie na szlaku kupieckim wiodącym z Wielkopolski do Kołobrzegu („Szlak Solny”) oraz blisko wybrzeża morskiego warunkowało ścieranie się różnych kultur i napływ przedstawicieli wielu państw nie tylko ościennych, ale i niekiedy bardzo oddalonych. Obszar ten znajdował się pierwotnie pod rządami polskich władców. Historia tych ziem to okres licznych walk o zachowanie odrębności i odpierania naporów ze strony państw skandynawskich i Niemiec. W wieku siedemnastym ziemie należące do Zlewni Parsęty podporządkowane zostały Brandenburgii, a następnie Prusom. Dopiero po zakończeniu II wojny światowej włączono je ponownie do Polski.

Na obszarze Dorzecza Parsęty można odnaleźć obiekty z okresu wczesnych wieków naszej ery, a także wieków średnich. Najliczniej jednak reprezentowany jest przez zasoby antropogeniczne wiek XVIII, XIX i początek XX wieku.

Zabytki architektury

Na terenie Dorzecza Parsęty można spotkać wiele interesujących obiektów, mogących stanowić podstawę zainteresowania przybywających turystów i odwiedzających. Wśród nich wymienić należy obiekty sakralne: kościoły i kaplice oraz przydrożne krzyże, liczne zabudowania gospodarskie, a także występujące na tym terenie w dużej ilości zespoły dworsko-pałacowe oraz zabytki techniki.

Wśród obiektów sakralnych niewątpliwie najcenniejsza jest kołobrzaska gotycka Konkatedra murowana z XIII, XIV, XV wieku. Na wyróżnienie zasługują także licznie występujące na analizowanym obszarze kościoły ryglowe pochodzące z XVII i XVIII wieku, dobrze zachowane z atrakcyjnym wystrojem. Zestawienie najistotniejszych obiektów sakralnych w poszczególnych gminach Związku prezentuje poniższa tabela.

Tab. 3 Najważniejsze obiekty sakralne

Miasto/Gmina	Obiekty sakralne
Miasto i Gmina Barwice	Barwice- Kościół parafialny p.w. św. Stefana. Neogotycki kościół z elementami stylu arkadowego z 1855-65, halowy z wieżą frontową. Ostrowąsy –Kościół filialny p.w. Matki Bożej Różanej o ryglowej budowie sakralnej z XVII w (1728) posiadającej barokowy wystrój wnętrza (ołtarz, ambona, krucyfiks, dzwon). Ochroną konserwatorską objęty jest kościół wraz z wnętrzem oraz otoczeniem przykościelnym-zielen kamień pamiątkowy z piaskowca, ogrodzenie Stary Chwalim- kościół ryglowy – kościół filialny p.w. św. Judy. Pierwotnie XVIII wieczny kościół odbudowany po pożarze. Ochroną konserwatorską objęty jest kościół wraz z otoczeniem przy kościelnym. Polne- Kościół ryglowy- kościół filialny p.w. M.B.Królowej Polski 1806-8. Kościół jednonawowy z wieżą konstrukcji szachulcowej nadbudowaną nad nawą w połowie XIX w. Borzęcino- Kościół ryglowy- Kościół poewangelicki o konstrukcji szachulcowej na rzucie ośmioboku z drewnianą wieżą nad prezbiterium. Zbudowany 700 lub około 1800r. skreślony z rejestru obiektów zabytkowych w 1970r. Aktualnie ruiny fundamentów i materiału murów. Białowas-Kościół ryglowy –kościół konstrukcji szachulcowej z 1689 r. Jako kaplica grobowa rodziny Glasenapp, salowy z kryptą i wieżą frontową.Przed kościołem dzwonnica otwarta z dzwonem z pocz. XIX w. odlany w Szczecinku. Sulikowo- Kościół bez stylowy z XIX w. p.w. św. Antoniego Kłodzino- Kościół neogotycki z poł. XIX w. zbudowany na sześcioboku ,kryty dachem namiotowym . Ostropole- Kościół neogotycki z poł. XIX w.zbudowany na rzucie prostokąta z ciosów granitowych i cegły ,kryty dachem dwuspadowym.
Miasto Białogard	- Kościół pw. Narodzenia Najświętszej Marii Panny z początku XIV wieku - Kościół pw. Świętego Jerzego z XIV wieku
Gmina Białogard	Kościóły w Białogórznie, Pomianowie, Żytelkowie, Byszynie, Łęcznie, Stanominie, Rarwinie, Podwilczu
Miasto i Gmina Biały Bór	Biały Bór - neogotycki kościół p.w. Św. Michała Archaniola z 1878r. z zachowanym późnobarokowym ołtarzem głównym i amboną z 1731r. Biały Bór - cerkiew greckokatolicka XX wiek autorstwa prof. Jerzego Nowosielskiego z ikonami Sępólno Wielkie - ryglowy kościół p.w. Św. Wojciecha z 1685r. ze starym ewangelickim cmentarzem – Koltki - neogotycki kościół p.w. Stanisława z XIX wieku Drzonowo - neogotycki kościół p.w. św. Krzyża z końca XIX wieku – - ryglowy kościół p.w. Chrystusa Króla z XVII wieku z renesansowym ołtarzem i ludowymi rzeźbami Kazimierz - ryglowy kościół p.w. św. Mikołaja z 1617r.
Gmina Biesiekierz	Biesiekierz – kościół p.w. Chrystusa Króla z XIV w. Parnowo – kościół p.w. Najświętszej Rodziny z XV w. Parsowo – kościół p.w. Piotra i Pawła z 1880/1881 r. Stare Bielice – kościół p.w. Stanisława BM z 1394 r.

Miasto/Gmina	Obiekty sakralne
Miasto i Gmina Bobolice	Chmielno - Kościół rzymsko-katolicki p.w. Jana Chrzciciela, Neogotycki, zbudowany od podstaw w 1925 r. z głazów narzutowych i pustaków cementowych naśladujących ciosy kamieniem. Budowla unikatowa w skali regionu z uwagi na rodzaj materiału użytego do budowy murów. Użytkowany Głódowa - Kościół rzymsko-katolicki p.w. M.B. Częstochowskiej - Neogotycki, zbudowany w 1870 r. na miejscu starej budowli średniowiecznej z nieregularnych głazów narzutowych i cegły. Użytkowany Gozd - Kościół rzymsko-katolicki p.w. Świętego Jakuba Apostoła Neogotycki, zbudowany w II połowie XIX wieku na miejscu starej budowli średniowiecznej z nieregularnych głazów narzutowych i cegły. Użytkowany Kurowo - Kościół rzymsko-katolicki p.w. Bożego Ciała neogotycki, zbudowany z kamieni graniowych, obrobionych bloków i cegły. Porost - Kościół rzymsko-katolicki p.w. M.B. Szkaplerznej, neogotycki zbudowany w 1867 r. z głazów granitowych, obrobionych bloków i cegły. Użytkowany. Bobolice - Kościół Rzymsko-Katolicki p.w. Wniebowzięcia NMP w Bobolicach neogotycki z głazów granitowych i cegły. - Kościół prawosławny p.w. Wszystkich Świętych, z końca XIX wieku w stylu neogotyckim. Materiałem budowlanym jest cegła i głazy granitowe. Krępa - Kościół rzymsko-katolicki p.w. Świętej Trójcy w zbudowany w II połowie XIX wieku jako kaplica grobowa rodu von Versen. W 1977 roku wyremontowana i zaadoptowana na kościół. Zbudowany w stylu neogotyckim z cegły. Klanino - Kościół rzymsko-katolicki p.w. Świętego Piotra i Pawła Zbudowany w XVIII wieku na miejscu starej budowli średniowiecznej. W II połowie XIX wieku została zmieniona elewacja i nadano budowli styl neogotycki. Materiał użyty to głazy narzutowe, szchulec, rygle wypełnione cegłą i gliną. - Kaplica grobowa rodu von Kleist w Cybulinie Kaplica zbudowana w 1662 roku jako kaplica grobowa rodu von Kleist. Budowla w stylu barokowym, jako budulec użyto kamienie polne i granitowe. Szchulec, rygle wypełnione cegłą. Kaplica nie jest użytkowana, ruina. Budowla należy do nielicznych zachowanych obiektów z tego okresu, w tej konstrukcji, na planie centralnym - Kaplica grobowa rodziny von Holtz w Wojęcinie Zbudowana na przełomie XIX-XX w. jako kaplica grobowa rodu von Holtz z głazów narzutowych nieregularnych i cegły. Nieużytkowana, ruina Położona na dawnym cmentarzu rodowym z przełomu XIX-XX wieku

<i>Miasto/Gmina</i>	<i>Obiekty sakralne</i>
Miasto i Gmina Borne Sulinowo	Jeleń - kościół filialny pod wezwaniem Matki Boskiej Nieustającej Pomocy, ryglowy rok budowy 1769. Kielpino - kościół filialny pod wezwaniem Św. Kazimierza, wybudowany w połowie XVIII wieku. Okole - kościół filialny pod wezwaniem Św. Wojciecha, neogotyck, rok budowy 1914 r. Radacz - kościół filialny pod wezwaniem Ś. Maksymiliana Kolbe, ryglowy, rok budowy 1744. Starowice - kościół filialny pod wezwaniem Św. Stanisława Kostki, neogotyck, rok budowy 1879. Krağı - kościół filialny pod wezwaniem Św. Antoniego, ryglowy, początek XIX wieku. Łubowo – kościół parafialny pod wezwaniem Wniebowzięcia NMP, murowany, druga połowa XIX w., neoromański. Juchowo – Kościół filialny pod wezwaniem Św. Antoniego, murowany, rok budowy 1928, neogotyck.. Liszkowo – Kościół filialny pod wezwaniem Matki Boskiej Różańcowej, murowany, druga połowa XIX w. Łączno – kościół filialny pod wezwaniem Św. Michała Archanioła, murowany, początek XX w., neogotyck
Gmina Dygowo	Czernino – Kościół filialny p.w. Wniebowzięcia NMP, gotyk, XIV – XV wiek, częściowo rozbudowany w XVII-XIX w. Wyposażenie kościoła stanowią cenne zabytki ruchome Dygowo - Kościół parafialny p.w. Wniebowstąpienia Pańskiego, neoromański z 1880 roku, murowany z cegły, na kamiennej podmurówce, Kłoptowo - Kościół poewangelicki z przełomu XV/XVI w., gotyk, ob. nieużytkowany Świelub - Kościół gotycki, poewangelicki w Świelubiu, ruina z XV – XVI w. – odbudowany i obecnie użytkowany Wrzosowo – Kościół filialny p.w. Przemienienia Pańskiego, XV w., styl gotycki, wyposażenie kościoła stanowią cenne zabytki ruchome
Gmina Gościno	- Lapidarium, - Kościół p.w. Andrzeja Boboli
Gmina Grzmiąca	Grzmiąca - Kościół gotycki, obecnie kościół parafialny p.w. Matki Boskiej Królowej Polski, z 1600 r. przebudowany w XVIII i XIX w. Krosino - Kościół gotycki, murowany z 1734 r., kościół parafialny p.w. Królowej Polski Nosibady - Kościół gotycki z pierwszej połowy XVI w., przebudowany w 1775 r. i w XIX w., kościół filialny p.w. św. Stanisława biskupa; warte zobaczenia: barokowy ołtarz i rokokowa ambona Lubogoszcz - Kościół neogotycki z II poł. XIX w. filialny p.w. św. Marii-Magdaleny.
Miasto i Gmina Karlino	Karlino – 1510r. kościół p.w. Św. Michała Mierzyno – II poł. XIX wieku kościół p.w. Trójcy Świętej Karwino – pocz. XX wieku. Kościół Kościół Kościół p.w. Św. Kazimierza Karścino – XIII wieku kościół p.w. MB Częstochowskiej Lubiechowo – XIX wieku kościół p.w. Św. Józefa
Miasto Kołobrzeg	- Konkatedra murowana XIII, XIV, XV wiek – gotyk - Kościół o.o. Franciszkanów – murowany, początek XX wieku, przebudowany w latach 60-tych XX wieku

<i>Miasto/Gmina</i>	<i>Obiekty sakralne</i>
Gmina Kołobrzeg	Budzistowo - Kościół p.w. Św. Jana Chrzciciela wraz z otoczeniem, 1222r., Sarbia - Kościół Parafialny p.w. Św. Jana Chrzciciela późnogotycki z XVI w. wraz z otoczeniem, Plebania z początku XIX w., Kaplica Betlejemka neogotycka p.w. NMP, 1900r., Dźwirzyno - Kościół p.w. Matki Boskiej Uzdrawienia Chorych, 1982r., Trzonowo - Kościół p.w. Podwyższenia Krzyża Świętego z I połowy XIX w., Karcino - Kościół neogotycki p.w. Krzyża Świętego z 1869r., Korzystno - Neogotycki Kościół Parafialny p.w. Chrystusa Króla z 1865-66 r. wraz z otoczeniem.
Miasto i Gmina Połczyn Zdrój	Połczyn Zdrój – Neogotycki Kościół Parafialny p.w. NMP – wzniesiony w XV – XVI wieku, przebudowany w XIX wieku, dzisiejsza sylwetka neogotyckiej budowli powstała w latach 1850-1860; z ciekawszych zabytków w Kościele na uwagę zasługuje żeliwna płyta nagrobna biskupa Erazma von Manteuffla z 1544 roku; Czarnkowo – Kościół z II poł. XIX wieku; Gawroniec – Kościół w kształcie rotundy, zbudowany z kamienia w 1828 roku; Kołacz – Kościół ryglowy z pocz. XIX wieku; Ostre Bardo – ceglany Kościół neogotycki, zbudowany na miejscu ryglowego kościoła pochodzącego z 1693 roku, na uwagę zasługuje ołtarz główny – barokowy z pocz. XVIII wieku, ambona barokowa z XVII wieku, barokowe empory i ława kolatorska z XVIII wieku; Redło – neoromański kościół zbudowany w 1859 roku, powstał na miejscu starszej świątyni wzniesionej w okresie średniowiecza; Stare Resko – Kościół ryglowy z końca XVIII wieku;
Gmina Rąbino	Biernów – kościół Lipie – kościół Nielep – kościół Rąbino – kościół
Gmina Rymań	Rzesznikowo - kościół filialny wraz z otoczeniem Dębica - kościół filialny wraz z otoczeniem i wystrojem wnętrza. Gorawino - kościół filialny wraz z otoczeniem i wystrojem wnętrza.
Gmina Siemyśl	Charzyno – kościół p.w. Św. Franciszka z Asyżu XIX wiek wraz z cmentarzem, kaplica cmentarna Niemierze – kościół filialny XIV – XVI wiek Nieżyn – kościół p.w. Św. Jana Chrzciciela XII, XVII, XIX wiek - dawna kaplica ewangelicka (obecnie karczma) koniec XIX wieku Siemyśl – kościół p.w. Św. Stanisława Kostki 1866r; - Kaplica cmentarna koniec XIX wieku Trzynik – kościół filialny p.w. Św. Kazimierza poł XIX wieku Unieradz – Kościół filialny kościół.w. św. Michała Archaniola murowany XIII wiek
Gmina Sławoborze	Mysłowice - Kościół filialny p.w. Św. Józefa 1709r. Rokosowo - Kościół filialny greko-katolicki przed 1784r. Słowieńsko - Kościół filialny p.w. Św. Michała Archaniola 1738r. Jastrzębniki - Kościół p.w. Wniebowzięcia NMP neogotyck 1903r. Sławoborze - Kościół filialny – p.w. M.B. Różańcowej ryglowy 1846r. Powalice - Kościół filialny p.w. Najś. Serca Pana Jezusa szachulcowy 1708r.

Miasto/Gmina	Obiekty sakralne
Gmina Szczecinek	Drawień – kościół ryglowy p.w.M.B.Różańcowej z 1695 roku Park krajobrazowy z XIX w. Z ruinami mauzoleum eklektycznego z początku XX w. Jelenino - kościół neogotycki murowany z cegły, wzniesiony 1887 roku. Kusowo - kościół neogotycki murowany z kamienia i cegły z poł.XIX w. Sitno - kościół neogotycki murowany z cegły wzniesiony 1870-1880 r. Spore - kościół neogotycki murowany z kamienia, wzniesiony 1859-1865 r. Wierzchowo – kościół murowany z z 1810 r., z wolno stojącą dzwonnica szachulcową z XVIII w. Stare Wierzchowo - kościół murowany z wieżą szachulcową, wzniesiony w XVIII w. przebudowany w 1928 roku. Żółtnica - kościół ryglowy z 1820 roku, dzwonnica z 1830r. - park z II poł. XIX w. Parsęcko - kościół murowany z 1926r. z drewnianą dzwonnica obok.
Gmina Tychowo	Bukówek - kościół XVI wiek Dobrowo - kościół XVIII-XIX wiek Kikowie - kościół XIX wiek Kowalki - kościół XVI wiek Motarzyno - kościół XVII wiek Stary Dąb - kościół XVII wiek Tychowo - kościół XV wiek Tyczewo - kościół XVII wiek Wicewo - kościół XIX wiek

Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych od poszczególnych gmin

Rozbudowane układy staromiejskie można spotkać przede wszystkim w Kołobrzegu, gdzie zachowany został średniowieczny układ urbanistyczny. Obiekty „starówki” to przede wszystkim odrestaurowane kamienice z XIX i XX wieku. Podobnie odrestaurowane zespoły kamienic występują w Połczynie Zdroju. Zespoły staromiejskie można spotkać także w Białogardzie i Karlinie. Na zainteresowanie zasługują także pojedyncze obiekty zaliczane do zabudowy miejskiej, ratusze, budynki użytku publicznego oraz budynki szkół z XIX i początku XX wieku.

Tab. 4 Najważniejsze obiekty miejskie

Gmina/ Miasto	Obiekt	Miejscowość
Miasto Białogard	- Stary Ratusz z XIX wieku - Kamienice z XVIII i XIX wieku - Kamieniczka z XIX wieku	Białogard
Gmina Biały Bór	- budynek dawnego sądu grodzkiego w stylu neogotyckim z 1878r.	Biały Bór
Gmina Biały Bór	- odnowiona dzwonnica	Biała
Gmina Biesiekierz	- domy szachulcowe	Stare Bielice
	- dawna szkoła,	Parnowo
	- dawna szkoła,	Kraśnik
	- most	Nosowo

Gmina/ Miasto	Obiekt	Miejscowość
Gmina Gościno	- Dom Pomocy Społecznej ul. Karlińska - Urząd Gminy - Biblioteka - Budynek Apteki	Gościno
Gmina Grzmiąca	- Przy kościele w stoi drewniana dzwonnica o konstrukcji krosnowej z 1850 r.	Lubogoszcz
	- Drewniana dzwonnica przy kościele	Przeradz
Gmina Karlino	- Ratusz datowany na 1912r. ze sklepieniem neogotyckim	Karlino
Miasto Kołobrzeg	- Dawna „Akademia Rycerska” – murowana k. XVIII wieku – późny renesans – obecnie OSiR - Ratusz – murowany 1829 – 1832r. neogotyck, przebudowany 1913r.	Kołobrzeg
Gmina Kołobrzeg	- Budynek stacji kolejowej z XIX w.	Głowaczewo
	- Szkoła, 1925r. - koniec XIX w.,	Karcino
Gmina Połczyn Zdrój	- budynek Poczty - budynek Szkoły Podstawowej; - Obiekty Uzdrowiska – pochodzą z II poł. XIX wieku oraz pocz. XX wieku, do najciekawszych architektonicznie należą: „Gryf” i „Podhale”; - Dworzec Kolejowy z 1907 roku; - Browar – budynek wzniesiony w I poł. XIX wieku	Połczyn Zdrój
Gmina Siemyśl	- szkoła	Białokury
	- dawna szkoła, poczta, budynek sklepu (wszystkie XIX wiek)	Chorzyno
	- dawna szkoła ok. 1910r.	Niemierze
	- dawna szkoła 1910r.	Nieżyn
	- dom ze sklepem 1910r., - Poczta 1920r.	Siemyśl
	- szkoła 1910r.	Trzynik
	- szkoła 1910r.	Unieradz

Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych od poszczególnych gmin

Obok układów sakralnych i staromiejskich, na obszarze Dorzecza Parsęty spotyka się wiele interesujących **obiektów wiejskich**, w szczególności zabudowań gospodarczych i folwarcznych. Są to zarówno zachowane całe zabytkowe zagrody, jak i pojedyncze obiekty, głównie chałupy, obory i stodoły. Są to przede wszystkim budowle murowane i ryglowane z XVIII, XIX oraz początku XX wieku. Największą liczbę obiektów tego typu zidentyfikowano w gminach Siemyśl, Dygowo i Kołobrzeg. Stan ich zachowania jest bardzo zróżnicowany. Wykorzystanie w celach turystycznych wymagałoby dokładnego zinwentaryzowania, odpowiedniego oznakowania i zagospodarowania.

Parki podworskie, dworki i pałace

Na obszarze Dorzecza Parsęty występują bardzo liczne parki podworskie, które mogą stanowić atrakcję dla turystów i odwiedzających, szczególnie jako walor wypoczynkowy.

Część z nich wpisana została do Rejestru Konserwatora Zabytków. Łączna ich liczba szacowana jest na około 186, z czego 95 to parki dworskie i 71 to parki pałacowe. W sumie zajmują powierzchnię 746 ha. Stopień ich atrakcyjności i zachowania jest znacznie zróżnicowany. Obok bardzo atrakcyjnych i dobrze utrzymanych, występują liczne przykłady obiektów zaniedbanych, czy wręcz zdegradowanych i zdewastowanych, które wymagają uporządkowania i renowacji. Większość parków pochodzi z XIX i XVIII wieku i zajmuje powierzchnie mniejsze niż 5 ha. Największe parki występują w miejscowości Podwilcze, Strzekęcín, Ostrowąs, Głodzino, Włósciborz, Wszemierzyce, Roskowo.

W licznych założeniach parkowych można spotkać wiele pałaców i dworków, które podobnie jak same parki reprezentują zróżnicowany poziom zachowania. Wiele spośród nich może stanowić obiekty zainteresowania odwiedzających.

Rys. 4 Pałac w Juchowie



opracowanie własne

Zestawienie najważniejszych obiektów dworskich i pałacowych przedstawia poniższa tabela.

Tab. 5 Obiekty dworskie i pałacowe

<i>Miasto/Gmina</i>	<i>Obiekty dworsko-pałacowe</i>
Miasto i Gmina Barwice	- pałac zabytkowy w Ostrowąsach - pałac w Chwalimkach - Oraz pałace w miejscowości Łeknica, Białowąs, Kłodzino, Parchlino, Uradz, - Dwory: Gwiazdowo, Trzemienko, Żdżar - Parki podworskie - Białowąs, Ostrowąs, Chwalimki, Parchlino, Trzemienko, Bądk, Barwice
Miasto Białogard	-
Gmina Białogard	Pałac w Podwilczu
Miasto i Gmina Białý Bór	Ruiny zamku krzyżackiego na wyspie jez. Bilsko

Miasto/Gmina	Obiekty dworsko-palacowe
Gmina Biesiekierz	- Zespół pałacowo-parkowy – pałac z XIX/XX w., park krajobrazowy z tego samego okresu o pow. 2,5 ha - Biesiekierz - zespół dworsko-parkowy – dwór z 1900 r., park krajobrazowy z II poł. XIX w. o pow. 1,2 ha w Cieszynie - zespół dworsko-parkowy – dwór z XIX/XX w., park naturalistyczny z końca XVIII w. o pow. 2 ha - Kotłowo - zespół pałacowo-parkowy – pałac z poł. XIX w., park krajobrazowy z XVIII/XIX w. o pow. 5 ha - Kraśnik - zespół pałacowo-parkowy – pałac z II poł. XIX w., park krajobrazowy z końca XIX w. o pow. 3 ha – Laski Koszalińskie - zespół pałacowo-parkowy – pałac neorenesansowy z 1850 r., park z XVIII w. o pow. 22 ha - Nosowo - zespół pałacowo-parkowy – pałac z końca XVIII w., park z XVIII/XIX w. o pow. 3 ha – Nowe Bielice - zespół pałacowo-parkowy – pałac z I poł. XIX w., park z II poł. XIX w. o pow. 4,14 ha - Parnowo - zespół pałacowo-parkowy – pałac zbudowany w latach 1717-1782 r., park krajobrazowy z XVIII/XIX w. o pow. 11 ha - Parsowo - zespół pałacowo-parkowy – pałac z pocz. XIX w., park krajobrazowy z I poł. XIX w. o pow. 6 ha - Świemino - zespół pałacowo-parkowy – klasycystyczny pałac z XVIII/XIX w., park krajobrazowy z XVIII/XIX w. o pow. 4,5 ha - Wiernino
Miasto i Gmina Bobolice	– Mały park dworski na krawędzi doliny Chocieli, pow. ok. 0,7 ha zaniedbany Boboliczki – Duży park podworski pow. ok. 4,2 ha, zaniedbany - Krępa – park zaniedbany - Nowosiółki – park zaniedbany i zniszczony - Różany – park dworski, pow. ok. 4,7 ha o charakterze leśnym - Ujazd – park dworski, pow. ok. 2,2 ha. Jedyny na terenie gminy park i dworek, który jest w dobrym stanie – obiekt ma właściciela. Do parku należy włączyć przyległą część leśną, która należała kiedyś do parku - Kępsko – park dworski, pow. ok. 1,7 ha mocno zniszczony Pomorzany – Radwanki – park dworski, pow. ok. 1,2 ha w ostatnim czasie został uporządkowany (wycięto podszyt), jednak wciąż na jego terenie znajdują się śmieci, drewniane zabudowania - Bożniewice – park dworski, pow. ok. 2,5 ha - Cybulino - park i pałac - Klanino - park dworski, pow. ok. 2,7 h Jedyny park na terenie gminy zasadniczo dobrze zachowany, do dziś zachowały się alejki. Na terenie parku znajdują się ogródki oraz wysypywane są śmieci i rozkopywanie grobowce - Wilczogóra - Rozległy park dworski, bardzo cenny, zaniedbany, wymaga natychmiastowych zabiegów konserwatorskich. Na terenie parku wycinane są drzewa przez mieszkańców - Wojęcín - Mały park dworski przy nieistniejącym już GPR. - Darzewo - Mały park o charakterze leśnym – Park zaśmiecony starym sprzętem gospodarczym - Dargiń

Miasto/Gmina	Obiekty dworsko-pałacowe
Miasto i Gmina Borne Sulinowo	– pałac wzniesiony w roku 1874 w miejscu i na fundamentach XVIII wiecznego dworu, eklektyczny, zbudowany z czerwonej cegły, na kamiennym fundamencie- Juchowo, Obok pałacu znajduje się park o pow. 8 ha, założony w XVIII w. w oparciu o modny wówczas styl krajobrazowy. – dwór murowany z 1892 r. w stylu neoklasycznym. W drugiej połowie XIX w., ogród znajdujący się obok dworu stopniowo przekształcono w mały park krajobrazowy, którego ozdobą było małe jezioro przyległe od strony pld.-wsch. – Okole, – Pałac murowany z drugiej połowy XIX w. Obok park o pow. 3 ha, powstały w XIX wieku w oparciu o zasady stylu krajobrazowego-naturalistycznego- Radacz. – dwór murowany z końca XIX w. – Uniemino – park dworski, krajobrazowy założony w pierwszej połowie XIX w. - Liszkowo
Gmina Dygowo	- pałac z 1911 roku, położony na terenie parku - Kłopotowo - dwór z XIX w. leżący na terenie parku - Piotrowice - neoklasyczny pałac z XIX w. leżący na terenie parku - Pustary - pałac z pocz. XIX w. położony na terenie parku - Skoczów - pałac z XIX w. (obecnie Dom Pomocy Społecznej) - Włóścibórz
Gmina Gościno	– dwór z polepy glinianej- Gościno Dwór - dworek - Gościno – pałac neoklasyczny wpisany do rejestru zabytków - Kamica – Pałac- Karkowo – Pałac- Moltowo – późnoklasyczny pałac wraz z parkiem- Myślano – Dwór - Płonąca – pałac w stylu neobarokowym - Ramlewo - dwór - Probuń
Gmina Grzmiąca	- Zespół pałacowo-parkowy pochodzi z II poł. XIX w., Obecnie pałac zniszczony w 80% przez czynniki atmosferyczne i ludzi.- Nosibądy - Zespół pałacowo-parkowy zbudowany w II poł. XIX wieku, obecnie w stanie ruiny - Lubogoszcz - Zespół parkowo-folwarczny, zabudowania folwarczne, przebudowany dwór zajmowany dziś przez Urząd Gminy oraz pozostałości dawnego parku z fosą - Grzmiąca - Dwory występujące na terenie gminy znajdują się w miejscowościach: Sławno, Sucha, Krosino i Przystawy. z końca XIX i początku XX w. Obecnie przebudowane obiekty, pozbawione swoich pierwotnych cech, znajdują się w rękach osób prywatnych. - Zespół parkowo-folwarczny z dworem pochodzi z II poł. XIX wieku. Dziś w stanie ruiny. Zachowane są budynki folwarczne, których układ zniekształciło budownictwo PGR-owskie - Sucha
Miasto i Gmina Karlino	- Zamek Biskupów Kamieńskich z oryginalnym gotyckim sklepieniem z 1378r. – Karlino - Dworek F.Wilhelma na wyspie z 1721r. - Karlino
Miasto Kołobrzeg	- Pałac Brunszwicksch – murowany pocz. XIX wieku
Gmina Kołobrzeg	- Pałac Myśliwski XIX/XX w., Pałac, lata 70-te XIX w., Park pałacowy z II poł. XIX w., Budzistowo, - Pałac z II poł. XIX w., Kądzielno, - Dawny dwór z II połowy XVIII w., Dawny Park Dworski w stylu romantycznym z II połowy XIX w., budynek inwentarski z pocz. XIX w. Drzonowo,

Miasto/Gmina	Obiekty dworsko-pałacowe
Miasto i Gmina Połczyn Zdrój	– pałac z początku XX wieku, neobarok - Tychówko – ciekawe założenie pałacowo – parkowe z neoklasycznym pałacem z I poł. XIX wieku - Słowianki; – pałac z końca XIX wieku, neobarok- Nowe Ludzicko; – neoklasyczny pałac z I poł. XIX wieku - Ogartowo; – neoklasyczny pałac z końca XIX wieku- Popielewko; - Zamek ukształtowany w obecnej formie w XVIII w, dwuskrzydłowy, o rzucie zbliżonym do litery „L”, wielokrotnie przebudowywany; dawna siedziba księcia pomorskiego Bogusława IV; Zachował się m.in. renesansowy łuk i dwa pilastry od strony dziedzińca - Połczyn Zdrój
Gmina Rąbino	– pałac i zespół pałacowo-parkowo-folwarczny - Batyń – założenie parkowo – folwarczne - Biernów - założenie-pałacowo-parkowe, pałac - Dąbrowa B. - dwór - Gąsków – zespół pałacowo-parkowo-folwarczny, dwór - Głodzino – zespół dworsko-folwarczny, dwór - Jezierzyce – ruiny zamku (zielona karta), dwór - Lipie – zespół pałacowo-folwarczny, dwór - Modrzewiec – zespół dworsko-folwarczny, pałac - Paszęcin – zespół pałacowo-parkowo-folwarczny, pałac, dwór - Rąbino – park dworski - Rzecino – zespół pałacowo-folwarczny, dwór - Stare Ludzicko – zespół dworsko-folwarczny, dwór - Świerznica
Gmina Rymań	- założenie pałacowo – dworskie z XVIII w. -Rymań - pałac klasycystyczny wraz z otoczeniem i wystrojem wnętrza, park pałacowy z 2 połowy XIX wieku o powierzchni 5 ha. - Rymań - zachowany układ zabudowy wiejskiej, młyn, założenie dworsko – parkowe - Rzesznikowo. - park pałacowy z połowy XIX wieku o powierzchni 4 ha. - Rzesznikowo - zachowany układ zabudowy wiejskiej, kościół - Starnin. - zachowany układ zabudowy wiejskiej, założenie parkowe - Gorawino. - park pałacowy z XIX/XX wieku o powierzchni 4 ha. - Drozdowo - dawny park pałacowy z 2 połowy XIX wieku o powierzchni 1,5 ha. - Jarkowo - park dworski z XIX/XX wieku o powierzchni 5 ha. - Leszczyn - park dworski z początku XX wieku o powierzchni 3 ha. - Skrzydłowo - park pałacowy z XIX/XX wieku o powierzchni 1,1 ha. - Starnin
Gmina Siemyśl	– dwór murowany 1 poł. XIX wieku - Kędrzyno – dwór 1863r. - Siemyśl – dwór koniec XIX wieku - Trzynik – dwór murowany koniec XIX wieku - Wszemierzyce (Marianówek)
Gmina Sławoborze	- Pałac płowa XIX wieku – Krzecko - Pałac barokowy – koniec XVIII wieku (w ruinie) – Lepino - Dwór eklektyczny 1910r. – Słowieńsko - Zespół dworsko-parkowy, mur licowy 1846r. - Zagrody

Miasto/Gmina	Obiekty dworsko-palacowe
Gmina Szczecinek	– eklektyczny dwór i park z II poł. XIX w. - Bugno – dwór neoklasycystyczny z 3 ćwierci XIX w. murowany z niewielkim parkiem krajobrazowym z przepływającą rzeką Parsętą – Parsęcko – neogotycki pałac oraz kościół i park krajobrazowy z II poł. XIX w. – Trzebiechowo Parki wiejskie – często zniszczone, zachwaszczane z cennym starodrzewem – aleje, pomnikowe drzewa w miejscowościach: - Żółtnica – pow. 1,04 ha - Drawień – pow. 3,0 ha - Bugno – pow. 2,5 ha - Trzebiechowo – pow. 8,0 ha - Galowo – pow. 1,5 ha - Wierzchowe – pow. 1,0 ha - Grąbczyn – pow. 1,5 ha - Wilcze Łaski – pow. 1,5 ha - Parsęcko – pow. 1,5 ha oraz parki wiejskie we wsiach Dreżno, Lipnica, Trzcinnio
Gmina Tychowo	- Pałac z parkiem krajobrazowym XIX wiek - Pałac z parkiem krajobrazowo-romantycznym z XIX wieku - Pałac z parkiem XIX wiek - Park krajobrazowy XVIII wiek - Tychowo - Park krajobrazowy XIX wiek - Tyczewo

Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych od poszczególnych gmin

Na terenie gmin Dorzecza Parsęty występuje wiele cmentarzy z XVIII, XIX i XX wieku zarówno katolickich, komunalnych jak i ewangelickich. W okolicach Bornego Sulinowa zlokalizowany jest cmentarz radziecki.

Na szczególną uwagę i zainteresowanie zasługują stosunkowo licznie zlokalizowane w obszarze Zlewni Parsęty grodziska, osady i stanowiska archeologiczne sięgające również okresu średniowiecza.

Tab. 6 Wybrane grodziska i osady

Miasto/Gmina	Zabytki historyczno-geologiczne
Gmina Barwice	- Osady otwarte w Barwicach - Osady otwarte w Parchlinie - Grodzisko nizinne w Starym Koprzywnie - Stanowisko w Starym Koprzywnie - Grodzisko wyżynne w Ostrowąsach - Stanowisko osada w Ostrowąsach
Miasto Białogard	- Cmentarz ewangelicki z II poł. XIX wieku - Pomnik ku czci żołnierzy radzieckich z 1970r. - Pomnik Orła Białego z lat 20 XX wieku
Gmina Białogard	- osady otwarte - grodziska nizinne - cmentarzysko ciałopalne

Miasto/Gmina	Zabytki historyczno-geologiczne
Gmina Biesiekierz	Kraśnik Koszaliński – 1. wyżynne grodzisko wczesnośredniowieczne, 2. osada - ślady palenisk i materiał ceramiczny datowany na wczesną epokę żelaza i okres wczesnośredniowieczny oraz średniowieczny
Miasto i Gmina Bobolice	- Pomnik –Panteon w Bobolicach - zespół epitafijno-nagrobkowy. Położony na cmentarzu komunalnym - Grodzisko Słowiańskie w Bobolicach - Grodzisko pochodzące z pierwszych wieków naszej ery - ruiny. Położone w parku miejskim
Miasto i Gmina Borne Sulinowo	- grodzisko wczesnośredniowieczne, o wymiarach 90 x 90 m, usytuowane w odległości 300 m na wschód od zabudowań wsi, 50 m od rzeki Piławy, pomiędzy jeziorami Pile i Długie - osada otwarta, datowana na schyłek epoki brązu, o wymiarach 50 x 50 m, położona na niewielkim kulistym wzniesieniu. Jest przykładem zachowanych pozostałości osadnictwa kultury łużyckiej Okolice wsi Radacz: - grodzisko wyżynne usytuowane 20 m na północ od jez. Radacz, przy skrzyżowaniu dróg Szczecinek-Barwice i Parsęcko-Radacz, warowne, wczesnośredniowieczne - grodzisko stożkowate, usytuowane przy wschodnim brzegu jez. Radacz, ok. 30 m na południe od kanału, warowne, wczesnośredniowieczne - osada z okresu wczesnośredniowiecznego Okolice wsi Rakowo: - grodzisko nizinne typu pierścieniowatego z fosą, datowane na okres wczesnośredniowieczny i średniowieczny, wymiary: 50x150 m, położone w środkowej części wąskiego półwyspu na jez. Komorze Okolice wsi Jeleń: - grodzisko nizinne niewiadomego typu, silnie zdewastowane przez różne prace ziemne, z fragmentami wałów i fosy. Położone w odległości 400 m na pld.-wsch. od zabudowań wsi i 100 m od brzegu jeziora Jeleń - grodzisko wyżynne, stożkowate z fosą i wałem zewnętrznym. Datowane na połowę średniowiecza. Położone na wzniesieniu ok. 300 m na południe od wsi Przyjezierze, między szosą, a brzegiem jez. Świdno. Obszar zabytkowy o wymiarach 80 x 100 m.

Miasto/Gmina	Zabytki historyczno-geologiczne
Gmina Dygowo	liczne stanowiska archeologiczne: osady oraz cmentarzyska z okresu średniowiecza: Bardy: - osada przyzagrodowa – położona bezpośrednio na zachód i północny zachód od grodziska w Bardach. VIII/IX –X w. - osada położona bezpośrednio na południowy zachód od pn. skraju wsi, ok. 50 m na zachód od drogi prowadzącej z Bard w kierunku Poblócia. 2 połowa XI-XII w. - cmentarzysko kurhanowe – położone 0,4 km na północny zachód od grodziska w Bardach oraz 1,7 km od drogi prowadzącej z Bard do Poblócia. wczesne średniowiecze. Dygowo: – osada otwarta o wymiarach 80x50 cm położona na terenie żwirowni w odległości 1 km na północny wschód od zabudowań wsi, o 100m od drogi Dygowo- Wrzosowo. Kłopotowo: – grodzisko nizinne położone na nieznacznym wzniesieniu przylegającym do doliny rzeki Parsęty, usytuowanym w odległości 1,5 km na wschód od zabudowań we wsi Kłopotowo. Wymiary 40-50x 120 m, wysokość 5-7m. 2 poł. IX- Xw. - cmentarzysko kurhanowe – położone 1,5 km na wschód od zabudowań wsi Kłopotowo, bezpośrednio na południowy wschód od grodziska. wczesne średniowiecze. Piotrowice: – osada leżąca na lewym brzegu Parsęty, ok. 2 km na północ od północnego skraju zabudowań wsi i 0,7 km na południowy zachód od wsi Pyszka. IX – X w. Pustary :– grodzisko stożkowate, położone na wzgórzu, bezpośrednio na północ od drogi prowadzącej z Bogucina do Pustar. Wymiary: podstawa 30 x33 m, wysokość 3,5 – 4,0 m. XII-XIV w. Stojkowo: - skarb z 1047r. znaleziony na pd.- wsch. od zabudowań wsi przy drodze prowadzącej ze Stojkowa do Gąskowa. Świelubie: – grodzisko nizinne z X w. w kształcie nieregularnego owalu, położone w dolinie Parsęty nad prawym brzegiem rzeki, wymiary 50x80m, wysokość 3m - cmentarzysko kurhanowe z IX w. z ciekawymi zabytkami skandynawskimi leżące na zachód od drogi prowadzącej z Bard do Poblócia -osada leżąca przy prawym brzegu Parsęty z X-XII w. Włóscibórz: – trzy osady z okresu wczesnego średniowiecza leżące w pobliżu wsi - kurhan leżący przy drodze leśnej w odległości 1 km od zabudowań wsi. VII- poł. IX w.
Gmina Grzmiąca	- grodziska nizinne z okresu wczesnego średniowiecza, m.in. w Grzmiącej i w Nosibądach; - osady wielokulturowe z późnego średniowiecza. - Stanowiska archeologiczne znajdują się pod opieką Konserwatora Zabytków. Są to głównie cmentarzyska kurhanowe. - Na terenie gminy występują 22 cmentarze założone w II poł. XIX w. i na początku XX w. W II poł. XIX wieku założono cmentarze w miejscowościach: Mieszalki, Nosibądy, Godzisław, Czechy, Przeradz, Storkowo i Sucha. Na początku XX w. powstały cmentarze w miejscowościach: Godzisław, Grzmiąca, Iwin, Krosino, Lubogoszcz, Mieszalki, Przeradz, Radomyśl, Radosz, Storkowo, Sucha, Wielawino.
Miasto i Gmina Karlino	- grodzisko wyżynne VIII-IX wiek - Lubiechów - cmentarzysko, osada groby skrzynkowe - Domacyn
Gmina Kołobrzeg	– Zabytkowy cmentarz wojenny ewangelicki 1914-1918r., Brama cmentarna, koniec XIX w., Głowaczewo, – Grodzisko wyżynne z przełomu VIII/XIX w., Budzistowo, – Grodzisko wyżynne wczesnośredniowieczne, Kopydlówko

Miasto/Gmina	Zabytki historyczno-geologiczne
Gmina Rymań	- Rymań - grodzisko wyżynne z VII/IX w.
Gmina Szczecinek	- Brzeźno – grodzisko nizinne, stożkowate; grodzisko nizinne; grodzisko nizinne, cypłowe - Galowo – grodzisko nizinne, podkowiaste - Godzimirz – grodzisko nizinne, pierścieniowate - Grąbczyn – grodzisko wyżynne, pierścieniowate; osada otwarta; osada - Parsęcko – osada obronna - Sitno – grodzisko nizinne, podkowiaste; osada otwarta - Stare Wierzchowo – grodzisko wyżynne; osada - Świątki – osada otwarta - Trzesieka – osada produkcyjna - Wierzchowo – grodzisko nizinne, stożkowate nr; grodzisko nizinne, stożkowate - Wilcze Łaski – grodzisko wyżynne
Gmina Tychowo	- Grodzisko wyżynne pierścieniowate stanowisko 2 z VIII-IX wieku - Kowalki - cmentarzysko z późnego okresu rzymskiego - Grodzisko nizinne stożkowate stanowisko 2 okresu średniowiecza

Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych od poszczególnych gmin

Wymienione wyżej obiekty wymagają często zagospodarowania i wyeksponowania, tak aby mogły stać się podstawą do rozwijania turystyki krajoznawczej.

Zabytki techniki i przemysłu

Na terenie Dorzecza Parsęty można spotkać obiekty będące przejawem rozwoju przemysłu w XIX i XX wieku, są to w szczególności młyny i elektrownie wodne oraz spichlerze. Stan ich zachowania jest znacznie zróżnicowany. Wiele obiektów wymaga znacznych nakładów na renowację.

Tab. 7 Wybrane zabytki techniki i przemysłu

Miasto/Gmina	Zabytki techniki i przemysłu
Miasto Kołobrzeg	- Fort „Ujście” z latarnią morską – murowany 1770r. przebudowany na początku XIX wieku i w 1945r. - Wieża ciśnień – murowana koniec XIX w. - dawna stacja pomp – koniec XIX wieku, murowana – neogotyck - Dworzec PKP
Miasto Białogard	- Spichlerz z II poł. XVIII wieku - Wieża Ciśnień z 1921r. - Dworzec kolejowy wybudowany w latach 1857-60
Miasto i Gmina Karlino	- Spichlerz murowany, szachulcowy, neogotyck – XIX wiek - Karlino - Młyn z częścią mieszkalną XIX/XX wiek - Karlino
Miasto i Gmina Połczyn Zdrój	Pozostający w stanie ruiny młyn wodny z zachowanym 13 m. kołem młyńskim z XVIII w.

Gmina Dygowo	- systemy oczyszczania ścieków - Skoczów , - obiekty infrastruktury komunikacyjnej. Jeszcze kilkadziesiąt lat temu, jak wynika z różnych map oraz oglądu terenu, w południowej części gminy zlokalizowana była linia kolejowa kolei wąskotorowej relacji Włocibórz - Karlino , po której pozostały nieliczne ślady po nasypie kolejowym
Gmina Grzmiąca	- Młyn Storkowo (zbudowany w 1909 r.), mała elektrownia wodna. Obecnie stacja naukowa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza.
Gmina Kołobrzeg	- Dawny młyn wodny z 1895r., Serbia - Wieża transformatorowa z 1919r. - Głowaczewo , z 1925r. - Drzonowo , z 1930 r., - Pozostałości wieży ciśnień, pocz. XX w., Głowaczewo , - Zlewnia mleka, XIX/XX w., Karcino , - Młyn wodny, 1983r. Karcino
Gmina Rąbino	- Kołatka – młyn - Świerznica – młyn wodny oba nieczynne
Gmina Siemyśl	- Chorzyno – młyn XIX wiek - Siemyśl – dawny młyn koniec XIX wieku
Gmina Sławoborze	- młyn wodny ryglowy 1846r. Sławoborze

Opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych od poszczególnych gmin

Na uwagę zasługują przede wszystkim:

- Latarnia morska w Kołobrzegu – obiekt murowany, usytuowany u wejścia do portu, wysokość wieży wynosi 26m, wysokość światła 36,5m n.p.m., sygnał świetlny widoczny z odległości 29,6 km.



Rys. 5 Latarnia morska w Kołobrzegu

Opracowanie własne

- Elektrownia wodna na rzece Parsęcie w Rościnie

- spiętrzenie zasilające dawny młyn w okolicach mostu pomiędzy Nowym Chwaliminem i Storkowem, obecnie pomieszczenia młyna zaadaptowane zostały na Stację Badawczą Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu,
- Młyny wodne w miejscowościach Karlino, Sławoborze, Karcino.
- Spichlerz w Karlinie – budowla murowana, szachulcowy w stylu neogotyckim – XIX wiek.

Rys. 6 Spichlerz w Karlinie



Opracowanie własne

Obiekty obronne

Poprzez tereny gmin Borne Sulinowo, Szczecinek i Biały Bór przebiega linia niemieckich fortyfikacji „Wał Pomorski”. Utworzony on został w latach 1932 – 1939 wzdłuż dawnej granicy polsko-niemieckiej. Najwięcej obiektów „Wału” znajduje się w pasie pomiędzy jeziorami Ciemino i Pile – sześć bunkrów wraz z podziemnymi korytarzami, grupa warowna Śmiadowska Góra oraz Grupa Warowna Majowe Wzgórza. Wiele fortyfikacji znajdowało się także na południe i wschód od Bornego Sulinowa, a także wzdłuż jeziora Łobez (Gmina Biały Bór). Dodatkowo funkcje zabezpieczające miały pełnić trzy zapory na rzece Pilawie.

Bunkry i transzeje „Wału Pomorskiego” były w okresie powojennym niszczone. Obecnie można spotkać wiele pozostałości budowli, w większości jednak zdewastowanych i zarośniętych przez wysokie krzewy i trawy. Dostęp do nich jest natomiast utrudniony poprzez gęstą roślinność. Wykorzystanie obiektów „Wału Pomorskiego” w celach turystycznych wymagałoby nakładów poniesionych przede wszystkim na uporządkowanie budowli i terenów przyległych. Konieczne jest także odpowiednie przygotowanie tras turystycznych i poszczególnych obiektów tak, aby zapewnić odpowiedni poziom bezpieczeństwa odwiedzającym.

Zabudowania o charakterze obronnym, poza „Walem Pomorskim” można spotkać także w Gminie Białogard, gdzie występują jeszcze pozostałości murów obronnych z XIV wieku oraz Brama Wysoka zwana Połczyńską w XIV wieku.

Na uwagę zasługują także zabudowania na terenie Miasta Kołobrzeg, a w szczególności: Baszta „Prochowa” (murowana, gotyk, XV wiek), Baszta „Więzienna” (murowana XV, XVII wiek), Kamienny Szaniec (XVIII wiek – ruina we wschodniej części Parku Nadmorskiego), rów forteczny z zarysami bastionu oraz pozostałości dawnego fortu „Wilczego” z zachowanym wałem ziemnym i fosą (na jego bazie jest obecnie amfiteatr).

Imprezy i wydarzenia

Wśród ważniejszych imprez o charakterze ponadlokalnym należy wymienić:

- FESTYN LOTNICZY w Bornem Sulinowie. Impreza organizowana cyklicznie w dniach 1 – 3 maja przez Stowarzyszenie Lotnicze w Bornem Sulinowie. W ramach Festynu odbywają się: Ogólnopolskie Zawody Mikrolotowe, Eliminacje Mikrolotowego Pucharu Polski, pokazy sprzętu latającego w powietrzu i na ziemi, kiermasz itd.
- ZAWODY MODELI PŁYWAJĄCYCH. Międzynarodowe zawody rozgrywane we wrześniu na jez. Pile w Zatoce Cichej (w pobliżu plaży miejskiej Bornego Sulinowa). Zawody są rywalizacją modeli napędzanych silnikami spalinowymi. Organizatorem jest Sekcja Modelarska ze Szczecinka.
- FESTYN STRAŻACKI i Mistrzostwa Polski Strażaków Płetwonurków na (i w) jez. Pile.
- ZAWODY WĘDKARSKIE – organizowane przez Stowarzyszenie Gmin i Powiatów Pomorza Środkowego, impreza cykliczna, w której udział biorą wszystkie gminy przynależne do stowarzyszenia.
- “BIEG KU SŁOŃCU” - Ogólnopolska Impreza Sportowa o Puchar Wójta Gminy Kołobrzeg, Trasa 10 km, Dźwirzyno – Grzybowo - Dźwirzyno - impreza cykliczna organizowana w lipcu.
- OGÓLNOPOLSKIE ZAWODY KARPIOWE „Cypriana” – impreza cykliczna organizowana na Zalewie Sidłowo
- KONFRONTACJE CHÓRÓW w Karlinie – impreza cykliczna o charakterze międzynarodowym
- BIEG PAPIESKI (Gmina Karlino) – impreza cykliczna ogólnopolska
- MIĘDZYNARODOWE ZAWODY WE WSZECHSTRONNYM KONKURSIE KONIA WIERZCHOWEGO w Białym Borze – impreza o charakterze międzynarodowym

- ZACHODNIOPOMORSKI PRZEGLĄD SYGNAŁÓW MYSLIWSKICH O STATUETKĘ NIEDŹWIEDZIA BARWICKIEGO – impreza cykliczna o charakterze wojewódzkim, ale odwiedzana chętnie przez osoby z całej Polski

2.3. Zagospodarowanie turystyczne

W skład kategorii zagospodarowania turystycznego zaliczane są obiekty i urządzenia obsługi turystów o charakterze całorocznym i sezonowym. Stanowią one podstawę umożliwiającą wykorzystanie istniejących na danym terenie walorów turystycznych. W ramach zagospodarowania turystycznego można wyodrębnić tzw. bazę podstawową – noclegową i żywieniową oraz bazę towarzyszącą, w skład której wchodzi przede wszystkim przedsiębiorstwa obsługi ruchu turystycznego, obiekty kulturalne i sportowe.

2.3.1. Baza noclegowa

Poziom zagospodarowania bazą noclegową powinien zostać oceniony w dwóch aspektach. Podstawowym elementem jest liczba obiektów noclegowych oraz liczba oferowanych przez nie miejsc noclegowych. Dla oceny atrakcyjności turystycznej obszaru konieczne jest jednak również określenie stopnia zróżnicowania oferty. Istotne jest aby możliwe było skorzystanie z noclegu w obiektach o standardzie podstawowym i ekonomicznym, jak i o wyższym poziomie świadczeń.

Zagospodarowanie bazą noclegową w Polsce jest znacznie zróżnicowane względem województw. Najwięcej miejsc noclegowych znajduje się w województwie zachodniopomorskim (w roku 2001 – 116 676).

Tab. 8 Turyści korzystający w latach 2000-2002 z bazy noclegowej zakwaterowania zbiorowego w Polsce według województw (tys.)

	Polacy	Cudzoziemcy	Polacy	Cudzoziemcy	Polacy	Cudzoziemcy
Razem	11443,0	3117,1	11079,0	3151,5	11028,7	3145,4
dolnośląskie	1224,5	290,8	1371,1	315,2	1251,8	320,8
kujawsko-pomorskie	505,4	66,8	479,3	72,5	466,2	64,5
lubelskie	414,4	96,5	394,2	90,9	404,8	85,5
lubuskie	357,9	120,1	345,1	128,9	354,4	146,8
łódzkie	462,8	66,6	447,5	70,9	464,3	74,7
małopolskie	1456,9	507,2	1385,0	509,5	1408,0	527,9

	Polacy	Cudzoziemcy	Polacy	Cudzoziemcy	Polacy	Cudzoziemcy
mazowieckie	964,4	650,6	1014,3	667,4	1235,4	619,5
opolskie	111,0	30,8	118,4	30,5	117,3	27,2
podkarpackie	480,0	84,4	440,3	74,0	451,8	73,6
podlaskie	308,8	79,9	281,5	82,2	266,4	85,2
pomorskie	1080,1	225,1	990,0	234,9	987,2	234,1
śląskie	1126,4	164,7	1034,4	147,1	919,5	135,3
świętokrzyskie	239,3	24,2	257,9	25,5	262,0	28,3
warmińsko-mazurskie	637,4	194,6	520,8	198,3	504,3	204,9
wielkopolskie	894,6	227,9	908,1	227,8	871,0	218,9
zachodniopomorskie	1179,1	286,8	1090,8	276,0	1064,2	298,3

Źródło: GUS "Turystyka w 2002 r." (oraz poprzednie edycje)

Tab. 9 Noclegi udzielone turystom w latach 2000-2002 w bazie noclegowej zakwaterowania zbiorowego według województw (tys.)

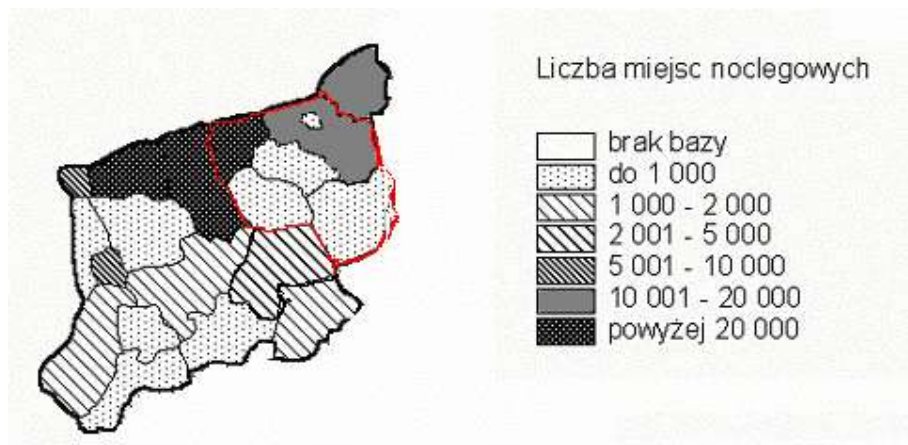
	Polakom	Cudzoziemcom	Polakom	Cudzoziemcom	Polakom	Cudzoziemcom
Razem	41902,6	6891,3	38955,6	6990,5	37126,6	7085,0
dolnośląskie	4779,5	700,4	4895,6	793,0	4386,2	792,4
kujawsko-pomorskie	2147,1	124,6	1924,5	134,5	1858,2	114,6
lubelskie	1270,3	195,0	1172,7	137,8	1134,6	129,8
lubuskie	966,4	181,1	936,9	197,6	854,6	216,1
łódzkie	1311,2	144,3	1191,4	152,2	1186,2	154,1
małopolskie	5548,0	1132,5	5165,9	1157,3	5009,2	1179,1
mazowieckie	1991,4	1275,7	2161,5	1230,4	2392,4	1130,7
opolskie	309,9	63,4	322,9	63,5	312,8	54,1
podkarpackie	1247,8	153,1	1173,0	128,5	1174,0	133,0
podlaskie	790,8	119,8	687,9	123,2	633,4	123,4
pomorskie	5253,9	512,3	4780,6	570,6	4563,9	550,8
śląskie	2882,3	426,4	2597,9	352,8	2233,3	318,1
świętokrzyskie	646,9	46,8	572,3	49,8	523,1	51,3
warmińsko-mazurskie	1832,8	432,9	1478,7	462,1	1381,7	478,7
wielkopolskie	2234,5	403,9	2111,8	405,5	1975,6	393,2
zachodniopomorskie	8689,8	979,1	7781,9	1031,8	7507,4	1265,8

Źródło: GUS "Turystyka w 2002 r." (oraz poprzednie edycje)

Obszar Dorzecza Parsęty, pomimo że położony w województwie zachodniopomorskim należy uznać za dość słabo wyposażony w obiekty zaliczane do bazy noclegowej. Należy jednakże wyraźnie podkreślić, że obok obszarów bardzo słabo zagospodarowanych występują także te, w których baza noclegowa jest bardzo dobrze

rozwinęta. Wśród tych ostatnich należy wymienić przede wszystkim Miasta Kołobrzeg i Połczyn Zdrój, a także gmina Kołobrzeg, gmina Szczecinek i Borne Sulinowo. Na terenie całego powiatu kołobrzeskiego zlokalizowanych jest ponad 20 tys. miejsc noclegowych, co w znacznym stopniu przewyższa średnią krajową (1,7 tys. miejsc noclegowych).

Rys. 7 Liczba miejsc noclegowych w powiatach województwa zachodniopomorskiego w tys. w 2001 r.



Źródło: opracowanie na podstawie K.Klementowski, Z.T. Werner: *Baza noclegowa w Polsce i jej wykorzystanie w roku 2001*, Instytut Turystyki, Wrocław - Warszawa 2002

Na terenie Dorzecza zlokalizowane są dwa hotele czterogwiazdkowe: „Senator” w Dźwirzynie (gmina Kołobrzeg) oraz „Atlantic” w Nowych Bielicach (gmina Biesiekierz). W większości gmin jednakże nie występują obiekty hotelowe w żadnej z kategorii. Z usług hoteli można skorzystać w gminach: Kołobrzeg, Bobolice, Biesiekierz, Gościno, Rymań.

Na terenie gmin Kołobrzeg i Borne Sulinowo zlokalizowanych jest najwięcej ośrodków wypoczynkowych.

Gminy Tychowo, Rąbino, Siemyśl, Gościno, Grzmiąca, Dygowo, Białogard, Karlino, Barwice należą do najgorzej zagospodarowanych pod względem bazy noclegowej. Rozwój turystyki na tych terenach wymagałby dużych nakładów inwestycyjnych.

Na szczególne zainteresowanie zasługuje Borne Sulinowo, w którym baza noclegowa powstała w toku adaptacji pozostawionych zabudowań jednostki wojsk radzieckich. Powstało w ten sposób wiele ośrodków wypoczynkowych o zróżnicowanym wachlarzu oraz standardzie usług.

Istotnym uzupełnieniem bazy noclegowej są gospodarstwa agroturystyczne. Najwięcej obiektów zaliczanych do tej kategorii spotkać można w gminach Barwice (gospodarstwa agroturystyczne stanowią tutaj podstawę obsługi ruchu turystycznego), Bobolice, Borne Sulinowo.

Na obszarze Dorzecza Parsęty prawie nie występują schroniska młodzieżowe. Istniejące obiekty tej kategorii mają głównie charakter sezonowy i są tworzone najczęściej w internatach szkół.

Za niewystarczającą należy uznać liczbę i standard kempingów i pól namiotowych. Może to stanowić utrudnienie dla rozwoju turystyki kwalifikowanej, przede wszystkim wodnej. Istniejące pola namiotowe często położone są w obrębie istniejących ośrodków wypoczynkowych oraz prywatnych gospodarstw rolnych.

Tab. 10 Liczba miejsc i obiektów noclegowych w gminach i miastach Dorzecza Parsęty(XII 2003)

Miasto/ Gmina	Miejsca noclegowe ogółem	Hotele i motele	Pensjonaty	Domy wczasowe i ośrodki	Gospodarstwa agroturystyczne	Schroniska	Kampingi i pola namiotowe	Specjalist yczna baza	Inne obiekty
Miasto Kołobrzeg	22168	6	4	34	Brak		1	10	
Miasto Białogard	342	Brak	Brak	Brak	Brak	1	Brak	1	
Miasto i Gmina Barwice	91	Brak	Brak	Brak	11	Brak	Brak	Brak	
Miasto i Gmina Biały Bór	324	Brak	1	3	5	2	Na terenie ośrodków wczasowych	Brak	
Miasto i Gmina Bobolice	256	2	Brak	1	10	Brak	1	Brak	
Miasto i Gmina Borne Sulinowo	716	Brak	Brak	9 (265)	18(245)	Brak	Brak	Brak	7 (90 miejsc)
Miasto i Gmina Karlino	138	Brak	Brak	Brak	1	Brak	Brak	Brak	3(86 miejsc)
Miasto i Gmina Połczyn Zdrój	1518	1	5	3	6	Brak	Brak	Brak	8
Gmina Białogard	50	Brak	Brak	Brak	1	Brak	Brak	Brak	
Gmina Biesiekierz	150	2	Brak	Brak	2	Brak	Brak	Brak	
Gmina Dygowo	25	Brak	Brak	Brak	2 (22 osób)	Brak	Brak	1 (100 osób)	
Gmina Gościno	108	Brak	Brak	Brak	1 (8 osób)	Brak	Brak	1 (40 miejsc)	
Gmina Grzmiąca	11	Brak	Brak	Brak	Brak	Brak	Brak	Brak	
Gmina Kołobrzeg	4728	2	2	80	5	Brak	3	Brak	
Gmina Rąbino	154	Brak	Brak	1(34 miejsc)	Brak	Brak	Brak	Brak	
Gmina Rymań	150	1 (20 miejsc)	Brak	Brak	1	Brak	Brak	Brak	
Gmina Siemysł	12	Brak	Brak	Brak	2	Brak	Brak	Brak	
Gmina Sławoborze	76	Brak	Brak	Brak	1	Brak	Brak	Brak	
Gmina Szczecinek	431	Brak	Brak	3	3	Brak	1	Brak	
Gmina Tychowo	153	Brak	Brak	Brak	1	Brak	Brak	1 (40 miejsc)	
Razem	31601								

Źródło: dane otrzymane od Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty

2.3.2 Baza gastronomiczna i rozrywkowa

Na terenie Dorzecza funkcjonuje około 45 restauracji i karczm w tym 16 na terenie Miasta Kołobrzeg. Oprócz tego kilkadziesiąt kawiarni, barów i pubów. W okresie letnim zaplecze

gastronomiczne, szczególnie w obrębie pasa nadmorskiego, uzupełniane jest przez sezonowe placówki. Można zaobserwować, podobnie jak w przypadku bazy noclegowej poważne dysproporcje w rozmieszczeniu ogniw sieci gastronomicznej. Obiekty gastronomiczne Dorzecza Parsęty skupione zostały przede wszystkim w większych miejscowościach regionu. Gminy Siemysł, Tychowo, Rąbino, Barwice, Białogard należą do najgorzej wyposażonych w placówki gastronomiczne. Najwięcej placówek zlokalizowano natomiast na terenie Miasta i Gminy Kołobrzeg.

W większości gmin nie istnieją natomiast stałe kluby taneczne. Imprezy rozrywkowe, w różnej częstotliwości, organizowane są w świetlicach wiejskich, ośrodkach kultury i ośrodkach wypoczynkowych.

2.3.3 Baza towarzysząca

Obiekty kulturalne

Na terenie Dorzecza Parsęty funkcjonuje kilka kin – dwa w Kołobrzegu („Wybrzeże” i „Piast”) oraz jedno w Białogardzie („Bałtyk”), jedno w Połczynie Zdroju („Goplana”). Seanse filmowe odbywają się także w Hotelu „Senator” w Dźwizynie oraz w sali widowiskowej w Tychowie.

W Kołobrzegu, Połczynie Zdroju i Karlinie istnieją amfiteatry. Na terenie większości gmin funkcjonują domy kultury stanowiące centrum lokalnych wydarzeń kulturalnych. Organizują one większość odbywających się imprez kulturalnych i edukacyjnych. W większości miejscowości Dorzecza funkcjonują ponadto świetlice wiejskie.

Na analizowanym obszarze praktycznie nie istnieją muzea. Wyjątek stanowią regionalne izby muzealne utworzone przy kościołach parafialnych, miejskich ośrodkach kultury oraz szkołach.

W Kołobrzegu, Białogardzie oraz Dźwizynie przybywający turyści mogą odwiedzać galerie sztuki, prezentujące przede wszystkim dorobek lokalnych twórców. Wystawy sztuki organizowane są także okazjonalnie przez miejskie ośrodki kultury.

Obiekty sportowe

Na terenie dorzecza Parsęty istnieją szczególnie dobre warunki naturalne do rozwoju turystyki konnej. W wielu gminach zlokalizowane zostały ośrodki jazdy konnej, które oferują kompleksowe usługi w tym zakresie. Najbardziej znanym ośrodkiem jest Stado Ogierów

Skarbu Państwa w Białym Borze. Organizowane są tutaj zarówno wczasy w siodle, kursy jazdy konnej, jak i zawody sportowe. Obok większych ośrodków oferujących możliwość uprawiania turystyki konnej należy wspomnieć także o gospodarstwach agroturystycznych proponujących również aktywny wypoczynek „w siodle”.

Walory naturalne dorzecza Parsęty predestynują ten obszar do rozwoju turystyki wodnej – kajakarstwa, na większych akwenach żeglarstwa, a także nurkowania. Konieczne dla rozwoju tych form jest odpowiednie zagospodarowanie terenu, a przede wszystkim wyposażenie w stacje wodne z odpowiednim zapleczem sanitarnym, gastronomicznym i noclegowym, a także wypożyczalnię sprzętu wodnego. Należy podkreślić fakt, że stopień pokrycia obszaru Dorzecza w urządzenia infrastruktury turystyki wodnej jest niewystarczający. Występują one przede wszystkim w gminach: Kołobrzeg, Biały Bór, Borne Sulinowo, Karlino. W większości wypadków są to przystanie wodne połączone z wypożyczalniami sprzętu pływającego (kajaki, łodzie wiosłowe, rowery wodne). Na uwagę zasługuje Baza Turystyki Pontonowej wraz z wypożyczalnią pontonów (można wypożyczyć łódź KRM ratunkową morską z osprzętem) w gminie Karlino.

W większości gmin występują obiekty sportowe w postaci boisk (najczęściej przy szkołach), a także stadionów piłkarskich i hal sportowych.

W gminie Kołobrzeg, Borne Sulinowo, Białogard, Biesiekierz, Połczyn Zdrój, Szczecinek występują baseny kąpielowe. Większość z nich stanowi obiekty ogólnodostępne. Występuje także kilka obiektów zamkniętych (w placówkach noclegowych).

Na terenie dorzecza funkcjonują siłownie i fitness cluby, w większości wypadków w ramach funkcjonujących obiektów zaliczanych do bazy noclegowej.

Punkty informacji turystycznej

Na terenie ZMiG Dorzecza Parsęty funkcjonują ośrodki i punkty informacji turystycznej w:

- Barwicach,
- Białym Borze,
- Biesiekierzu,
- Bornem Sulinowie,
- Kołobrzegu,
- Połczynie Zdroju.

Podsumowując, analiza zagospodarowania turystycznego nasuwa wniosek o istniejących poważnych dysproporcjach wśród gmin położonych na obszarze Dorzecza Parsęty. Do terenów najlepiej zagospodarowanych należą: Miasto i Gmina Kołobrzeg, Miasto

i Gmina Borne Sulinowo, Miasto i Gmina Biały Bór, Miasto i Gmina Połczyn Zdrój, Miasto i Gmina Szczecinek.

Szlaki turystyczne

Na terenie ZMiGDP wytoczone zostały liczne szlaki o charakterze lokalnym i regionalnym. Przez analizowany obszar przebiegają także szlaki o znaczeniu ponadregionalnym. Wśród istotniejszych szlaków turystycznych, na terenie ZMiGDP na wyeksponowanie zasługują przede wszystkim:

Szlaki wodne:

- Szlak kajakowy Parsęty.
- Szczecinek – Biały Bór – „Pętla Szczecinecka”
- Szlak rzeki Piławy,
- Szlak kajakowy Radwi.
- Szlak rzeki Gwdy,
- Szlak rzeki Płatnicy,
- Szlak rzeki Nizicy.

Szlaki rowerowe:

- Szlak ”Górna Dębica”.km 40 : Barwice-Przybkówko-Kolonie Przybkowo-Jezioro Dębno-Gwiazdowo-Chłopowo-Polne- Czarne Wielkie-Stare Gonne-Nowe Koprzywno-Parchlino-Przybkowo-Barwice
- Szlak:”Wzgórza nad Parsętą” km: 33,2 : Barwice-Kolonie Ostropole-Chwalimki-Stary Chwalim-Ostrowąsy-Sulikowo-Barwice :
- Greenway „Naszyjnik Północy” - (szlak przebiega przez teren 4 woj.: pomorskiego, kujawsko-pomprskiego, zachodniopomorskiego, wielkopolskiego),
- „Kraina Odwróconego Krzyża” Borne Sulinowo - Starowice - Jeziorna - Ostroróg - Nobliny
- Liskowo - Borne Sulinowo,
- - ”Kraina małych jezior” Borne Sulinowo - rzeka Piława - Łubowo - Rakowo - jezioro Komorze - Okole - Strzeszyn - Międzylesie - Piława - Dolne Silnowo - Dąbrowica - Borne Sulinowo,
- Szlak pałaców - Mostowo-Gąski Latarnia - Charakterystyka : oprócz pałaców z XIX w, możemy zobaczyć również rezerwat florystyczny „Wierzchomińskie Bagno” i elektrownie wodne w Niedalinie i Rosnowie,

- Szlak Łącznikowy – : Koszalin-Wierzchomino ,
- Szlak „Dolina Parsęty”,
- część „Szlaku Solnego”,
- szlak „Bocianich gniazd” – Kołobrzeg – Głowaczewo,
- „Zaczarowane pejzaże” Szczecinek – Świątki – Sitno – Dzikie – Turowo – Wilcze Łaski – Kruszką – Lotyń – Wojnowo – Drawień Żółtnica – Buczek – Czarnogór - Szczecinek;

szlaki piesze:

- ścieżka przyrodnicza „Przełom Rzeki Dębicy”,
- przez krainę Parsęty – Skoczowo – Dygowo,
- szlak „Wrzosi” w gminie Borne Sulinowo,
- „Koszaliński Szlak Nadmorski” – Resko Przymorskie – Kołobrzeg,
- Szlak „Wzniesień Moreny Czołowej” – biegnie przez najciekawsze tereny Pojezierza Drawskiego,
- część szlaku im. Józefa Chrzęszczyńskiego.

Podstawowy problem w wykorzystaniu w pełni szlaków turystycznych na terenie ZMiGDP jest często ich niedostateczne zagospodarowanie i oznakowanie.

2.4 Dostępność komunikacyjna

Atrakcyjność turystyczna danego obszaru warunkowana jest w znacznym stopniu dostępnością komunikacyjną rozumianą zarówno jako możliwość dotarcia do danego miejsca recepcji, jak też uwarunkowania poruszania się po danym terenie.

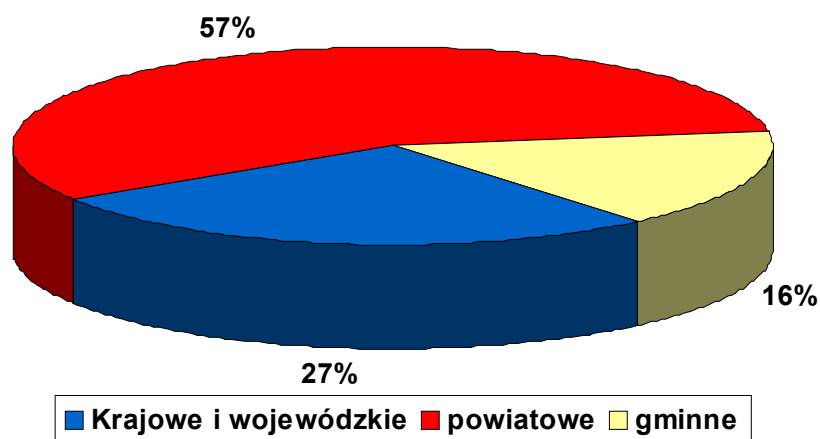
Najlepiej rozwiniętą infrastrukturę transportową oraz sieć połączeń transportu publicznego można zaobserwować w okolicach największych miast Dorzecza Parsęty – Kołobrzegu, Białogardu oraz Szczecinka. W tych miejscowościach dobrze rozwinięta jest także komunikacja miejska, oparta o środki transportu publicznego oraz prywatnego.

Należy podkreślić, że do terenu Dorzecza Parsęty można dotrzeć wykorzystując zarówno transport drogowy, kolejowy, wodny, jak i lotniczy. Znaczenie poszczególnych form połączeń jest znacznie zróżnicowane. Podobnie bardzo duże różnice można zaobserwować w rozbudowaniu sieci połączeń na obszarach poszczególnych gmin należących do Związku Gmin Dorzecza Parsęty.

Drogi

Infrastruktura drogowa stanowi podstawę obsługi ruchu turystycznego na analizowanym terenie. Dokonana analiza pozwala stwierdzić, że obszar Dorzecza Parsęty jest stosunkowo dobrze wyposażony w sieć dróg jezdnych, stanowiących połączenia z resztą kraju. Niedostatki można natomiast zidentyfikować w odniesieniu do połączeń wewnątrz Dorzecza Parsęty. Łączna długość utwardzonych dróg publicznych wynosi 2000 km. Stosunek procentowy poszczególnych kategorii dróg przedstawia poniższy wykres.

Rys. 8 Podział dróg Dorzecza Parsęty według kategorii



Opracowanie własne na podstawie danych ZMiGDP

Wśród dróg międzynarodowych należy wymienić drogę E 28 (Przejście graniczne w Kołbaskowie – Szczecin – Koszalin – Gdańsk). Drogi krajowe to przede wszystkim:

- nr 6 – to droga międzynarodowa E 28,
- nr 11 – Kołobrzeg – Koszalin – Piła – Poznań,
- nr 23 – Kołobrzeg – Koszalin – Człuchów – Bydgoszcz.
- nr 163 – Kołobrzeg – Białogard – Połczyn Zdrój – Czaplinek – Wałcz
- nr 172 i 152 – Szczecinek – Połczyn Zdrój – Płoty
- nr 162 – Kołobrzeg – Świdwin – Drawsko Pomorskie
- nr 21 – Ustka – Słupsk - Szczecinek

Stan nawierzchni dróg jest bardzo zróżnicowany. Generalnie jednak obok stosunkowo dobrze utrzymanych odcinków dróg o znaczeniu międzynarodowym i ponadregionalnym przeważają drogi o złym stanie technicznym (dotyczy to przede wszystkim dróg gminnych, wśród których wiele nie ma utwardzonej nawierzchni). Gęstość sieci drogowej jest również zróżnicowana. Wśród gmin o najlepiej rozwiniętej infrastrukturze drogowej należy wymienić przede wszystkim gminę Kołobrzeg i Gościno. Najgorzej sytuacja rysuje się w gminie Tychowo.

Nieprzerwany rozwój motoryzacji i związany z tym wzrost znaczenia transportu samochodowego w zestawieniu z niewielkimi na terenie Dorzecza Parsęty możliwościami wykorzystania alternatywnych środków transportu powoduje coraz większe obciążenia dróg na tym obszarze. W efekcie ich stan pogarsza się sukcesywnie, co pociąga za sobą konieczność ponoszenia dodatkowych nakładów na renowację i przebudowę.

Większość odcinków dróg łączących miejscowości Dorzecza Parsęty, włącznie z drogami o znaczeniu międzynarodowym i krajowym nie została wyposażona w chodniki i przystosowane do ruchu pieszych pobocza. Istniejące przy głównych trasach parkingi to najczęściej zatoczki zjazdowe bez odpowiedniego zaplecza gastronomicznego i sanitarnego. Nie stanowi to poważnego problemu przy podróżach na krótkich trasach wewnątrz Dorzecza, może natomiast stanowić utrudnienie w przypadku dłuższych przejazdów i ruchu tranzytowego.

Transport autobusowy

Na obszarze Dorzecza Parsęty funkcjonuje sieć połączeń autobusowych PKS uzupełniana przez działające lokalnie prywatne firmy przewozowe. Do większych miejscowości Dorzecza można dotrzeć, wykorzystując transport autobusowy, praktycznie ze wszystkich dużych miast Polski. Swobodne poruszanie się wewnątrz terenów zaliczanych do Zlewni Parsęty, a w

szczegółności dojazd do małych miejscowości są stosunkowo trudne. Połączenia liniowe są rzadkie, a niekiedy wręcz całkowicie likwidowane.

Po terenie największych miejscowości Dorzecza i ich okolic – Kołobrzegu, Białogardu oraz Szczecinka możliwe jest korzystanie z połączeń obsługiwanych przez Miejskie Przedsiębiorstwa Komunikacji.

Transport kolejowy

Sieć dróg kołowych uzupełniona jest częściowo infrastrukturą kolejową. Obecnie na terenie Dorzecza Parsęty funkcjonują następujące połączenia kolejowe:

- nr 202 – Gdańsk – Białogard – Stargard Szczeciński,
- nr 402 – Koszalin – Kołobrzeg,
- nr 404 – Szczecinek – Białogard – Kołobrzeg.
- nr 410 – Złocieniec – Kalisz Pomorski – Kostrzyń.

Na trasie pomiędzy Koszalinem a Świelinem kursuje kolej wąskotorowa umożliwiająca dotarcie do lotniska w Zegrzu Pomorskim.

Gminy Barwice, Bobolice, Rymań, Siemyśl, Sławoborze, nie posiadają na swoich terenach połączeń kolejowych. Zlikwidowane zostały także połączenia kolejowe z Połczynem Zdrój. Do miasta można dotrzeć za pomocą transportu autobusowego i samochodowego.

Transport lotniczy

W obrębie Dorzecza Parsęty praktycznie nie występują lotniska dostępne dla transportu pasażerskiego. Istnieje natomiast czynne lotnisko wojskowe w Świdwinie oraz niewykorzystane lotniska opuszczone przez wojska radzieckie w Bagiczu (okolice Kołobrzegu), Kalinie (na granicy gmin Rymań i Sławoborze), Bornem Sulinowie i Wilczych Laskach (koło Szczecinka) oraz zamknięte lotnisko wojskowe w Zegrzu Pomorskim.

Najbliższe lotniska obsługujące ruch pasażerski znajdują się w Goleniowie koło Szczecina oraz Rębiechowie koło Gdańska.

Transport wodny

W miejscowości Kołobrzeg, na północy Dorzecza Parsęty zlokalizowany jest morski Port Handlowy, który w sezonie letnim wykorzystywany jest także dla obsługi transportu pasażerskiego. Z portu wypływają statki pasażerskie i wodoroloty, kursujące głównie na krótkich, wycieczkowych trasach.

Ponadto w Kołobrzegu funkcjonuje Port Jachtowy. Jednakże jego infrastruktura i baza socjalna jest niewystarczająca dla rozwoju żeglarstwa morskiego na dużą skalę. Brak rozbudowanego zaplecza i odpowiednio przygotowanych basenów jachtowych powoduje znaczne ograniczenie możliwości rozwoju turystyki morskiej. W Kołobrzegu funkcjonuje także Przystań Rybacka oraz Port Marynarki Wojennej, pierwszy wykorzystywany jako baza rybołówstwa, drugi stanowiący podstawę do realizowania działań obronnych i ratowniczych.

Możliwe jest także poruszanie się wewnątrz Dorzecza wzdłuż koryt rzek z wykorzystaniem kajaków. Żegluga jachtowa możliwa jest jedynie w obrębie niektórych akwenów wód stojących, głównie na południu obszaru.

Przejścia graniczne

Na terenie Dorzecza Parsęty, w Kołobrzegu istnieje przejście na północnej granicy morskiej. Przejście ma charakter towarowo – osobowy.

Analizowany obszar położony jest także w niedalekiej odległości od granicy z Niemcami.

3. Popyt turystyczny

Według danych Światowej Organizacji Turystyki (WTO) liczba podróży międzynarodowych na świecie wyniosła w 2002 roku 714,6 mln, i odnotowano wzrost o 3,1% w stosunku do 2001 roku i o 2,7% w stosunku do 2000 roku. Liczba podróży w Europie wzrosła o 2,4% w stosunku do roku 2001. Najsilniejszy wzrostu ruchu turystycznego przypadł na obszar Europy środkowej i Wschodniej (+3,9%). Region ten, skupia 20% europejskiego ruchu turystycznego (81 mln wizyt), pozostaje jednak w tyle za Europą południową (36%) i zachodnią (34%).

Na podstawie obserwacji danych dotyczących ruchu turystycznego na świecie możliwe jest zaobserwowanie kilku podstawowych zarysowujących się tendencji. Po pierwsze nastąpiło skrócenie czasu jednorazowych podróży. Turyści obecnie uczestniczą w krótszych podróżach, za to częściej. Rysuje się silna tendencja rozwojowa w sferze turystyki weekendowej i świątecznej. Turyści coraz chętniej poszukują także możliwości odpoczynku w niedalekiej odległości od swojego miejsca zamieszkania. Rysuje to szansę w rozwoju turystyki w obszarze Dorzecza Parsęty jako terenu stanowiącego zaplecze krótkoterminowych wyjazdów dla większych aglomeracji, takich jak Koszalin, Szczecin.

Kolejnym bardzo istotnym trendem jest coraz częstsze kierowanie się podczas wyboru destynacji turystycznej chęcią obcowania z naturą i poszukiwanie krajobrazów w nieprzekształconych i niezniszczonych. Obserwuje się odchodzenie od turystyki masowej na rzecz alternatywnych form ruchu turystycznego, ze szczególnym uwzględnieniem agroturystyki i ekoturystyki, a także turystyki aktywnej. Tereny położone wzdłuż Rzeki Parsęty i jej dopływów, z uwagi na niepowtarzalność krajobrazu, w dużej mierze nie poddanego znacznemu oddziaływaniu człowieka posiadają duży potencjał, który może zostać wykorzystany w odpowiedzi na ten zarysowujący się trend.

Odpowiedzią na współczesne zainteresowanie zdrowym trybem życia i dbałością o kondycję fizyczną może być oferta turystyki aktywnej i uzdrowiskowej, do rozwijania której istnieją na analizowanym obszarze Dorzecza Parsęty bardzo sprzyjające warunki.

Obok dwóch powyżej zaakcentowanych tendencji należy także wspomnieć o tym, że współczesny turysta (tak krajowy, jak i zagraniczny) dużo częściej niż miało to miejsce jeszcze kilka lat temu oczekuje wyższego poziomu świadczonych usług. Czynniki cenowe przestał już stanowić element najistotniejszy przy podejmowaniu decyzji zakupu w przypadku branży turystycznej. Klienci oczekują kompleksowej obsługi, dostarczenia niezbędnych informacji odpowiadających wysokim oczekiwaniom.

W ostatnich latach zaobserwować można znaczne zainteresowanie wyjazdami nad morze oraz rejsami morskimi wzdłuż wybrzeży (w tym także wybrzeży Bałtyku).

Zagraniczna turystyka przyjazdowa

Do Polski w roku 2002 przyjechało około 14 milionów turystów, o 6,8% mniej w porównaniu z rokiem 2001. Można zaobserwować kontynuację trendu spadkowego (w roku 2001 w porównaniu z rokiem 2000 do Polski przyjechało o 13,8% mniej turystów)⁷.

Położenie Dorzecza Parsęty w środkowo-wschodniej części województwa zachodniopomorskiego, w niedalekiej odległości od granicy z Niemcami oraz granicy morskiej z krajami skandynawskimi wpływa pozytywnie na rozwój zagranicznej turystyki przyjazdowej z tych właśnie krajów.

Turyści zagraniczni coraz częściej decydowali się na wybór zorganizowanej przy udziale biura podróży formy przyjazdu. 7% przyjezdnych wybrało pełny pakiet, 4% zakup części usług, a 12% rezerwacje. W roku 2002 do Polski przyjechało 4160 tys. Niemców, 123 tys. Duńczyków, 191 tys. Szwedów, 64 tys. Norwegów, 51 tys. Finów. Przystąpienie Polski

⁷ Dane Instytutu Turystyki

do Unii Europejskiej w maju 2004 roku powinno przyczynić się do wzrostu przyjazdów turystów w Europie Zachodniej⁸.

Tab. 11 Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski według krajów (w tys.)

	2000	2001	2002	Zmiana 02/01
Turyści ogółem	17 400	15 000	13 980	-6,8 %
Niemcy	5 920	4 400	4 160	-5,5 %
Rosja	1 140	980	940	-4,1 %
Białoruś	2 380	2 080	1 700	-18,3 %
Ukraina	3 090	3 080	2 930	-4,9 %
Litwa	850	840	840	0,0 %
Łotwa i Estonia	580	520	480	-7,7 %
Pozostałe kraje b. ZSRR (WNP)	170	100	90	-10,0 %
Sąsiedzi z południa	340	310	290	-6,5 %
Pozostałe kraje	2 940	2 690	2 550	-5,2 %

źródło: oszacowania Instytutu Turystyki, dane przybliżone

Tab. 12 Turyści zagraniczni korzystający w latach 2000-2002 z obiektów zakwaterowania zbiorowego według krajów

	Ogółem	w hotelach	Ogółem	w hotelach	Ogółem	w hotelach
Razem	3 117 146	2 400 396	3 151 513	2 388 299	3 145 439	2 447 112
Niemcy	1 050 520	846 184	1 084 264	852 762	1 089 917	859 541
Ukraina	207 552	89 316	195 874	73 576	186 709	74 766
Rosja	121 381	83 191	140 960	101 139	163 391	124 365
USA	184 538	166 666	178 572	158 593	160 936	146 394
Wielka Brytania	177 181	152 063	166 401	142 317	157 780	138 520
Francja	124 816	100 798	138 921	109 661	132 568	109 466
Włochy	109 726	93 119	128 986	108 399	126 774	112 212
Białoruś	93 140	38 178	105 325	50 274	110 555	56 960
Izrael	92 857	86 734	95 609	89 857	99 995	96 663
Holandia	90 952	67 271	88 920	65 334	91 044	66 832
Szwecja	97 938	84 869	90 012	74 987	84 543	69 979
Dania	86 772	70 604	70 154	57 486	74 386	63 416
Litwa	54 249	30 051	51 382	28 584	54 220	31 906
Hiszpania	33 016	28 131	36 039	30 667	50 909	46 323
Norwegia	40 087	35 104	45 580	36 404	48 437	40 664
Austria	49 711	42 799	51 205	45 214	47 615	42 688
Republika Czeska	45 944	31 066	44 451	28 090	44 763	29 853
Belgia	40 312	32 727	42 218	33 204	42 933	35 327
Finlandia	34 595	29 603	30 997	25 399	29 376	24 743
Japonia	30 631	27 466	28 631	25 647	28 907	26 595
Szwajcaria	35 191	32 181	32 531	29 977	28 341	26 171
Węgry	26 177	15 879	24 658	13 597	26 206	15 266
Estonia	21 082	6 146	22 599	6 087	22 063	13 470

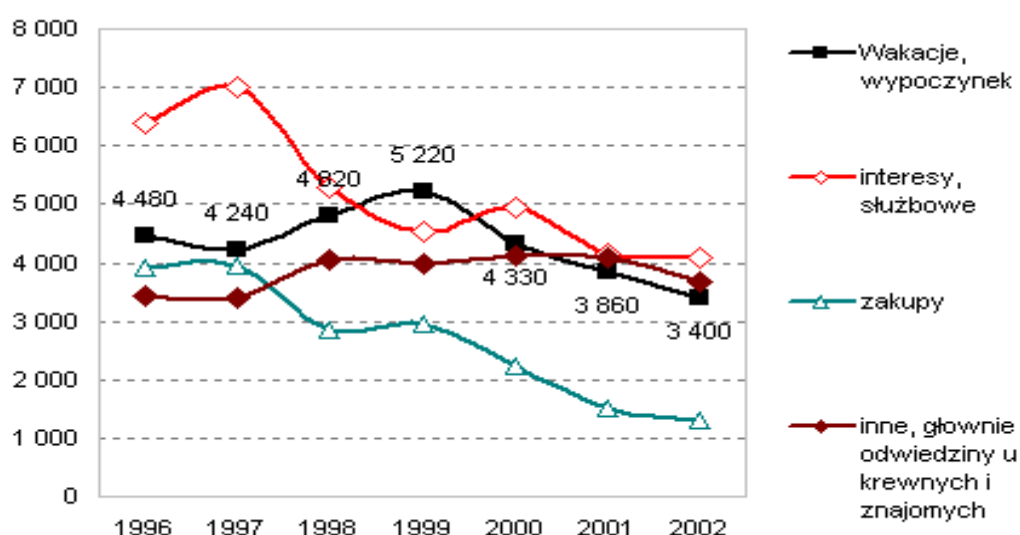
⁸ Tamże

	Ogółem	w hotelach	Ogółem	w hotelach	Ogółem	w hotelach
Słowacja	17 620	11 132	16 302	8 914	18 415	10 869
Kanada	17 666	14 268	13 226	10 179	16 050	13 688
Łotwa	9 549	4 532	8 810	4 886	11 593	6 605
Portugalia	8 113	7 458	9 787	7 926	10 498	9 698
Rumunia	13 236	7 240	12 985	6 765	9 690	5 411
Korea	.	.	9 252	.	9 455	9 153
Australia	9 091	5 910	8 296	4 712	8 796	5 525
Irlandia	7 827	5 763	8 268	6 159	8 053	6 079
Grecja	6 043	5 310	5 418	4 167	6 745	6 114
Bułgaria	9 298	6 220	7 598	4 944	6 658	4 172
Mołdawia	11 238	5 059	6 565	3 003	4 473	1 579
pozostałe	159 097	137 358	150 717	139 389	132 645	116 099

Źródło: GUS: *Turystyka w 2002 r.*

Ponad jedną czwartą przyjazdów do Polski stanowiły podróże w celach wypoczynkowych, w związku z turystyką biznesową oraz odwiedzinami znajomych i krewnych.

Rys. 9 Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski według celu przyjazdu



Źródło: dane Instytutu Turystyki

W roku 2002, w porównaniu z rokiem 2001 nastąpił spadek ogólnej liczby turystów przyjeżdżających do Polski w celach stricte turystycznych i wypoczynkowych. Nie zaobserwowano natomiast spadku w grupie turystów niemieckich przyjeżdżających w tych

celach. Sukcesywnie następuje obniżka liczby przyjazdów, których głównym motywem są zakupy. Ponieważ ruch zakupowy w dużej mierze dotyczy województw położonych najbliżej granic państwa, to tam można zaobserwować największe spadki.

Około 60% ruchu turystycznego nastawione jest na pobyt w miastach, ponad 5% turystów wybiera obszary nadmorskie, górskie i pojezierne, gdzie głównym atutem są walory naturalne.

Najczęściej odwiedzanymi, przez turystów zagranicznych, województwami niezmiennie od kilku lat są województwo mazowieckie (blisko 3,5 mln. wizyt), lubelskie i wielkopolskie (w obu wypadkach około 1,5 mln.). Województwo zachodniopomorskie odwiedziło blisko 1 mln. osób.

Średni okres pobytu turysty zagranicznego w pasie nadmorskim w województwie zachodniopomorskim wynosi 5 dni, a w pasie pojeziernym (wypoczynek na wsi, w lasach i nad jeziorami) 6 dni.

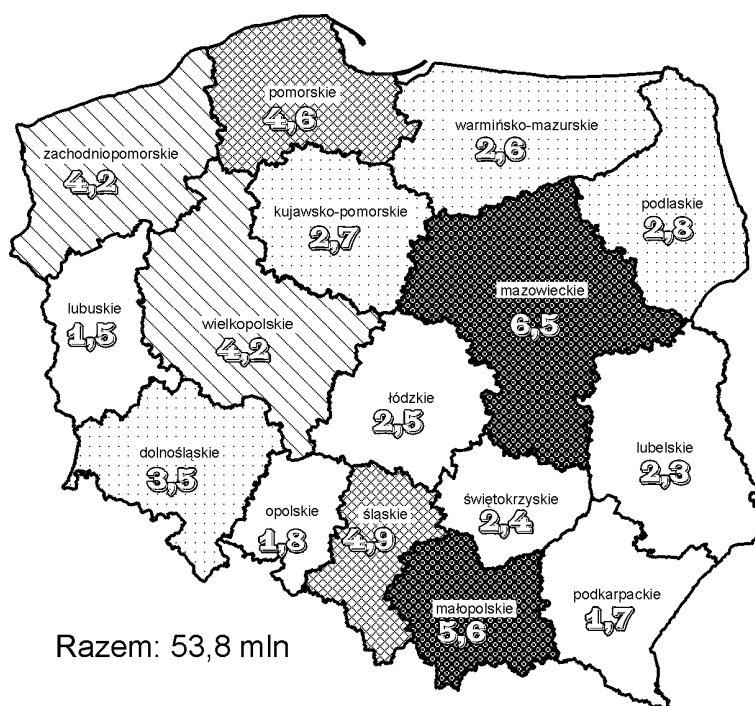
Przeciętne dzienne wydatki turystów deklarujących najdłuższy pobyt w Polsce w województwie zachodniopomorskim na osobę wyniosły w 2003 roku 73USD. Średnio ponad 32% wydatków turyści zagraniczni przeznaczyli na cele noclegowe, a ponad 18% na wyżywienie. Udział zakupów w całości wydatków wyniósł ponad 23 %. Transport pochłoniął ponad 13% wydatków całkowitych, a usługi rekreacyjne 9%⁹.

Turystyka krajowa

Według szacunków Instytutu Turystyki województwo zachodniopomorskie w roku 2001 odwiedziło łącznie około 4,2 mln. Polaków (w wieku 15 i więcej lat), co stawia ten obszar na piątym miejscu wśród pozostałych województw. Występuje jednakże zróżnicowanie pod względem ilości wykonanych podróży krótko (3 miejsce) i długookresowych (powyżej 5 noclegów – 8 miejsce).

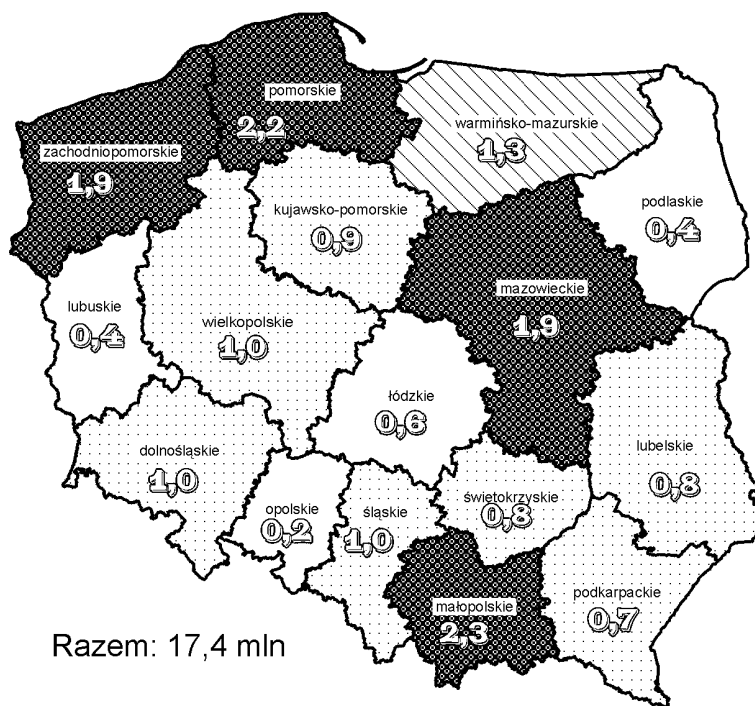
⁹ Badania Instytutu Turystyki w 2003r.

Rys. 10 Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2001 roku według województw i liczby podróży (mln)



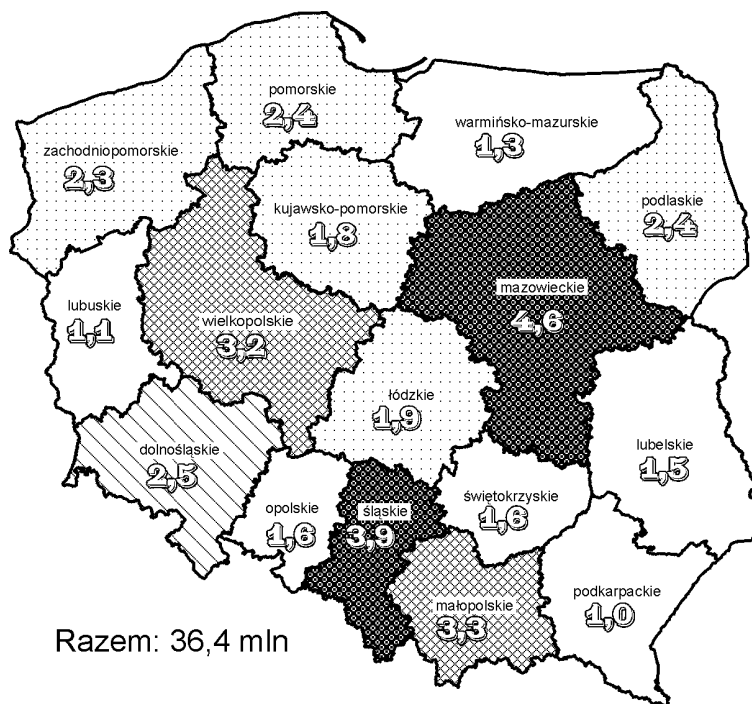
Źródło: Jerzy Łaciak: Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach turystycznych w 2001 roku. Instytut Turystyki, Warszawa 2002

Rys. 11 Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2001 roku według województw i liczby podróży długookresowych (mln)



Źródło: Jerzy Łaciak: Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach turystycznych w 2001 roku. Instytut Turystyki, Warszawa 2002

Rys. 12 Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2001 roku według województw i liczby podróży krótkookresowych (mln)



Źródło: Jerzy Łaciak: *Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach turystycznych w 2001 roku*. Instytut Turystyki, Warszawa 2002

Tab. 13 Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach w 2001 roku według celów (%)

<i>Cel wyjazdu</i>	<i>Wyjazdy długookresowe</i>	<i>Wyjazdy krótkookresowe</i>
Turystyczno-wypoczynkowy	56,1	30,7
Odwiedziny znajomych i krewnych	35,8	59,8
Zdrowotny	6,5	-
Służbowy	4,9	10,9
Religijny	1,4	3,0
Inne	2,8	5,7

opracowanie własne na podstawie wyników badań Instytutu Turystyki

Zarówno w przypadku krótko, jak i długookresowych wyjazdów turyści krajowi organizowali najczęściej podróż samodzielnie bez korzystania z usług biur podróży.

Turystyka wypoczynkowa długookresowa stanowiła najczęstszą formę wyjazdów w województwie zachodniopomorskim w roku 2002. Często również realizowane były krótkookresowe wyjazdy w celach biznesowych. Do najliczniej odwiedzanych obszarów Dorzecza Parsęty należały tereny położone w pasie nadmorskim oraz pojeziernym (na północy i południowym wschodzie).

Pomimo iż w polskim krajowym ruchu turystycznym zarysowała się znaczna tendencja polegająca na nieprzekraczaniu, w trakcie krótkookresowych wyjazdów, granic województwa miejsca zamieszkania, województwo zachodniopomorskie należy do tych liczniej odwiedzanych przez turystów krajowych zamieszkujących inne województwa.

Najbardziej preferowanymi formami spędzania czasu wolnego podczas podróży krajowych, tak długo jak i krótkoterminowych, są spokojne spacery i odpoczynek, co jest zdecydowanie możliwe do realizacji na większości obszarów Dorzecza Parsęty. Dość mocno eksponowaną preferowaną formą spędzania czasu wolnego podczas podróży długookresowych jest także aktywny wypoczynek, prowadzący do rozwijania kondycji fizycznej. Bogate walory naturalne Dorzecza, reprezentowane w szczególności przez liczne rzeki nadające się do uprawiania turystyki kajakowej oraz lasy i tereny zielone pozwalające na uprawianie turystyki pieszej, rowerowej i konnej mogą więc stać się obszarem szczególnie atrakcyjnym dla turysty krajowego.

Niemniej jednak należy podkreślić, że zgodnie z wynikami badań Instytutu Turystyki, uczestniczący w ruchu krajowym poszukują także możliwości rozrywki i rozwijania życia towarzyskiego, co z uwagi na stosunkowo słabo rozwiniętą, na terenie Dorzecza, bazę towarzyszącą może napotkać na problemy w realizacji.

4. Analiza SWOT

Mocne strony – walory turystyczne

1. Występowanie walorów turystycznych wysokiej rangi charakterystycznych dla strefy nadmorskiej i pojeziernej, szczególnie korzystnych dla turystyki wypoczynkowej, takich jak:
 - duże (choć zróżnicowane pod względem ilościowym i jakościowym) zalesienie obszaru oraz korzystna struktura własności – lasy w przewadze należą do Skarbu Państwa,
 - zróżnicowana struktura krajobrazowa – na przeważającej części obszaru,
 - liczne i czyste jeziora – głównie w południowej i wschodniej części obszaru,
 - rzeki atrakcyjne dla turystyki i rekreacji – wędkarstwo i kajakarstwo,
 - atrakcyjne wybrzeże morskie – choć krótki odcinek,
 - niski poziom zanieczyszczenia powietrza z występującą domieszką aerozolu morskiego w północnej części obszaru,
2. Występowanie walorów uzdrowiskowych (borowiny, solanki) – skoncentrowane na wybranych obszarach – Kołobrzeg, Połczyn Zdrój

3. Osobliwości flory i fauny – wysoka różnorodność biologiczna obszaru (315 okazów cennych florystycznie, w tym 129 gatunków chronionych oraz 1031 gatunków fauny), a także przyrody nieożywionej
4. Dobre warunki do rozwijania wybranych form turystyki kwalifikowanej, takich jak:
 - kajakarstwo,
 - żeglarstwo,
 - windsurfing
 - wędkarstwo rzeczne, jeziorowe i morskie,
 - nurkowanie morskie i w niektórych jeziorach
 - łowiectwo,
 - turystyka rowerowa,
 - obserwacje i fotografie przyrody,
 - jeździectwo,
 - turystyka piesza
5. Liczne i interesujące zabytki sakralne – choć nie dorównujące rangą walorom przyrodniczym
6. Liczne zespoły pałacowo-dworskie – choć nie dorównujące rangą walorom przyrodniczym
7. Interesująca historia obszaru i jego wielokulturowość (przyjazdy z Niemiec oraz stosunkowo duża mniejszość ukraińska zamieszkująca część obszaru Związku) jako podstawa do rozwijania turystyki etnicznej
8. Niska gęstość zaludnienia – 59 osób/km kw. – znacznie niższa od średniej krajowej
9. Rozproszony układ sieci osadniczej oraz przykłady interesujących założeń urbanistycznych w niektórych miejscowościach

Słabe strony – walory turystyczne

1. Bardzo zły stan wielu walorów antropogenicznych np. obiektów architektury (świeckich i sakralnych)
2. Zdeprawowany krajobraz przyrodniczy (zabudowania po byłych PGR), zdekapitalizowana substancja budowlana obiektów gospodarczych i mieszkaniowych
3. Średni stan czystości wód powierzchniowych - zanieczyszczenie rzek – 2-3 klasa czystości oraz odcinkami wody pozaklasowe
4. Stosunkowo duże odległości między jeziorami i brak połączeń między nimi, które mogłyby umożliwić wędrówki szlakami wodnymi na większych odległościach

5. Stosunkowo duży udział upraw leśnych, które zgodnie z ustawą o lasach są objęte zakazem wstępu
6. Niekorzystny klimat dla turystyki całorocznej
7. Brak walorów antropogenicznych najwyższej rangi
8. Niewielka liczba walorów i niska ranga walorów antropogenicznych związanych z historią Polski
9. Słaba oferta zagospodarowania czasu wolnego, brak w wielu miejscowościach placówek kultury
10. Niedostateczna liczba imprez cyklicznych i okazjonalnych o zasięgu regionalnym lub krajowym
11. Niedostateczna liczba muzeów, galerii,

Szanse – walory turystyczne

1. Poprawa stanu środowiska przyrodniczego związana z upadkiem istniejących w przeszłości, często niekorzystnych dla środowiska, struktur przemysłowych i rolniczych
2. Przejmowanie walorów historycznych (obiektów architektonicznych) przez podmioty prywatne i zagospodarowywanie ich dla potrzeb turystów
3. Poprawa stanu walorów antropogenicznych poprzez wykorzystanie środków finansowych pochodzących z funduszy strukturalnych UE na ich renowację
4. „Odkrycie” nowych walorów turystycznych, np. prehistoryczne grodziska, bazy powojkowe, umocnienia Wału Pomorskiego

Zagrożenia – walory turystyczne

1. Obniżenie rangi walorów antropogenicznych (obiektów zabytkowych) lub ich utrata na skutek braku zagospodarowania
2. Nieracjonalna i krótkowzroczna gospodarka przestrzenna, prowadząca do marginalizacji i degradacji walorów przyrodniczych

3. Przechodzenie walorów (głównie antropogenicznych) w ręce prywatne i zmiana ich funkcji
4. Degradacja środowiska przyrodniczego na skutek postępującej antropopresji

Mocne strony - zagospodarowanie turystyczne, promocja, położenie, zasoby ludzkie

1. Korzystne położenie geograficzne dla turystów z Niemiec (głównie Brandenburgia i Berlin) oraz z Danii i Szwecji
2. Konkurencyjne ceny
3. Gościnność mieszkańców wobec turystów
4. Wykreowany korzystny wizerunek Kołobrzegu i Połczyna Zdroju oraz ich stosunkowo dobre zagospodarowanie dla potrzeb turystyki uzdrowiskowej
5. Funkcjonowanie stosunkowo silnej, ponadlokalnej struktury samorządowej zdolnej do podejmowania wspólnych inicjatyw. Zrozumienie potrzeby wsparcia rozwoju turystyki przez władze lokalne i organizacje ponadlokalne
6. Znaczna liczba klubów sportowych, których działalność może uzupełniać ofertę turystyczną
7. Stosunkowo dobre przygotowanie planistyczne jednostek samorządu terytorialnego ułatwiające realizację procesów inwestycyjnych

Słabe strony - zagospodarowanie turystyczne, promocja, położenie, zasoby ludzkie

1. Brak lub niedostateczny poziom zagospodarowania turystycznego walorów turystycznych, w tym w szczególności:
 - słabe zagospodarowanie jezior (brak kąpielisk, wypożyczalni sprzętu wodnego),
 - niewystarczająca liczba przystani i stanic wodnych,
 - słabe zagospodarowanie portu w Kołobrzegu dla potrzeb uprawiania żeglarstwa morskiego,
 - słabe zagospodarowanie szlaków turystycznych – kajakowych, rowerowych, pieszych, konnych,
 - słabe zagospodarowanie turystyczne dróg (oznakowanie, parkingi, stacje benzynowe, gastronomia przydrożna)
2. Zły stan dróg
3. Niewystarczające nakłady inwestycyjne na infrastrukturę komunalną, wynikające z niskich dochodów jednostek samorządu terytorialnego

4. Peryferyjne położenie w skali kraju
5. Słaba dostępność komunikacyjna wszystkimi najważniejszymi środkami komunikacji (kolej, transport drogowy, transport lotniczy)
6. Słaba promocja turystyczna regionu
7. Niedostateczny rozwój i słabe zróżnicowanie turystycznej bazy noclegowej
8. Słabe wyposażenie w obiekty i urządzenia rekreacyjne, zwłaszcza dostępne w ciągu całego roku.
9. Brak spójnego przestrzennie, hierarchicznego systemu ochrony krajobrazu, a jednocześnie duża liczba form przyrodniczo-krajobrazowych objętych ochroną na podstawie przepisów szczegółowych
10. Ciągłe jeszcze zbyt niska świadomość i brak przygotowania do efektywnego świadczenia usług turystycznych ze strony społeczności lokalnych – niski poziom przedsiębiorczości i słabe kwalifikacje

Szanse - zagospodarowanie turystyczne, promocja, położenie, zasoby ludzkie

1. Powiększenie możliwości inwestycyjnych jednostek samorządu terytorialnego dzięki środkom z funduszy strukturalnych UE
2. Potencjalne możliwości polepszenia dostępności komunikacyjnej dla turystyki krajowej i zagranicznej (dostosowanie byłych lotnisk wojskowych, połączenia promowe w Kołobrzegu, rozbudowa i modernizacja szlaków drogowych)
3. Odkrycie regionu dla turystów z krajów UE
4. Wydłużenie sezonu turystycznego poprzez stworzenie całorocznej oferty
5. Poprawa dostępności komunikacyjnej regionu dla turystów z Polski
6. Rosnące zainteresowanie niezniszczoną przyrodą oraz agroturystyką i ekoturystyką u turystów krajowych i zagranicznych
7. Priorytet dla rozwoju turystyki w regionalnych i lokalnych dokumentach programowych
8. Poprawa stanu świadomości społeczności lokalnej, dotyczącego szans jakie daje rozwój turystyki

Zagrożenia - zagospodarowanie turystyczne, promocja, położenie, zasoby ludzkie

1. Zagrożenie peryferyzacją turystyczną regionu ze względu na:
 - degradację walorów przyrodniczych i antropogenicznych,
 - brak poprawy stanu zagospodarowania turystycznego,
 - przegranie konkurencji na rynku krajowym i zagranicznym z innymi regionami polskimi i zagranicznymi
2. Postępująca dewastacja i dekapitalizacja dawnych lotnisk wojskowych oraz zagrożenie ekologiczne związane z funkcjonowaniem baz wojskowych
3. Zamieranie funkcji portowej Kołobrzegu ze względu na niedorozwój morskiej i lądowej infrastruktury portowej
4. Nie wykorzystanie szans związanych z przystąpieniem Polski do UE (finansowych, promocyjnych, politycznych)
5. Ekspansywny rozwój budownictwa lotniskowego bez właściwego uzbrojenia terenu; zabudowa linii brzegowej jezior
6. Brak planowania ponadregionalnego w zakresie racjonalnego zarządzania zasobami wodnymi.

5. Ramowy program rozwoju turystyki - miejsce turystyki w strategiach regionalnych i lokalnych

W ramach prac analitycznych dokonano przeglądu najważniejszych dla przedmiotu opracowania wieloletnich dokumentów planistycznych szczebla lokalnego i regionalnego, jakimi są strategie rozwojowe poszczególnych gmin¹⁰ oraz Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego. Analizy tych dokumentów dokonano z punktu widzenia znaczenia turystyki w rozwoju poszczególnych gmin, a także w rozwoju całego województwa. Informacje uzyskane w ten sposób zestawiono z Programem Rozwoju Turystyki w Województwie Zachodniopomorskim, stanowiącym dokument sektorowy szczebla regionalnego dotyczący turystyki.

Jak wynika z przeprowadzonej analizy we wszystkich strategiach gminnych oraz w strategii rozwoju województwa zachodniopomorskiego uwzględniono, chociaż w różnym

¹⁰ Gmina Sławoborze nie posiada strategii rozwoju, a gmina Borne Sulinowo dysponuje projektem strategii z 1998 r.

stopniu, potrzeby rozwoju turystyki jako dziedziny mającej wpływ na rozwój społeczny i gospodarczy danych jednostek administracyjnych. We wszystkich gminach, które miały przygotowane strategie, rozwój turystyki znalazł swoje odbicie na poziomie celów strategicznych lub operacyjnych, czasami uszczegółowionych do poziomu określonych zadań prowadzących do realizacji założonych celów.

Jeśli idzie o Strategię Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego, to uznano, że turystyka powinna znacząco przyczynić się do poprawy konkurencyjności województwa. Założono, że może to być osiągnięte poprzez realizację celów operacyjnych związanych z tworzeniem produktu turystycznego województwa, promocją turystyczną regionu oraz rozwojem zasobów ludzkich dla potrzeb gospodarki turystycznej.

Oddzielnym dokumentem planistycznym o charakterze sektorowym jest Program Rozwoju Turystyki w Województwie Zachodniopomorskim na lata 2003-2006. Określono w nim priorytety operacyjne, działania i zadania w zakresie rozwoju turystyki na poziomie województwa.

Znaczenie jakie przypisano turystyce w wymienionych strategiach i programach szczebla regionalnego i lokalnego daje formalne i merytoryczne podstawy do dalszych prac programowych, które powinny doprowadzić do rozwinięcia i uzupełnienia zapisów znajdujących się w poszczególnych dokumentach.

Turystyka w Strategii Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego

W ramach celu strategicznego zdefiniowanego jako poprawa konkurencyjności województwa zachodniopomorskiego określono szereg celów pośrednich i operacyjnych wraz przypisanymi im priorytetami. Wśród nich znalazły się:

1. Rozwój funkcji turystyczno-rekreacyjnej (cel pośredni);
 - a) rozwój infrastruktury turystycznej i paraturystycznej (cel operacyjny);
 - priorytet 1. Modernizacja i rozbudowa istniejącej infrastruktury, w tym turystycznej, w celu zwiększenia dostępności komunikacyjnej województwa oraz zwiększenia dostępności komunikacyjnej do obszarów i miejscowości turystycznych w obrębie województwa;
 - priorytet 2. Rozbudowa, modernizacja oraz dostosowanie do standardów europejskich bazy turystycznej oraz adaptacja na cele turystyczne obiektów zabytkowych i dziedzictwa kulturowego;
 - b) określenie i rozwój produktu turystycznego województwa zachodniopomorskiego;

- priorytet 1. Identyfikacja obszarów województwa pod względem zasobów historycznych, kulturowych i turystycznych, umożliwiających kreowanie i rozwój produktu turystycznego. Wspieranie działań mających na celu kreowanie nowych i rozwój już istniejących produktów turystycznych województwa;
- c) stworzenie nowoczesnych i spójnych mechanizmów kreowania rozwoju turystyki;
 - priorytet 1. Wypracowanie sprawnie funkcjonującego systemu współpracy pomiędzy przedsiębiorcami sektora turystyki, organizacjami turystycznymi a jednostkami samorządu terytorialnego, utworzenie Regionalnej i Lokalnych Organizacji Turystycznych;
 - priorytet 2. Wypracowanie i sukcesywne wdrażanie programu rozwoju i promocji turystyki w województwie zachodniopomorskim. Prowadzenie badań marketingowych w zakresie turystyki województwa zachodniopomorskiego;
 - priorytet 3. Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej i rezerwacji miejsc noclegowych;
- d) stworzenie wizerunku województwa jako rynku turystycznego;
 - priorytet 1. Wypracowanie marki województwa poprzez sprawne funkcjonowanie konkretnych, charakterystycznych dla województwa produktów turystycznych w połączeniu ze zintegrowanym systemem działań na rzecz promocji województwa jako rynku dla krajowej i zagranicznej turystyki przyjazdowej;
 - priorytet 2. Poprawa stopnia bezpieczeństwa osób wypoczywających w województwie ze szczególnym uwzględnieniem osób wypoczywających i kąpiących się nad wodą i na wodzie. Prowadzenie działań profilaktycznych wśród dzieci i młodzieży szkolnej w zakresie popularyzacji i umiejętności świadomego kontaktu z wodą;
- e) wykształcenie profesjonalnych kadr obsługi ruchu turystycznego i zarządzania w zakresie turystyki;
 - priorytet 1. Tworzenie systemu zachęt dla szkolnictwa w zakresie tworzenia kierunków nauczania związanych z obsługą ruchu turystycznego w korelacji z zapotrzebowaniem rynku. Tworzenie sprawnie funkcjonujących mechanizmów podnoszenia kwalifikacji zawodowych i społecznych kadr turystyki;

- f) kształtowanie postaw proturystycznych, upowszechnianie wiedzy krajoznawczo-turystycznej o regionie wśród dzieci i młodzieży;
 - priorytet 1. Wspieranie działań organizacji i stowarzyszeń turystycznych idących w kierunku edukacji turystycznej młodego pokolenia, promocji wiedzy krajoznawczo-turystycznej o regionie, wykształcenie potrzeby poznawania własnego regionu, ochrona dziedzictwa kulturowego;
- g) rozwój turystyki w ścisłej korelacji z ochroną środowiska naturalnego;
 - priorytet 1. Racjonalne zagospodarowanie i wykorzystanie w celach turystycznych zasobów naturalnych województwa w połączeniu z przeciwdziałaniem ich degradacji. Rewaloryzacja cennych obiektów przyrody jako elementów rozwoju turystyki.

Turystyka w strategiach rozwoju gmin członkowskich ZMiGDP

Turystyka w strategii rozwoju gminy Barwice

Głównym celem strategicznym przyjętym w strategii jest wzrost rozwoju gospodarczego, ze szczególnym zwróceniem uwagi na zachowanie naturalnych walorów środowiska, dynamiczny rozwój turystyki i postęp w integracji i aktywności społeczności lokalnej.

Wśród pozostałych celów strategicznych postawionych przed gminą Barwice znalazł się także rozwój funkcjonalnej i atrakcyjnej infrastruktury agroturystycznej, turystycznej, rekreacyjnej i sportowej.

Oddzielną grupą celów przyjętych w strategii są cele problemowe. W tym kontekście, sprawy związane z turystyką przypisaną do grupy celów gospodarczych. Zaliczono do nich:

- ścisła współpraca z ościennymi gminami w zakresie promowania i rozwoju turystyki,
- wzrost udziału turystyki w strukturze gospodarczej gminy,
- budowa infrastruktury usług turystycznych,
- wzrost atrakcyjności usług turystycznych,
- rozwój instytucjonalnych form wspierania turystyki oraz pobudzenie inicjatywy lokalnej.

Turystyka w strategii rozwoju miasta Białogard

W strategii rozwoju Białogardu określono 3 cele strategiczne, z których jeden dotyczy poprawy estetyki i atrakcyjności turystycznej miasta. Do jego realizacji przewidziano wdrożenie 4 programów szczegółowych:

- 1) Wykorzystanie istniejącej bazy;
- 2) Rewitalizacja Starówki;
- 3) Wykorzystanie walorów rzeki Parsęty;
- 4) Promocja Miasta.

Turystyka w strategii rozwoju gminy Białogard

Na podstawie przeprowadzonej diagnozy gminy Białogard określono 3 cele strategiczne. Jednym z nich jest Rozwój funkcji turystycznej gminy. Celowi temu przypisano 2 programy realizacyjne wraz z szeregiem zadań:

1. Program promocji turystycznej;
 - system informacji turystycznej,
 - podnoszenie świadomości społecznej o roli turystyki,
 - stymulowanie imprez kulturalnych i sportowych,
2. Tworzenie bazy turystycznej;
 - tworzenie tras dla spływów kajakowych,
 - utworzenie Białogardzkiego Centrum Wędkarstwa
 - wyznaczenie szlaków pieszych i rowerowych,
 - tworzenie tzw. małej infrastruktury turystycznej (ławki, wiaty, parkingi).

Turystyka w strategii rozwoju powiatu białogardzkiego

W ramach celu strategicznego nr 1 dotyczącego restrukturyzacji obszarów wiejskich przewidziano realizację programu operacyjnego poświęconego rozwojowi turystyki. Wynikają z niego konkretne zadania, do których zaliczono:

- koordynację zadań związanych z rozwojem turystycznej roli Parsęty;
- koordynację rozwoju infrastruktury turystycznej;
- program promocji turystycznej powiatu oraz tworzenie nowych atrakcji

Turystyka w strategii miasta i gminy Biały Bór

W strategii rozwoju miasta i gminy Biały Bór wyznaczono priorytety rozwojowe w pięciu dziedzinach – ekologii, gospodarce, infrastrukturze, przestrzeni i społeczności. Każdemu z tych priorytetów przypisano zhierarchizowane cele i działania. Działania związane ze wsparciem rozwoju turystyki znalazły się w dwóch obszarach – gospodarki i infrastruktury. Wyznaczono dla nich następujące cele:

1. Stworzenie spójnego programu promocji turystycznej i gospodarczej gminy;

2. Lepiej wykorzystać walory środowiska dla rozwoju całorocznej turystyki i rekreacji oraz kultury (klimat, jeziora, ukształtowanie terenu);
3. Umożliwić rozwój przetwórstwa i rolnictwa specjalistycznego, w tym ekologicznego i agroturystyki;
4. Umożliwić rozwój infrastruktury turystycznej

Turystyka w strategii gminy Biesiekierz

W strategii rozwoju gminy Biesiekierz wytyczono 4 cele strategiczne, dla których określono szczegółowe zadania do realizacji. Wśród nich znalazły się również zadania związane z rozwojem turystyki, do których zaliczono:

1. Rozwijaniu funkcji rekreacyjno-turystyczno-sportowej i wypoczynkowej – w ramach celu dotyczącego wielofunkcyjności gospodarczej gminy.
2. Rozwijanie bazy turystycznej, agroturystycznej i sportowo-rekreacyjnej, w ramach celu dotyczącego otwartości gminy do zamieszkania, inwestowania i działalności gospodarczej.

Turystyka w strategii miasta i gminy Bobolice

W strategii rozwoju gminy Bobolice określono 3 cele strategiczne. W ramach celu nr 2 dotyczącego wspierania rozwoju gospodarczego w oparciu o potencjał środowiska i mieszkańców przyjęto program pt. Wspieranie rozwoju turystyki. Obejmuje on 2 podprogramy – Inwentaryzacja zasobów turystycznych gminy oraz prowadzenie kompleksowej polityki rozwoju ruchu turystycznego.

Turystyka w projekcie strategii rozwoju miasta i gminy Borne Sulinowo

W ramach realizacji priorytetu dotyczącego wykreowania i podtrzymywania specjalności miasta i gminy proponuje się przyjąć następujące cele związane bezpośrednio z turystyką:

1. W sferze gospodarczej
 - stworzenie warunków do rozwoju turystyki nieinwazyjnej o zróżnicowanym charakterze korzystania z zasobów przyrody;
 - opracowanie programu rozwoju turystyki
2. W sferze infrastruktury
 - rozwijanie gminnej infrastruktury turystycznej wraz z promocją (parkingi, tabliczki)

Ponadto, w ramach realizacji priorytetu dotyczącego bezpieczeństwa społecznego, zaproponowano przyjęcie jednego z celów strategicznych w sferze gospodarczej, polegającego na stworzeniu warunków dla rozwoju agroturystyki.

Turystyka w strategii rozwoju gminy Dygowo

Na podstawie przeprowadzonej inwentaryzacji programowo-przestrzennej, analizy SWOT oraz warsztatów planowania strategicznego określono grupę 10 celów głównych rozwoju społeczno-gospodarczego gminy. Zaliczono do nich m.in. cel dotyczący stymulowania funkcji rolniczej wspomaganej funkcją turystyczną.

W dalszej części strategii opracowano 5 szczegółowych programów rozwoju gminy w wybranych dziedzinach. Jeden z tych programów dotyczy rozwoju funkcji turystycznej. Zarekomendowano w nim zrównoważony rozwój następujących form turystyki na terenie gminy:

- turystyka specjalistyczna – wędkarstwo, turystyka rowerowa w oparciu o wyspecjalizowane obiekty obsługi;
- agroturystyka;
- formy turystyki elitarniej;
- wypoczynek codzienny i świąteczny na terenie obszarów do tego przygotowanych.

W dalszej części określono 10 zadań, mających na celu rozwój wymienionych form turystyki.

Turystyka w strategii gminy Gościno

Wśród celów gminy Gościno do roku 2010 znalazł się cel dotyczący tworzenia szans osiedlenia ludzi i firm jako alternatywa dla Kołobrzegu oraz wykorzystanie pomostowego charakteru gminy w stosunku do gmin leżących w pasie nadmorskim. W jego ramach przewidziano szereg działań związanych z rozwojem turystyki, takich jak:

- włączenie Gminy Gościno do programu wspólnej promocji turystycznej regionu;
- podjęcie wspólnych działań z gminami nadmorskimi i z miastem Kołobrzeg w celu uruchomienia programów wypoczynkowych ukierunkowanych na wydłużenie sezonu turystycznego i urozmaicenie oferty turystycznej (np. programy aktywnego wypoczynku tj.: wczasy rowerowe, konne, agroturystyczne, artystyczne, spływy kajakowe, itp.);
- uruchomienie programu poprawy sanitacji i estetyki siedlisk wiejskich;
- poprawa stanu technicznego obiektów noclegowych (domki turystyczne);
- powiatowy program ścieżek rowerowych, konnych, pieszych, itp.;

- odtworzenie drzewostanów w parkach;
- wspólna promocja przez gminy Gościno i Siemyśl jeziora Kamienica;
- zagospodarowanie turystyczne terenów w sposób nie blokujący swobodnej dostępności do jeziora Kamienica (tereny wsi Dargocice);
- określenie zasad ochrony i zagospodarowania obiektów posiadających wartości kulturowe;
- inwentaryzacja i renowacja zabytków;
- tworzenie warunków dla powstawania gospodarstw agroturystycznych.
- Obsługa ruchu turystycznego w rejonie skrzyżowania drogi krajowej nr 6 z drogą 162;
- wspieranie działań przystosowania do obsługi ruchu turystycznego pałaców i dworów na terenie gminy (wzorując się na Karkowie i Ramlewie);
- wykorzystanie malowniczej doliny rzeki Parsęty (spływy kajakowe, inicjatywa rozszerzenia programu “Kołobrzaska Wenecja” o tereny gminne).

Turystyka w strategii gminy Grzmiąca

W strategii rozwoju gminy Grzmiąca przyjęto wizję, w której założono optymalny rozwój całego obszaru gminy oparty o zróżnicowanie funkcjonalne oraz wykorzystanie lokalnych warunków i walorów, w tym głównie środowiska, w celu osiągnięcia standardów i poziomu życia mieszkańców krajów Unii Europejskiej. W dokumencie stwierdzono, że osiągnięcie założonej wizji będzie możliwe w przypadku przyjęcia i realizacji określonych celów i zadań przestrzennych, funkcjonalnych, z zakresu problematyki społecznej, działalności gospodarczej, infrastruktury technicznej i komunalnej oraz turystyki.

W zakresie turystyki uznano, że należy wspierać usługi turystyczne obejmujące:

- wędkarstwo,
- zbieractwo runa leśnego,
- turystykę kwalifikowaną – pieszą, rowerową i kajakową,

Turystyka w strategii miasta i gminy Karlino

W strategii rozwoju miasta i gminy Karlino wytyczono na okres najbliższych 15 lat trzy cele strategiczne. Wśród nich znalazł się także cel nr 2 pn. Rozwój funkcji turystycznej Miasta i Gminy. W omawianym dokumencie uznano, że rozwój turystyki powinien przebiegać w dwóch kierunkach – w zakresie wsparcia dla rozbudowy infrastruktury turystycznej oraz w zakresie działań promocyjnych i edukacyjnych wśród miejscowej ludności. W związku z tak

określonymi kierunkami rozwoju turystyki przyjęto następujące programy realizacyjne i wynikające z nich zadania:

- 1) Współtworzenie infrastruktury turystycznej;
 - udział w inwestycjach prywatnych,
 - wyznaczenie szlaków rowerowych i pieszych,
 - tworzenie małej infrastruktury turystycznej,
 - renowacja miasta i restauracja głównych zabytków,
- 2) Wykorzystanie walorów turystycznych rzeki Parsęty;
 - budowa infrastruktury wodnej,
 - udział w ponadgminnych inicjatywach związanych z wykorzystaniem walorów rzeki,
 - wykorzystanie turystyczne terenów wokół wsi Garnki, Krzywopłoty, Karlinko, Kozia Góra i Domacyno,
- 3) Edukacja i promocja turystyczna;
 - współtworzenie systemu informacji turystycznej,
 - promocja walorów turystycznych,
 - edukacja i budowa przychylnego nastawienia do turystyki wśród mieszkańców (stymulowanie agroturystyki).

Turystyka w strategii rozwoju gminy Kołobrzeg

Zawarta w strategii wizja gminy Kołobrzeg określa ją jako wiodący ośrodek turystyczno-gospodarczy zapewniający turystom europejski poziom i standardy obsługi, również w zakresie lecznictwa uzdrowiskowego. Związany z nią cel strategiczny dotyczy rozwoju gminy jako ośrodka gospodarczo-społecznego z silnie rozbudowanymi różnorodnymi formami turystyki i lecznictwa uzdrowiskowego, działalnością gospodarczą opartą o małe i średnie przedsiębiorstwa, rozwiniętą sferą usług, obejmującą rejon nadmorski.

Szczegółowe działania w zakresie rozwoju turystyki obejmują:

- umocnienie funkcji turystycznej w pasie nadmorskim;
- wykluczenie z zabudowy terenów nie przeznaczonych w planach do zainwestowania do intensywnej zabudowy;
- szczególne wykorzystanie wybrzeża morskiego i obecności jeziora Resko Przymorskie wraz z przylegającymi terenami w miejscowości Karcino do rozwoju form turystyki związanych z morzem i jeziorem

- jak wypoczynek, talassoterapia, lecznictwo uzdrowiskowe i formy turystyki kwalifikowanej jak np. sporty wodne, morskie i jeziorne;
- Wykorzystanie „bliskości” do strefy nadmorskiej miejscowości zaplecza pasa nadmorskiego, o ile nie koliduje to z podstawową funkcją miejscowości;
 - wprowadzenie agroturystyki do wsi o walorach i cechach sprzyjających tej funkcji;
 - zagospodarowanie szlaków turystycznych istniejących i projektowanych przy wyeksponowaniu obiektów zabytkowych i stanowisk archeologicznych;
 - uwzględnienie potrzeb wypoczynku świątecznego mieszkańców miasta Kołobrzegu w odmiennych, aniżeli nadmorskich warunkach;
 - doprowadzenie standardów zainwestowania i usług do wartości obowiązujących (w tym również wysokich) zapewniających przyjemny i bezpieczny pobyt;
 - wprowadzenie zainwestowania i działań umożliwiających wydłużenie sezonu turystycznego poza okres letni i uniezależniających w pewnym stopniu od warunków pogodowych;
 - zapewnienie pełnej obsługi ruchu turystycznego oraz uwzględnienie możliwości stworzenia w Dźwirzynie ogólnogminnego centrum usług obsługi turystów.

Turystyka w strategii rozwoju miasta Kołobrzeg

Wyboru kierunków działań strategicznych dokonano na podstawie analizy atutów, jakie miasto posiada, głównych trendów rozwojowych oraz potrzeb i deficytów. W strategii określono 5 celów strategicznych, które definiują wizję rozwoju Kołobrzegu w trzech sferach: przestrzenno-ekologicznej, gospodarczej i społecznej do 2015 r. Dla ich realizacji wytypowano 12 celów pośrednich, które konkretyzują wizję sformułowaną dla poszczególnych sfer rozwoju miasta. Cele pośrednie zostały rozpisane na 49 celów operacyjnych. Z kolei spośród nich wyodrębniono 12 priorytetów rozwoju Kołobrzegu, z których część jest bezpośrednio związana z turystyką. Zaliczono do nich:

- 1) Stworzenie warunków do rozwijania uzdrowiska;
- 2) Kreowanie rozwoju turystyki wypoczynkowej;

- 3) Odbudowa i ochrona plaż morskich;
- 4) Budowa parków, obiektów sportowo-rekreacyjnych, ścieżek rowerowych, ścieżek zdrowia;
- 5) Rewitalizacja parków oraz poprawa zieleni miejskiej.

Turystyka w strategii rozwoju miasta i gminy Połczyn Zdrój

Cel nadrzędny strategii rozwoju miasta i gminy Połczyn Zdrój został sformułowany następująco „Kompleksowe wykorzystanie potencjału środowiska tworzy silną pozycję konkurencyjną Połczyna Zdroju na rynku usług uzdrowiskowych i turystycznych”. Do tak określonego celu nadrzędnego przyjęto 4 cele główne i szereg celów szczegółowych. Wśród nich szczególny związek z turystyką wykazują następujące cele:

2. Potencjał uzdrowiska jest optymalnie wykorzystany
 - status prawny i organizacja „Uzdrowiska Połczyn” S.A. są dostosowane do potrzeb,
 - Połczyn Zdrój ma produkt markowy i konkurencyjną ofertę w zakresie turystyki uzdrowiskowej,
 - prowadzony jest wspólny marketing gminy i przedsiębiorstw działających na jej terenie,
 - Połczyn Zdrój ma wygląd i charakter kurortu,
3. Turystyka współtworzy produkt markowy Połczyna Zdroju
 - Połczyn Zdrój ma atrakcje turystyczne w skali regionalnej i ogólnopolskiej,
 - stan bazy turystycznej miasta i gminy Połczyn Zdrój jest zadowalający,
 - stan czystości i bezpieczeństwa miasta i gminy Połczyn Zdrój jest zadowalający,
 - funkcjonuje wspólna strategia marketingowa miasta i gminy Połczyn Zdrój oraz „Uzdrowiska Połczyn” S.A. w zakresie turystyki,
 - Połczyn Zdrój ma ofertę w zakresie turystyki specjalistycznej.

Turystyka w strategii rozwoju gminy Rąbino

Na poziomie celów strategicznych rozwoju gminy nie określono żadnego celu bezpośrednio związanego ze wsparciem rozwoju turystyki. Natomiast wśród 5 planów operacyjnych przyjęto

jeden dotyczący rozwoju funkcji turystycznych. Uznano w nim, że w gminie Rąbino należy wspierać rozwój następujących form turystyki:

- turystyka specjalistyczna, np. wędkarstwo, turystyka rowerowa;
- agroturystyka;
- formy turystyki elitarniej;
- wypoczynek codzienny i świąteczny.

W dalszej części programu określono 10 szczegółowych zadań wraz z konkretnymi projektami wchodzącymi w ich zakres.

Turystyka w strategii rozwoju gminy Rymań

W strategii rozwoju gminy Rymań rozwój funkcji turystycznych uznano jako uzupełniający kierunek strategiczny w stosunku do takich funkcji, jak: rolnictwo, leśnictwo, usługi i produkcja. Przyjęto w niej, że turystyka nie będzie miała decydującego wpływu na rozwój gminy chociaż w znacznym stopniu może wspomagać procesy rozwojowe. W kontekście tak przyjętych założeń wstępnych zadania związane z rozwojem funkcji turystycznej znalazły się na poziomie zadań własnych gminy, w części dotyczącej dbałości o stan środowiska przyrodniczego i kulturowego. Dotyczą one wykorzystania turystycznego i rekreacyjnego obszarów atrakcyjnych krajobrazowo i przyrodniczo.

Turystyka w strategii rozwoju gminy Siemysł

Wśród wytyczonych na lata 2000-2016 celów dla gminy wyróżniono również cel dotyczący tworzenia szans osiedlenia ludzi i firm jako alternatywa dla Kołobrzegu oraz wykorzystania pomostowego charakteru gminy w stosunku do gmin leżących w pasie nadmorskim. W jego ramach przewidziano działania na rzecz rozwoju turystyki (zwiększenie udziału turystyki w gospodarce gminy) obejmujące:

- włączenie Gminy Siemysł do programu wspólnej promocji turystycznej regionu;
- podjęcie wspólnych działań z gminami nadmorskimi i z Kołobrzegiem w celu uruchomienia programów wypoczynkowych ukierunkowanych na wydłużenie sezonu turystycznego i urozmaicenie oferty turystycznej (np. programy aktywnego wypoczynku tj.: wczasy rowerowe, konne, agroturystyczne, artystyczne, spływy kajakowe, itp.);

- uruchomienie programu poprawy sanitacji i estetyki siedlisk wiejskich;
- poprawę stanu technicznego obiektów noclegowych (domki turystyczne);
- powiatowy program ścieżek rowerowych, konnych, pieszych, itp.;
- odtworzenie drzewostanów w parkach;
- wspólną promocją przez gminy Siemysł i Gościno jeziora Kamienica;
- zagospodarowanie terenów turystycznych w sposób nie blokujący swobodnej dostępności do jeziora Kamienica i nie powodujący kolizji z zarządem Lasów Państwowych;
- określenie zasad ochrony i zagospodarowania obiektów posiadających wartości kulturowe;
- inwentaryzację i renowację zabytków;
- tworzenie warunków dla powstawania gospodarstw agroturystycznych;
- utrzymanie agroturystycznego charakteru gminy - możliwość przebywania w krajobrazie wsi (agroturystyka) połączona z możliwością zmiany warunków wypoczynku wynikającą z bliskości wybrzeża morskiego;
- wykorzystanie turystycznej atrakcyjności dawnych pałaców i dworów do obsługi ruchu turystycznego;
- rozszerzenie programu "Kołobrzeska Wenecja" o tereny gminne (urokliwa dzika przyroda).

Turystyka w strategii rozwoju gminy Szczecinek

Określona w strategii misja gminy Szczecinek wskazuje że powinna być ona gminą o charakterze rolniczo-turystycznym, sprzyjającą małej przedsiębiorczości, turystyce kwalifikowanej i rodzinnej oraz kulturze, edukacji i zdrowiu mieszkańców. Wśród siedmiu celów przyjętych w strategii wyróżniono cel nr 6, dotyczący stworzenia systemu promocji gminy obejmujący realizację wielu zadań związanych z promocją turystyczną gminy.

Turystyka w strategii rozwoju gminy Tychowo

Na podstawie wniosków wynikających z diagnozy gminy Tychowo, autorzy strategii określili 3 cele strategiczne przewidziane do realizacji do 2015 r. Zaliczono do nich również cel dotyczący rozwoju turystyki (agroturystyki), możliwy do realizacji w ramach 2 programów dotyczących tworzenia infrastruktury turystycznej oraz promocji turystyki. W dalszej części strategii wyznaczono konkretne zadania przypisane poszczególnym dziedzinom. Turystyka znalazła się:

2. W sferze związanej z rozwojem przestrzennym – zadania dotyczące:
 - wyznaczenia szlaków rowerowych
 - tworzenia małej infrastruktury turystycznej (wiaty, parkingi)
3. W sferze rozwoju prawno-organizacyjnego – w zakresie:
 - stworzenia systemu informacji turystycznej
4. W sferze rozwoju gospodarczego – w zakresie:
 - opracowania materiałów informacyjno-promocyjnych
5. w sferze rozwoju społecznego – w zakresie:
 - budowy zbiornika retencyjnego

Program Rozwoju Turystyki w Województwie Zachodniopomorskim na lata 2003-2006

Program został przygotowany przez Polską Agencję Rozwoju Turystyki S.A. na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego oraz Zachodniopomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej. Dokument ten ma charakter planu średniookresowego, w którym określono priorytety operacyjne, działania i zadania w zakresie rozwoju turystyki na poziomie województwa. Zaliczono do nich:

1. Rozwój produktów markowych;
 - turystyka aktywna,
 - turystyka zdrowotna i uzdrowiskowa,
 - turystyka miejska i kulturowa,
 - turystyka wypoczynkowa,
 - turystyka przygraniczna i morska,
 - turystyka biznesowa,
 - turystyka na terenach wiejskich,
2. Wsparcie lokalnego rozwoju turystyki;
 - turystyczna infrastruktura lokalna,
 - wspieranie inicjatyw lokalnych,
 - obszary żywej kultury,

- lokalne marki turystyczne,
 - komunalne pola golfowe,
 - aktywizacja terenów wiejskich,
 - rewitalizacja miast na cele turystyczne,
3. Rozwój markowej infrastruktury;
- szlaki tematyczne,
 - markowa baza turystyczna,
 - wsparcie dla turystycznych sieci franchisingowych,
 - alternatywne formy transportu,
4. Rozwój systemu wsparcia „marketing – szkolenia – informacja”
- system marketingu,
 - system szkoleń i doradztwa,
 - system informacji turystycznej,
 - edukacja turystyczna i turystyka młodzieżowa.

W programie wydzielono także strefy turystyczne na terenie województwa. Zaliczono do nich:

- pas nadmorski,
- pas pojezierny,
- pas Dolnej Odry.

Główna trudność z wykorzystaniem zapisów zawartych w Programie Rozwoju Turystyki dla potrzeb niniejszego opracowania polega na tym, że Program w bardzo ograniczonym zakresie dotyczy mniejszych jednostek przestrzennych niż województwo. Nawet wydzielone strefy turystyczne bazują przede wszystkim na czynnikach naturalnych. Jak wiadomo teren objęty opracowaniem dotyczy zarówno strefy nadmorskiej, jak i pojeziernej.

5.1. Określenie głównych produktów turystycznych dla ZMiGDP

W rozdziale określono główne produkty turystyczne na obszarze ZMiGDP, a następnie zweryfikowano możliwości ich rozwoju w poszczególnych gminach. Całość uzupełniono przykładami konkretnych produktów turystycznych, zalecanymi do rozwoju na terenie ZMiGDP.

W celu określenia głównych produktów turystycznych, mających dobre warunki do rozwoju na obszarze gmin wchodzących w skład Związku przeprowadzono analizę następujących czynników:

- walory turystyczne występujące na terenie Związku, w podziale na walory przyrodnicze i antropogeniczne (historyczne i współczesne);
- zagospodarowanie turystyczne, w podziale na zaplecze noclegowe, żywieniowe, transportowe oraz bazę towarzyszącą;
- dostępność komunikacyjna, w podziale na dostępność zewnętrzną i wewnętrzną;
- położenie względem głównych obszarów generujących popyt turystyczny;
- położenie względem głównych drogowych szlaków komunikacyjnych rangi międzynarodowej i krajowej – analiza ze względu na możliwości rozwoju turystyki tranzytowej;
- obszary konkurencyjne dla ZMiGDP – analiza ze względu na typ walorów i położenie w stosunku do obszarów generujących popyt turystyczny.

Wśród wymienionych grup czynników największe znaczenie przypisano walorom turystycznym, które stanowią najważniejszy (choć nie jedyny) element wpływający na atrakcyjność turystyczną danego obszaru.

Dzięki przeprowadzonej analizie możliwe było wyłonienie grup produktów turystycznych, których rozwój powinien być wspierany przez władze i organizacje publiczne oraz podmioty prywatne.

Analiza potencjału turystycznego gmin wchodzących w skład ZMiGDP ze względu na wybrane grupy produktów turystycznych

Analizę wybranych produktów przeprowadzono pod względem możliwości ich utworzenia dla wybranych form turystyki (turystyka aktywna, turystyka wypoczynkowa, turystyka uzdrowiskowa, turystyka krajoznawcza, agroturystyka, wycieczki szkolne, turystyka tranzytowa).

Produkty umożliwiające uprawianie turystyki aktywnej (kwalifikowanej, specjalistycznej)

Turystyka aktywna jest tą formą turystyki, w której głównym celem wyjazdu jest podejmowanie określonego rodzaju aktywności rekreacyjnej, ruchowej. Rdzeniem produktu

turystyki aktywnej jest korzyść wynikająca z następujących przesłanek: utrzymanie wysokiej formy fizycznej (także psychicznej), pozyskanie lub doskonalenie własnych umiejętności, samorealizacja, zintegrowane przeżycia, kontakt z przyrodą, przebywanie w grupie, emocje, moda, utrzymujące się trendy aktywnych form spędzenia czasu wolnego, posiadanie wysokiej sprawności fizycznej. Podstawową cechą turystyki aktywnej jest konieczność fizycznego i psychicznego przygotowania kondycyjnego, umiejętność posługiwania się sprzętem turystycznym oraz posiadanie określonej wiedzy specjalistycznej (na podstawie: Gołembski i in., 2000 r.).

Grupa produktów dotyczących turystyki kwalifikowanej powinna powstać na bazie zasobów naturalnych oraz specjalistycznej infrastruktury i sprzętu, które znajdują się na terenach gmin wchodzących w skład Związku. W tym kontekście, korzystne warunki – choć w różnym stopniu w poszczególnych gminach – do rozwoju będą miały następujące formy turystyki kwalifikowanej:

- turystyka piesza,
- turystyka rowerowa,
- turystyka konna,
- turystyka kajakowa,
- żeglarstwo i windsurfing,
- obserwacje i fotografie przyrody,
- wędkarstwo – śródlądowe i morskie,
- turystyka łowiecka,
- nurkowanie – morskie i śródlądowe

Szczególnie dobre warunki do rozwoju różnych form turystyki kwalifikowanej występują w gminach Borne Sulinowo, Szczecinek, Biały Bór, gmina Kołobrzeg, Połczyn Zdrój, Bobolice i Barwice. W dalszej kolejności, wybrane formy turystyki aktywnej można rozwijać w mieście Kołobrzeg oraz gminach Białogard, Tychowo, Gościno, Biesiekierz, Karlino, Grzmiąca. Słabsze warunki występują pod tym względem w pozostałych gminach Związku.

Produkty umożliwiające uprawianie turystyki wypoczynkowej

Celem wyjazdów wypoczynkowych jest regeneracja sił psychofizycznych ludzi (w większości mieszkańców dużych aglomeracji miejskich). Przyjmuje się, że najlepsze warunki do rozwoju tych form turystyki panują na obszarach bogatych w walory przyrodnicze wysokiej rangi, takie jak czyste lasy, zbiorniki wodne, urozmaicone ukształtowanie powierzchni, czyste

powietrze. Turystyka wypoczynkowa charakteryzuje się również długotrwałym okresem pobytu w odwiedzanym miejscu, trwającym zwykle od 7-10 dni do 3 tygodni oraz zapotrzebowaniem na odpowiednią infrastrukturę pobytową, taką jak ośrodki wypoczynkowe i kempingi.

Ze względu na duże występowanie (choć z różnym natężeniem) wszystkich wymienionych walorów, grupa produktów związanych z turystyką wypoczynkową powinna mieć dobre warunki do rozwoju na większości obszaru Związku. Natomiast największym mankamentem w tym zakresie pozostaje niedorozwój infrastruktury, zwłaszcza w mniejszych miejscowościach.

Biorąc pod uwagę tendencje w krajowym i zagranicznym ruchu turystycznym, można założyć, że najważniejszymi produktami związanymi z ofertą wypoczynkową powinna być turystyka rodzinna oraz wypoczynek osób starszych, również obcokrajowców (głównie z Niemiec).

Do gmin szczególnie predystynowanych do rozwoju produktów turystycznych tego typu zaliczono gminy: Biały Bór i Szczecinek oraz miasto i gminę Kołobrzeg. Średnie warunki do rozwoju turystyki wypoczynkowej występują natomiast w gminach: Białogard, Bobolice, Borne Sulinowo, Gościno, Grzmiąca, Połczyn Zdrój, Rąbino, Rymań oraz Sławoborze i Tychowo. W pozostałych gminach raczej nie występują, w świetle przyjętych kryteriów, korzystne warunki do rozwoju turystyki wypoczynkowej.

Agroturystyka¹¹

Grupa produktów związanych z wypoczynkiem w środowisku wiejskim, z wykorzystaniem zasobów gospodarstw rolnych, ma najlepsze warunki do rozwoju na obszarach słabo zurbanizowanych i oddalonych od miast. W tym kontekście, prawie cały obszar Związku jest uprzywilejowany dla rozwoju agroturystyki. Jedynie w miastach (zwłaszcza w Kołobrzegu i Białogardzie) z naturalnych powodów nie ma podstaw do rozwoju tej dziedziny. Bariere może stanowić ponadto obserwowany niedostatek oferty agroturystycznej w niektórych gminach, polegający na braku wystarczającej liczby rodzinnych gospodarstw rolnych świadczących tego typu usługi.

Produkty dla turystyki uzdrowiskowej i zdrowotnej

¹¹ Dla potrzeb niniejszego opracowania agroturystykę rozumie się jako wyjazdy turystyczne do gospodarstw rolnych.

Podstawą do rozwoju turystyki uzdrowiskowej są określone walory środowiska przyrodniczego umożliwiające realizację procesów terapeutycznych. Ponadto, kluczową rolę odgrywa właściwa infrastruktura obejmująca obiekty sanatoryjne (wraz z niezbędnym wyposażeniem) i hotelowe. Dla tak określonej turystyki uzdrowiskowej, najlepsze warunki do rozwoju występują w Kołobrzegu i Połczynie Zdroju. Oba te miasta mają status uzdrowisk, poparty wieloletnią tradycją ich funkcjonowania jako ośrodków leczenia uzdrowiskowego.

Niezależnie od grupy produktów ściśle związanych z turystyką uzdrowiskową, wyróżniono także obszary, na których występują warunki do rozwoju turystyki zdrowotnej. Uznano, że będą to gminy sąsiadujące z Kołobrzegiem i Połczynem Zdrojem, które mają szansę na „przechwycenie” części turystów uzdrowiskowych przyjeżdżających do dwóch wymienionych miast.

Produkty umożliwiające uprawianie turystyki krajoznawczej

Współczesny charakter turystyki krajoznawczej sprowadza się do aktywności poznawczej i kształceniowej. Rdzeniem turystyki krajoznawczej jest zbieranie i popularyzowanie wiadomości (geograficznych, historycznych i etnograficznych) o regionie poprzez organizowanie wycieczek, upowszechnianie dóbr kultury (zabytki, pomniki kultury) i sztuki (twórczość artystyczna, folklor, muzea, skanseny).

W tym kontekście, produkty dla turystyki krajoznawczej mogą opierać się o:

- walory naturalne, a ich realizacja obejmować tereny o wyjątkowych cechach przyrody;
- walory antropogeniczne (historyczne i współczesne), (na podstawie: Gołembski i in., 2000 r.).

Dla obszaru ZMiGDP (zgodnie z powyższą definicją) oferta turystyki krajoznawczej powinna być ukierunkowana na krótkotrwałe wyjazdy w celach poznawczych, nastawione na percepcję walorów antropogenicznych i przyrodniczych. Ze względu na nierównomierne rozmieszczenie tych walorów na terenie gmin wchodzących w skład Związku, formy turystyki krajoznawczej występować będą z różnym natężeniem w poszczególnych gminach. Grupa produktów turystycznych tworzonych, zarówno wokół walorów antropogenicznych, jak i przyrodniczych będzie miała istotne znaczenie głównie w takich gminach, jak: Biały Bór, Borne Sulinowo, Połczyn Zdrój i Bobolice. Produkty wykorzystujące walory naturalne – w gminach Barwice, Białogard, Biesiekierz, Szczecinek, Tychowo. Natomiast produkty dla turystyki krajoznawczej, tworzone na bazie walorów kulturowych, będą miały najlepsze warunki do rozwoju w Kołobrzegu i Białogardzie oraz w gminie Karlino.

W pozostałych gminach możliwości rozwoju turystyki krajoznawczej, ze względu na występowanie określonych grup walorów, są bardzo ograniczone lub nie występują wcale.

Wycieczki szkolne¹²

Jest to specyficzna grupa produktów utworzonych z myślą o wycieczkach szkolnych dzieci i młodzieży, wliczając w nie także tzw. zielone szkoły. Dla powstania produktów tego typu niezbędne są odpowiednie zasoby przyrodnicze i/lub antropogeniczne oraz specyficzna infrastruktura umożliwiająca wypoczynek wraz z zajęciami dydaktycznymi. W przypadku obszaru wchodzącego w skład Związku można wydzielić trzy grupy produktów związanych z turystyką szkolną. Są to

- wycieczki szkolne, w tym zielone szkoły, wykorzystujące przede wszystkim potencjał przyrodniczy – gminy: Barwice, Białogard, Kołobrzeg, Rąbino, Szczecinek i Tychowo;
- wycieczki szkolne wykorzystujące walory antropogeniczne – gminy: miasto Białogard i miasto Kołobrzeg;
- wycieczki szkolne, w tym zielone szkoły, wykorzystujące walory przyrodnicze i kulturowe – gminy: Biały Bór, Borne Sulinowo, Połczyn Zdrój, Karlino.

Produkty dla turystyki tranzytowej

Grupa produktów związanych z turystyką tranzytową może rozwijać się na obszarach, przez które przebiegają szlaki komunikacyjne o znaczeniu międzynarodowym lub krajowym. W obrębie Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsety będą to tereny znajdujące się w pobliżu dróg krajowych o numerach 6 (E28), 11, 20, 21, 25, w gminach Biały Bór, Biesiekierz, Bobolice, Borne Sulinowo, Gościno, Karlino, Kołobrzeg, Szczecinek (znaczenie pierwszorzędne) oraz tereny przy drogach wojewódzkich o numerach 102, 152, 162, 163, 167, 169, 171, 172, 173, w gminach Barwice, Białogard, miasto Białogard, Dygowo, Gościno, Karlino, gmina Kołobrzeg, Połczyn Zdrój, Sławoborze, Tychowo (znaczenie drugorzędne).

Seminaria i konferencje

Grupa produktów turystycznych przeznaczonych dla potrzeb turystyki konferencyjnej wymaga przede wszystkim zapewnienia właściwej infrastruktury hotelowej i konferencyjnej. Nie bez znaczenia pozostaje również atrakcyjność przyrodnicza lub kulturowa miejscowości oraz jej

¹² Wycieczki szkolne często kwalifikowane są jako część turystyki krajoznawczej. Jednakże ze względu na specyfikę tego segmentu zdecydowano się na wydzielenie grupy produktów przeznaczonych dla dzieci i młodzieży szkolnej.

dostępność komunikacyjna. Tak zarysowane warunki ograniczają możliwości rozwoju tych form turystyki na całym obszarze Związku. Niemniej, niektóre miejscowości dysponują infrastrukturą wystarczającą do organizowania średniej wielkości konferencji oraz mniejszych seminariów i szkoleń. Zaliczyć do nich należy przede wszystkim miasta Kołobrzeg i Białogard oraz gminy Połczyn Zdrój, Borne Sulinowo i Karlino.

Turystka etniczna

Możliwości rozwoju turystyki etnicznej występują na terenach zamieszkiwanych w stosunkowo niedalekiej przeszłości lub współcześnie przez różne narodowości. Z tego punktu widzenia gminy wchodzące w skład ZMiGDP mają dobre warunki do rozwoju tych form turystyki. Cały obszar Związku, do II wojny światowej, należał do Niemiec. W wyniku działań wojennych nastąpiła ucieczka lub wysiedlenie ludności niemieckiej. Po wojnie, w niektórych miejscowościach, obok napływowej ludności polskiej, zamieszkała również ludność ukraińska (sprowadzona w wyniku akcji przesiedleńczych, często wbrew swojej woli). Wydarzenia te stanowią obecnie podstawę do rozwoju podróży sentymentalnych (dotyczy przyjazdów z Niemiec) oraz odwiedzin rodzinnych – w przypadku ludności ukraińskiej na całym obszarze Związku. Szczególnie ważnym miejscem pod tym względem jest Biały Bór, w którym zamieszkuje liczna mniejszość ukraińska, pielęgnująca swój język i kulturę (liceum ogólnokształcące z językiem ukraińskim).

5.2 Dywersyfikacja produktów turystycznych w gminach ZMiGDP

W tej części opracowania przedstawiono szczegółową analizę możliwości rozwoju określonych produktów turystycznych w poszczególnych gminach wchodzących w skład Związku. Analiza ta da podstawę do wyłonienia produktów, które powinny mieć pierwszorzędne znaczenie z punktu widzenia całego Związku.

Wśród omawianych produktów uwzględniono tylko te, które mają przynajmniej średnie warunki do rozwoju w poszczególnych gminach.

Gmina Barwice

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Barwice dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Drawski Park Krajobrazowy, Lasy Państwowe, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właściciele gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

2. Produkty dla uprawiania turystyki krajoznawczej – głównie z wykorzystaniem walorów naturalnych, walory antropogeniczne mogą stanowić uzupełnienie oferty

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Drawski Park Krajobrazowy, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – przygotowanie i utrzymanie szlaków turystycznych oraz ścieżek tematycznych – z wykorzystaniem przede wszystkim walorów przyrodniczych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego) ; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

3. Produkty dla turystyki szkolnej, w tym „zielone szkoły”

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Drawski Park Krajobrazowy, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia, Lasy Państwowe) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, przygotowanie i utrzymanie ścieżek dydaktycznych opartych na walorach przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież z województwa zachodniopomorskiego (krótkotrwałe wycieczki) oraz dzieci i młodzież z całego kraju (zielone szkoły – pobyty do 5 dni), przyjazdy autokarami.

4. Produkty dla turystyki aktywnej i specjalistycznej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Drawski Park Krajobrazowy, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, w tym specjalistycznych tras terenowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnia rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych.

b) obserwacje i fotografia przyrody,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Drawski Park Krajobrazowy, lokalne stowarzyszenia, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej i hotelowej; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych;

c) produkty dla turystyki konnej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Drawski Park Krajobrazowy, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji
 - utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej;
- d) produkty dla turystyki pieszej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Drawski Park Krajobrazowy, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym przyrodniczych i historycznych ścieżek tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych.
- e) produkty dla uprawiania wędkarstwa,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Drawski Park Krajobrazowy, Lasy Państwowe, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie jezior, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej – tworzenie prywatnych łowisk; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych;
- f) produkty dla turystyki łowieckiej,
- zadania dla instytucji publicznych (koła łowieckie, ZMiGDP, Drawski Park Krajobrazowy, Lasy Państwowe, przygotowanie i utrzymanie punktów obserwacyjnych, ochrona i dokarmianie zwierzyny, walka z kłusownictwem; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – specjalistyczna oferta dla myśliwych, usługi uzupełniające; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – myśliwi – turyści krajowi i zagraniczni.
- g) produkty dla turystyki kajakowej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Drawski Park Krajobrazowy, Lasy Państwowe, lokalne stowarzyszenia sportowe i turystyczne) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, usługi towarzyszące; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych;
- h) żeglarstwo i windsurfing – ze względu na brak dużych akwenów, na terenie gminy występują jedynie warunki do uprawiania windsurfingu na poziomie amatorskim,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia sportowe i turystyczne) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej np. dojazdów i parkingów w pobliżu jezior, prowadzenie szkółek windsurfingowych; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie sprzętu, usługi towarzyszące; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych.

5. Produkty dla turystyki tranzytowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;

- grupa odbiorców – podróżujący po drogach wojewódzkich przebiegających przez teren gminy.

6. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

Gmina Białogard

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Białogard dają podstawę do rozwijania następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki wypoczynkowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków spacerowych na terenach o bogatych walorach przyrodniczych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, również z odległych regionów.

2. Produkty dla turystyki aktywnej i specjalistycznej

- a) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym przyrodniczych i historycznych ścieżek tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych;
- b) produkty dla turystyki kajakowej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, lokalne stowarzyszenia sportowe i turystyczne) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, usługi towarzyszące; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych;
- c) produkty dla uprawiania wędkarstwa,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie jezior, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej – tworzenie prywatnych łowisk; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych;
- d) produkty dla turystyki rowerowej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, w tym specjalistycznych tras terenowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych;
- e) produkty dla turystyki łowieckiej,
- zadania dla instytucji publicznych (koła łowieckie, ZMiGDP, Lasy Państwowe, przygotowanie i utrzymanie punktów obserwacyjnych, ochrona i dokarmianie zwierzyny, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – specjalistyczna oferta dla myśliwych, usługi uzupełniające; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – myśliwi – turyści krajowi i zagraniczni;
- f) obserwacje i fotografia przyrody,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej i hotelowej; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych;
- g) produkty dla turystyki konnej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej;

3. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właściciele gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniokresowe.

4. Produkty dla uprawiania turystyki krajoznawczej – głównie z wykorzystaniem walorów naturalnych, walory antropogeniczne mogą stanowić uzupełnienie oferty

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe,) – przygotowanie i utrzymanie szlaków turystycznych oraz ścieżek tematycznych – z wykorzystaniem przede wszystkim walorów przyrodniczych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego) ; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

5. Produkty dla turystyki szkolnej, w tym „zielone szkoły”

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia, Lasy Państwowe) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, przygotowanie i utrzymanie ścieżek dydaktycznych opartych na walorach przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież z województwa zachodniopomorskiego (krótkotrwałe wycieczki) oraz dzieci i młodzież z całego kraju (zielone szkoły – pobyty do 5 dni), przyjazdy autokarami.

6. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

7. Produkty dla turystyki tranzytowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – podróżujący po drogach wojewódzkich przebiegających przez teren gminy.

Miasto Białogard

Wyniki analizy potencjału turystycznego miasta Białogard dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych:

1. Produkty dla uprawiania turystyki krajoznawczej – głównie z wykorzystaniem walorów antropogenicznych

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – przygotowanie i utrzymanie miejskich szlaków turystycznych oraz ścieżek tematycznych – z wykorzystaniem przede wszystkim walorów historycznych miasta, przygotowanie oferty kulturalnej, organizacja izb muzealnych; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

2. Produkty dla turystyki szkolnej, w tym „zielone szkoły”

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, zagospodarowanie walorów historycznych miasta – oznakowanie, organizacja izb muzealnych; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież z województwa zachodniopomorskiego (krótkotrwale wycieczki) oraz dzieci i młodzież z całego kraju (zielone szkoły – pobyty do 5 dni), przyjazdy autokarami.

3. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, „edukacja miejscowej ludności”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

4. Produkty dla turystyki tranzytowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – osoby przejeżdżające przez Białogard tranzytem

5. Seminaria i konferencje

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy) – dbałość o dobry poziom infrastruktury ogólnej gminy; promocja gminy;
- zadania dla podmiotów prywatnych (lokalnych gestorów bazy i organizatorów imprez) – przygotowanie i promocja oferty seminaryjnej uzupełnionej atrakcyjną ofertą towarzyszącą, wykorzystującą walory miejsca; utrzymanie się na konkurencyjnym rynku;
- grupa odbiorców – segmenty rynku (często o charakterze niszowym), na których funkcjonują lokalne podmioty specjalizujące się w tej dziedzinie.

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Biały Bór dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki wypoczynkowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków spacerowych na terenach o bogatych walorach przyrodniczych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci, sanitariatów itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, również z odległych regionów.

2. Produkty dla turystyki aktywnej i specjalistycznej

a) produkty dla turystyki konnej,

- zadania dla instytucji publicznych (Stado Ogierów Skarbu Państwa, władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej;

b) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, w tym specjalistycznych tras terenowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury

- towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnia rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- c) produkty dla turystyki pieszej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym przyrodniczych ścieżek tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- d) produkty dla turystyki kajakowej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnia kajaków i sprzętu wodnego, usługi towarzyszące; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- e) produkty dla uprawiania wędkarstwa,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie jezior, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnia sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej – tworzenie prywatnych łowisk; promocja oferty;

- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- f) obserwacje i fotografia przyrody,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej i hotelowej; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- g) żeglarstwo i windsurfing – na terenie gminy znajdują się liczne jeziora, z których większość może być wykorzystywana do uprawiania windsurfingu, a niektóre również żeglarstwa plażowego,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia sportowe i turystyczne) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej, np. dojazdów i parkingów w pobliżu jezior, prowadzenie kursów żeglarskich i windsurfingowych; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu, prowadzenie szkółek windsurfingowych i żeglarskich, usługi towarzyszące; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- h) produkty dla turystyki łowieckiej,
- zadania dla instytucji publicznych (koła łowieckie, ZMiGDP, Lasy Państwowe) – przygotowanie i utrzymanie punktów obserwacyjnych, ochrona i dokarmianie zwierzyny, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – specjalistyczna oferta dla myśliwych, usługi uzupełniające; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – myśliwi – turyści krajowi i zagraniczni.
- i) nurkowanie – ze względu na dużą liczbę jezior, na terenie gminy występują potencjalne warunki do uprawiania nurkowania,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury

towarzyszącej, np. dojazdów i parkingów w pobliżu jezior, organizowanie kursów nurkowania swobodnego; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – prowadzenie szkółek nurkowania swobodnego, usługi towarzyszące; promocja własnej oferty;
- grupa odbiorców – amatorzy nurkowania swobodnego – głównie turyści krajowi.

3. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właściciele gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

4. Produkty dla uprawiania turystyki krajoznawczej – zarówno z wykorzystaniem walorów naturalnych, jak i antropogenicznych,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia kulturalne, Lasy Państwowe) – przygotowanie i utrzymanie szlaków turystycznych oraz ścieżek tematycznych – z wykorzystaniem walorów przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego, dodatkowe atrakcje); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

5. Produkty dla turystyki szkolnej, w tym zielonych szkół

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia, Lasy Państwowe) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, przygotowanie i utrzymanie ścieżek dydaktycznych opartych na walorach przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież z województwa zachodniopomorskiego i województw sąsiednich (krótkotrwałe wycieczki) oraz dzieci i młodzież z całego kraju (zielone szkoły – pobyty do 5 dni), przyjazdy autokarami.

6. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech i na Ukrainie; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec i Ukraińcy

7. Produkty dla turystyki tranzytowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa, GDDKiA) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – podróżujący po drogach krajowych o numerach 20 i 25 przebiegających przez teren gminy.

Gmina Biesiekierz

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Biesiekierz dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki tranzytowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa oraz GDDKiA) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – podróżujący po drodze krajowej nr 6 przebiegającej przez teren gminy.

2. Produkty dla turystyki aktywnej i specjalistycznej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, w tym specjalistycznych tras terenowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

b) produkty dla turystyki kajakowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, usługi towarzyszące; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

c) obserwacje i fotografia przyrody,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej i hotelowej; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

d) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym przyrodniczych ścieżek tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

e) produkty dla uprawiania wędkarstwa,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie jezior i rzek, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej – tworzenie prywatnych łowisk; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

f) produkty dla turystyki konnej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;

- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej;

3. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właścicieli gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

4. Produkty dla uprawiania turystyki krajoznawczej – zarówno z wykorzystaniem walorów naturalnych, jak i antropogenicznych,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia kulturalne, Lasy Państwowe) – przygotowanie i utrzymanie szlaków turystycznych oraz ścieżek tematycznych – z wykorzystaniem walorów przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego, dodatkowe atrakcje); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

5. Produkty dla turystyki szkolnej, w tym dla „zielonych szkół”

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia, Lasy Państwowe) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, przygotowanie i utrzymanie ścieżek dydaktycznych opartych na walorach przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież z województwa zachodniopomorskiego i województw sąsiednich (krótkotrwałe wycieczki) oraz dzieci i młodzież z całego kraju (zielone szkoły – pobyty do 5 dni), przyjazdy autokarami.

6. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

7. Seminaria i konferencje

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy) – dbałość o dobry poziom infrastruktury ogólnej gminy; promocja gminy;
- zadania dla podmiotów prywatnych (lokalnych gestorów bazy i organizatorów imprez) – przygotowanie i promocja oferty seminaryjnej uzupełnionej atrakcyjną ofertą towarzyszącą, wykorzystującą walory miejsca; utrzymanie się na konkurencyjnym rynku;
- grupa odbiorców – segmenty rynku (często o charakterze niszowym), na których funkcjonują lokalne podmioty specjalizujące się w tej dziedzinie.

Gmina Bobolice

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Bobolice dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych (właścicieli gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

2. Produkty dla turystyki tranzytowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa, GDDKiA) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – podróżujący po drogach krajowych nr 11 i 25 i drogach wojewódzkich przebiegających przez teren gminy.

3. Produkty dla turystyki aktywnej i specjalistycznej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, w tym specjalistycznych tras terenowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych;

b) obserwacje i fotografia przyrody,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej i hotelowej; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych;

c) produkty dla turystyki kajakowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, usługi towarzyszące; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych;

d) produkty dla turystyki łowieckiej,

- zadania dla instytucji publicznych (koła łowieckie, ZMiGDP, Lasy Państwowe, przygotowanie i utrzymanie punktów obserwacyjnych, ochrona i dokarmianie zwierzyzny, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – specjalistyczna oferta dla myśliwych, usługi uzupełniające; promocja oferty;
- grupa odbiorców – myśliwi – turyści krajowi i zagraniczni.

e) produkty dla turystyki konnej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej;

f) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym przyrodniczych i historycznych ścieżek tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych.

g) produkty dla uprawiania wędkarstwa,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie jezior, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej – tworzenie prywatnych łowisk; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych;

h) żeglarstwo i windsurfing – ze względu na brak dużych akwenów, na terenie gminy występują jedynie warunki do uprawiania windsurfingu na poziomie amatorskim,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia sportowe i turystyczne) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej, np. dojazdów i parkingów w pobliżu jezior, prowadzenie szkółek windsurfingowych; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie sprzętu, usługi towarzyszące; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych.

4. Produkty dla uprawiania turystyki krajoznawczej – zarówno z wykorzystaniem walorów naturalnych, jak i antropogenicznych

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie społeczno-ekologiczne, Lasy Państwowe,) – przygotowanie i utrzymanie szlaków turystycznych oraz ścieżek tematycznych – z wykorzystaniem walorów przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego); promocja oferty;

- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

5. Produkty dla turystyki wypoczynkowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków spacerowych na terenach o bogatych walorach przyrodniczych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, również z odległych regionów.

5. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

Gmina Borne Sulinowo

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Borne Sulinowo dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki aktywnej i specjalistycznej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe, Drawski Park Krajobrazowy) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, w tym specjalistycznych tras terenowych,

dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

b) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe, Drawski Park Krajobrazowy) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym przyrodniczych i historycznych ścieżek tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

c) obserwacje i fotografia przyrody,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne, Lasy Państwowe, Drawski Park Krajobrazowy) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej i hotelowej; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

d) produkty dla turystyki kajakowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, Drawski Park Krajobrazowy, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, usługi towarzyszące; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- e) produkty dla turystyki konnej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, Drawski Park Krajobrazowy, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej;
- f) produkty dla uprawiania wędkarstwa,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, Drawski Park Krajobrazowy, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie jezior, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej – tworzenie prywatnych łowisk; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- g) produkty dla turystyki łowieckiej,
- zadania dla instytucji publicznych (koła łowieckie, ZMiGDP, Lasy Państwowe, Drawski Park Krajobrazowy) – przygotowanie i utrzymanie punktów obserwacyjnych, ochrona i dokarmianie zwierzyny, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – specjalistyczna oferta dla myśliwych, usługi uzupełniające; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – myśliwi – turyści krajowi i zagraniczni.

- h) żeglarstwo i windsurfing – na terenie gminy znajdują się liczne jeziora, z których większość może być wykorzystywana do uprawiania windsurfingu, a niektóre również żeglarstwa
 - zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia sportowe i turystyczne) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej, np. dojazdów i parkingów w pobliżu jezior, prowadzenie kursów żeglarskich i windsurfingowych; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu, prowadzenie szkółek windsurfingowych i żeglarskich, usługi towarzyszące; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- i) nurkowanie – ze względu na dużą liczbę jezior, na terenie gminy występują potencjalne warunki do uprawiania nurkowania
 - zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej, np. dojazdów i parkingów w pobliżu jezior, organizowanie kursów nurkowania swobodnego; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – prowadzenie szkółek nurkowania swobodnego, usługi towarzyszące; promocja własnej oferty;
 - grupa odbiorców – amatorzy nurkowania swobodnego – głównie turyści krajowi.

2. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, Drawski Park Krajobrazowy, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właścicieli gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

1. Produkty dla uprawiania turystyki krajoznawczej – zarówno z wykorzystaniem walorów naturalnych, jak i antropogenicznych,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia, Lasy Państwowe, Drawski Park Krajobrazowy) – przygotowanie i utrzymanie szlaków turystycznych oraz ścieżek tematycznych – z wykorzystaniem walorów przyrodniczych i antropogenicznych, zagospodarowanie pozostałości po militarnej przeszłości gminy, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego, dodatkowe atrakcje); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

4. Produkty dla turystyki szkolnej, w tym dla „zielonych szkół”

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Drawski Park Krajobrazowy, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia, Lasy Państwowe) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, przygotowanie i utrzymanie ścieżek dydaktycznych opartych na walorach przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież z województwa zachodniopomorskiego i województw sąsiednich (krótkotrwałe wycieczki) oraz dzieci i młodzież z całego kraju (zielone szkoły – pobyty do 5 dni), przyjazdy autokarami.

5. Produkty dla turystyki wypoczynkowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, Drawski Park Krajobrazowy) – utworzenie i utrzymanie szlaków spacerowych na terenach o bogatych walorach przyrodniczych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, również z odległych regionów.

6. Produkty dla turystyki tranzytowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – podróżujący po drodze wojewódzkiej nr 20 przebiegającej przez teren gminy.

7. Seminaria i konferencje

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy) – dbałość o dobry poziom infrastruktury ogólnej gminy; promocja gminy;
- zadania dla podmiotów prywatnych (lokalnych gestorów bazy i organizatorów imprez) – przygotowanie i promocja oferty seminaryjnej uzupełnionej atrakcyjną ofertą towarzyszącą, wykorzystującą walory miejsca; utrzymanie się na konkurencyjnym rynku;
- grupa odbiorców – segmenty rynku (często o charakterze niszowym), na których funkcjonują lokalne podmioty specjalizujące się w tej dziedzinie.

Gmina Dygowo

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Dygowo dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki aktywnej i specjalistycznej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, w tym specjalistycznych tras terenowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- b) produkty dla turystyki kajakowej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, usługi towarzyszące; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- c) produkty dla turystyki pieszej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym przyrodniczych i historycznych ścieżek tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- d) produkty dla uprawiania wędkarstwa,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie jezior, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej – tworzenie prywatnych łowisk; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- e) obserwacje i fotografia przyrody,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej i hotelowej; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

f) produkty dla turystyki konnej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej.

2. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właścicieli gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

3. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;

- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

Gmina Gościno

Wyniki analiza potencjału turystycznego gminy Gościno dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki wypoczynkowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków spacerowych na terenach o bogatych walorach przyrodniczych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;
- grupa odbiorców – turyści krajowi.

2. Produkty dla turystyki aktywnej i specjalistycznej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, w tym specjalistycznych tras terenowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

b) produkty dla turystyki kajakowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, usługi towarzyszące; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- c) produkty dla turystyki pieszej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym przyrodniczych i historycznych ścieżek tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- d) produkty dla uprawiania wędkarstwa,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie jezior, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej – tworzenie prywatnych łowisk; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- e) obserwacje i fotografia przyrody,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej i hotelowej; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- f) produkty dla turystyki konnej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej.

3. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właścicieli gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

4. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

5. Produkty dla turystyki tranzytowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa, GDDKiA) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;

- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – podróżujący po drodze krajowej nr 6 przebiegającej przez teren gminy.

Gmina Grzmiąca

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Grzmiąca dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki aktywnej i specjalistycznej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, w tym specjalistycznych tras terenowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

b) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym przyrodniczych i historycznych ścieżek tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

c) obserwacje i fotografia przyrody,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- d) produkty dla turystyki kajakowej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, usługi towarzyszące; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- f) produkty dla uprawiania wędkarstwa,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie jezior i rzek, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej – tworzenie prywatnych łowisk; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- g) produkty dla turystyki łowieckiej,
- zadania dla instytucji publicznych (koła łowieckie, ZMiGDP, Lasy Państwowe,) – przygotowanie i utrzymanie punktów obserwacyjnych, ochrona i dokarmianie zwierzyny, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – specjalistyczna oferta dla myśliwych, usługi uzupełniające; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – myśliwi – turyści krajowi i zagraniczni.

2. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;

- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

Gmina Karlino

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Karlino dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki aktywnej i specjalistycznej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, w tym specjalistycznych tras terenowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

b) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne, Lasy Państwowe) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym przyrodniczych i historycznych ścieżek tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

c) produkty dla turystyki kajakowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, usługi towarzyszące; promocja oferty;

- grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

d) produkty dla uprawiania wędkarstwa,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie jezior i rzek, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej – tworzenie prywatnych łowisk; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

e) produkty dla turystyki konnej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej.

2. Produkty dla uprawiania turystyki krajoznawczej – zarówno z wykorzystaniem walorów antropogenicznych, jak i naturalnych

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia, Lasy Państwowe) – przygotowanie i utrzymanie szlaków turystycznych oraz ścieżek tematycznych – z wykorzystaniem walorów historycznych i kulturowych oraz przyrodniczych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego, dodatkowe atrakcje); promocja oferty;

- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

3. Produkty dla turystyki tranzytowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa, GDDKiA) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – podróżujący po drodze krajowej nr 6 oraz po drogach wojewódzkich przebiegających przez teren gminy.

4. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właścicieli gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

5. Produkty dla turystyki szkolnej, w tym „zielone szkoły”

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia, Lasy Państwowe) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, przygotowanie i utrzymanie ścieżek dydaktycznych opartych na walorach przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież z województwa zachodniopomorskiego i województw sąsiednich (krótkotrwałe wycieczki) oraz dzieci i młodzież z całego kraju (zielone szkoły – pobyty do 5 dni), przyjazdy autokarami.

6. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

7. Seminaria i konferencje

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy) – dbałość o dobry poziom infrastruktury ogólnej gminy; promocja gminy;
- zadania dla podmiotów prywatnych (lokalnych gestorów bazy i organizatorów imprez) – przygotowanie i promocja oferty seminaryjnej uzupełnionej atrakcyjną ofertą towarzyszącą, wykorzystującą walory miejsca; utrzymanie się na konkurencyjnym rynku;
- grupa odbiorców – segmenty rynku (często o charakterze niszowym), na których funkcjonują lokalne podmioty specjalizujące się w tej dziedzinie.

Gmina Kołobrzeg

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Kołobrzeg dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki wypoczynkowej – ze względu na nadmorskie położenie gminy i jej tradycje wypoczynkowe związane z sąsiedztwem Kołobrzegu, turystyka wypoczynkowa powinna być szczególnie predystynowana do rozwoju

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – utworzenie i utrzymanie szlaków spacerowych na terenach o bogatych walorach przyrodniczych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;

- grupa odbiorców – turyści krajowi, również z odległych regionów.

2. Produkty dla turystyki aktywnej i specjalistycznej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, w tym specjalistycznych tras terenowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;

b) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym przyrodniczych i historycznych ścieżek tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;

c) produkty dla turystyki kajakowej, w tym kajakarstwo morskie,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, instruktaż, usługi towarzyszące; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym wczasowicze;

d) żeglarstwo i windsurfing – z dominującą żegluga plażową i przybrzeżną

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia sportowe i turystyczne) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej, np. dojazdów i parkingów w pobliże brzegu

- morskiego, prowadzenie kursów żeglarskich i windsurfingowych; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu, prowadzenie szkółek windsurfingowych i żeglarskich, usługi towarzyszące; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym wczasowicze;
- e) produkty dla uprawiania wędkarstwa (śródlądowego i morskiego),
 - zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie wczasowej – tworzenie prywatnych łowisk; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;
- f) nurkowanie – ze względu na bliskość Bałtyku, na terenie gminy występują potencjalne warunki do przygotowania produktów związanych z nurkowaniem
 - zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej, np. dojazdów i parkingów do wybrzeża, organizowanie kursów nurkowania swobodnego; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – prowadzenie szkółek nurkowania swobodnego, usługi towarzyszące; promocja własnej oferty;
 - grupa odbiorców – amatorzy nurkowania swobodnego, w tym wczasowicze – głównie turyści krajowi;
- g) obserwacje i fotografia przyrody,
 - zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie wczasowej; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;
- h) produkty dla turystyki konnej,
 - zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do

terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie wczasowej i hotelowej); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej.

3. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właścicieli gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

4. Turystyka uzdrowiskowa i zdrowotna

- zadania dla instytucji i podmiotów publicznych – rozwój infrastruktury podstawowej warunkującej rozwój funkcji uzdrowiskowych, rozwój niekomercyjnej oferty uzupełniającej (kultura, rozrywka); promocja miasta na rynku krajowym i zagranicznym;
- zadania dla podmiotów prywatnych – rozwój uzupełniającej (w stosunku do oferty uzdrowiskowej) oferty komercyjnej; promocja;
- grupy odbiorców – kuracjusze krajowi i zagraniczni (głównie z Niemiec).

5. Produkty dla uprawiania turystyki krajoznawczej – zarówno z wykorzystaniem walorów naturalnych, jak i antropogenicznych,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – przygotowanie i utrzymanie szlaków turystycznych oraz ścieżek tematycznych – z wykorzystaniem walorów przyrodniczych i

antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów;
promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego, dodatkowe atrakcje); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

6. Produkty dla turystyki szkolnej, w tym dla „zielonych szkół”

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, przygotowanie i utrzymanie ścieżek dydaktycznych opartych na walorach przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież z województwa zachodniopomorskiego i województw sąsiednich (krótkotrwałe wycieczki) oraz dzieci i młodzież z całego kraju (zielone szkoły – pobyty do 5 dni), przyjazdy autokarami.

7. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowania miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

8. Produkty dla turystyki tranzytowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa, GDDKiA) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – podróżujący po drodze krajowej nr 11 oraz drogach wojewódzkich przebiegających przez teren gminy.

9. Seminaria i konferencje – organizowane w oparciu o bazę noclegową i szkoleniową przede wszystkim w Dźwirzynie i Grzybowie

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy) – dbałość o dobry poziom infrastruktury ogólnej gminy; promocja gminy
- zadania dla podmiotów prywatnych (lokalnych gestorów bazy i organizatorów imprez) – przygotowanie i promocja oferty seminaryjnej uzupełnionej atrakcyjną ofertą towarzyszącą, wykorzystującą walory miejsca; utrzymanie się na konkurencyjnym rynku
- grupa odbiorców – segmenty rynku (często o charakterze niszowym), na których funkcjonują lokalne podmioty specjalizujące się w tej dziedzinie

Miasto Kołobrzeg

Wyniki analizy potencjału turystycznego miasta Kołobrzeg dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych:

1. Produkty dla turystyki uzdrowiskowej

- zadania dla instytucji i podmiotów publicznych – rozwój infrastruktury podstawowej warunkującej rozwój funkcji uzdrowiskowych, rozwój niekomercyjnej oferty uzupełniającej (kultura, rozrywka); promocja miasta na rynku krajowym i zagranicznym;
- zadania dla podmiotów prywatnych – rozwój uzupełniającej (w stosunku do oferty uzdrowiskowej) oferty komercyjnej; promocja;
- grupy odbiorców – kuracjusze krajowi i zagraniczni (głównie z Niemiec).

2. Produkty dla turystyki wypoczynkowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – zagospodarowanie plaż i promenad nadmorskich, utworzenie i utrzymanie tras

spacerowych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, również z odległych regionów oraz zagraniczni.

3. Produkty dla turystyki specjalistycznej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;

b) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;

c) żeglarsstwo (plażowe i morskie) i windsurfing

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia sportowe i turystyczne) – utworzenie i utrzymanie niezbędnej infrastruktury,

m.in. port jachtowy, prowadzenie kursów żeglarskich i windsurfingowych;
promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu, czarter jachtów, prowadzenie szkółek windsurfingowych i żeglarskich, usługi towarzyszące; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (w tym żeglarze morscy);

d) produkty dla uprawiania wędkarstwa, głównie morskiego,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo morskie na kutrach, wędkarstwo w ofercie wczasowej; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;

e) nurkowanie – ze względu na nadmorskie położenie miasta oraz relatywną łatwość dostępu do niezbędnej infrastruktury (jednostki pływające), na terenie gminy występują warunki do przygotowania produktów związanych z nurkowaniem,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej (por wyposażony w specjalistyczne urządzenia do napełniania butli), organizowanie kursów nurkowania swobodnego; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – wykorzystanie prywatnych kutrów jako jednostek oferujących usługi nurkowania swobodnego, prowadzenie szkółek nurkowania swobodnego, usługi towarzyszące; promocja własnej oferty;
- grupa odbiorców – amatorzy nurkowania swobodnego – turyści krajowi i zagraniczni;

f) produkty dla turystyki kajakowej, głównie kajakarstwo morskie,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, instruktaż, usługi towarzyszące; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym wczasowicze;

4. Produkty dla turystyki krajoznawczej – z wykorzystaniem walorów antropogenicznych

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – przygotowanie i utrzymanie ścieżek tematycznych, organizacja muzeów i izb muzealnych; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego, dodatkowe atrakcje); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

5. Produkty dla turystyki szkolnej, w tym dla „zielonych szkół”

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, przygotowanie i utrzymanie ścieżek dydaktycznych opartych na walorach historycznych, organizacja izb muzealnych; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież z całego kraju.

6. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowania miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

7. Seminaria i konferencje – ze względu na dobrą infrastrukturę noclegową i konferencyjną w mieście występują bardzo dobre warunki do rozwoju turystyki konferencyjnej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy) – dbałość o dobry poziom infrastruktury ogólnej miasta; promocja;
- zadania dla podmiotów prywatnych (lokalnych gestorów bazy i organizatorów imprez) – przygotowanie i promocja oferty konferencyjnej i szkoleniowej uzupełnionej atrakcyjną ofertą towarzyszącą (z wykorzystaniem walorów miejsca; utrzymanie się na konkurencyjnym rynku;
- grupa odbiorców – wybrane segmenty rynku krajowego i zagranicznego.

Gmina Polczyn Zdrój

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Polczyn Zdrój dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki uzdrowiskowej

- zadania dla instytucji i podmiotów publicznych – rozwój infrastruktury podstawowej warunkującej rozwój funkcji uzdrowiskowych, rozwój nie komercyjnej oferty uzupełniającej (kultura, rozrywka); promocja miasta na rynku krajowym i zagranicznym;
- zadania dla podmiotów prywatnych – rozwój uzupełniającej (w stosunku do oferty uzdrowiskowej) oferty komercyjnej; promocja;
- grupy odbiorców – przede wszystkim kuracjusze krajowi.

2. Produkty dla turystyki krajoznawczej – walory przyrodnicze i antropogeniczne

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – przygotowanie i utrzymanie szlaków turystycznych oraz ścieżek tematycznych – z wykorzystaniem walorów przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego, dodatkowe atrakcje); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

3. Seminaria i konferencje

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy) – dbałość o dobry poziom infrastruktury ogólnej gminy; promocja;
- zadania dla podmiotów prywatnych (lokalnych gestorów bazy i organizatorów imprez) – przygotowanie i promocja oferty konferencyjnej i szkoleniowej uzupełnionej atrakcyjną ofertą towarzyszącą (z wykorzystaniem walorów miejsca; utrzymanie się na konkurencyjnym rynku;
- grupa odbiorców – wybrane segmenty rynku krajowego.

4. Produkty dla turystyki wypoczynkowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – utworzenie i utrzymanie szlaków spacerowych na terenach o bogatych walorach przyrodniczych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;
- grupa odbiorców – turyści krajowi.

5. Produkty dla turystyki specjalistycznej i aktywnej

a) produkty dla turystyki kajakowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, instruktaż, usługi towarzyszące; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym wczasowicze;

b) produkty dla uprawiania wędkarstwa,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi;

c) obserwacje i fotografia przyrody,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

d) produkty dla turystyki konnej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej.

e) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;

- grupa odbiorców – turyści krajowi;
- f) produkty dla turystyki pieszej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;
- g) żeglarstwo (plażowe) i windsurfing
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia sportowe i turystyczne) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej, np. dojazdów i parkingów w pobliżu jezior, prowadzenie kursów żeglarskich i windsurfingowych; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu, prowadzenie szkółek windsurfingowych i żeglarskich, usługi towarzyszące; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym wczasowicze;
- h) nurkowanie – ze względu na dużą liczbę jezior, na terenie gminy panują sprzyjające warunki do uprawiania nurkowania,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej, np. dojazdów i parkingów w pobliżu jezior, organizowanie kursów nurkowania swobodnego; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – prowadzenie szkółek nurkowania swobodnego, usługi towarzyszące; promocja własnej oferty;
 - grupa odbiorców – amatorzy nurkowania swobodnego – głównie turyści krajowi;
- i) turystyka łowiecka
- zadania dla instytucji publicznych (koła łowieckie, ZMiGDP, Lasy Państwowe,) – przygotowanie i utrzymanie punktów obserwacyjnych, ochrona i dokarmianie zwierzyny, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – specjalistyczna oferta dla myśliwych, usługi uzupełniające; promocja oferty;

- grupa odbiorców – myśliwi – turyści krajowi i zagraniczni.

6. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właściciele gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

7. Wycieczki szkolne i „zielone szkoły”

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, przygotowanie i utrzymanie ścieżek dydaktycznych opartych na walorach przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież z województwa zachodniopomorskiego i województw sąsiednich (krótkotrwale wycieczki) oraz dzieci i młodzież z całego kraju (zielone szkoły – pobyty do 5 dni), przyjazdy autokarami.

8. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

9. Turystyka tranzytowa

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa)
 - utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – podróżujący drogami wojewódzkimi przebiegającymi przez teren gminy.

Gmina Rąbino

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Rąbino dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki wypoczynkowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – utworzenie i utrzymanie szlaków spacerowych na terenach o bogatych walorach przyrodniczych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;
- grupa odbiorców – turyści krajowi.

2. Produkty dla turystyki aktywnej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi;

b) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;

c) produkty dla turystyki łowieckiej

- zadania dla instytucji publicznych (koła łowieckie, ZMiGDP, Lasy Państwowe) – przygotowanie i utrzymanie punktów obserwacyjnych, ochrona i dokarmianie zwierzyny, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – specjalistyczna oferta dla myśliwych, usługi uzupełniające; promocja oferty;
- grupa odbiorców – myśliwi – turyści krajowi i zagraniczni;

d) obserwacje i fotografia przyrody,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

e) produkty dla turystyki konnej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;

- grupa odbiorców – turyści krajowi – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej.

3. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właściciele gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

4. Wycieczki szkolne i „zielone szkoły”

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, przygotowanie i utrzymanie ścieżek dydaktycznych opartych na walorach przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież z województwa zachodniopomorskiego i województw sąsiednich (krótkotrwale wycieczki), przyjazdy autokarami.

5. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;

- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

Gmina Rymań

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Rymań dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki tranzytowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa, GDDKiA) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – podróżujący drogą krajową nr 6 przebiegającą przez teren gminy.

2. Produkty dla turystyki wypoczynkowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – utworzenie i utrzymanie szlaków spacerowych na terenach o bogatych walorach przyrodniczych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;
- grupa odbiorców – turyści krajowi.

3. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właścicieli gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;

- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

4. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

5. Produkty dla turystyki aktywnej

a) produkty dla turystyki rowerowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi;

b) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;

c) produkty dla turystyki konnej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do

terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej.

Gmina Siemyśl

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Siemyśl dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właścicieli gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

2. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

Gmina Sławoborze

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Sławoborze dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki wypoczynkowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – utworzenie i utrzymanie szlaków spacerowych na terenach o bogatych walorach przyrodniczych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;
- grupa odbiorców – turyści krajowi.

2. Produkty dla turystyki aktywnej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi;

b) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;

c) produkty dla turystyki łowieckiej,

- zadania dla instytucji publicznych (koła łowieckie, ZMiGDP, Lasy Państwowe) – przygotowanie i utrzymanie punktów obserwacyjnych, ochrona i dokarmianie zwierzyny, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – specjalistyczna oferta dla myśliwych, usługi uzupełniające; promocja oferty;
- grupa odbiorców – myśliwi – turyści krajowi i zagraniczni.

d) obserwacje i fotografia przyrody,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

e) produkty dla turystyki konnej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej.

3. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właścicieli gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;

- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

4. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

5. Turystyka tranzytowa

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – podróżujący droga wojewódzką nr 162 przebiegającą przez teren gminy.

Gmina Szczecinek

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Szczecinek dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki wypoczynkowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – utworzenie i utrzymanie szlaków spacerowych na terenach o bogatych walorach przyrodniczych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;

- grupa odbiorców – turyści krajowi.

2. Produkty dla turystyki aktywnej

a) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, dostosowanie dróg publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi;

b) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;

c) produkty dla turystyki kajakowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, instruktaż, usługi towarzyszące; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym wczasowicze;

d) produkty dla uprawiania wędkarstwa,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie, walka z kłusownictwem; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi;
- e) produkty dla uprawiania żeglarstwa i windsurfingu – ze względu na dużą liczbę jezior znajdujących się na terenie gminy, panują tam bardzo dobre warunki do uprawiania żeglarstwa śródlądowego i windsurfingu,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia sportowe i turystyczne) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej, np. dojazdów i parkingów w pobliżu jezior, prowadzenie kursów żeglarskich i windsurfingowych; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu, prowadzenie szkółek windsurfingowych i żeglarskich, usługi towarzyszące; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym wczasowicze;
- f) produkty dla turystyki łowieckiej,
- zadania dla instytucji publicznych (koła łowieckie, ZMiGDP, Lasy Państwowe) – przygotowanie i utrzymanie punktów obserwacyjnych, ochrona i dokarmianie zwierzyny, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – specjalistyczna oferta dla myśliwych, usługi uzupełniające; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – myśliwi – turyści krajowi i zagraniczni.
- g) obserwacje i fotografia przyrody,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
 - zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej; promocja oferty;
 - grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;
- h) produkty dla turystyki konnej,
- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej.

i) produkty dla uprawiania nurkowania swobodnego

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie podstawowej infrastruktury towarzyszącej, np. dojazdów i parkingów w pobliżu jezior, organizowanie kursów nurkowania swobodnego; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – prowadzenie szkółek nurkowania swobodnego, usługi towarzyszące; promocja własnej oferty;
- grupa odbiorców – amatorzy nurkowania swobodnego – głównie turyści krajowi.

3. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właścicieli gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

4. Turystyka tranzytowa

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, powiatu i województwa, GDDKiA) – utrzymanie dróg oraz publiczna infrastruktura „okołodrogowa”;
- zadania dla podmiotów prywatnych – oferta gastronomiczna i handlowa, stacje benzynowe i serwisowe;
- grupa odbiorców – podróżujący droga krajowymi o numerach 11 i 20 oraz drogami wojewódzkimi przebiegającymi przez teren gminy.

5. Produkty dla turystyki krajoznawczej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – przygotowanie i utrzymanie szlaków turystycznych oraz ścieżek tematycznych – z wykorzystaniem walorów przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego, dodatkowe atrakcje); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

6. Wycieczki szkolne i „zielone szkoły”

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, przygotowanie i utrzymanie ścieżek dydaktycznych opartych na walorach przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież głównie z województwa zachodniopomorskiego i województw sąsiednich, przyjazdy autokarami.

7. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

Gmina Tychowo

Wyniki analizy potencjału turystycznego gminy Tychowo dają podstawę do rozwoju następujących produktów turystycznych na terenie tej gminy:

1. Produkty dla turystyki wypoczynkowej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – utworzenie i utrzymanie szlaków spacerowych na terenach o bogatych walorach przyrodniczych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej, w tym: oznakowanie i wyposażenie samych szlaków, budowa parkingów, placów zabaw dla dzieci itp.; zorganizowanie oferty kulturalnej w sezonie turystycznym, promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie oferty noclegowej i gastronomicznej dla potrzeb turystyki wypoczynkowej, zapewnienie usług towarzyszących, umożliwiających przygotowanie programu krajoznawczego i rozrywkowego;
- grupa odbiorców – turyści krajowi.

2. Produkty dla turystyki specjalistycznej

a) produkty dla turystyki pieszej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie pieszych szlaków turystycznych, w tym tematycznych, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych szlaków, miejsca wypoczynku; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym wczasowicze;

b) produkty dla turystyki łowieckiej,

- zadania dla instytucji publicznych (koła łowieckie, ZMiGDP, Lasy Państwowe) – przygotowanie i utrzymanie punktów obserwacyjnych, ochrona i dokarmianie zwierzyny, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – specjalistyczna oferta dla myśliwych, usługi uzupełniające; promocja oferty;
- grupa odbiorców – myśliwi – turyści krajowi i zagraniczni.

c) produkty dla turystyki rowerowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia lokalne) – utworzenie i utrzymanie tras rowerowych, dostosowanie dróg

publicznych do ruchu rowerowego, utworzenie i utrzymanie infrastruktury towarzyszącej – np. parkingi, oznakowanie samych tras, miejsca wypoczynku; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – serwis i wypożyczalnie rowerów, usługi towarzyszące np. mała gastronomia, parkingi;
- grupa odbiorców – turyści krajowi;

d) produkty dla turystyki kajakowej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia i kluby sportowe) – utworzenie i utrzymanie szlaków kajakowych i podstawowej infrastruktury towarzyszącej; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – wypożyczalnie kajaków i sprzętu wodnego, instruktaż, usługi towarzyszące; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi, w tym czasowicze;

e) produkty dla uprawiania wędkarstwa,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, koła PZW) – utworzenie i utrzymanie stanowisk wędkarskich, zarybianie, walka z kłusownictwem; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – wypożyczalnie sprzętu wodnego, sklepy wędkarskie, wędkarstwo w ofercie agroturystycznej; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi;

f) obserwacje i fotografia przyrody,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenie ekologiczne, Lasy Państwowe) – przygotowanie punktów obserwacyjnych, ochrona miejscowej fauny i flory; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – „bezkrwawe łowy” w ofercie agroturystycznej; promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni, w tym korzystający z kwater agroturystycznych i innych;

g) produkty dla turystyki konnej,

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, Lasy Państwowe, stowarzyszenia i kluby jeździeckie) – utworzenie i utrzymanie szlaków do terenowej jazdy konnej, prowadzenie stajni (kluby jeździeckie); promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych i wyspecjalizowanych organizacji – utworzenie stajni i klubów jeździeckich, szkoły jazdy konnej wraz z niezbędną infrastrukturą (ujeżdżalnie, pensjonaty dla ludzi i koni, jazda konna w ofercie agroturystycznej); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi – amatorzy jazdy konnej oraz turyści korzystający z oferty jeździeckiej jako oferty uzupełniającej.

3. Agroturystyka

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, stowarzyszenia agroturystyczne) – zapewnienie wysokiego poziomu infrastruktury ogólnej, dbałość o środowisko; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych (właścicieli gospodarstw agroturystycznych) – przygotowanie kompleksowych ofert agroturystycznych z usługami uzupełniającymi; promocja ofert;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni (głównie Niemcy) – pobyty średniookresowe.

4. Produkty dla turystyki krajoznawczej

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP) – przygotowanie i utrzymanie szlaków turystycznych oraz ścieżek tematycznych – z wykorzystaniem walorów przyrodniczych i antropogenicznych, organizacja izb muzealnych, mini skansenów; promocja oferty;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie szerokiego zakresu usług podstawowych (noclegi, gastronomia) i towarzyszących (np. wypożyczalnie sprzętu turystycznego, dodatkowe atrakcje); promocja oferty;
- grupa odbiorców – turyści krajowi i zagraniczni – pasjonaci, przyjazdy średniookresowe i krótkotrwałe.

5. Wycieczki szkolne

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, placówki oświatowe, lokalne stowarzyszenia) – przygotowanie obiektów publicznych do obsługi grup szkolnych, przygotowanie i utrzymanie

ścieżek dydaktycznych opartych na walorach przyrodniczych, organizacja izb muzealnych; promocja oferty;

- zadania dla podmiotów prywatnych – obsługa grup szkolnych (noclegi, żywienie, program); promocja oferty;
- grupa odbiorców – dzieci i młodzież z województwa zachodniopomorskiego.

6. Turystyka etniczna

- zadania dla instytucji publicznych (władze gminy, ZMiGDP, lokalne stowarzyszenia) – utrzymywanie dobrych kontaktów z zaprzyjaźnionymi gminami w Niemczech; promocja gminy, przygotowanie miejscowej ludności;
- zadania dla podmiotów prywatnych – przygotowanie atrakcyjnej oferty komercyjnej;
- grupa odbiorców – turyści z Niemiec.

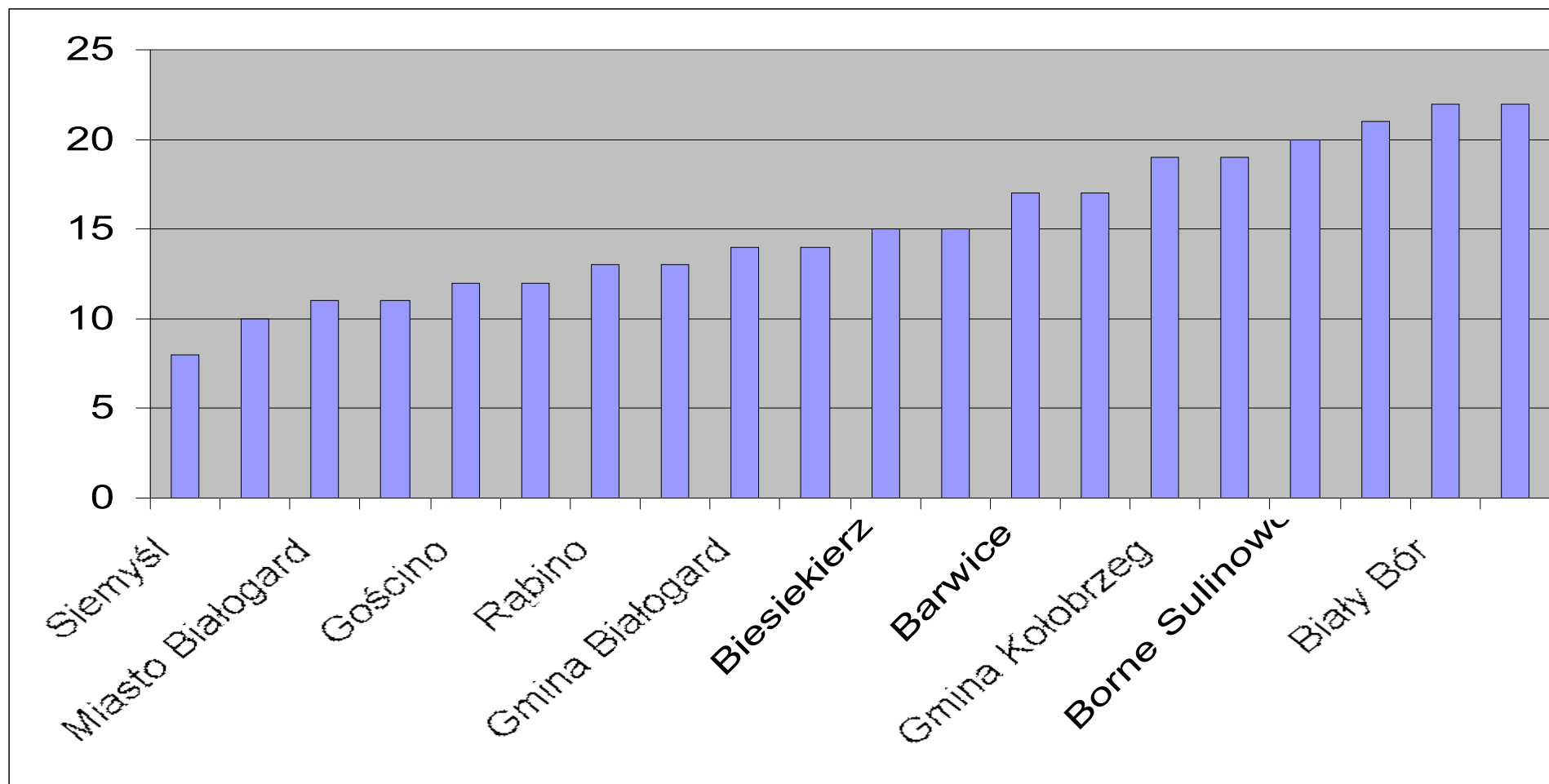
Tab. 14 Analiza gmin ZMiGDP ze względu na warunki do rozwoju produktów turystycznych dla wybranych form turystyki

Produkty Gminy	Turystyka wypoczynkowa	Turystyka aktywna – specjalistyczna, kwalifikowana	Agro turystyka	Turystyka uzdrowskowa i zdrowotna	Turystyka krajoznawcza – walory przyrodnicze i/lub kulturowe	Wycieczki szkolne, w tym zielone szkoły	Turystyka etniczna	Turystyka tranzytowa	Szkolenia, seminaria i konferencje	Razem
Barwice	1	2	3	1	3	2	2	2	1	17
Gmina Białogard	2	2	2	0	2	2	2	2	0	14
Miasto Białogard	0	1	0	0	2	2	2	2	2	11
Biały Bór	3	3	3	0	3	3	3	3	1	22
Biesiekierz	1	2	1	0	2	2	2	3	2	15
Bobolice	2	2	3	0	2	1	2	3	0	15
Borne Sulinowo	2	3	3	1	3	3	1	2	2	20
Dygowo	1	2	2	1	1	1	2	1	0	11
Gościno	2	2	2	0	1	1	2	2	0	12
Grzmiąca	2	2	2	0	1	1	2	0	0	10
Karlino	1	2	2	0	3	2	2	3	2	17
Gmina Kołobrzeg	3	3	2	2	2	2	2	2	1	19
Miasto Kołobrzeg	3	3	0	3	3	3	3	1	3	22
Połczyn Zdrój	2	2	2	3	3	2	2	2	3	21
Rąbano	2	2	2	1	1	2	2	0	1	13
Rymań	2	2	2	0	1	1	2	3	0	13
Siemyśl	1	1	2	0	1	1	2	0	0	8
Sławoborze	2	2	2	0	1	1	2	2	0	12
Gmina Szczecinek	3	3	3	0	2	2	2	3	1	19
Tychowo	2	2	2	1	2	2	2	1	0	14
Razem	37	43	40	13	39	36	41	37	19	305

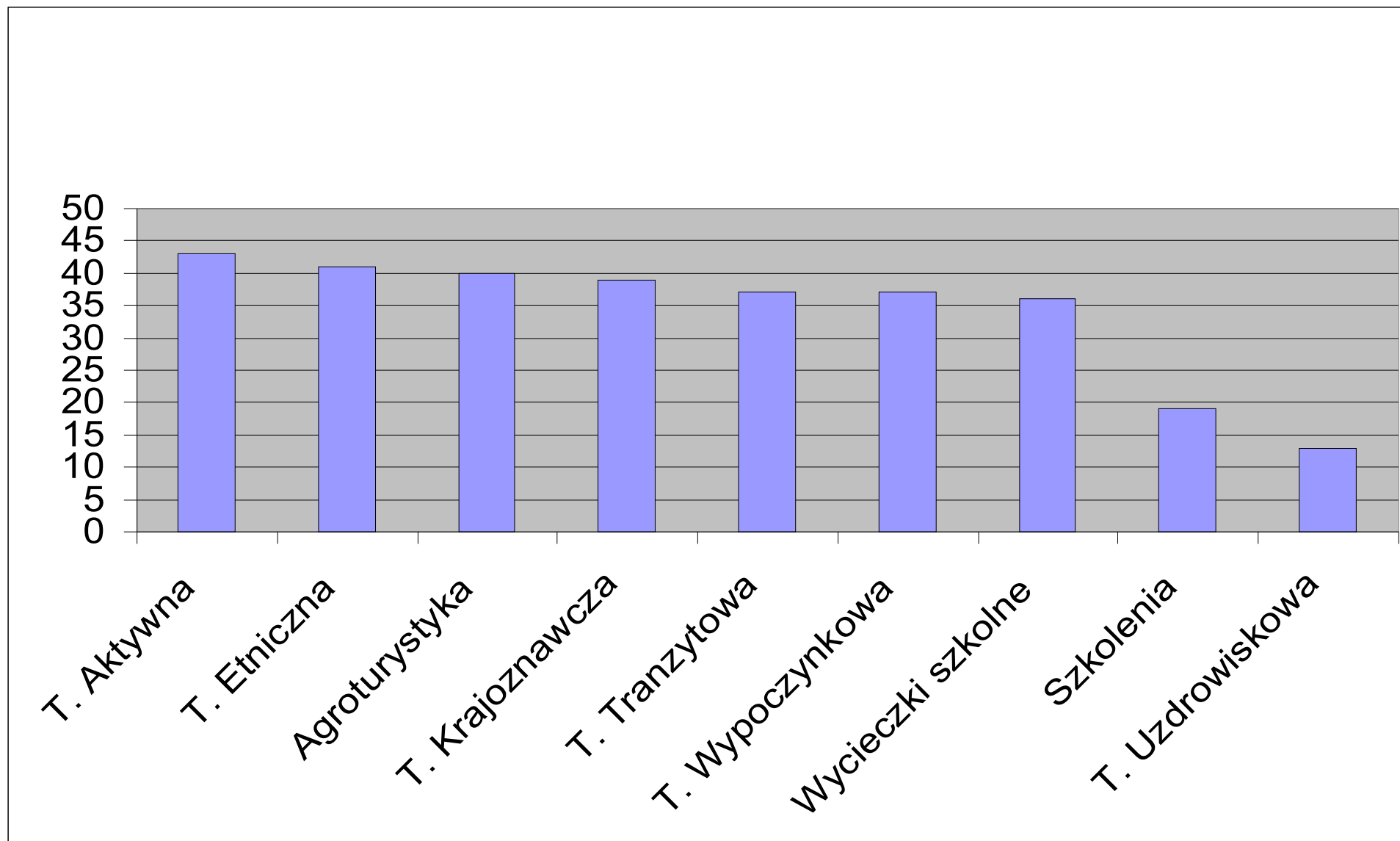
3 punkty – bardzo dobre warunki do rozwoju; 2 punkty – średnie warunki do rozwoju, 1 punkt – słabe warunki rozwojowe, 0 punktów – brak możliwości rozwoju

Opracowanie własne

Rys. 13 Ranking gmin ze względu na możliwości rozwoju turystyki



Rys. 14 Ranking produktów turystycznych zalecanych do rozwoju na terenie ZMiGDP



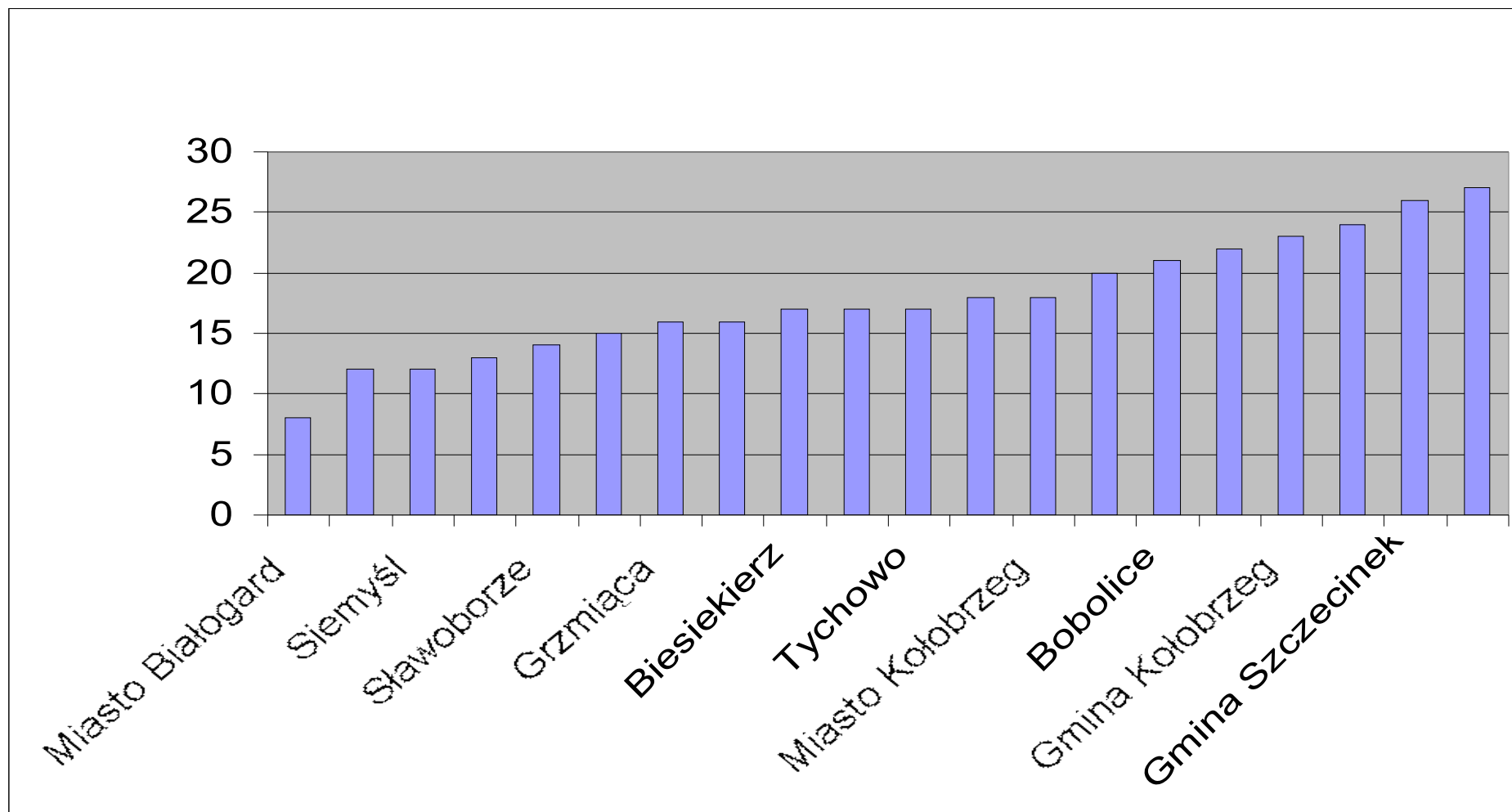
Tab. 15 Analiza gmin ZMiGDP ze względu na warunki do rozwoju produktów turystycznych dla wybranych form turystyki aktywnej

Produkty Gminy	Turystyka rowerowa	Turystyka piesza	Turystyka kajakowa	Żeglarstwo i/lub windsurfing	Wędkarstwo śródlądowe lub morskie	Nurkowanie morskie lub śródlądowe	Turystyka łowiecka	Obserwacje i fotografia przyrody	Turystyka konna	Razem
Barwice	3	2	2	2	2	1	2	3	3	20
Miasto Białogard	2	2	2	0	2	0	0	0	0	8
Gmina Białogard	2	3	3	1	3	0	2	2	2	18
Biały Bór	3	3	3	2	3	2	2	3	3	24
Biesiekierz	3	2	3	1	2	0	1	3	2	17
Bobolice	3	2	3	2	2	1	3	3	2	21
Borne Sulinowo	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
Dygowo	3	2	3	0	2	0	1	2	2	15
Gościno	3	2	3	1	2	1	1	2	2	17
Grzmiąca	3	2	2	1	2	0	2	2	2	16
Karlino	3	3	3	0	3	0	1	1	2	16
Miasto Kołobrzeg	3	3	2	3	3	3	0	1	0	18
Gmina Kołobrzeg	3	3	3	3	3	3	0	3	2	23
Połczyn Zdrój	2	2	3	2	3	2	2	3	3	22
Rąbano	2	2	1	0	1	0	2	2	2	12
Rymań	3	2	1	1	1	1	1	1	2	13
Siemyśl	2	2	1	1	2	0	1	1	2	12
Sławoborze	2	2	1	0	1	0	3	3	2	14
Gmina Szczecinek	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
Tychowo	2	3	2	1	2	0	3	2	2	17
Razem	53	48	47	27	45	19	33	43	41	356

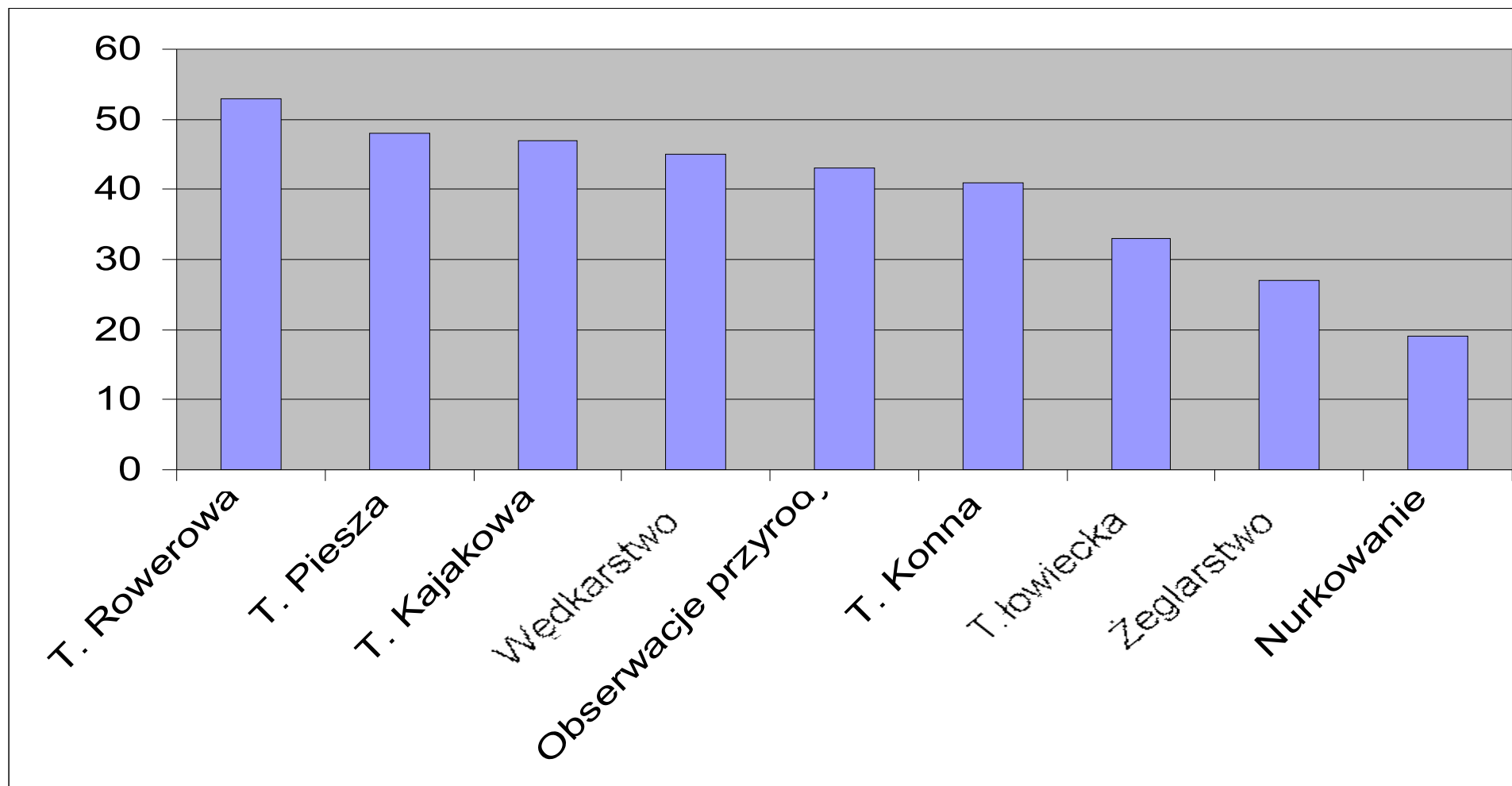
3 punkty – bardzo dobre warunki do rozwoju; 2 punkty – średnie warunki do rozwoju, 1 punkt – słabe warunki rozwojowe, 0 punktów – brak możliwości rozwoju

Opracowanie własne

Rys. 15 Ranking gmin ze względu na możliwości uprawiania turystyki kwalifikowanej



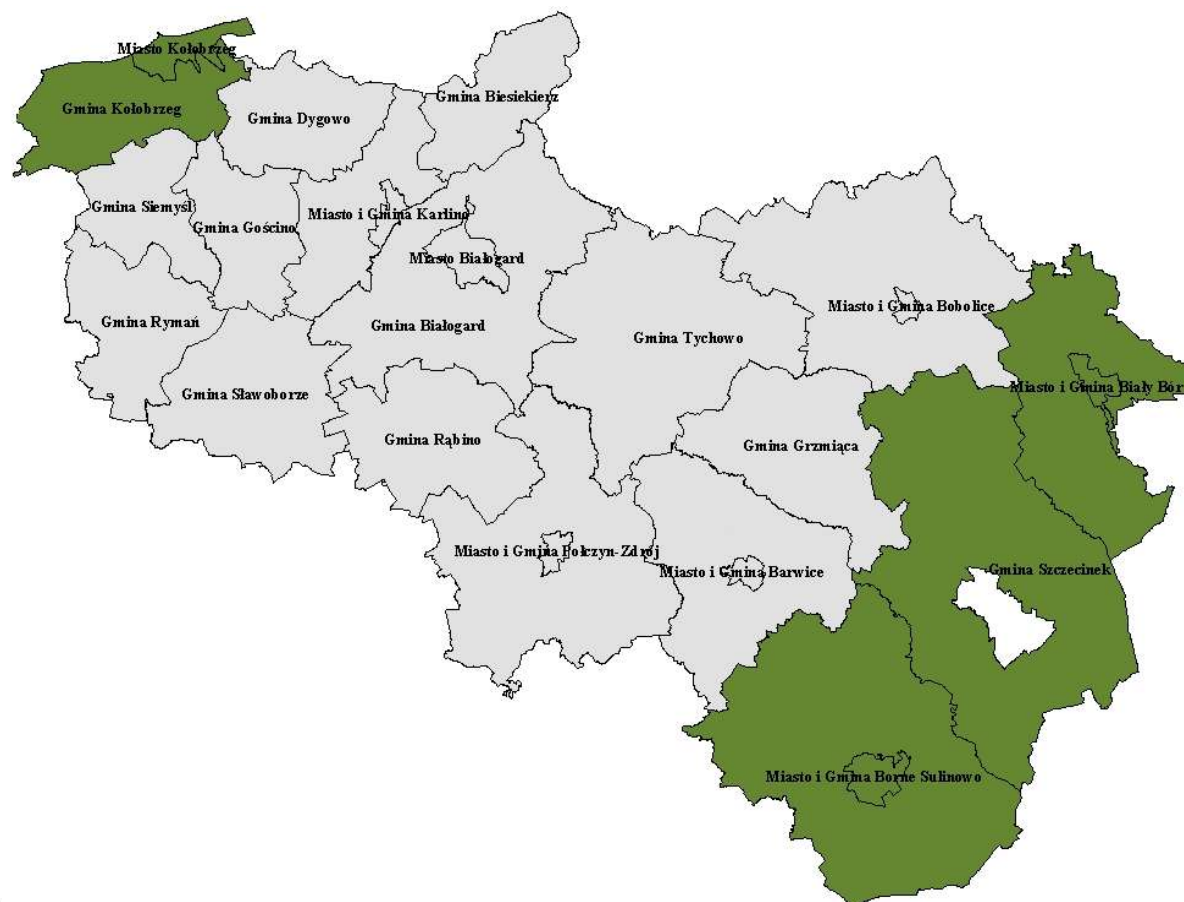
Rys. 16 Ranking produktów dla turystyki kwalifikowanej



Na podstawie przeprowadzonych analiz, których syntetyczne wyniki przedstawiono powyżej, można sformułować następujące stwierdzenia:

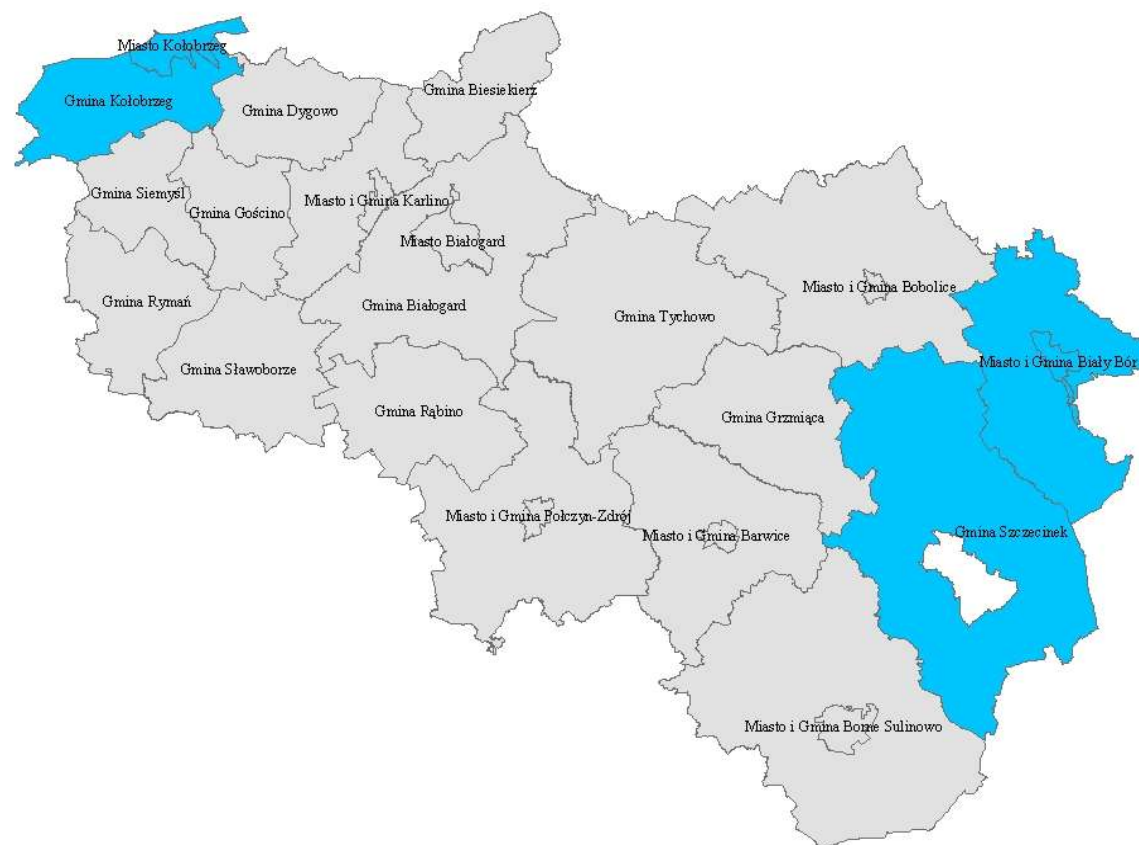
1. Produkty turystyczne mające podstawy do rozwoju na terenie gmin wchodzących w skład ZMiGDP można podzielić na kilka grup według ich znaczenia:
 - A. Do produktów mających najlepsze warunki do rozwoju na terenie Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty zaliczono produkty budowane z myślą o uprawianiu aktywnych form turystyki, produkty agroturystyczne, produkty dla turystyki krajoznawczej, a także produkty dla turystyki etnicznej – zakwalifikowano je do pierwszej, najważniejszej grupy produktów. Warunki do tworzenia tych produktów występują w większości gmin Związku.
 - B. W grupie drugiej, obejmującej produkty mające średnie warunki do rozwoju, znalazła się oferta związana z turystyką wypoczynkową, wycieczkami szkolnymi oraz dla turystyki tranzytowej. Produkty te mają warunki do rozwoju tylko w wybranych gminach charakteryzujących się określonymi cechami.
 - C. Trzecią grupę produktów, mającą lokalne znaczenie w kilku gminach, stanowią produkty budowane wokół oferty uzdrowiskowej oraz dla potrzeb turystyki konferencyjnej i szkoleń.
2. Wyniki analizy przestrzennej występowania najlepszych warunków do rozwoju produktów turystycznych w poszczególnych gminach przedstawiają się następująco:

Rys. 17 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla turystyki aktywnej



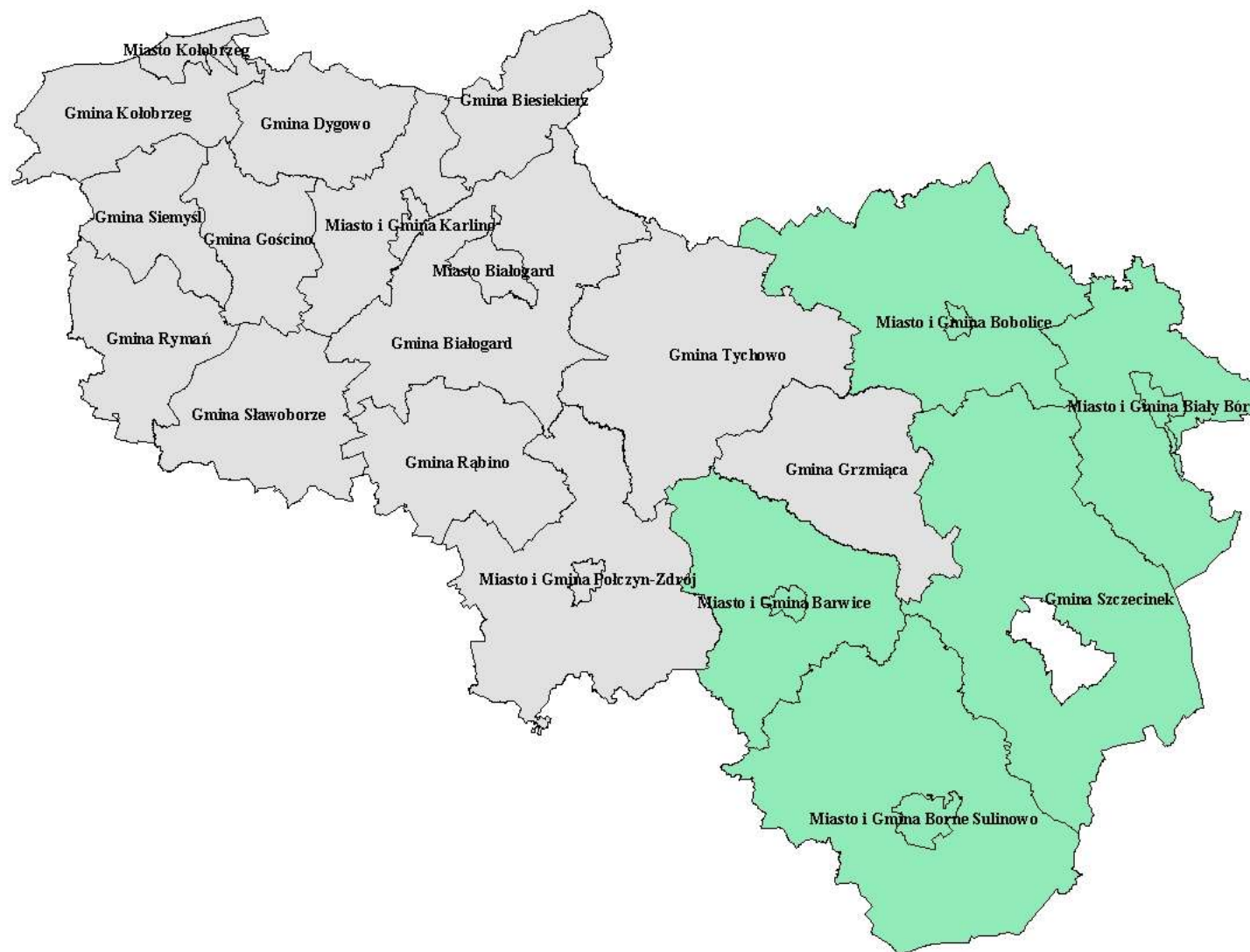
1
Ilustracja 1 Opracowanie własne

Rys. 18 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla turystyki wypoczynkowej

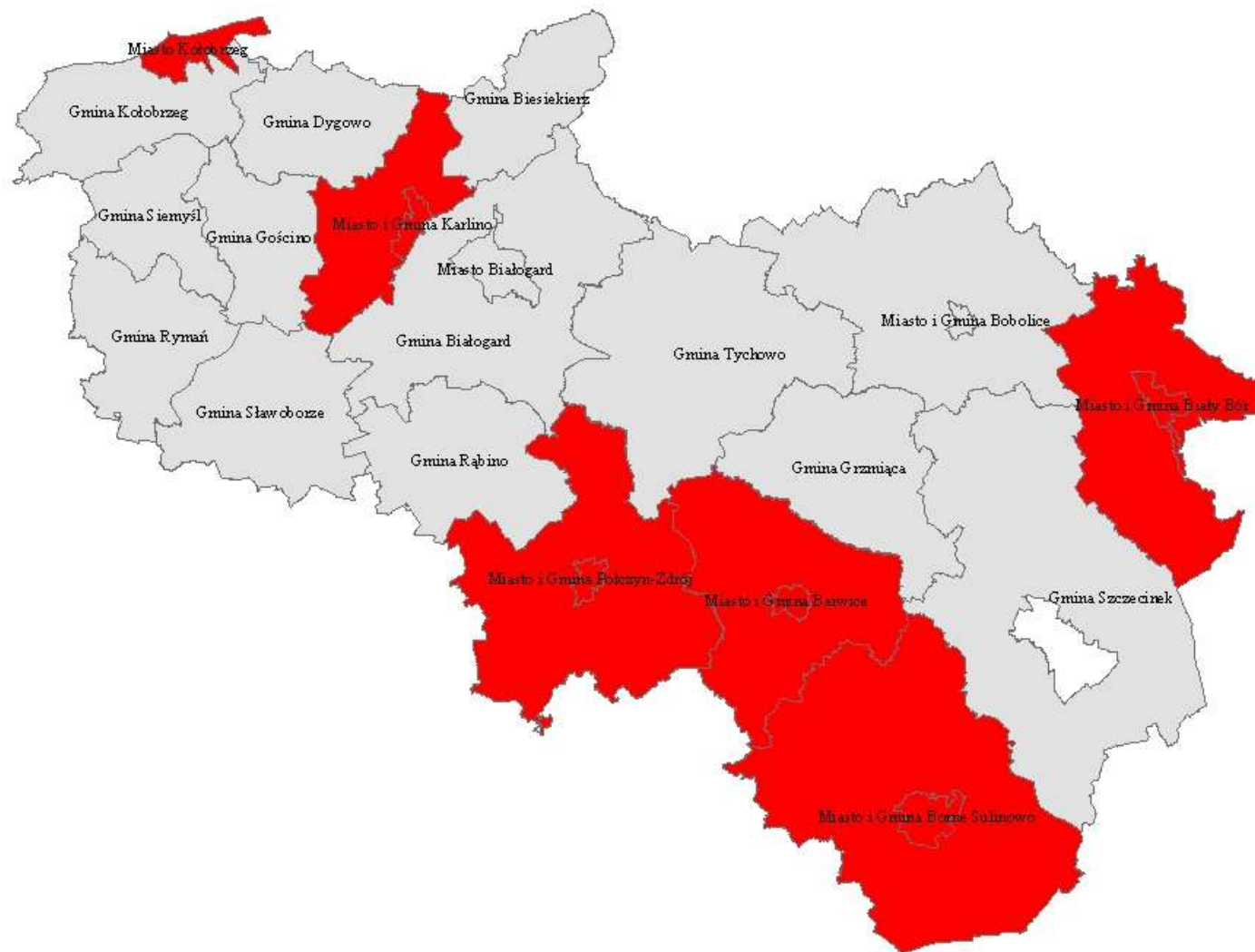


Ilustracja 2 Opracowanie własne

Rys. 19 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla agroturystyki

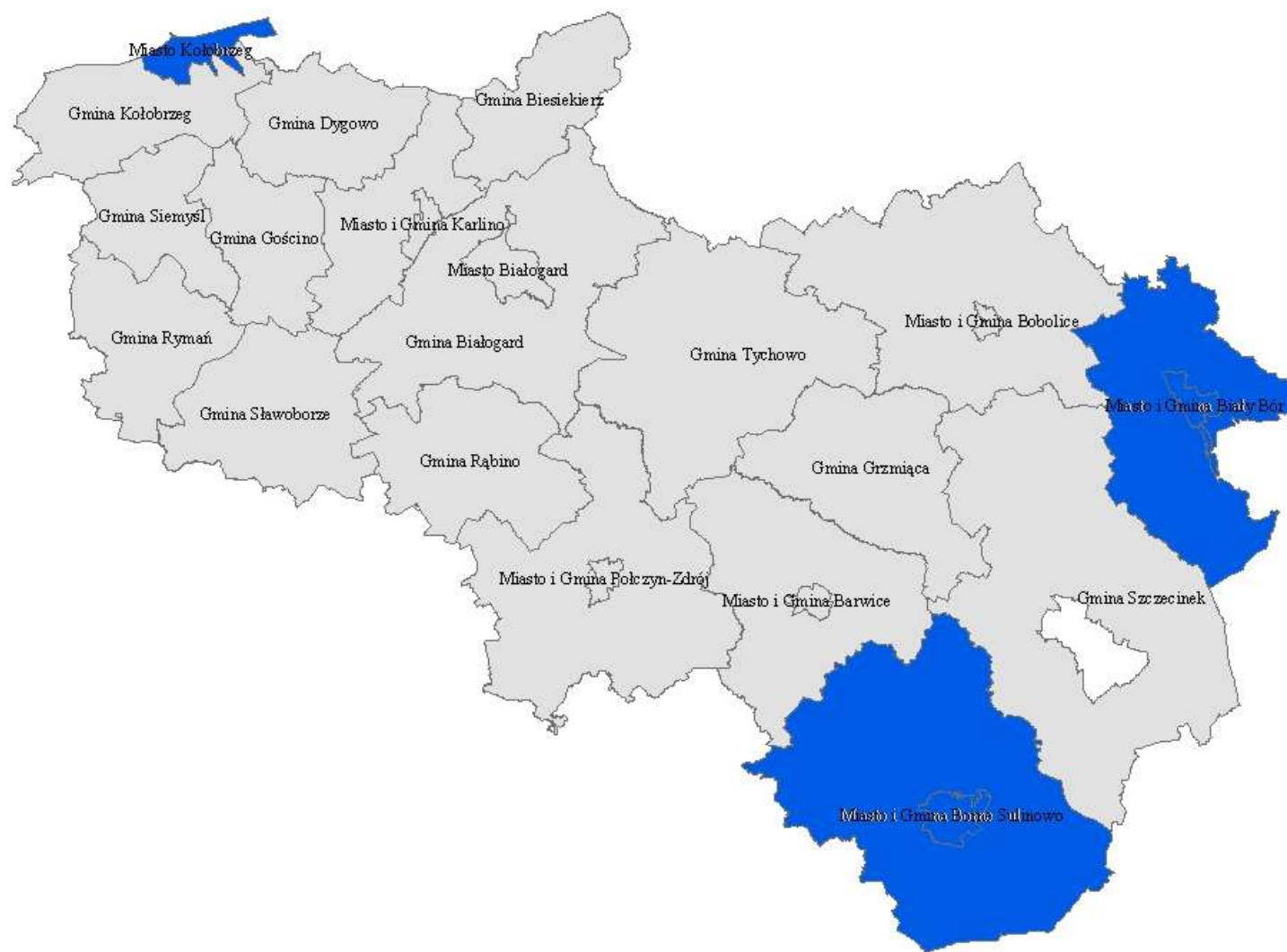


Rys. 20 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla turystyki krajoznawczej



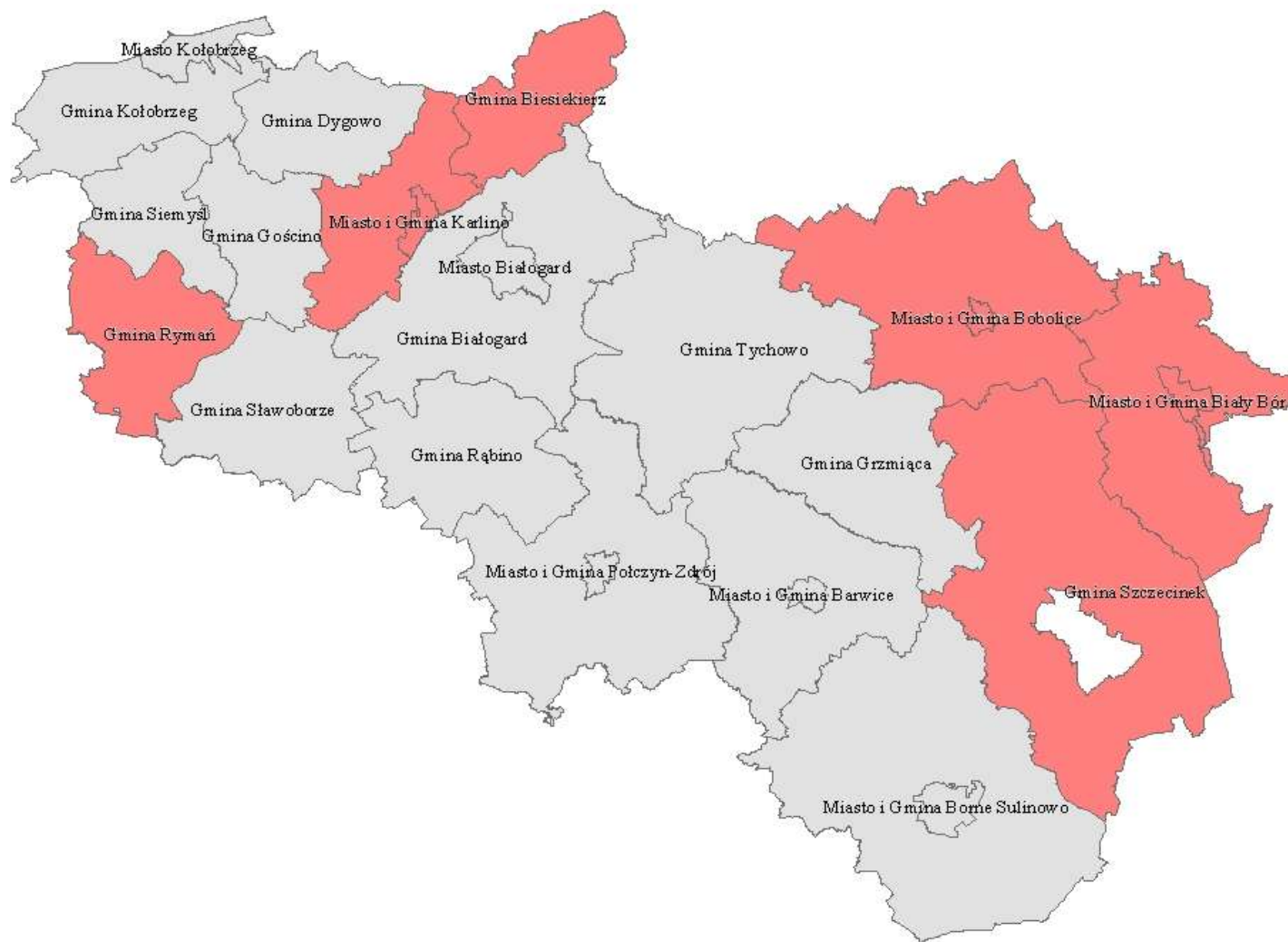
Opracowanie własne

Rys. 21 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla wycieczek szkolnych



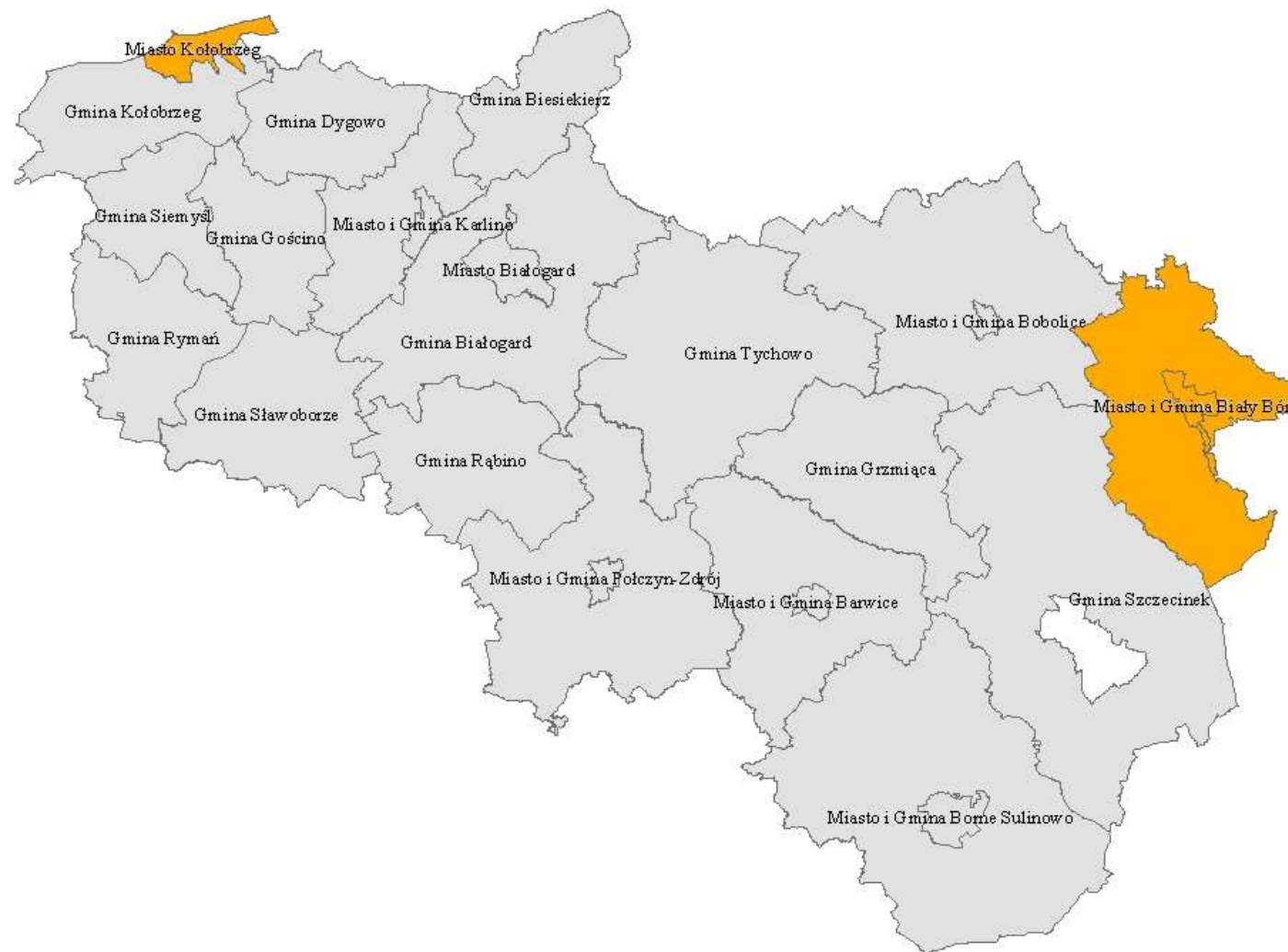
Opracowanie własne

Rys. 22 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla turystyki tranzytowej



Opracowanie własne

Rys. 23 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla turystyki etnicznej



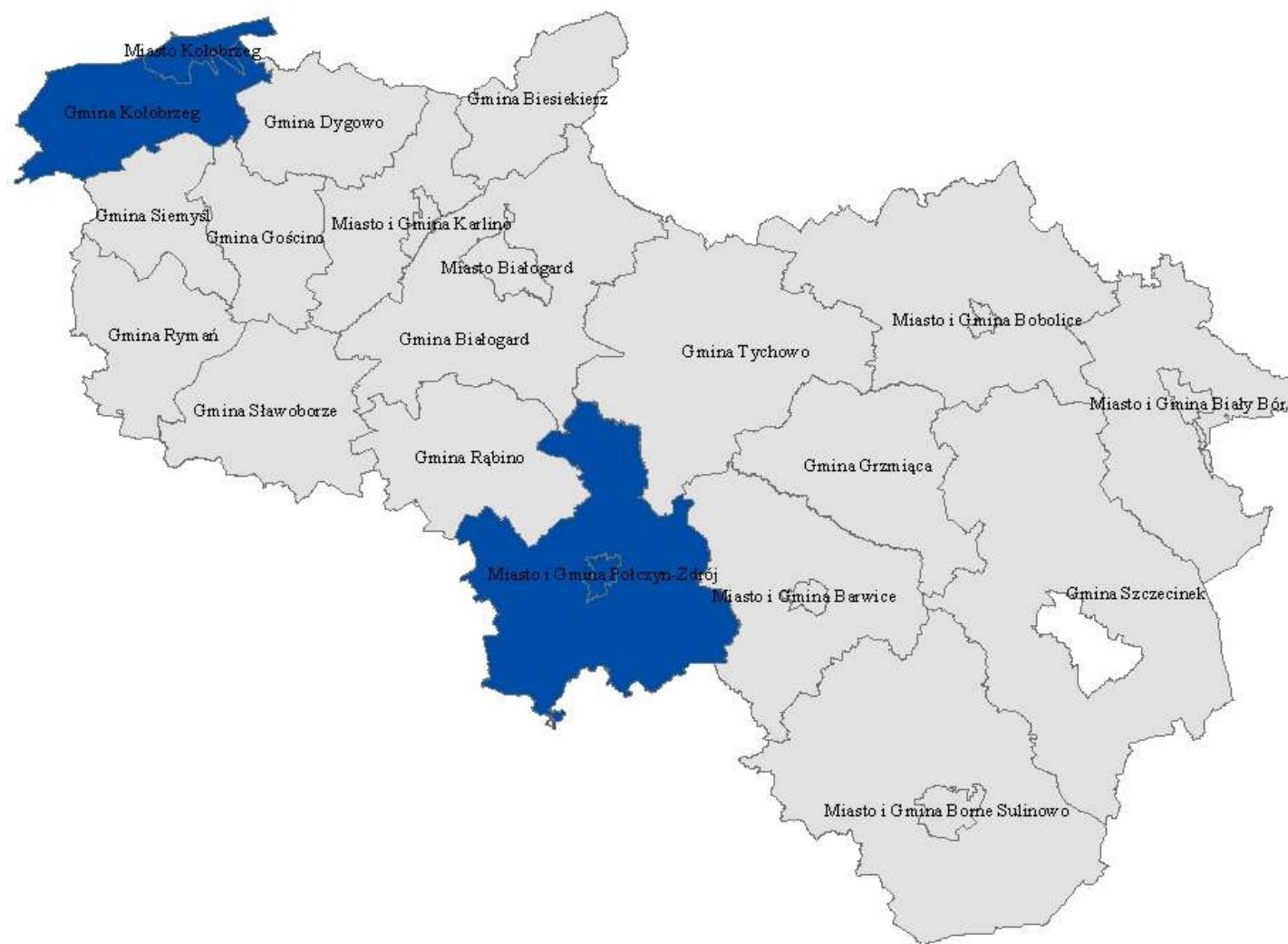
Opracowanie własne

Rys. 24 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla turystyki uzdrowiskowej



Opracowanie własne

Rys. 25 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla seminariów i konferencji



Opracowanie własne

5.3. Przykłady wybranych ponadlokalnych produktów turystycznych zalecanych do rozwoju na terenie ZMiGDP

1. Produkty dla wybranych form turystyki aktywnej – szczególną uwagę należy zwrócić na tworzenie produktów mających warunki do uzyskania przewagi konkurencyjnej w stosunku do innych obszarów, takich jak:
 - 1.1. Produkty dla wędkarzy – z wykorzystaniem zasobów Parsęty oraz jezior występujących na terenie ZMiGDP;
 - 1.2. Utworzenie turystycznych szlaków kajakowych – wspólne produkty gmin – budowane na bazie rzeki Parsęty;
 - 1.3. Utworzenie (i modernizacja) istniejących) turystycznych szlaków rowerowych – wspólne projekty infrastrukturalne gmin – budowane z wykorzystaniem zasobów przyrodniczych
 - 1.4. Utworzenie tras do terenowej jazdy konnej – wspólne projekty infrastrukturalne gmin – budowane na bazie zasobów przyrodniczych – kompleksów leśnych.
2. Produkty dla turystyki krajoznawczej – budowanie międzygminnych szlaków tematycznych o charakterze przyrodniczym i historycznym.
3. Zagospodarowanie turystyczne szlaków komunikacyjnych – projekt wymaga zaangażowania różnych podmiotów publicznych odpowiedzialnych za poszczególne rodzaje dróg.

Niezależnie od działań o charakterze infrastrukturalnym, instytucje zaangażowane w tworzenie poszczególnych grup produktów turystycznych, w tym przede wszystkim władze publiczne, powinny realizować projekty promocyjne wspierające rozwój wybranych form turystyki. Przykładami taki działań mogą być projekty dotyczące:

- promocji agroturystyki – projekt obejmujący swoim zasięgiem większość gmin. Realizowany z poziomu ZMiGDP, przy współudziale gospodarstw agroturystycznych;
- promocji turystyki aktywnej – projekt realizowany przez ZMiGDP, obejmujący promocję wybranych produktów dla turystyki aktywnej, mających szczególnie dobre warunki do rozwoju w poszczególnych gminach Związku (m.in. turystyka rowerowa, piesza, kajakowa, wędkarstwo, turystyka konna);
- promocji turystyki wypoczynkowej – projekt realizowany przez ZMiGDP, obejmujący promocję obszaru ze względu na występowanie unikatowych walorów wypoczynkowych.

6. Marketing i promocja

Marketing rozumiany jest jako zespół działań prowadzących do osiągnięcia zysków poprzez maksymalizację zadowolenia klienta. Dla osiągnięcia tego celu możliwe jest posłużenie się mieszanką instrumentów określanych mianem marketingu mix. W skład marketingu mix wchodzi cztery podstawowe elementy – produkt, cena, promocja i dystrybucja.

Produkt turystyczny utożsamiany jest ze wszystkimi elementami, których turysta doświadcza podczas podróży turystycznej. Cenę w regionie turystycznym należy rozumieć jako sumę kosztów ponoszonych w związku z dotarciem do miejsca docelowego, przebywaniem w miejscu docelowym oraz z powrotem do miejsca stałego zamieszkania.

Dla przedstawienia oferty i umożliwienia skorzystania z niej wykorzystywana jest promocja i dystrybucja.

Podstawowym zadaniem prowadzonych działań marketingowych w zakresie rozwoju turystyki na terenie Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty powinno być wykształcenie jednolitego wizerunku regionu pozwalającego na wyróżnienie pozycji konkurencyjnej i wyraźną identyfikację obszaru. Ma to przyczynić się do intensyfikacji ruchu turystycznego i osiągnięcia większych korzyści dla regionu.

Wizerunek obszarów turystycznych to inaczej wykreowana opinia na ich temat. Proces kształtowania wizerunku regionu turystycznego może przebiegać w oparciu o wiele działań. Pomocne w jego budowaniu są programy eksponujące odmienną danego obszaru zawarte w tak zwanej strategii pozycjonowania. Pozycjonowanie rozumiane jest jako zespół działań polegających na prezentowaniu oferty w taki sposób, aby w świadomości nabywcy zajmowała ona wyróżniające i wysoko oceniane miejsce. Oferta musi być więc przede wszystkim rozpoznawalna. Dla osiągnięcia tego celu konieczne jest wyselekcjonowanie i przedstawienie odbiorcy atrybutów ją odróżniających od innych i jednocześnie dla niego istotnych.

Sprawą kluczową dla rozwoju turystyki na terenie Związku jest przygotowanie odpowiedniego zaplecza i uzyskanie przychylności społeczności lokalnej. Proponowane działania marketingowe podzielone zostały na następujące kategorie:

- *marketing wewnętrzny*
- *marketing zewnętrzny.*

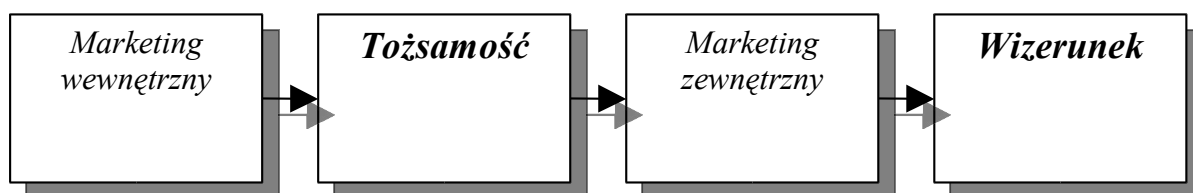
Tab. 16 Grupy docelowe działań marketingowych

	Marketing wewnętrzny	Marketing zewnętrzny
<i>Grupy docelowe</i>	- mieszkańcy lokalnego terytorium; - lokalni przedsiębiorcy branży turystycznej; - właściciele gospodarstw rolnych; - personel pracujący w urzędach administracji publicznej i instytucjach użyteczności publicznej; - grupy opiniotwórcze; - organizacje turystyczne; - lokalni inwestorzy;	- inwestorzy krajowi i zagraniczni; - przedsiębiorstwa poszukujące nowych obszarów działania; - banki i inne podmioty rynku finansowego; - osoby poszukujące nowych miejsc pracy i zamieszkania; - organizacje społeczne, polityczne i gospodarcze; - przedstawiciele mediów; - turyści i odwiedzający;
<i>Cel działań marketingowych</i>	- zapoznanie społeczności lokalnej z ofertą turystyczną obszaru - uzyskanie wsparcia dla proponowanych działań - nakłonienie do podejmowania działań i inwestycji w turystyce - wywołanie poczucia wewnętrznej tożsamości i integracji	- przedstawienie oferty potencjalnym inwestorom i nakłonienie do podjęcia działań - budowa pozytywnego wizerunku obszaru ZMiGDP - przekazanie potencjalnym odwiedzającym informacji na temat oferty turystycznej - intensyfikacja ruchu turystycznego poprzez zachęcanie do odwiedzania obszaru

Opracowanie własne

Budowa wizerunku obszaru ZMiGDP wymaga podejmowania wielorakich działań, powiązanych ze sobą dla osiągnięcia efektu synergii oraz stałego monitorowania postępującego procesu, dla wykrywania momentów wymagających poprawy i wzmocnienia. Podstawę wykreowania silnego wizerunku powinno stanowić silne poczucie wewnętrznej tożsamości.

Rys.26 Tożsamość jako podstawa kreowania wizerunku



Opracowanie własne

Marketing wewnętrzny

Działania w ramach marketingu wewnętrznego powinny być oparte przede wszystkim na szeroko pojętej komunikacji marketingowej dostarczającej społeczności lokalnej informacji na temat realizowanych przedsięwzięć w zakresie rozwoju gospodarki turystycznej na obszarze Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty.

Zidentyfikowane wcześniej grupy społeczności lokalnej można podzielić na trzy podstawowe kategorie:

1. *przedstawicieli branży turystycznej* (przedsiębiorcy, grupy opiniotwórcze, organizacje turystyczne i powiązane z turystyką, lokalni inwestorzy i właściciele gospodarstw rolnych, w których potencjalnie można rozwijać agroturystykę),
2. *administrację publiczną* (przedstawiciel urzędów administracji publicznej i instytucji użyteczności publicznej zaangażowani w rozwój turystyki),
3. *mieszkańców*.

Treści i narzędzia komunikacji skierowane do poszczególnych grup powinny przybierać następujące formy:

Tab. 17 Treści i narzędzia komunikacji w marketingu wewnętrznym

	Treść przekazu	Rekomendowane główne narzędzia komunikacji
<i>przedstawiciele branży turystycznej</i>	- informacje na temat planowanych działań - prezentacja oferty inwestycyjnej - ukazanie korzyści z włączenia się w proces realizacji programu	- lokalna prasa - biuletyny informacyjne - ogłoszenia w urzędach miast i gmin - konferencje prasowe - raporty - bezpośrednie kontakty z inwestorami - szkolenia dla przedsiębiorców i inwestorów - Internet
<i>administracja publiczna</i>	- zapoznanie z założeniami Programu Rozwoju Turystyki - ukazanie korzyści z włączenia się w proces realizacji spójnego programu	- raporty - konferencje i seminaria - Internet
<i>mieszkańcy</i>	- ukazanie korzyści z rozwoju turystyki - przedstawienie oferty turystycznej regionu	- lokalna prasa - broszury i informatory - ulotki - plakaty - imprezy i wydarzenia

Opracowanie własne

Zastosowanie poszczególnych rodzajów narzędzi komunikacji wewnętrznej powinno każdorazowo być dopasowane do docelowego audytorium przekazu i postawionego celu. Wszystkie działania, prowadzone w ramach marketingu wewnętrznego, mają doprowadzić do utworzenia podstawy rozwoju produktów turystycznych na obszarze ZMiGDP, przygotowania zaplecza dla kreowanej oferty oraz zyskania przychylności społeczności lokalnej przekładającej się na gościnne przyjęcie odwiedzających.

Marketing zewnętrzny

Adresatami działań marketingu zewnętrznego są przede wszystkim:

1. *instytucje i osoby, które są lub mogą być potencjalnie zaangażowane w proces tworzenia produktu turystycznego* obszaru ZMiGDP (organizatorzy turystyki, przewodnicy, piloci, inwestorzy i instytucje finansujące),
2. *instytucje i osoby wspierające kreowanie produktu* (przedstawiciele mediów, autorzy publikacji, organizacje polityczne, społeczne i gospodarcze),
3. *turyści i odwiedzający.*

Proces komunikacji i pozycjonowania oferty skierowany do turystów i odwiedzających jest opisany w punktach: *Marketing głównego produktu turystycznego* oraz *Marketing zdywersyfikowanych produktów turystycznych*. Poniżej zaprezentowano główne treści głównego narzędzia przekazu skierowane do pierwszej i drugiej grupy odbiorców.

Tab. 18 Treści i narzędzia komunikacji w marketingu zewnętrznym

	Treść przekazu	Rekomendowane główne narzędzia komunikacji
<i>Współtwórcy produktu turystycznego</i>	- kompleksowy zestaw informacji na temat oferty turystycznej obszaru - informacje na temat planowanych działań - prezentacja oferty inwestycyjnej - ukazanie korzyści z włączenia się w proces realizacji programu - informacje dotyczące możliwości współpracy z lokalnymi władzami i organizacjami oraz możliwości uzyskania wsparcia	- wystawy, - targi, - prezentacje, - informatory, - wyjazdy studyjne, - prasa specjalistyczna.

	<i>Treść przekazu</i>	<i>Rekomendowane główne narzędzia komunikacji</i>
<i>Instytucje i osoby wspierające kreowanie produktu</i>	- kompleksowy zestaw informacji na temat oferty turystycznej obszaru - prezentacja założeń Programu Rozwoju Turystyki	- informatory, - broszury, ulotki, - przewodniki, - wyjazdy studyjne, - konferencje prasowe, - prezentacje, - wystawy, - Internet.

Opracowanie własne

Zastosowanie poszczególnych rodzajów narzędzi komunikacji zewnętrznej powinno każdorazowo być dopasowane do docelowego audytorium przekazu i postawionego celu.

6.1. Marketing głównego produktu obszaru

Proces pozycjonowania oferty turystycznej ZMiGDP powinien przebiegać w oparciu o eksponowanie cech charakteryzujących obszar:

- *atrakcyjna, niekiedy dzika przyroda, osobliwości flory i fauny,*
- *„aktywny wypoczynek i błogie lenistwo” obszar, w którym każdy odwiedzający znajdzie coś atrakcyjnego,*
- *„bieguny – uzdrowiska” (Kołobrzeg na północy i Połczyn Zdrój na południu),*
- *gościnność mieszkańców.*

Istotnym narzędziem procesu kreowania wizerunku jest **marka**. Według Philipa Kotlera “marka to nazwa, termin, symbol, wzór lub ich kombinacja, stworzona celem identyfikacji dóbr lub usług sprzedawcy lub ich grupy i wyróżnienia ich spośród konkurencji”¹³. Marka, choć często posiada materialne wyrazy, jakimi jest znak towarowy, czy logo, nie jest czymś fizycznym. Egzystuje przede wszystkim w świadomości uczestników gry rynkowej – klientów, konkurentów i kontrahentów.

Kształtując markę należy dokonać wyboru między kreowaniem marki indywidualnej, tzn. oddzielnej dla każdego produktu lub grupy produktów i marki zbiorczej – wspólnej dla wszystkich produktów.

¹³ Ph. Kotler: Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie, kontrola. Gebethner i Ska., Warszawa 1994, s.410

W przypadku procesu budowy wizerunku obszaru ZMiGDP powinna zostać wykreowana ***spójna marka obejmująca oddziaływaniem wszystkie produkty turystyczne obszaru i cały region.***

Pomocniczo możliwe do przeprowadzenia są także działania w zakresie tworzenia lokalnych marek przypisanych do:

- ***poszczególnych miejscowości*** np. marka Połczyn Zdrój
- marek przypisanych do ***lokalnych atrakcji*** np. *glaz Tryglaw w Tychowie*
- marek wyodrębnionych ***produktów turystycznych tworzonych wokół wiodących form turystyki*** np. wędkarstwo, kajakarstwo.

Ponieważ marka ma zakotwiczyć się i egzystować przede wszystkim w świadomości klientów, trzeba im ją przedstawić. Służą temu działania wchodzące w skład szeroko pojmowanej kompozycji promocyjnej. Narzędzia promocji należy dobierać przy uwzględnieniu specyfiki docelowego audytorium przekazu.

Budowa wizerunku turystycznego obszaru ZMiGDP wymaga jednolitego systemu komunikacji marketingowej wysyłanego równolegle przez władze samorządowe miast i gmin należących do związku, organizacje turystyczne, podmioty gospodarcze działające w sferze turystyki. Przyczyni się to do wzmocnienia siły przekazu. Spójność procesu budowy wizerunku powinna zostać skupiona wokół:

- *systemu identyfikacji wizualnej – wykorzystującego logo i logotyp¹⁴,*
- *hasła,*
- *jednolitego charakteru i atmosfery przekazu.*

Logo i logotyp



¹⁴ stylizowany napis prezentujący nazwę Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty

Logo zostało wyłonione w ramach otwartego konkursu przeprowadzonego przez Związek Miast i Gmin Dorzecza Parsęty.

Symbolizuje obszar Dorzecza Parsęty i jego walory (rzekę, morze, zielen i słońce). Parsęta płynie wśród lasów i łąk, na końcu wpadając do Bałtyku.

Logo ma wywoływać ciepłe skojarzenia obszaru przyjaznego, czystego, oferującego warunki do wypoczynku i relaksu. Meandry Parsęty mają stanowić wyzwanie i obietnicę atrakcyjnego wypoczynku w otoczeniu natury.

Logo powinno zostać umieszczone na wszelkich drukowanych materiałach promocyjnych, tablicach informacyjnych oraz tablicach oznaczających wjazd na teren ZMiGDP oraz na tereny poszczególnych gmin i miast.

Hasło

„Dorzecze Parsęty – Kraina przyjazna aż po horyzont”

Hasło zostało wyłonione w ramach konkursu przeprowadzonego przez Związek Miast i Gmin Dorzecza Parsęty.

Hasło stanowi logiczną konsekwencję i uzupełnienie logo. Treść sugeruje przyjazne przyjęcie i powinno zostać skojarzone z atmosferą panującą na całym obszarze Dorzecza Parsęty. Bez względu na cel przyjazdu każdy odwiedzający jest tutaj mile widziany i znajdzie coś atrakcyjnego dla siebie.

Hasło może być wykorzystywane łącznie z logo w materiałach drukowanych. Innym rozwiązaniem jest wykorzystywanie wyłącznie hasła – głównie w dźwiękowych materiałach promocyjnych (np. przekaz radiowy).

Charakter i atmosfera przekazu

Przekazy promocyjne powinny odwoływać się przede wszystkim do uczuć i emocji odbiorcy wzbudzając sympatię i przychylne nastawienie. Sposób prezentacji ma być natomiast przyjazny, ciepły i intrygujący, tak aby turysta poczuł się zaproszony do bezpiecznej i atrakcyjnej krainy dającej nadzieję na ciekawą przygodę, a jednocześnie swobodny, nieskrępowany wypoczynek.

Zakres i sposób wykorzystania i udostępniania znaku graficznego oraz hasła promocyjnego zawarte zostaną w opisie systemu identyfikacji obszaru stanowiącym załącznik do niniejszego opracowania.

Niezmiernie istotne jest stosowanie systemu identyfikacji konsekwentnie na całym obszarze Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty.

System informacji turystycznej

Jednym z przesłań przekazu komunikacyjnego skierowanego do odwiedzających i turystów jest atmosfera miłego przyjęcia i zaproszenia wywołująca poczucie zaufania. Logicznym uzupełnieniem i konsekwencją tego założenia powinien być obok systemu identyfikacji wizualnej, który przyczynia się do odróżnienia i rozpoznawalności obszaru, wpływając także na kreowanie pozytywnych skojarzeń powinno być stworzenie *Systemu Informacji Turystycznej* (SIT) w regionie.

Turyści poszukują informacji jeszcze przebywając w miejscu stałego zamieszkania przed wyjazdem, podejmując decyzję o wyborze miejsca docelowego i sposobach dotarcia do niego, możliwości zakwaterowania oraz zagospodarowania czasu w nim spędzanego. Informacje są także niezbędne już w trakcie podróży i przebywania w miejscu docelowym, ale także po powrocie do miejsca zamieszkania (co ma szczególne przełożenie na podtrzymanie wspomnień oraz utrwalenie wizerunku). Niedostarczenie wystarczającego zestawu informacji, wiarygodnych i odpowiadających oczekiwaniom wyjeżdżającego może doprowadzić do utraty turysty. Brak informacji w obszarze docelowym powoduje także często niewykorzystanie w pełni oferty, co przyczynia się do obniżenia poziomu przychodów.

Informacja turystyczna powinna obejmować przede wszystkim dane na temat:

- walorów turystycznych obszaru,
- zagospodarowania turystycznego,
- imprez i wydarzeń odbywających się w regionie,
- dostępności poszczególnych obiektów i możliwości podróżowania po regionie
- oferty bazy towarzyszącej,
- podmiotów turystycznych działających na obszarze ZMiGDP.

System Informacji Turystycznej może być także wykorzystywany przez potencjalnych inwestorów. Powinien zatem zawierać także dane na temat planowanych inwestycji i przedsięwzięć.

Właściwie funkcjonujący SIT powinien:

- zawierać kompleksowe informacje istotne z punktu widzenia jego użytkowników – głównie odwiedzających i przedsiębiorstwa turystyczne,
- udostępniać dane aktualne i zgodne z rzeczywistością,
- być dostępny i łatwy w użytkowaniu dla osób korzystających,

– być spójny.

System Informacji Turystycznej powinien stanowić mozaikę współpracujących ze sobą i powiązanych ogniw umożliwiających jak najwygodniejszy i najpełniejszy dostęp dla użytkownika.

W skład Systemu Informacji Turystycznej na obszarze Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty powinny wejść następujące elementy:

1. Centra informacji turystycznej
2. Stanowiska informacyjne lub punkty informacyjne
3. Elektroniczne kioski informacyjne
4. Tablice informacyjne
5. Internet

Ad.1 Centra informacji turystycznej powinny być rozwijane w największych miejscowościach regionu oraz w miarę możliwości i konieczności w okolicach najważniejszych atrakcji turystycznych we współpracy z władzami lokalnymi lub/i Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi oraz stowarzyszeniami i organizacjami turystycznymi działającym na obszarze Dorzecza Parsęty. CIT mają stanowić podstawę systemu informacji koordynując dystrybucję i wspomagając przygotowanie materiałów informacyjnych i promocyjnych. Wskazane jest aby osoby korzystające z usług CIT miały możliwość otrzymania pełnego zestawu informacji na temat całego Dorzecza Parsęty i rozwijanych na jego terenie produktów turystycznych, a także pełniej oferty turystycznej (baza noclegowa, żywieniowa, towarzysząca) oraz na temat lokalnych produktów oferowanych na obszarze działania danego CIT. Wskazane jest umożliwienie skorzystania z pomocy w rezerwacji miejsc noclegowych oraz innych usług (np. wynajem środków transportu).

Dodatkowo CIT mają spełniać funkcję instytucji monitorujących ruch turystyczny na danym obszarze i być pomocne w przygotowaniu opracowań statystycznych wykorzystywanych do prognozowania jego rozkładu i natężenia.

Informacja na temat najbliższych CIT powinna być udostępniona we wszystkich stanowiskach informacji turystycznej oraz pozostałych elementach stanowiących ogniwa systemu informacji turystycznej na terenie ZMiGDP.

Obsługa w CIT powinna być możliwa w języku polskim, niemieckim i angielskim.

Ad.2 Stanowiska informacyjne nie wymagają do swej działalności wyodrębnionych lokalowo placówek. Dla osiągnięcia jak najlepszego efektu wskazane jest sytuowanie punktów w

miejscach potencjalnego nagromadzenia turystów i odwiedzających, takich jak: stacje benzynowe, dworce, parkingi przydrożne, atrakcje turystyczne. W punktach informacyjnych użytkownicy powinni mieć możliwość pobrania bezpłatnych materiałów promocyjnych, map obrazujących rozmieszczenie przestrzenne poszczególnych atrakcji i bazy noclegowej, wypożyczalni sprzętu, informatorów dotyczących organizowanych imprez i aktualnych wydarzeń itp. Dystrybucja materiałów powinna się odbywać za pomocą specjalnie przygotowanych regałów i stojaków, dodatkowo oznakowanych z zachowaniem założeń systemu identyfikacji wizualnej obszaru.

W miarę konieczności, w zależności od zaobserwowanego zapotrzebowania turystów, zakres usług stanowisk informacyjnych może być rozszerzany o informacje i świadczenia wykonywane przez pracowników, przybierając formę *punktów informacji turystycznej*.

Oferowane materiały promocyjne powinny być dostępne w języku polskim, niemieckim i angielskim i przygotowane z zachowaniem zasad określonych w systemie identyfikacji wizualnej, opatrzone logo i hasłem ZMiGDP.

Ad.3 *Elektroniczne kioski informacyjne* powinny stanowić uzupełnienie pozostałych elementów SIT i być ustawiane w miejscach szczególnego natężenia ruchu turystycznego w większych miejscowościach obszaru. Multimedialne kioski powinny być dostępne całodobowo i zawierać prezentacje na temat istniejących atrakcji i imprez turystycznych, dostępnej bazy noclegowej i żywieniowej, połączeń komunikacyjnych, oferty usług dodatkowych. Dzięki zastosowaniu form graficznych przekaz będzie pełniejszy i bardziej sugestywny. Prezentacje powinny być dostępne w co najmniej trzech językach (polskim, niemieckim i angielskim). Ponieważ użytkownicy będą korzystać z kiosków samodzielnie, ich obsługa powinna być bardzo uproszczona.

Zadaniem elektronicznych kiosków powinno być nie tylko dostarczenie niezbędnych danych, ale także poprzez wykorzystanie sieci Internet (w ograniczonym zakresie) przesyłanie uproszczonych wiadomości. Korzystający, obok pozyskiwania informacji będą mogli także poinformować najbliższych o miejscu przebywania.

Wszystkie kioski informacyjne oraz prezentacje przez nie udostępniane powinny być przygotowane z zachowaniem zasad systemu identyfikacji wizualnej, opatrzone logo i hasłem promocyjnym Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty.

Ad.4 *Tablice informacyjne* mogą stać się podstawowym kanałem komunikacji skierowanym do odwiedzających. Powinny maksymalnie ułatwić poruszanie się po obszarze miast i gmin

należących do Związku. Powierzchnia i liczba informacji powinna być uzależniona od celu przekazu. Proponuje się następujące rodzaje tablic informacyjnych:

- wielkopowierzchniowe tablice prezentujące mapy całego obszaru, z zaznaczeniem głównych jego miejscowości i atrakcji turystycznych oraz Centrów Informacji Turystycznej – powinny być ustawione przy głównych trasach przejazdowych - droga nr 6 (międzynarodowa E 28), nr 11, nr 23, nr 163, nr 172 i 152, nr 162, nr 21;
- tablice prezentujące mapy poszczególnych gmin z zaznaczeniem głównych atrakcji turystycznych – ustawiane w miejscowościach będących siedzibami władz gminy;
- tablice ustawiane przy głównych atrakcjach turystycznych (np. Tryglaw w Tychowie, Latarnia morska w Kołobrzegu), powinny zawierać zestaw podstawowych informacji na temat prezentowanego obiektu;
- tablice informacyjne ustawiane na początkach szlaków turystycznych zawierające schematyczne mapy przebiegu szlaku oraz opis trasy.

Wszystkie tablice informacyjne powinny zostać przygotowane z zachowaniem zasad systemu identyfikacji wizualnej, być opatrzone logo Związku i hasłem promocyjnym.

Ad.5 *Internet* stanowi obecnie jeden z istotniejszych nośników informacji. Uwzględniając podstawowe jego zalety:

- możliwość szybkiej zmiany przekazywanych danych, co przyczynia się do podniesienia ich aktualności,
- możliwość przekazywania wiadomości graficznych,
- szybkość dotarcia do dużego grona odbiorców, także poza granicami kraju,

należy stwierdzić, że Internet powinien zostać wskazany jako ważne uzupełnienie SIT. Podstawą przekazu informacji powinna być strona WWW umożliwiająca samodzielne wyszukiwanie interesujących odbiorcę danych. Powinna przedstawiać informacje na temat oferty turystycznej obszaru, wraz z podaniem informacji o dostępnej bazie noclegowej, żywieniowej i towarzyszącej, a także o dostępności komunikacyjnej. Użytkownik powinien mieć także możliwość zadawania pytań i uzyskiwania odpowiedzi na nurtujące go problemy oraz umieszczania swoich komentarzy do zamieszczanych informacji.

Rozbudowana strona internetowa może stać się także łącznikiem w kontaktach pomiędzy oferującymi usługi turystyczne i potencjalnymi klientami poprzez umieszczony system połączeń i odwołań do ich stron.

Strona internetowa powinna zostać przygotowana przy zachowaniu zasad systemu identyfikacji wizualnej, opatrzona logo i hasłem Związku.

6.2. Marketing zdywersyfikowanych produktów turystycznych

W toku analiz wyodrębniono produkty turystyczne, w stosunku do których powinien zostać zaprojektowany odpowiedni przekaz promocyjny, wpływający na intensyfikację ruchu turystycznego:

- **turystyka aktywna,**
- **turystyka wypoczynkowa,**
- **agroturystyka,**
- **turystyka uzdrowiskowa,**
- **turystyka krajoznawcza,**
- **wycieczki szkolne,**
- **turystyka tranzytowa,**
- **seminaria i konferencje,**
- **turystyka etniczna.**

Planowanie działań marketingowych wspierających rozwój wyodrębnionych produktów turystycznych powinno przebiegać w oparciu o poniższy schemat:

1. określenie celów działań marketingowych w odniesieniu do wyodrębnionych produktów
2. identyfikacja docelowego audytorium działań
3. projektowanie przekazu
4. dobór narzędzi komunikacji marketingowej i dystrybucji produktów

Określenie celów działań marketingowych w odniesieniu do wyodrębnionych produktów

Nadrzędnym celem wszystkich prowadzonych działań marketingowych jest intensyfikacja ruchu turystycznego i wzrost przychodów uzyskiwanych z turystyki. Cel ten może być wypełniany poprzez realizację celów szczegółowych:

- zwiększenie liczby przyjazdów – poprzez podniesienie rozpoznawalności obszaru i zachęcenie do odwiedzin,
- wydłużenie czasu pobytu turystów w obszarze ZMiGDP – poprzez dywersyfikację i urozmaicenie oferty pobytu,
- zwiększenie poziomu dziennych wydatków – poprzez wykreowanie kompleksowej oferty turystycznej i przedstawienie jej turystom.

Identyfikacja docelowego audytorium

Ze względu na kryterium wykorzystania poszczególnych rodzajów produktów można wyodrębnić następujące grupy turystów odwiedzających obszar Dorzecza Parsęty:

- turyści aktywni,
- turyści nastawieni na odpoczynek,
- turyści weekendowi,
- agroturyści,
- kuracjusze,
- turyści nastawieni na poznanie,
- „zielone szkoły” i wycieczki szkolne,
- turyści tranzytowi,
- uczestnicy szkoleń i konferencji.
- turyści etniczni,

Poszczególne grupy turystów scharakteryzowane zostały w poniższej tabeli.

Tab. 19 Charakterystyka grup turystów odwiedzających obszar Związku

Grupa turystów	Charakterystyka
<i>Turyści aktywni</i>	miłośnicy aktywnych form spędzania czasu wolnego umożliwiających doskonalenie i rozwijanie własnych umiejętności i zamiłowań oraz tężyzny fizycznej; oczekują wyzwań i niezapomnianych doznań; uprawianie większości form turystyki aktywnej wymaga specjalistycznego przygotowania oraz sprzętu
<i>turyści nastawieni na odpoczynek</i>	Osoby nastawione na regenerację sił psychicznych i fizycznych zużytych w czasie pracy lub nauki w otoczeniu atrakcyjnych walorów przyrodniczych. Turyści przebywają w miejscach docelowych stosunkowo długo i oczekują oferty zagospodarowania czasu wolnego. Większość tej grupy stanowią rodziny z dziećmi i osoby starsze.
<i>turyści weekendowi</i>	Wyjeżdżający na krótko, najczęściej mieszkańcy dużych aglomeracji. Poszukują atrakcyjnych możliwości wypoczynku w niedalekiej odległości od miejsc zamieszkania.
<i>agroturyści</i>	Najczęściej mieszkańcy miast poszukujący możliwości spędzenia czasu wolnego na wsi. Główną atrakcją jest możliwość uczestniczenia i obserwacji prac gospodarskich oraz zakupu tradycyjnych potraw przyrządzanych ze świeżych produktów wytwarzanych w gospodarstwie. Podstawowym motywem wyboru tej formy turystyki jest poszukiwanie odmiany.
<i>kuracjusze</i>	Osoby starsze oraz chore, dla których głównym motywem wyjazdu jest rehabilitacja i regeneracja zdrowia. Oczekują przede wszystkim bogatej oferty usług uzdrowiskowych i leczniczych. W tej grupie mogą się znaleźć również osoby poszukujące dodatkowej propozycji zagospodarowania czasu wolnego np. w formie imprez kulturalnych.
<i>turyści nastawieni na poznanie</i>	Głównym czynnikiem skłaniającym do podróży, w tej grupie turystów jest chęć poznania czegoś nowego, unikalnego, odmiennego. Turyści nastawieni na poznanie oczekują wyczerpujących informacji pozwalających na zdobycie wiedzy na temat odwiedzanej atrakcji.
<i>„zielone szkoły” i wycieczki szkolne</i>	W tej grupie znajdują się głównie dzieci i młodzież szkolna. Podstawową przyczyną wyjazdu jest motyw poznawczy. Turyści oczekują przede wszystkim zapewnienia bezpieczeństwa i możliwości zakwaterowania i wyżywienia większej grupy osób.

Grupa turystów	Charakterystyka
<i>turyści tranzytowi</i>	Osoby przejeżdżające przez obszar ZMiGDP wzdłuż głównych tras komunikacyjnych, najczęściej własnymi samochodami. Oczekują odpowiedniej infrastruktury – stacji benzynowych, parkingów oraz dobrego oznakowania.
<i>uczestnicy szkoleń i konferencji</i>	W tej grupie znajdują się najczęściej osoby uczestniczące w krótkoterminowych wyjazdach. Podstawą przyjazdu nie są walory turystyczne obszaru, lecz uczestnictwo w zorganizowanej imprezie (konferencji, szkoleniu). Przedstawiciele uczestników szkoleń i konferencji oczekują przede wszystkim odpowiednio przygotowanej infrastruktury oraz oferty usług towarzyszących.
<i>turyści etniczni</i>	Turyści etniczni najczęściej uczestniczą w tzw. podróżach „sentymentalnych” w celu odwiedzin miejsca urodzenia, lub miejsc pochodzenia przodków. W tej grupie znajdują się także osoby odwiedzające krewnych. Turyści tej kategorii oczekują przede wszystkim wyeksponowania i przedstawienia obiektów związanych z historią i kulturą danego narodu.

Opracowanie własne

Na podstawie przeprowadzonej analizy potencjału turystycznego regionu, trendów na rynku turystycznym oraz popytu turystycznego i konsultacji z przedstawicielami miast i gmin stowarzyszonych w ZMiGDP wyodrębniono, ze względu na miejsce zamieszkania, następujące główne segmenty turystów, do których powinna zostać skierowana oferta turystyczna Dorzecza Parsęty:

- Polacy
- Niemcy
- Skandynawowie.

Tab. 20 Główne grupy konsumentów produktu turystycznego Dorzecza Parsęty

Główny segment rynku	Podsegmenty	Główne produkty turystyczne
<i>POLACY</i>	Mieszkańcy pozostałych województw Polski	- Turystyka wypoczynkowa - Turystyka aktywna - Turystyka zdrowotna - Agroturystyka - Turystyka krajoznawcza - Seminaria i konferencje - „Zielone szkoły”

<i>Główny segment rynku</i>	<i>Podsegmenty</i>	<i>Główne produkty turystyczne</i>
<i>NIEMCY</i>	- turyści indywidualni - grypy zorganizowane	- Turystyka zdrowotna - Agroturystyka - Turystyka etniczna - Turystyka wypoczynkowa - Niektóre formy turystyki aktywnej (przede wszystkim łowiectwo, wędkarstwo)
<i>SKANDYNAWOWIE</i>	- turyści indywidualni - grypy zorganizowane	- Turystyka aktywna - Turystyka zdrowotna - Turystyka wypoczynkowa - Turystyka tranzytowa

Opracowanie własne

Wyodrębnienie powyższych grup docelowych jest istotne z punktu widzenia doboru poszczególnych narzędzi i nośników komunikacji i dystrybucji produktu.

Projektowanie przekazu

Ten etap wymaga udzielenia odpowiedzi na pytania: co przekazać?, w jaki sposób?, jakich symboli i przesłanek użyć? Dobór treści i przesłanek przekazu wymaga dopasowania do określonych wcześniej grup docelowych produktów.

Tab. 21 Treści i przesłanki przekazu dla poszczególnych grup odbiorców

<i>Grupa turystów</i>	<i>Treści i wykorzystywane motywy</i>
<i>Turyści aktywni</i>	- podstawą przesłania powinna być informacja na temat wielorakości wyzwań stawianych przez unikalne walory obszaru ZMiGDP. Odbiorca ma odczucie, że spełnione zostaną jego oczekiwania i nigdzie nie znajdują lepszych warunków do aktywnego wypoczynku, - głównym motywem przekazów powinna być unikalność, niekiedy dzikość przyrody Dorzecza, - charakter przekazu powinien być dynamiczny i intrygujący, prezentujący korzyści płynące z wyboru Dorzecza Parsęty jako miejsca podróży, - w przekazach muszą się znaleźć także informacje na temat ofert wypożyczalni sprzętu i możliwości ukończenia kursów specjalistycznych;

<i>Grupa turystów</i>	<i>Treści i wykorzystywane motywy</i>
<i>turyści nastawieni na odpoczynek</i>	- podstawą przesłania powinna być informacja na temat zróżnicowanej oferty zagospodarowania dłuższego pobytu. Odbiorca ma mieć odczucie, że w Dorzeczu Parsęty znajdzie spokój i wytchnienie w otoczeniu przyrody, - głównym motywem przekazów powinny być walory wypoczynkowe, typu słońce, jeziora, morze, plaże, lasy, - charakter przekazu powinien być ciepły, przyjazny i dający obietnicę gościnnego przyjęcia, - w przekazach muszą się znaleźć informacje na temat ofert miejsc zakwaterowania, wyżywienia oraz zagospodarowania czasu wolnego;
<i>turyści weekendowi</i>	- podstawą przesłania powinna być informacja na temat możliwości krótkiego wypoczynku w niedalekiej odległości od miejsca zamieszkania. Odbiorca ma mieć odczucie, że w Dorzeczu Parsęty znajdzie spokój i wytchnienie w otoczeniu przyrody, - głównym motywem przekazów powinny być walory wypoczynkowe, typu słońce, jeziora, morze, plaże, lasy, - charakter przekazu powinien być ciepły, przyjazny i dający obietnicę gościnnego przyjęcia, ale bardziej dynamiczny niż w przypadku turystyki wypoczynkowej, - w przekazach muszą się znaleźć informacje na temat ofert miejsc zakwaterowania, wyżywienia oraz organizowanych imprez kulturalnych i plenerowych, a także odległości i tras dojazdu;
<i>agroturyści</i>	- podstawą przesłania powinna być informacja na temat możliwości spędzenia czasu wolnego z dala od zgiełku dużych miast. Odbiorca ma mieć odczucie, że spędzenie urlopu w Dorzeczu Parsęty daje szansę na atrakcyjną odmianę, - głównym motywem przekazów powinna być wieś i gospodarstwa agroturystyczne oraz walory wypoczynkowe, typu słońce, jeziora, lasy, łąki, - charakter przekazu powinien być ciepły, przyjazny, niemal sielski i dający obietnicę gościnnego przyjęcia, jak u znajomych lub krewnych, - w przekazach muszą się znaleźć informacje na temat ofert gospodarstw agroturystycznych, oraz okolicznych atrakcji, a także tradycyjnej polskiej kuchni;

<i>Grupa turystów</i>	<i>Treści i wykorzystywane motywy</i>
<i>kuracjusze</i>	- podstawą przesłania powinna być informacja na temat możliwości leczenia schorzeń oraz oferty świadczonych usług medycznych i uzdrowiskowych. Odbiorca ma mieć odczucie, że w Dorzeczu Parsęty znajdzie rozwiązanie swoich problemów zdrowotnych, - głównym motywem przekazów powinny być walory uzdrowiskowe - charakter przekazu powinien być dynamiczny, kompetentny i precyzyjny, dający obietnicę bezpieczeństwa, - w przekazach muszą się znaleźć informacje na temat ofert miejsc zakwaterowania, wyżywienia oraz zagospodarowania czasu wolnego, np. koncertów i imprez kulturalnych;
<i>turyści nastawieni na poznanie</i>	- podstawą przesłania powinna być informacja na temat unikalnych atrakcji obszaru. Odbiorca ma mieć odczucie, że w Dorzeczu Parsęty znajdzie walory niespotykane nigdzie indziej oraz pozna ciekawą i burzliwą historię - głównym motywem przekazów powinny być walory naturalne i antropogeniczne, - charakter przekazu powinien być intrygujący i przyjazny, sugerujący uczestnictwo w czymś unikalnym, - w przekazach muszą się znaleźć informacje na temat zagospodarowania walorów, oferty gastronomicznej, dostępności komunikacyjnej;
<i>„zielone szkoły” i wycieczki szkolne</i>	- podstawą przesłania powinna być informacja na temat walorów turystycznych obszaru. Odwiedzający ma mieć poczucie możliwości pogłębiania wiedzy i rozwijania zainteresowań w atrakcyjnym otoczeniu. - głównym motywem przekazów powinny być grupy dzieci i młodzieży spędzające czas w otoczeniu pięknej przyrody i poznające historię terenu, - charakter przekazu powinien być bardzo dynamiczny, ale jednocześnie ciepły, przyjazny i dający obietnicę nauki przez zabawę, - w przekazach muszą się znaleźć informacje na temat ofert miejsc zakwaterowania, wyżywienia oraz zagospodarowania czasu wolnego dla grup szkolnych;

<i>Grupa turystów</i>	<i>Treści i wykorzystywane motywy</i>
<i>turyści tranzytowi</i>	- podstawą przesłania powinna być informacja na temat zróżnicowanej oferty zagospodarowania dłuższego pobytu. Odbiorca ma mieć odczucie, że przejeżdżając przez obszar Dorzecza Parsęty bez zatrzymania się na dłużej traci okazję na miły wypoczynek i poznanie ciekawych miejsc, - głównym motywem przekazów powinny być walory wypoczynkowe, typu słońce, jeziora, morze, plaże, lasy, oraz walory poznawcze np. zabytki, okazy flory i fauny, unikalne formy krajobrazu... - charakter przekazu powinien być intrygujący i przyjazny, dający obietnicę gościnnego przyjęcia i wzbudzający tęsknotę, - w przekazach muszą się znaleźć informacje na temat sieci dróg, parkingów, stacji benzynowych, placówek gastronomicznych, ofert miejsc zakwaterowania.
<i>uczestnicy szkoleń i konferencji</i>	- podstawą przesłania powinna być informacja na temat zróżnicowanej oferty zagospodarowania czasu wolnego. Odbiorca ma mieć także odczucie, że bez skorzystania z atrakcji Dorzecza Parsęty traci coś ważnego, - głównym motywem przekazów powinny być atrakcje zagospodarowania czasu wolnego i aktywnego wypoczynku, - charakter przekazu powinien być dynamiczny i intrygujący, - w przekazach muszą się znaleźć informacje na temat głównych walorów turystycznych obszaru, organizowanych imprez, placówek gastronomicznych, wypożyczalni sprzętu turystycznego.
<i>turyści etniczni</i>	- podstawą przesłania powinna być informacja na temat burzliwej historii obszaru. Odbiorca ma mieć odczucie, że w Dorzeczu Parsęty odnajdzie ślady przeszłości i poczuje atmosferę sprzed lat, - głównym motywem przekazów powinny być walory antropogeniczne, tradycja i kultura - charakter przekazu powinien być ciepły, przyjazny i dający obietnicę gościnnego przyjęcia, - w przekazach muszą się znaleźć informacje na temat możliwości dotarcia do poszczególnych obiektów oraz ofert miejsc zakwaterowania i wyżywienia;

Opracowanie własne

Zróżnicowanie form przekazu względem grup docelowych jest sprawą kluczową z punktu widzenia powodzenia proponowanych działań.

Dobór narzędzi komunikacji marketingowej i dystrybucji produktów

Ustalenie ogólnej koncepcji przekazu powinno stanowić punkt wyjścia do wyboru narzędzi wykorzystywanych w celu dotarcia do grup docelowych. Wyróżnia się pięć podstawowych grup narzędzi promocyjnych:

- reklamę (forma płatnej prezentacji przekazywanej przy wykorzystaniu nośników informacji: prasy, radia, telewizji, poczty, billboardów, wydawnictw zwartych – broszury, informatory, mapy itp.),
- promocję sprzedaży (głównym zadaniem tej grupy narzędzi jest nakłonienie adresata przekazu do działania – najczęściej zakupu oferty, poprzez krótkookresowe stosowanie systemu bodźców: konkursy, loterie, kupony, oferty specjalnie, programy lojalnościowe),
- public relations (tłumaczone jako relacje publiczne, relacje z otoczeniem prowadzące do kreowania wizerunku i podtrzymania reputacji, narzędzia PR to: konferencje prasowe, study tour i stady press, raporty, noty prasowe, imprezy i wydarzenia itp.),
- marketing bezpośredni (forma komunikacji oparta na kontaktach z wybranymi odbiorcami przy wykorzystaniu telefonów, poczty bezpośredniej itp.),
- sprzedaż osobistą (forma komunikacji oparta głównie na kontaktach osobistych z odbiorcami).

Wiodącą rolę w promocji obszaru ZMiGDP powinny odegrać trzy pierwsze grupy narzędzi. Rekomendowaną listę narzędzi wykorzystywanych w kontaktach z poszczególnymi grupami odbiorców przedstawia poniższa tabela.

Tab. 22 Narzędzia promocyjne skierowane do poszczególnych grup odbiorców

Grupa turystów	Narzędzia komunikacji		
	Reklama	PR	Promocja sprzedaży
<i>Turyści aktywni</i>	- przewodniki i informatory - ulotki i broszury opisujące szlaki turystyczne - broszury dotyczące poszczególnych form turystyki aktywnej (np. kajakarstwo, wędkarstwo, jazda konna) - reklama w czasopiśmie specjalistycznych - plakaty - Internet - mapy	- pokazy i seminaria - otwarte szkolenia specjalistyczne - wywiady w mediach - sponsoring imprez sportowych - targi	- kupony rabatowe (np. do wypożyczalni sprzętu) - zawody sportowe - certyfikaty i dyplomy

Grupa turystów	Narzędzia komunikacji		
	Reklama	PR	Promocja sprzedaży
<i>turyści nastawieni na odpoczynek</i>	- przewodniki i informatory - ulotki reklamowe - ogłoszenia w prasie codziennej i dodatkach turystycznych - Internet	- wywiady w mediach - noty prasowe - targi - wystawy	- kupony rabatowe upoważniające do zniżki przy zakupie większej ilości imprez (np. przy wyjazdach rodzinnych) - przed i posezonowe obniżki cen - konkursy i loterie
<i>turyści weekendowi</i>	- przewodniki i informatory - Internet - ogłoszenia w lokalnej prasie codziennej	- noty prasowe - imprezy i wydarzenia	- konkursy i loterie - okresowe obniżki cen
<i>agroturyści</i>	- informatory zawierające informacje o ofercie agroturystycznej - przewodniki - ulotki - Internet - ogłoszenia w prasie lokalnej	- noty prasowe - wywiady w mediach	- obniżki cen - dodatkowe usługi (np. pokazy przygotowania potraw lokalnych, prac gospodarskich)
<i>kuracjusze</i>	- informatory - ulotki - ogłoszenia w prasie branżowej skierowanej do osób starszych i dbających o zdrowy styl życia	- noty i raporty prasowe - wywiady prasowe - targi - wystawy	- kupony rabatowe i karty wakacyjne - dodatkowe świadczenia (np. w postaci darmowych zabiegów)
<i>turyści nastawieni na poznanie</i>	- przewodniki - ulotki i broszury atrakcji turystycznych - informatory - ulotki - Internet - mapy	- prezentacje wideo - targi - wystawy	- dodatkowe usługi, np. wycieczki - kupony rabatowe i karty wakacyjne – upoważniające do zniżek
<i>„zielone szkoły” i wycieczki szkolne</i>	- ulotki - broszury informacyjne - Internet	- study tour	- obniżki cen dla grup - dodatkowe usługi

Grupa turystów	Narzędzia komunikacji		
	Reklama	PR	Promocja sprzedaży
<i>turyści tranzytowi</i>	- reklama w atlasach samochodowych i mapach drogowych - ulotki i plakaty - reklama zewnętrzna (głównie bilbordy przy trasach przejazdowych) - mapy	-	- konkursy i loterie - kupony upoważniające do skorzystania z ofert specjalnych
<i>uczestnicy szkoleń i konferencji</i>	- ulotki - informatory	- study tour - noty i raporty prasowe	- dodatkowe usługi
<i>turyści etniczni</i>	- informatory i przewodniki - prasa branżowa turystyczna	- prezentacje - targi - wystawy - wywiady i audycje w mediach	- kupony rabatowe i karty wakacyjne

Opracowanie własne

Wykorzystanie części rekomendowanych narzędzi powinno przyczynić się do poinformowania potencjalnych odwiedzających o ofercie turystycznej Dorzecza Parsęty, wyróżnienia obszaru oraz nakłonienia do przyjazdu. W takiej sytuacji należy dotrzeć z działaniami promocyjnymi możliwie najbliżej miejsc stałego przebywania turystów. Podobna zasada powinna być zastosowana w przypadku dystrybucji produktów. Klient powinien mieć możliwość nabycia lub rezerwacji możliwości skorzystania z produktu w pobliżu miejsca zamieszkania.

Pozostałe narzędzia powinny zostać zastosowane w stosunku do osób, które już znalazły się na obszarze Związku w celu prezentacji dodatkowych możliwości spędzenia czasu wolnego, urozmaicenia pobytu oraz dostarczenia informacji niezbędnych do zapewnienia poczucia komfortu i satysfakcji z dokonanego wyboru.

Miejsca działań promocyjnych powinny być dobierane w oparciu o powyższe zasady, przy uwzględnieniu miejsc zamieszkania i stałego przebywania osób zaliczonych do grup docelowych:

- turyści aktywni – kluby sportowe i fitness kluby, szkoły i uczelnie wyższe, sklepy sportowe i specjalistyczne oferujące sprzęt sportowy i turystyczny, kluby i stowarzyszenia, dworce kolejowe i autobusowe, księgarnie, miejsca zakwaterowania podczas pobytu na terenie Związku, imprezy związane z preferowaną formą turystyki aktywnej (np. zawody kolarskie, wędkarskie itp.),

- turyści nastawieni na odpoczynek – punkty informacji turystycznej, biura podróży, imprezy targowe, zakłady pracy, Internet, miejsca zakwaterowania podczas pobytu na terenie Związku
- turyści weekendowi – punkty informacji turystycznej, zakłady pracy, stacje benzynowe, Internet, biura podróży,
- agroturyści – punkty informacji turystycznej, ośrodki doradztwa rolniczego, biura podróży, imprezy targowe, dworce kolejowe i autobusowe,
- kuracjusze – przychodnie i ośrodki rehabilitacyjne, apteki, kluby seniora,
- turyści nastawieni na poznanie – punkty informacji turystycznej, imprezy targowe, księgarnie, stowarzyszenia i organizacje turystyczne, dworce kolejowe i autobusowe,
- „zielone szkoły” i wycieczki szkolne – szkoły, imprezy targowe, biura podróży, punkty informacji turystycznej,
- turyści tranzytowi – stacje benzynowe, dworce autobusowe i kolejowe, parkingi, sklepy,
- uczestnicy szkoleń i konferencji – zakłady pracy, uczelnie wyższe, ośrodki organizujące konferencje i seminaria, imprezy targowe,
- turyści etniczni – punkty informacji turystycznej, biura podróży.

Dodatkowo określając miejsce działań promocyjnych należy uwzględnić miejsce pochodzenia turysty. Zidentyfikowane wcześniej trzy główne grupy – Polacy (mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego i mieszkańcy innych województw), Niemcy i Skandynawowie wymagają pewnego zróżnicowania:

- **Polacy** – wszystkie zaprezentowane powyżej miejsca promocji na terenie Polski, ze szczególnym uwzględnieniem województw ościennych, w przypadku turystów weekendowych wystarczy ograniczenie do obszaru województwa zachodniopomorskiego,
- **Niemcy** – punkty informacji turystycznej, Zagraniczny Ośrodek POT w Berlinie, kościoły, punkty informacyjne przy granicy, lotniska i dworce, imprezy kulturowe i sportowe organizowane na terenie Niemiec, biura podróży, targi turystyczne organizowane na terenie Niemiec, stacje benzynowe, Internet,
- **Skandynawowie** – punkty informacji turystycznej, targi turystyczne, punkty informacyjne przy granicy, przeprawy promowe, lotniska, dworce, biura podróży, stacje benzynowe i parkingi, uczelnie wyższe, Internet.

7. Wnioski i rekomendacje

Na podstawie przeprowadzonych analiz można przedstawić następujące rekomendacje dla władz Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty, co do znaczenia i potrzeby wspierania wybranych grup produktów turystycznych przez władze publiczne na poziomie całego Związku i poszczególnych gmin.

1. Na podstawie analizy potencjału turystycznego gmin wchodzących w skład ZMiGDP, w odniesieniu do ich ogólnego potencjału społeczno-gospodarczego, można określić gminy, które powinny w sposób szczególny wspierać rozwój turystyki na swoim terenie, a także te, dla których dziedzina ta będzie miała znaczenie drugoplanowe.
 - a) Gminy Kołobrzeg (miasto i gmina), Białý Bór, Połczyn Zdrój, Borne Sulinowo, Szczecinek są gminami, dla których turystyka powinna stanowić jedną z priorytetowych dziedzin rozwoju. Stwierdzenie to jest oparte przede wszystkim na ocenie zasobów turystycznych (głównie walorów turystycznych – przede wszystkim przyrodniczych) i porównaniu ich z innymi potencjalnymi czynnikami prorozwojowymi w tych gminach;
 - b) w gminach Barwice, Bobolice, Biesiekierz, Tychowo i Białogard, turystyka może być dziedziną wspomagającą ogólny rozwój społeczno-gospodarczy, natomiast ich potencjał turystyczny nie daje podstaw do uczynienia z turystyki głównego instrumentu rozwojowego;
 - c) w pozostałych gminach, dysponujących często walorami turystycznymi wysokiej rangi, brakuje podstawowych elementów zagospodarowania turystycznego. Sprawia to, że potencjalne warunki do rozwoju turystyki pozostają niewykorzystane.
2. Analiza potencjału turystycznego ZMiGDP uprawnia również do niskiej oceny stopnia rozwoju infrastruktury turystycznej w poszczególnych gminach, nawet tych, które posiadają walory najwyższej rangi. Konstatacja ta stanowi jednocześnie najważniejsze wyzwanie dla władz gminnych oraz władz Związku, polegające na przedsięwzięciu takich działań, które zmienią ten niekorzystny stan rzeczy.
3. Rozwój infrastruktury turystycznej – publicznej (niekomercyjnej) i prywatnej (komercyjnej) powinien umożliwić tworzenie i komercjalizację określonych produktów turystycznych wykorzystujących dane walory.
4. Do produktów turystycznych o znaczeniu ponadlokalnym (budowanych dla określonych form turystyki i segmentów rynkowych), które należy wspierać na poziomie Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty zaliczono:

- a) produkty dla turystyki aktywnej (kwalifikowanej, specjalistycznej);
 - b) produkty dla turystyki wypoczynkowej;
 - c) produkty agroturystyczne, mające wyjątkowe znaczenie dla gmin słabo zagospodarowanych dla potrzeb innych form turystyki;
 - d) produkty dla turystyki krajoznawczej (tworzone z wykorzystaniem walorów antropogenicznych i przyrodniczych), z wydzielonym segmentem turystyki szkolnej;
 - e) zagospodarowanie szlaków komunikacyjnych dla potrzeb turystyki;
 - f) udogodnienia i promocja turystyki etnicznej.
5. Wsparcie ze strony ZMiGDP, dotyczące tworzenia wymienionych grup produktów powinno dotyczyć takich rodzajów projektów, które mają znaczenie ponadlokalne tzn. wychodzą w sensie przestrzennym lub zakresu oddziaływania poza pojedynczą gminę.
6. Pozostałe rodzaje produktów turystycznych, które mają znaczenie lokalne (np. produkty uzdrowiskowe skupione w kilku gminach) w zasadzie nie powinny być wspierane na poziomie Związku. Ich rozwój może być natomiast promowany przez poszczególne gminy. Odstępstwem od tej reguły może być sytuacja, kiedy gmina w pojedynkę nie jest w stanie przedsięwziąć żadnych działań ukierunkowanych na rozwój turystyki (dotyczy najmniejszych gmin mających ograniczone możliwości działania).
7. Zakres wsparcia ze strony podmiotów publicznych (Związku – w przypadku produktów ponadlokalnych oraz gmin, w przypadku produktów lokalnych) powinien dotyczyć przedsięwzięć warunkujących rozwój danego produktu, które nie mogą być zrealizowane przez prywatne podmioty komercyjne. Zaliczono do nich tworzenie i utrzymanie elementów infrastruktury ogólnej i turystycznej, m.in. takich jak: drogi dojazdowe do atrakcji turystycznych, piesze szlaki turystyczne, trasy rowerowe, szlaki kajakowe, zagospodarowanie turystyczne jezior oraz działania promocyjne obejmujące marketing całego obszaru (Związku lub gminy).
8. Przedsięwzięcia o charakterze komercyjnym, przynoszące zysk, powinny być przede wszystkim domeną przedsiębiorców, którzy na bazie powstałej infrastruktury tworzą i skomercjalizują konkretne produkty turystyczne.
9. Na podstawie ogólnej analizy popytu turystycznego przyjęto, że głównymi rynkami dla wszystkich ponadlokalnych produktów turystycznych będą: rynek krajowy oraz rynki zagraniczne – niemiecki i skandynawski.

10. Podstawową grupą turystów odwiedzającą tereny ZMiGDP są przede wszystkim turyści krajowi, należy natomiast podjąć działania w celu intensyfikacji ruchu turystycznego przyjazdowego z Niemiec i Skandynawii.
11. Zdecydowaną większość przyjazdów będą stanowiły przyjazdy związane z turystyką aktywną.
12. Konieczne jest podjęcie działań zmierzających do wykorzystania potencjału miejscowości uzdrowiskowych Kołobrzeg i Połczyn Zdrój, w taki sposób, aby także gminy ościenne czerpały korzyści z rozwoju uzdrowiskowego ruchu turystycznego.
13. W stosunku do scharakteryzowanych powyżej głównych segmentów rynku należy przygotować określone wcześniej rodzaje produktów turystycznych, a następnie rozpocząć proces ich komercjalizacji. Proces ten powinien być realizowany przede wszystkim przez podmioty prywatne wspierane przez władze i instytucje publiczne głównie w zakresie działań promocyjnych i marketingowych.
14. Podstawowym zadaniem działań marketingowych powinno być wyróżnienie oferty turystycznej na terenie ZMiGDP w oparciu o system identyfikacji wizualnej oraz spójny System Informacji Turystycznej.
15. Ważnym czynnikiem ułatwiającym realizację zobowiązań instytucji publicznych w zakresie rozwoju turystyki będzie wsparcie finansowe ze strony funduszy strukturalnych Unii Europejskiej. Dotyczyć ono może zarówno projektów o charakterze inwestycyjnym (infrastrukturalnych), jak i projektów promocyjnych. Projektodawcom i beneficjentem pomocy, w przypadku wsparcia rozwoju ponadlokalnych produktów turystycznych może być Związek Miast i Gmin Dorzecza Parsęty.

Materiały źródłowe

- Butowski L., Żukowski M., Wsparcie przedsięwzięć turystycznych z funduszy strukturalnych w świetle Narodowego Planu Rozwoju na lata 2004-2006, MGPIPS, PART S.A., Warszawa, 2003.
- Gołembski i in. Koncepcja rozwoju województwa w zakresie turystyki – załącznik do strategii rozwoju województwa wielkopolskiego, Poznań 2000.
- Turystyka w 2002 r. GUS
- Turystyka w 2001r. GUS
- Turystyka Polska 2002, Instytut Turystyki, Warszawa 2003
- Rocznik Statystyczny 2002 GUS
- Jerzy Łaciak: Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach turystycznych w 2001 roku. Instytut Turystyki, Warszawa 2002
- K.Klementowski, Z.T. Werner: Baza noclegowa w Polsce i jej wykorzystanie w roku 2001, Instytut Turystyki, Wrocław - Warszawa 2002
- Diagnoza środowiska przyrodniczego dorzecza Parsęty. Politechnika Koszalińska, Katedra Biologii Środowiskowej
- Strategia Zrównoważonego Rozwoju Gmin Dorzecza Parsęty, Diagnoza Stanu. EKO-EFEKT Sp. z o.o. Warszawa 2000
- Masterplan Zrównoważonego Rozwoju Gmin Dorzecza Parsęty. EKO-EFEKT, Narodowa Fundacja Ochrony Środowiska, Warszawa 2000
- Ph. Kotler: Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie, kontrola. Gebethner i Ska., Warszawa 1994
- Program Rozwoju Turystyki w Województwie Zachodniopomorskim na lata 2003-2006. Szczecin 2003 r.
- Strategia rozwoju miasta i gminy Barwice w latach 2000-2010, Koszalin 2000.
- Strategia rozwoju gminy Białogard, Urząd Gminy Białogard, Warszawa 2000 r.
- Strategia rozwoju miasta Białogard.
- Strategia rozwoju powiatu białogardzkiego.
- Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego miasta i gminy Biały Bór 2003-2012. Raport. Biały Bór 2003.
- Strategia rozwoju gminy Gościno
- Strategia Rozwoju Gminy Biesiekierz do 2015 r., Koszalin-Biesiekierz 2000 r.
- Strategia rozwoju miasta i gminy Bobolice na lata 2003-2013, Urząd Miejski w Bobolicach, Stowarzyszenie Partnerzy dla Samorządu, 2003.
- Projekt strategii rozwoju miasta i gminy Borne Sulinowo. III Faza Studium Pilotażowego CCMS/NATO, Katowice – Borne Sulinowo, 1998 r.
- Strategia rozwoju gminy Dygowo, Stowarzyszenie Komunalne Euroregionu Pomerania, Szczecin 1999 r.

Strategia rozwoju gminy Grzmiąca, Urząd Gminy w Grzmiącej, Grzmiąca 200.

Strategia rozwoju miasta i gminy Karlino

Strategia rozwoju gminy Kołobrzeg, Urząd Gminy Kołobrzeg, Kołobrzeg 2000 r.

Strategia rozwoju miasta Kołobrzeg do roku 2015. Załącznik do uchwały Nr XV/200/03 Rady Miejskiej w Kołobrzegu z dnia 5 grudnia 2003 r.

Strategia rozwoju miasta i gminy Połczyn Zdrój, Połczyn Zdrój 1999 r.

Strategia rozwoju gminy Rąbino, Stowarzyszenie Komunalne Euroregionu Pomerania, Szczecin 1999 r.

Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Gminy Rymań. Część II Strategia rozwojowa, zadania i kierunki polityki przestrzennej, Przedsiębiorstwo projektowo-budowlane Nordbud Koszalin

Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego gminy Szczecinek. Raport, Szczecinek 1999 r.

Strategia rozwoju gminy Siemyśl, Zachodniopomorska Agencja Rozwoju Regionalnego.

Strategia rozwoju gminy Tychowo, Urząd Gminy Tychowo, Uniconsult, 2000 r.

Strategia rozwoju zrównoważonego miast i gmin dorzecza Parsęty, pr. zb. pod red. Z. Frankowskiego, W. Nowickiego, T. Pawłowskiej, J. Rajtara, A. Weigle, Eko-Efekt Spółka z o.o. w Warszawie oraz Narodowa Fundacja Ochrony Środowiska.

Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Gminy Rymań. Część II Strategia rozwojowa, Zadania i kierunki polityki przestrzennej. Przedsiębiorstwo Projektowo-Budowlane Nordbud Koszalin.

Strategia rozwoju miasta i gminy Połczyn Zdrój, 1999 r.

Turystyka w gminie i powiecie, pr. zb., POT, Warszawa 2003

Projekt Sektorowego Programu Operacyjnego Rozwój i modernizacja sektora żywnościowego i rozwój obszarów wiejskich, MRiRW, Warszawa.

Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego. Projekt przygotowany po negocjacjach Podstaw Wsparcia Wspólnoty, MGPIPS, Warszawa 2004.

Uzupełnienie Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego, MGPIPS, Warszawa 2004.

Projekt Podręcznika wdrażania ZPORR, MGPIPS, Warszawa 2004.

Spis tabel

Tab. 1 Powierzchnie i liczba ludności gmin Dorzecza Parsęty (dane na 31.XII 2002).....	6
Tab. 2 Zestawienie najistotniejszych akwenów w poszczególnych gminach.....	9
Tab. 3 Najważniejsze obiekty sakralne	24
Tab. 4 Najważniejsze obiekty miejskie.....	28
Tab. 5 Obiekty dworskie i pałacowe.....	30
Tab. 6 Wybrane grodziska i osady.....	34
Tab. 7 Wybrane zabytki techniki i przemysłu.....	37
Tab. 8 Turyści korzystający w latach 2000-2002 z bazy noclegowej zakwaterowania zbiorowego w Polsce według województw (tys.).....	41
Tab. 9 Noclegi udzielone turystom w latach 2000-2002 w bazie noclegowej zakwaterowania zbiorowego według województw (tys.).....	42
Tab. 10 Liczba miejsc i obiektów noclegowych w gminach i miastach Dorzecza Parsęty(XII 2003).....	44
Tab. 11 Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski według krajów (w tys.).....	54
Tab. 12 Turyści zagraniczni korzystający w latach 2000-2002 z obiektów zakwaterowania zbiorowego według krajów.....	54
Tab. 13 Uczestnictwo Polaków w krajowych wyjazdach w 2001 roku według celów (%)..	58
Tab. 14 Analiza gmin ZMiGDP ze względu na warunki do rozwoju produktów turystycznych dla wybranych form turystyki.....	155
Tab. 15 Analiza gmin ZMiGDP ze względu na warunki do rozwoju produktów turystycznych dla wybranych form turystyki aktywnej.....	158
Tab. 16 Grupy docelowe działań marketingowych.....	173
Tab. 17 Treści i narzędzia komunikacji w marketingu wewnętrznym.....	174
Tab. 18 Treści i narzędzia komunikacji w marketingu zewnętrznym.....	175
Tab. 19 Charakterystyka grup turystów odwiedzających obszar Związku.....	184
Tab. 20 Główne grupy konsumentów produktu turystycznego Dorzecza Parsęty.....	185
Tab. 21 Treści i przesłanki przekazu dla poszczególnych grup odbiorców.....	186
Tab. 22 Narzędzia promocyjne skierowane do poszczególnych grup odbiorców.....	190

Spis rysunków

Rys 1 Plaża i promenada w Kołobrzegu.....	6
Rys 2. Parsęta w okolicach Karlina.....	14
Rys. 3 Zróżnicowanie gruntów należących do Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty....	21
Rys. 4 Pałac w Juchowie.....	30
Rys. 5 Latarnia morska w Kołobrzegu.....	38
Rys. 6 Spichlerz w Karlinie.....	39
Rys. 7 Liczba miejsc noclegowych w powiatach województwa zachodniopomorskiego w tys. w 2001 r.....	43
Rys. 8 Podział dróg Dorzecza Parsęty według kategorii.....	49
Rys. 9 Przyjazdy turystów zagranicznych do Polski według celu przyjazdu.....	55
Rys. 10 Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2001 roku według województw i liczby podróży (mln).....	57
Rys. 11 Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2001 roku według województw i liczby podróży długookresowych (mln).....	57
Rys. 12 Natężenie krajowego ruchu turystycznego w 2001 roku według województw i liczby podróży krótkookresowych (mln).....	58
Rys. 13 Ranking gmin ze względu na możliwości rozwoju turystyki.....	156
Rys. 14 Ranking produktów turystycznych zalecanych do rozwoju na terenie ZMiGDP..	157
Rys. 15 Ranking gmin ze względu na możliwości uprawiania turystyki kwalifikowanej..	159
Rys. 16 Ranking produktów dla turystyki kwalifikowanej.....	160
Rys. 17 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla turystyki aktywnej .	162
Rys. 18 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla turystyki wypoczynkowej	163
Rys. 19 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla agroturystyki.....	164
Rys. 20 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla turystyki krajoznawczej	165
Rys. 21 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla wycieczek szkolnych.....	166
Rys. 22 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla turystyki tranzytowej	167
Rys. 23 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla turystyki etnicznej .	168
Rys. 24 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla turystyki uzdrowiskowej	169
Rys. 25 Gminy szczególnie predestynowane do rozwoju Produktów dla seminariów i konferencji	170
Rys.26 Tożsamość jako podstawa kreowania wizerunku.....	173

Załącznik 1

Finansowanie wdrażania programu z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej

Publiczne projekty turystyczne, w zależności od ich rodzaju, miejsca wdrażania oraz rodzaju projektodawcy mogą być realizowane w ramach 2 programów operacyjnych.

1. Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego (ZPORR)

Działanie 1.4. Rozwój turystyki i kultury – realizowane będą tylko duże projekty o znaczeniu regionalnym i wartości nie mniejszej niż 1 mln euro lub 0,5 mln, w przypadku projektów promocyjnych.

Rodzaje projektów możliwych do realizacji:

- adaptacja zabytków techniki i architektury celu zwiększenia atrakcyjności turystycznej regionu,
- rozwój i modernizacja infrastruktury noclegowej i innej infrastruktury turystycznej,
- rozwój i modernizacja infrastruktury gastronomicznej, m.in. w obiektach podkreślających specyfikę regionu, np. młyny, kuźnie, obiekty podworskie,
- opracowanie i utworzenie systemów i centrów informacji turystycznej, w tym nowoczesnej, interaktywnej sieci informacji internetowej,
- rozwój i modernizacja infrastruktury służącej rozwojowi aktywnych form turystyki, w tym budowa i modernizacja obiektów sportowych i rekreacyjnych,
- projekty inwestycyjne gmin uzdrowiskowych związane z rozwojem funkcji leczniczo-wypoczynkowych.

Projekty promocyjne

- organizacja imprez i wydarzeń turystycznych oraz kulturalnych przyciągających turystów z innych regionów Polski i z zagranicy oraz udział w specjalistycznych targach,
- projekty związane z opracowaniem i wdrażaniem programów rozwoju i promocji lokalnych i regionalnych produktów turystycznych i kulturowych.

Wydatki kwalifikowane

Prace przygotowawcze, w tym:

- przygotowanie projektu (przeprowadzenie prac studialnych, ekspertyz, badania geologiczne);
- przygotowanie dokumentacji technicznej,
- przygotowanie studium wykonalności, raportu oddziaływania na środowisko, ekspertyzy i opinie konserwatorskie;
- prace projektantów, architektów i konserwatorów;
- wykup gruntów niezabudowanych, jeśli jest to nierozzerwalnie związane z realizacją projektu (maksymalnie 10% całkowitych kosztów kwalifikowanych projektu)
- przygotowanie dokumentacji przetargowej,
- koszt przygotowania przetargu, w tym publikacji ogłoszeń przetargowych

Prace inwestycyjne i związane z procesem inwestycyjnym, w tym:

- przygotowanie terenu pod budowę, w tym roboty pomiarowe,
- prace ziemne,
- prace budowlano-montażowe
- prace instalacyjne,
- prace wykończeniowe,
- zakup sprzętu nierozzerwalnie związanego z funkcjonowaniem inwestycji,
- nadzór inżynierski i konserwatorski,
- koszty promocji integralnie związane z realizacją projektu

oraz

- koszty organizacji imprez i kampanii promocyjnych (włączając koszty publikacji i dystrybucji materiałów promocyjnych)

Rodzaje beneficjentów

- jednostki samorządu terytorialnego (samorządy województw, powiatowe i gminne) lub działające w ich imieniu jednostki organizacyjne,
- związki, porozumienia i stowarzyszenia jednostek samorządu terytorialnego (gmin i powiatów, województw),
- regionalne organizacje turystyczne działające non-profit,
- organizacje pozarządowe działające non-profit, w tym stowarzyszenia, fundacje, kościoły i związki wyznaniowe,
- inne publiczne instytucje, w tym turystyczne, sportowe i kulturalne instytucje z sektora finansów publicznych, dla których organem założycielskim są jednostki administracji rządowej lub samorządowej,
- organy administracji rządowej w województwie.

Poziom dofinansowania projektów

Dofinansowanie z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego:

- 75% kwalifikujących się wydatków publicznych
- 50% kwalifikujących się wydatków publicznych – tylko w przypadku projektów turystycznych, gdy inwestycje generują znaczący dochód netto

Dofinansowanie z krajowych środków publicznych:

- z budżetu państwa, np. Minister Edukacji Narodowej i Sportu, Minister Kultury (zgodnie z zasadami ustalonymi przez danego dysponenta części budżetowej)
- z budżetu jednostek samorządu terytorialnego

Działanie 3.1. Obszary wiejskie – realizowane mogą być lokalne projekty turystyczne w miejscowościach od 5 do 20 tys. mieszkańców

Rodzaje projektów turystycznych i kulturalnych możliwych do realizacji

- infrastruktura służąca rozwojowi aktywnych form turystyki
- infrastruktura noclegowa, gastronomiczna, informacyjno-recepcyjna i inna infrastruktura turystyczna
- systemy informacji kulturalnej i turystycznej
 - infrastruktura kultury (zaplecze kulturalne i rozrywkowe – sale koncertowe i wystawowe, amfiteatry, itp.)
- projekty polegające na restauracji i rewitalizacji obiektów dziedzictwa kulturowego
- systemy zabezpieczeń obiektów dziedzictwa kulturowego na wypadek zagrożeń (np. pożary, włamania, itp.)
- projekty inwestycyjne gmin uzdrowiskowych związane z rozwojem funkcji leczniczo-wypoczynkowych

Wydatki kwalifikowane

Prace przygotowawcze, w tym:

- przygotowanie projektu (przeprowadzenie prac studialnych, ekspertyz, badania geologiczne);
- przygotowanie dokumentacji technicznej,
- przygotowanie studium wykonalności, raportu oddziaływania na środowisko, ekspertyzy i opinie konserwatorskie;
- prace projektantów, architektów i konserwatorów;
- wykup gruntów niezabudowanych, jeśli jest to nierozzerwalnie związane z realizacją projektu (maksymalnie 10% całkowitych kosztów kwalifikowanych projektu)
- przygotowanie dokumentacji przetargowej,
- koszt przygotowania przetargu, w tym publikacji ogłoszeń przetargowych

Prace inwestycyjne i związane z procesem inwestycyjnym, w tym:

- przygotowanie terenu pod budowę, w tym roboty pomiarowe,
- prace ziemne,
- prace budowlano-montażowe
- prace instalacyjne,
- prace wykończeniowe,
- zakup sprzętu nierozzerwalnie związanego z funkcjonowaniem inwestycji,
- nadzór inżynierski i konserwatorski,
- koszty promocji integralnie związane z realizacją projektu

Rodzaje beneficjentów

- samorządy gminne, powiatowe i działające w ich imieniu jednostki organizacyjne
- związki, porozumienia i stowarzyszenia jednostek samorządu terytorialnego

- podmioty wykonujące usługi publiczne na zlecenie jednostek samorządu terytorialnego, w których większość udziałów lub akcji posiada samorząd gminny lub powiatowy
- podmioty wybrane w drodze Ustawy *Prawo Zamówień Publicznych* - zharmonizowanej z prawem Wspólnot Europejskich – wykonujące usługi publiczne na podstawie obowiązującej umowy zawartej z jednostką samorządu terytorialnego na świadczenie usług z danej dziedziny
- organizacje pozarządowe działające non-profit, w tym fundacje, stowarzyszenia, kościoły i związki wyznaniowe
- inne instytucje publiczne

Poziom dofinansowania projektów

Dofinansowanie z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego:

- 75% kwalifikujących się wydatków publicznych
- 50% kwalifikujących się wydatków publicznych – tylko w przypadku projektów turystycznych, gdy inwestycje generują znaczący dochód netto

Dofinansowanie z krajowych środków publicznych:

- z budżetu państwa, np. Minister Edukacji Narodowej i Sportu, Minister Kultury (zgodnie z zasadami ustalonymi przez danego dysponenta części budżetowej)
- z budżetu jednostek samorządu terytorialnego

Działanie 3.2. Obszary podlegające restrukturyzacji – cały obszar ZMiGDP znajduje się na obszarach podlegających restrukturyzacji

Rodzaje projektów turystycznych i kulturalnych możliwych do realizacji

- infrastruktura służąca rozwojowi aktywnych form turystyki
- infrastruktura noclegowa, gastronomiczna, informacyjno-recepcyjna i inna infrastruktura turystyczna
- systemy informacji kulturalnej i turystycznej
 - infrastruktura kultury (zaplecze kulturalne i rozrywkowe – sale koncertowe i wystawowe, amfiteatry, itp.)
- projekty polegające na restauracji i rewitalizacji obiektów dziedzictwa kulturowego
- systemy zabezpieczeń obiektów dziedzictwa kulturowego na wypadek zagrożeń (np. pożary, włamania, itp.)
- projekty inwestycyjne gmin uzdrowiskowych związane z rozwojem funkcji leczniczo-wypoczynkowych

Wydatki kwalifikowane

Prace przygotowawcze, w tym:

- przygotowanie projektu (przeprowadzenie prac studialnych, ekspertyz, badania geologiczne);
- przygotowanie dokumentacji technicznej,
- przygotowanie studium wykonalności, raportu oddziaływania na środowisko, ekspertyzy i opinie konserwatorskie;
- prace projektantów, architektów i konserwatorów;
- wykup gruntów niezabudowanych, jeśli jest to nierozzerwalnie związane z realizacją projektu (maksymalnie 10% całkowitych kosztów kwalifikowanych projektu)
- przygotowanie dokumentacji przetargowej,
- koszt przygotowania przetargu, w tym publikacji ogłoszeń przetargowych

Prace inwestycyjne i związane z procesem inwestycyjnym, w tym:

- przygotowanie terenu pod budowę, w tym roboty pomiarowe,
- prace ziemne,
- prace budowlano-montażowe
- prace instalacyjne,
- prace wykończeniowe,
- zakup sprzętu nierozzerwalnie związanego z funkcjonowaniem inwestycji,
- nadzór inżynierski i konserwatorski,
- koszty promocji integralnie związane z realizacją projektu

Rodzaje beneficjentów

- samorządy gminne, powiatowe i działające w ich imieniu jednostki organizacyjne
- związki, porozumienia i stowarzyszenia jednostek samorządu terytorialnego
- podmioty wykonujące usługi publiczne na zlecenie jednostek samorządu terytorialnego, w których większość udziałów lub akcji posiada samorząd gminny lub powiatowy
- podmioty wybrane w drodze Ustawy *Prawo Zamówień Publicznych* - zharmonizowanej z prawem Wspólnot Europejskich – wykonujące usługi publiczne na podstawie obowiązującej umowy zawartej z jednostką samorządu terytorialnego na świadczenie usług z danej dziedziny
- organizacje pozarządowe działające non-profit, w tym fundacje, stowarzyszenia, kościoły i związki wyznaniowe
- inne instytucje publiczne

Poziom dofinansowania projektów

Dofinansowanie z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego:

- 75% kwalifikujących się wydatków publicznych
- 50% kwalifikujących się wydatków publicznych – tylko w przypadku projektów turystycznych, gdy inwestycje generują znaczący dochód netto

Dofinansowanie z krajowych środków publicznych:

- z budżetu państwa, np. Minister Edukacji Narodowej i Sportu, Minister Kultury (zgodnie z zasadami ustalnymi przez danego dysponenta części budżetowej)
- z budżetu jednostek samorządu terytorialnego

2. SPO Rozwój i modernizacja sektora żywnościowego i rozwój obszarów wiejskich – projekty turystyczne realizowane przez gminy i rolników (agroturystyka) – projekty mogą być realizowane w miejscowościach do 5 tysięcy mieszkańców

Działanie 2.3. Odnowa wsi oraz zachowanie i ochrona dziedzictwa kulturowego – przeznaczone dla gmin wiejskich i miejsko-wiejskich

Rodzaje projektów

- remonty, budowa oraz wyposażenie obiektów komunalnych pełniących funkcje kulturalne (świetlice, domy kultury),
- remonty, budowa, urządzenie placów zabaw, boisk sportowych, ścieżek rowerowych, szlaków pieszych służących do użytku publicznego,
- projekty związane z kultywowaniem tradycji społeczności lokalnych oraz tradycyjnych zawodów,
- kształtowanie centrów wsi poprzez remont lub budowa placów, parkingów, itp.,
- urządzenie terenów zielonych, parków i innych miejsc wypoczynku,
- remonty lub budowa elementów małej infrastruktury turystycznej oraz rekreacyjnej w tym systemy informacji wizualnej,
- zagospodarowanie zbiorników i cieków wodnych w obrębie miejscowości,
- remonty obiektów zabytkowych użytkowanych na cele publiczne oraz miejscowych pomników historycznych,
- zakupy i remonty nie użytkowanych obiektów zabytkowych charakterystycznych dla tradycji budownictwa wiejskiego regionu i ich adaptacja na cele publiczne,
- wyburzenia i rozbiórki zdewastowanych budynków i budowli publicznych, jeżeli niemożliwy jest ich remont i dalsze użytkowanie,
- nadzór architektów, konserwatorów zabytków (przy remoncie obiektów zabytkowych) i inżynierów nad realizowanymi w ramach programu pracami inwestycyjnymi i konserwatorskimi

oraz prace przygotowawcze.

Wysokość pomocy

Poziom pomocy publicznej UE wynosi do 80% kosztów kwalifikowanych i minimum 20% - wkład samorządu, który stanowi krajowy wkład publiczny.

Działanie 2.4. Różnicowanie działalności rolniczej i zbliżonej do rolnictwa w celu zapewnienia różnorodności działań lub alternatywnych źródeł dochodów – przeznaczone dla rolników

W ramach tego działania podejmowane będą inwestycje realizowane w związku z uruchomieniem lub rozwojem działalności dodatkowej w zakresie:

- agroturystyki,
- usług związanych z agroturystyką i wypoczynkiem,
- edukacji przyrodniczej oraz promocji tradycji i dziedzictwa kulturowego wsi,
- usług na rzecz rolnictwa i gospodarki leśnej,
- wstępnego przetwórstwa i przygotowania produktów rolnych do sprzedaży (mycie,
- sortowanie, pakowanie, konfekcjonowanie)
- sprzedaży bezpośredniej produktów pochodzących z własnego gospodarstwa,
- rzemiosła i rękodzielnictwa,
- drobnych usług na rzecz mieszkańców wsi,
- e-commerce(usługi świadczone za pośrednictwem internetu).

Pomocą finansową mogą zostać objęte koszty:

- rozbudowy i adaptacji istniejących budynków mieszkalnych i gospodarczych na cele agroturystyczne oraz ich wyposażenie (do 5 pokoi gościnnych, pomieszczeń wspólnych dla gości, łazienek i aneksów kuchennych),
- urządzania miejsc do wypoczynku, zakup wyposażenia i sprzętu turystycznego lub rekreacyjnego dla działalności agroturystycznej a także zwierząt służących do celów terapeutycznych, sportowych i rekreacyjnych,
- remontu, budowy lub adaptacji obiektów budowlanych,
- zakupu maszyn, urządzeń, narzędzi i wyposażenia,
- zakupu sprzętu komputerowego i oprogramowania,
- zakupu środków transportu na potrzeby prowadzenia działalności gospodarczej,
- zagospodarowania terenu na potrzeby prowadzenia działalności gospodarczej,.

Wysokość pomocy:

Poziom pomocy publicznej udzielanej beneficjentowi wynosi maksymalnie 50%. W okresie realizacji niniejszego programu i w ramach niniejszego działania jeden beneficjent może otrzymać łącznie nie więcej niż 100 000 PLN.

Beneficjenci

Prowadzący gospodarstwo rolne właściciele lub posiadacze zależni tego gospodarstwa oraz osoby prawne, których statutowym celem jest działalność w rolnictwie i które prowadzą gospodarstwo rolne oraz domownicy¹⁵ (wyłącznie w przypadku następujących inwestycji: rzemiosła i rękodzielnictwa, drobnych usług na rzecz mieszkańców wsi).

¹⁵ Przez domownika – rozumie się osobę bliską rolnikowi, która *spełnia następujące warunki*: a) ukończyła 18 lat, b) pozostaje z rolnikiem we wspólnym gospodarstwie domowym lub zamieszkuje na terenie jego gospodarstwa rolnego albo w bliskim sąsiedztwie, c) stale pracuje w tym gospodarstwie rolnym i nie jest związana z rolnikiem stosunkiem pracy. (Ustawa z dnia 20 grudnia 1990 r. o ubezpieczeniu społecznym rolników).

Zagospodarowanie turystyczne obszaru Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty

(przykład projektu przeznaczonego do finansowania z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej)

Projekt przedstawiono w kontekście wymogów stawianych przed projektami zgłaszanymi do finansowania ze środków europejskich. Poniższy materiał opracowany został w standardzie wniosku do Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Nazwa programu operacyjnego

Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego

Nazwa województwa

województwo zachodniopomorskie

Numer i nazwa Priorytetu Programu Operacyjnego

1. Rozbudowa i modernizacja infrastruktury służącej wzmocnieniu konkurencyjności regionów

Numer i nazwa działania w ramach Priorytetu Programu Operacyjnego

1.4. Rozwój turystyki i kultury

Beneficjent końcowy

Związek Miast i Gmin Dorzecza Parsęty

Tytuł projektu

Zagospodarowanie turystyczne obszaru Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty

Rodzaj projektu

Roboty budowlane
Usługi

Numer i nazwa kategorii interwencji

171 Turystyka – Inwestycje materialne

Identyfikacja obszaru realizacji projektu

Obszar miejsko-wiejski

Miejsce realizacji projektu

województwo zachodniopomorskie

powiaty: kołobrzeski, świdwinski, białogardzki, koszaliński, szczecinecki

gminy: Barwice, Biały Bór, gmina Białogard, miasto Białogard, Biesiekierz, Bobolice, Borne Sulinowo, Dygowo, Gościno, Grzmiąca, Karlino, gmina Kołobrzeg, miasto Kołobrzeg, Połczyn Zdrój, Rąbino, Rymań, Siemyśl, Sławoborze, gmina Szczecinek, Tychowo,

Uzasadnienie, opis i cel projektu

Tło i uzasadnienie

Potrzeba realizacji wnioskowanego projektu wynika z następujących czynników:

1. Na obszarze Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty występują walory turystyczne wysokiej rangi.
2. Rozwinięte tradycje turystyczne i uzdrowiskowe w niektórych gminach i miejscowościach oraz walory turystyczne wysokiej rangi sprawiają, że jest to teren intensywnych przyjazdów turystycznych z kraju i zagranicy (jeśli Związek lub gminy dysponują danymi liczbowymi opisującymi wielkość ruchu turystycznego, to można w tym miejscu się do nich odwołać).
3. Ze względu na słaby rozwój innych dziedzin gospodarki, turystyka jest dla wielu gmin jedną z nielicznych szans na rozwój społeczno-gospodarczy i awans cywilizacyjny społeczności lokalnych.
4. Zagospodarowanie turystyczne obszaru Związku, powinno zmniejszyć negatywne skutki rozwoju turystyki dla środowiska naturalnego.
5. Wszystkie gminy, na obszarze których będzie realizowany projekt, w swoich strategicznych dokumentach rozwojowych mają wskazaną turystykę jako jedną z priorytetowych dziedzin prorozwojowych.
6. Gminy w pojedynkę nie są w stanie zrealizować kompleksowego programu zagospodarowania turystycznego ze względu na ograniczone w sensie przestrzennym i finansowym możliwości ich oddziaływania.

Opis projektu

Wnioskowany projekt zagospodarowania turystycznego gmin wchodzących w skład ZMiGDP obejmie następujące działania (konkretne dane liczbowe należy podać na podstawie dokumentacji technicznej i studium wykonalności przedsięwzięcia):

1. Utworzenie i zmodernizowanie (wytyczenie, oznakowanie, wyposażenie w niezbędne urządzenia) x km pieszych szlaków turystycznych (określić miejsca ich przebiegu)
2. Utworzenie i zmodernizowanie (wytyczenie, oznakowanie, wyposażenie w niezbędne urządzenia) x km tras rowerowych (określić miejsca ich przebiegu)
3. Utworzenie i zmodernizowanie (wytyczenie, oznakowanie, wyposażenie w niezbędne urządzenia) x km tras do jazdy konnej (określić miejsca ich przebiegu)
4. Utworzenie i zmodernizowanie (wytyczenie, oznakowanie, wyposażenie w niezbędne urządzenia) x km szlaków kajakowych (określić miejsca ich przebiegu)
5. Budowę x parkingów dla samochodów osobowych i autokarów w miejscowościach ...
6. Budowę x stanowisk wędkarskich w miejscowościach ... na następujących akwenach: ...

7. Utworzenie (lub zmodernizowanie) x ośrodków informacji turystycznej w miejscowościach ...
8. Przygotowanie materiałów promocyjnych w postaci mapek i folderów o łącznym nakładzie ...

Cel

Realizacja wnioskowanego projektu dla gmin, których on dotyczy, ma dwa równorzędne i bezpośrednie cele. Są to:

1. Aktywizacja społeczno-gospodarcza gmin poprzez wzrost ich atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej z wykorzystaniem własnych zasobów przyrodniczych.
2. Zapobieganie degradacji przyrodniczej obszaru ZMiGDP poprzez niekontrolowany i masowy rozwój ruchu turystycznego.

Cele powyższe są całkowicie zbieżne z celami działania, w ramach którego projekt ma być realizowany. Sam projekt wypełnia również kryteria wymienione w Uzupełnieniu ZPORR. Dotyczy to przede wszystkim jego ponadlokalnego charakteru, o czym świadczy zasięg przestrzenny oddziaływania projektu.

W wyniku realizacji wnioskowanego projektu osiągnięte zostaną następujące rezultaty:

1. Poprawi się atrakcyjność turystyczna obszaru ZMiGDP poprzez powstanie kompleksowo zagospodarowanego dla potrzeb ruchu turystycznego obszaru o powierzchni x km.
2. Nastąpi wzrost liczby turystów, również w okresach poza głównym sezonem oraz w ramach poszczególnych najbardziej pożądanym segmentów rynkowych.
3. Bezpośrednio po zakończeniu realizacji projektu powstaną nowe miejsca pracy przy obsłudze turystów odwiedzających poszczególne gminy.
4. Wydłużony zostanie sezon turystyczny.
5. Zmniejszy się niekorzystny wpływ ruchu turystycznego na środowisko przyrodnicze (antropopresja).
6. Poprawi się estetyka i ład przestrzenny poprzez powstanie brakujących elementów infrastruktury towarzyszącej.

Długofalowe oddziaływanie projektu przejawiać się będzie poprzez następujące procesy:

1. Nastąpi aktywizacja społeczna i gospodarcza gmin poprzez powstanie nowych podmiotów gospodarczych i utworzenie nowych miejsc pracy również w dziedzinach nie związanych bezpośrednio z obsługą turystów.
2. Poprawi się atrakcyjność inwestycyjna gmin.
3. Nastąpi wzrost dochodów budżetowych gmin.
4. W wyniku wymienionych powyżej bezpośrednich rezultatów realizacji projektu oraz jego długofalowego oddziaływania poprawią się warunki życia mieszkańców gmin, na terenie których projekt zostanie zrealizowany.

Powiązanie realizowanego projektu z projektami realizowanymi z innych środków, w szczególności Unii Europejskiej oraz własnych

Należy w tym miejscu wskazać, czy, oprócz wnioskowanego projektu, podmioty zaangażowane w jego realizację realizują inne projekty powiązane w jakiś sposób z wnioskowanym projektem. Inne projekty mogą dotyczyć przedsięwzięć mających pośredni wpływ na rozwój turystyki (rozbudowa układu drogowego, inwestycje z zakresu ochrony środowiska, sieci wodociągowe w gminach itp.)

Doświadczenie beneficjenta w realizacji projektów finansowanych ze środków zewnętrznych

Należy wskazać, czy beneficjent realizował wcześniej projekty finansowane ze źródeł zewnętrznych zagranicznych lub krajowych (np. z kontraktów wojewódzkich).

Inne podmioty zaangażowane w realizację projektu

Gminy: Barwice, Biały Bór, gmina Białogard, miasto Białogard, Biesiekierz, Bobolice, Borne Sulinowo, Dygowo, Gościno, Grzmiąca, Karlino, gmina Kołobrzeg, miasto Kołobrzeg, Połczyn Zdrój, Rąbino, Rymań, Siemyśl, Sławoborze, gmina Szczecinek, Tychowo;

Drawski Park Krajobrazowy, Regionalna Dyrekcja Lasów Państwowych, stowarzyszenia lokalne i regionalne, inne ...

Należy w tym miejscu przedstawić również sposób współpracy między podmiotami zaangażowanymi w realizację projektu (np. relacje między ZMiGDP a poszczególnymi gminami) w szczególności w aspekcie finansowania projektu.

Trwałość projektu

Trzeba zdecydować, czy projekt po zakończeniu jego realizacji będzie zarządzany przez beneficjenta końcowego, czy też będzie przekazany na rzecz innych niż beneficjent końcowy instytucji, np. stowarzyszeniom turystycznym.

Harmonogram realizacji projektu (przedstawić w ujęciu kwartalnym)

Planowany termin przetargu – do ustalenia

Planowany termin rozpoczęcia realizacji projektu – do ustalenia – termin wejścia w życie umowy z wykonawcą projektu

Etapy realizacji projektu (przykłady):

Budowa szlaków pieszych – podać termin zakończenia

Budowa tras rowerowych – podać termin zakończenia

Budowa tras do jazdy konnej – podać termin zakończenia

Zagospodarowanie szlaków kajakowych – podać termin zakończenia

Budowa stanowisk wędkarskich – podać termin zakończenia

Ośrodki informacji turystycznej – terminy uruchomienia

Budowa parkingów – podać termin zakończenia

Wydawnictwa promocyjne – terminy wydania poszczególnych publikacji

Planowany termin rzeczowego zakończenia inwestycji – do ustalenia

Planowane rozliczenie projektu – przedstawienie raportu końcowego

Wskaźniki osiągnięcia celów projektu (przykłady)

Wskaźniki planowanych produktów (przykłady)

1. Długość utworzonych i zmodernizowanych pieszych szlaków turystycznych [km]
2. Długość wybudowanych lub zmodernizowanych tras rowerowych [km]
3. Długość utworzonych/zmodernizowanych tras do jazdy konnej [km]

4. Długość utworzonych/zmodernizowanych szlaków kajakowych [km]
5. Liczba utworzonych/zmodernizowanych ośrodków/punktów informacji turystycznej [szt.]
6. Liczba utworzonych stanowisk wędkarskich [szt.]
7. Liczba wybudowanych parkingów lub liczba miejsc postojowych na parkingach [szt.]
8. Liczba tytułów i nakład wydawnictw promocyjnych i informacyjnych [szt.]

Wskaźniki planowanych rezultatów (przykłady)

1. Wzrost liczby turystów odwiedzających gminy ZMiGDP [% lub osoby]
- 1a. Wzrost liczby turystów odwiedzających gminy w wybranych okresach roku [% lub osoby]
- 1b. Wzrost liczby turystów z pożądaných grup docelowych np. (turystów kajakowych, konnych, rowerowych itp.), [% lub osoby]
2. Utworzenie nowych miejsc pracy związanych z bezpośrednią obsługą turystów [szt.]
3. Wzrost wykorzystania miejsc w obiektach noclegowych (w ogóle lub w poszczególnych okresach), [%]
4. Zmniejszenie ilości zanieczyszczeń stałych pozostawianych przez turystów [t]

Wskaźniki planowanego oddziaływania (przykłady)

1. Utworzenie nowych podmiotów gospodarczych [szt.]
2. Wzrost rentowności podmiotów gospodarczych [%]
3. Powstanie nowych miejsc pracy [szt. lub %]
4. Wzrost poziomu inwestycji – wartość zaangażowanego kapitału [zł]
5. Poprawa wybranych parametrów środowiska naturalnego obszaru [zmiana klasy czystości wody, zmniejszenie odpadów stałych, zmniejszenie liczby pożarów lasu i inne]

Należy pamiętać, aby przedstawione wskaźniki były możliwe do zmierzenia, a także, aby możliwa była ich weryfikacja poprzez wskazanie wiarygodnego źródła pozyskania informacji na temat realizacji danego wskaźnika. Ważnym elementem jest także umiejętność wykazania związku przyczynowo-skutkowego między miarą danego wskaźnika a samym projektem.

Typ projektu

Trzeba określić, czy projekt będzie generował znaczący dochód netto. Powinno to wynikać z dokumentu źródłowego (w przypadku omawianego projektu będzie to studium wykonalności), na który trzeba się powołać. Z dużą dozą prawdopodobieństwa można przyjąć, że projekt o tak określonym zakresie nie będzie generował dochodu¹⁶.

Planowane wydatki w ramach projektu¹⁷

Wydatki związane z realizacją projektu należy podzielić na kwalifikowane i niekwalifikowane. Do kosztów kwalifikowanych można zaliczyć koszty związane z pracami inwestycyjnymi, takie jak:

¹⁶ Jest to bardzo istotny punkt wniosku i całego projektu, ponieważ generowanie dochodu i jego wielkość warunkuje poziom współfinansowania ze strony Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Pojęcie znaczącego zysku netto jest interpretowane jako wysokość zysku pochodzącego z normalnej eksploatacji inwestycji w ciągu okresu jej amortyzacji. Jeśli wartość dochodu przekroczy poziom 25% wartości inwestycji w okresie jej amortyzacji, to projekt jest uznawany jako generujący znaczący dochód netto.

¹⁷ Całkowita wartość omawianego projektu nie może być niższa niż równowartość 1 mln euro, aby mógł on być realizowany w ramach zaproponowanego działania nr 1.4. Rozwój turystyki i kultury.

- przygotowania terenu pod budowę,
- prac ziemnych,
- prac budowlano-montażowych,
- prac instalacyjnych,
- prac wykończeniowych,
- koszty zakupu niezbędnego sprzętu,
- koszty nadzoru inżynierskiego,

a także koszty prac przygotowawczych obejmujące m.in.:

- przygotowanie projektu (przeprowadzenie prac studialnych, ekspertyz, badania geologiczne),
- przygotowanie dokumentacji technicznej, w tym: przygotowanie studium wykonalności, oceny wpływu na środowisko,
- prace projektantów, architektów,
- wykup gruntów (maksymalnie 10% całkowitych kosztów kwalifikowanych projektu),
- przygotowanie dokumentacji przetargowej.

Uwaga: W przypadku beneficjenta końcowego pomocy, jakim jest związek międzygminny nie mający możliwości odzyskania podatku VAT, do kosztów kwalifikowanych można również zaliczyć podatek VAT. W takim przypadku, w pozycjach dotyczących kosztów kwalifikowanych należy wpisać wartość netto poszczególnych kategorii wydatków, a w wierszach poniżej wartość podatku VAT.

Wydatki w grupie kosztów kwalifikowanych i niekwalifikowanych należy przedstawić w układzie kwartalnym. Suma wydatków kwalifikowanych i niekwalifikowanych daje całkowity koszt projektu.

Źródła finansowania projektu

Należy wskazać wszystkie źródła finansowania projektu w odniesieniu do wydatków kwalifikowanych w rozbiciu na:

1. Wnioskowaną dotację z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
2. Środki krajowe w podziale na
 - budżet państwa, (jeśli występują),
 - budżety jednostek samorządu terytorialnego (w podziale na rodzaje j.s.t.),
 - inne krajowe fundusze publiczne (jeśli występują),
 - środki prywatne (jeśli występują),
 - inne (jeśli występują)
3. Międzynarodowe instytucje finansowe (jeśli występują)

Należy pamiętać, że wnioskowana wielkość dotacji ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego musi wypełniać wymogi zawarte w Rozporządzeniach Rady i Komisji oraz krajowych dokumentach programowych, tzn. nie może przekroczyć 75% kosztów kwalifikowanych w przypadku projektu, który nie generuje znaczącego dochodu netto. Jeśli projekt generuje znaczący dochód netto, wtedy poziom pomocy jest ograniczony do 50% wartości kosztów kwalifikowanych.

Pomoc publiczna uzyskana przez wnioskodawcę w Polsce

Należy wskazać, czy podmiot wnioskujący uzyskał pomoc publiczną w ciągu ostatnich trzech lat. Jeśli odpowiedź jest twierdząca, to trzeba wpisać wysokość otrzymanej pomocy.

Zgodność projektu z polityką ochrony środowiska¹⁸

Należy zaznaczyć, czy projekt ma pozytywny, neutralny lub negatywny wpływ na politykę ochrony środowiska.

Zgodność projektu z polityką równych szans

Należy zaznaczyć, czy projekt ma pozytywny, neutralny lub negatywny wpływ na politykę równych szans.

Zgodność projektu z polityką społeczeństwa informacyjnego

Należy zaznaczyć, czy projekt ma pozytywny, neutralny lub negatywny wpływ na politykę społeczeństwa informacyjnego.

Zgodność projektu z prawodawstwem w zakresie zamówień publicznych

Należy wskazać w ramach ilu kontraktów projekt będzie realizowany i ile jest w związku z tym przewidzianych procedur przetargowych.

Pozwolenie na budowę lub zgłoszenie budowy dla przygotowywanego projektu

Należy wskazać, czy uzyskano pozwolenie na budowę. Jeśli odpowiedź jest negatywna, trzeba podać termin uzyskania tego dokumentu.

Promocja projektu

W punkcie tym należy podać krótki opis sposobów promocji projektu jako przedsięwzięcia współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Działania promocyjne muszą być zgodne z zapisami zawartymi w Rozporządzeniu Komisji nr 1159/2000/WE.

Lista załączników

Załączniki stanowią integralną część wniosku. Służą one do uzupełniania i zweryfikowania danych zawartych we wniosku. Poniżej przedstawiono listę załączników niezbędnych przy omawianym projekcie.

1. Studium wykonalności
2. Ocena oddziaływania na środowisko – raport oddziaływania na środowisko (jeśli będzie wymagany przez polskie prawo)
3. Kopia decyzji o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu
4. Kopia pozwolenia na budowę lub zgłoszenia budowy
5. Zestawienie posiadanej dokumentacji technicznej z określeniem tytułów tomów, dat opracowania, autora
6. Mapy, szkice lokalizacyjne sytuujące projekt
7. Potwierdzenie zgodności projektu z miejscowym planem zagospodarowania przestrzennego lub z decyzją o ustaleniu lokalizacji inwestycji celu publicznego

¹⁸ Projekt nie może być niezgodny z żadną z polityk horyzontalnych Unii Europejskiej (ochrona środowiska, równość szans, społeczeństwo informacyjne) dlatego zaleca się, aby w wymienionych punktach były wskazywane odpowiedzi o jego pozytywnym lub neutralnym wpływie.

8. Potwierdzenie prawa do dysponowania gruntem lub obiektami – oświadczenie o prawie dysponowania nieruchomością na cele budowlane
9. Oświadczenie beneficjenta o posiadaniu środków niezbędnych do zrealizowania projektu
10. Poświadczenia o współfinansowaniu projektu przez instytucje partycypujące finansowo w kosztach
11. Kopia zawartej umowy (porozumienia lub innego dokumentu) określająca role w realizacji projektu, wzajemne zobowiązania stron, odpowiedzialność wobec dysponenta środków unijnych
12. Bilans za ostatnie trzy lata (potwierdzony przez głównego księgowego lub biegłego rewidenta)
13. Oświadczenie Beneficjenta lub instytucji odpowiedzialnej za funkcjonowanie projektu po jego zakończeniu o zachowaniu celów projektu zgodnych z wnioskiem aplikacyjnych w ciągu 5 lat od daty decyzji w sprawie dofinansowania ze środków EFRR
14. Wypis z Krajowego Rejestru Sądowego
15. Poświadczona kopia dokumentu rejestrowego, świadcząca iż beneficjent nie działa w celu osiągnięcia zysku.