

**WARSZTATY PODSUMOWUJĄCE CYKL TRZECH SPOTKAŃ
WARSZTATOWYCH – KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI
W POWIECIE KLUCZBORSKIM, PODSTAWY KREACJI
PRODUKTU TURYSTYCZNEGO, DOCELOWE SEGMENTY
RYNKU, PODMIOTY WDRAŻAJĄCE**

W RAMACH

**SEKTOROWEJ STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI NA
OBSZARACH WIEJSKICH W GMINACH: KLUCZBORK,
BYCZYNA, WOŁCZYN I LASOWICE WIELKIE**



Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach SPO "Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego i rozwój obszarów wiejskich 2004-2006", działanie 2.7., Pilotażowy Program Leader +.

Bogdańczowice, 21 marca 2006 r.

**WARSZTATY PODSUMOWUJĄCE
KIERUNKI ROZWOJU TURYSTYKI W POWIECIE KLUCZBORSKIM, PODSTAWY
KREACJI PRODUKTU TURYSTYCZNEGO, DOCELOWE SEGMENTY RYNKU,
PODMIOTY WDRAŻAJĄCE**

Uczestnicy: przedstawiciele władz samorządowych, organizacji pozarządowych, przedsiębiorców, właściciele gospodarstw agro- i ekoturystycznych, lokalni leaderzy, członkowie Lokalnej Grupy Działania.

Forma: prezentacja, dyskusja.

Cel: podsumowanie 3 spotkań warsztatowych, wypracowanie kierunków rozwoju turystyki w powiecie kluczborskim, przedstawienie koncepcji rozwoju.

I. S.W.O.T.

Analiza S.W.O.T. – jakie są mocne i słabe strony Twojego Regionu w kontekście rozwoju turystyki oraz jakie są szanse i zagrożenia będące efektem oddziaływania otoczenia zewnętrznego (trendy na rynku turystycznym, sytuacja w gospodarce polskiej i światowej, prognozy dot. polskiego rynku turystycznego, otoczenie konkurencyjne etc.).

<u>Mocne strony</u>	<u>Słabe strony</u>
§ bogate i nie zanieczyszczone środowisko przyrodnicze, dające podstawy do budowy produktów turystyki aktywnej, krajoznawczej, edukacyjno-rekreacyjnej, agro – i ekoturystyki, § źródła wód termalnych w gminie Wołczyn, § wiele ciekawych i unikalnych zabytków, w tym przede wszystkim zabytkowe kościołki drewniane, § różnorodność kulturowa, będąca efektem uwarunkowań historycznych, § ślady obecności różnych narodowości, kultur oraz religii, § ciekawe i bogate życie kulturalne, wielość imprez o charakterze kulturalnym, folklorystycznym, § ciekawe legendy, § znane postacie związane z Regionem, § kontakty z partnerskimi gminami i miastami w Niemczech i na Ukrainie, owocujące m.in. wymianą kulturalną, § tradycje pszczelarskie związane z postacią ks. J. Dzierżona, § miód i świece z wosku pszczelego jako pamiątki regionalne, § stosunkowo dobre strony internetowe, zawierające dużą ilość, aktualizowanych na bieżąco informacji, § duża ilość organizacji pozarządowych działających na rzecz rozwoju turystyki, w tym istnienie i funkcjonowanie Kluczborsko-Oleskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej, § duże zaangażowanie władz samorządowych w rozwój gmin i powiatu, § stosunkowo duża ilość inwestycji aktualnie realizowanych i planowanych w najbliższej przyszłości, które przyczynią się do poprawy atrakcyjności turystycznej Regionu, § kreatywność mieszkańców Regionu – pomysły na ciekawe produkty turystyczne, § ciekawa i bogata oferta agro- i ekogospodarstw – sieć współpracy.	§ niedostatecznie rozbudowana infrastruktura techniczna (wodociągi i kanalizacja), co przekłada się na zanieczyszczanie środowiska oraz jest niebezpieczne dla mieszkańców (azbestowe wodociągi), § zabytki wymagające renowacji i modernizacji, brak systemów antypożarowych w kościołkach drewnianych, które stanowią jedną z najważniejszych atrakcji w regionie, § niedostateczna pod względem ilościowym oraz nierównomiernie rozmieszczona baza noclegowa; niedostatecznie rozwinięta baza noclegowa w gospodarstwach agroturystycznych, § niedostateczna pod względem ilościowym oraz nierównomiernie rozmieszczona baza gastronomiczna, § mała ilość ciekawych ofert turystycznych i produktów markowych, § brak koordynacji organizacji imprez (problem harmonogramu imprez), § brak zintegrowanego systemu promocji Regionu, mała ilość ogólnodostępnych materiałów promocyjnych, § brak punktów informacji turystycznej, § odpływ młodych ludzi do większych miast, § słaba znajomość języków obcych wśród mieszkańców Regionu, stanowiąca często barierę dla budowania oferty dla turystów zagranicznych, § mała ilość wytyczonych, oznakowanych i zagospodarowanych szlaków turystycznych, zwłaszcza szlaków tematycznych, § niewystarczająca ilość obiektów sportowo-rekreacyjnych dostępnych dla turystów, § mała ilość spakietowanej oferty gotowej do sprzedaży.

<u>Szanse</u>	<u>Zagrożenia</u>
§ akcesja Polski do Unii Europejskiej i związana z tym możliwość wykorzystania programów i funduszy strukturalnych dla rozwoju turystyki oraz ułatwienia formalno-prawne podczas przekraczania granic, § opracowanie Sektorowej Strategii Rozwoju Turystyki na Obszarach Wiejskich w gminach: Kluczbork, Byczyna, Wołczyn i Lasowice Wielkie, § wzrost rangi turystyki w programach rządowych, m.in. Strategia rozwoju turystyki na lata 2007-2013 priorytetyzująca rozwój produktów turystycznych w regionach, w tym przede wszystkim produktów opartych o potencjał regionalny, budowanych na bazie szlaków turystycznych, § korzystne tendencje w turystyce przyjazdowej z zachodniej granicy, § zmiana trendów i tendencji w turystyce światowej na rzecz wypoczynku w miejscach mniej zatłoczonych — w bezpośrednim kontakcie z przyrodą i lokalną kulturą, rosnąca aktywność turystyczna, zainteresowanie turystyką aktywną, wzmożony popyt na wyjazdy weekendowe, rosnący popyt na kompleksowe pakiety usług turystycznych, rosnące zapotrzebowanie na zdrową, ekologiczną żywność, popularność wypoczynku na wsi (cisza, spokój), § rozwój turystyki rodzinnej, uzdrowiskowej (z jednej strony starzenie się społeczeństwa europejskiego, z drugiej wzrost popularności uzdrowisk wśród młodych, zamożnych osób) i biznesowej, § rozwój tanich linii lotniczych, § działalność Polskiej Organizacji Turystycznej i poprawa wizerunku turystyki w Polsce na rynkach światowych, § podnoszenie standardu usług hotelarskich w konsekwencji wejścia w życie uregulowań prawnych dotyczących turystyki, § podnoszenie jakości usług agroturystycznych (kategoryzacja, standardy), § rozwój współpracy zagranicznej z Niemcami i Ukrainą, § bogacenie się społeczeństwa europejskiego przejawiające się m.in. zwiększaniem części dochodu	§ niedostateczna świadomość ekologiczna turystów skutkująca nie przestrzeganiem przez nich właściwych zasad zachowania na obszarach cennych przyrodniczo i chronionych prawnie - degradacja środowiska naturalnego, § silna konkurencja ze strony bardziej znanych w Polsce obszarów turystyki, w tym obszarów oferujących podobne produkty turystyczne, oraz zagranicznej turystyki wyjazdowej, § duża konkurencja ze strony regionów wysoko uprzemysłowionych w pozyskiwaniu inwestorów, § niska siła nabywcza społeczeństwa w zakresie produktów turystycznych (bariera popytu), § brak spójnego systemu wspomagania przedsięwzięć publiczno-prywatnych w tym sektorze, § brak jednolitego systemu informacji i promocji walorów turystycznych w Polsce, § potencjalna kolizja działań mających na celu rozwój sektora turystyki z rygorami ochrony środowiska na obszarach podlegających prawnej ochronie przyrody, § trudności z wykorzystaniem środków unijnych (brak środków niezbędnych do współfinansowania projektów), § pogorszenie sytuacji materialnej przeciętnej polskiej rodziny w pierwszych latach członkostwa w UE – spadek aktywności turystycznej, § rosnąca migracja z Regionu, zwłaszcza ludzi młodych, § stale obserwowany wandalizm na szlakach turystycznych (niszczenie map, oznakowań, punktów widokowych), § mentalność społeczności regionalnej przejawiająca się w niedocenianiu roli turystyki dla rozwoju Regionu, § degradacja obiektów zabytkowych – pogarszający się stan zabytków, zagrożenie pożarami.

przeznaczanego na cele turystyczne, § wzrost atrakcyjności inwestycyjnej, wzrost zaufania inwestorów, § rozwój produktów turystycznych, dominacja na rynku ciekawych kompozycji produktowych.	
--	--

Walory naturalne

- ## Walory antropogeniczne

- ### Pozostałe atuty:

[illegible]

III. Infrastruktura turystyczna i paraturystyczna – obszary działań.

Infrastruktura turystyczna

§ baza noclegowa

- rozbudowa bazy noclegowej (zwł. obiektów oferujących min. 50 miejsc noclegowych oraz rozwój agroturystyki, w tym zintegrowanych obszarów agroturystycznych),
- miejsca noclegowe w gospodarstwach ekologicznych,
- równomierne rozmieszczenie obiektów noclegowych,
- zróżnicowanie oferty usług oferowanych przez obiekty noclegowe,
- podniesienie standardu usług i doposażenie obiektów,
- wykorzystanie obiektów szkolnych,

§ baza gastronomiczna

- regionalizacja oferty kulinarnej,
- równomierne rozmieszczenie bazy gastronomicznej.

Infrastruktura paraturystyczna

§ szlaki turystyczne

- wytyczenie w terenie, oznakowanie szlaków tablicami kierunkowymi i informacyjnymi
- wyposażenie szlaków w elementy małej infrastruktury – zagospodarowanie szlaków,
- tworzenie nowych ścieżek rowerowych, dydaktycznych i ekologicznych,
- tworzenie ścieżek zdrowia,
- tworzenie nowych szlaków tematycznych,
- tworzenie szlaków kombinowanych (konne, rowerowe, piesze, dydaktyczne),
- walka z wandalizmem na szlakach.

§ obiekty sportowo-rekreacyjne

- zbudowanie retencyjnego zbiornika rekreacyjnego,
- rozbudowa oferty nad zbiornikiem Polanowie – Brzózki,
- rozbudowa i modernizacja obiektów sportowych.

§ obiekty kulturalne

- modernizacja i doposażenie istniejących domów kultury i świetlic wiejskich.

Inne działania:

.....

.....

.....

.....

.....

System informacji turystycznej

- ## **Materiały promocyjne**

- ## Wizualizacja

- ## Imprezy

- § opracowanie scenariusza, organizacja i promocja sztandarowej, wizerunkowej imprezy regionalnej,
- § koordynacja działań przy opracowywaniu kalendarza imprez w poszczególnych gminach.

Inne działania:

[illegible]

V. Segmentacja rynku – identyfikacja pożądanego klienta-turysty.

Turysta odwiedzający powiat kluczborski to osoba:

zamożna		skala: 1-10
wykształcona		skala: 1-10
pochodząca z dużej aglomeracji miejskiej		tak / nie
młoda		skala: 1-10
rodziny		tak / nie
turysta indywidualny		tak / nie

Oczekiwane grypy turystów:

- według kryterium motywacji

Segment	Tak	Nie
turystyka aktywna		
turystyka krajoznawcza		
turystyka sentymentalna		
turystyka kulturowa		
turystyka edukacyjna dzieci i młodzieży		
turystyka hobbystyczna (myśliwi, wędkarze, obserwatorzy przyrody etc.)		
agroturystyka		
turystyka ekologiczna		
turystyka zdrowotna		
turystyka weekendowa		
inne		

Uszereguj podane powyżej segmenty rynku według hierarchii ważności.

- według kryterium pochodzenia

Segment	Tak	Nie
turystyka krajowa (jakie regiony?)		
turystyka wewnątrzregionalna		
Niemcy		
pozostałe kraje		

Uszereguj podane powyżej segmenty rynku według hierarchii ważności.

- według kryterium długości pobytu

Segment	Tak	Nie
tranzyt		
1 dzień		
weekend		
do 7 dni		
powyżej 7 dni		

Uszereguj podane powyżej segmenty rynku według hierarchii ważności.

VI. Podział odpowiedzialności i zadań – władze samorządowe, branża.

Obszar	Działania po stronie władz samorządowych (powiatowych i gminnych)	Działania po stronie branży
Infrastruktura	§ Wytyczenie, oznakowanie i zagospodarowanie szlaków turystycznych, dbałość o stan nawierzchni, § walka z wandalizmem na szlakach, § wybudowanie i zagospodarowanie rekreacyjnego zbiornika retencyjnego, § adaptacja obiektów szkolnych na bazę noclegową, § poprawa stanu infrastruktury technicznej i drogowej.	§ Rozbudowa bazy noclegowej, § podnoszenie standardu usług noclegowych, doposażenie obiektów, § rozbudowa bazy gastronomicznej, § rozbudowa oferty nad zbiornikiem Polanowie-Brzózki, § budowa uzdrowiska w Wołczynie wraz z całym zapleczem rekreacyjno-sportowym.
Promocja i informacja	§ Stworzenie centrum informacji turystycznej, § stworzenie systemu przepływu informacji, § wydawanie materiałów promocyjnych, przede wszystkim ogólnodostępnych małych folderów i ulotek, § gadżety – pamiątki regionalne, § nadzór nad stronami internetowymi (aktualizacja danych, różne wersje językowe), § udział w targach i imprezach turystycznych, § stworzenie i wdrożenie Systemu Identyfikacji Wizualnej, § organizowanie imprez promujących region (koordynacja działań gmin).	§ Aktualizowanie informacji i przekazywanie ich do władz samorządowych czuwających nad systemem promocji i informacji turystycznej, § włączenie się w organizację imprez kulturalnych i sportowych (pomoc w organizacji, sponsoring, fundowanie nagród), § tworzenie małych punktów informacji turystycznej w obiektach noclegowych i gastronomicznych, § wydawanie materiałów promocyjnych i reklamowych, zawierających informacje o danym obiekcie oraz ogólne informacje o Regionie, § udział w targach i imprezach turystycznych, § przygotowanie i dystrybucja specjalistycznych materiałów promocyjnych do potencjalnych klientów (np. szkoły).
Agroturystyka	§ Organizowanie szkoleń dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych, § podejmowanie akcji społecznych na rzecz rozwoju agroturystyki, § wspieranie realizacji wspólnych przedsięwzięć.	§ Budowa ciekawej oferty wypoczynku na obszarach wiejskich, w tym podejmowanie współpracy.

Zasoby ludzkie	§ Szkolenia dla branży z zakresu: pozyskiwania funduszy unijnych, budowy i promocji oferty turystycznej, zarządzania i prowadzenia obiektów bazy turystycznych, obsługi komputera i posługiwania się Internetem, kategoryzacji obiektów, wykorzystywania dobrych praktyk, prowadzenia edukacji ekologicznej, szkolenia językowe (dla początkujących i średnio zaawansowanych, szkolenia językowe specjalistyczne).	§ Organizowanie szkoleń dla pracowników operacyjnych, § szkolenia językowe, § wprowadzanie systemów zarządzania jakością usług, § organizowanie wyjazdów studyjnych.
----------------	---	--

VII. Drzewo problemów – identyfikacja problemów związanych z rozwojem turystyki w powiecie kluczborskim wraz z określeniem ich wagi.

Problem	Waga (1-10) 1- najważniejszy, 10 – najmniej ważny
Brak koordynacji w zakresie organizacji imprez	
Brak sztandarowej imprezy regionalnej	
Brak wyraźnego wizerunku Regionu na mapie turystycznej Polski	
Niewystarczająca pod względem ilościowym i jakościowym baza noclegowa	
Mała ilość produktów turystycznych	
Mały stopień wykorzystania posiadanych walorów dla budowy produktów turystycznych, szczególnie brak zintegrowanej, ciekawej oferty opartej na tradycji pszczelarskiej	
Sezonowość przyjazdów	
Brak informacji turystycznej	
Mała ilość ogólnodostępnych materiałów promocyjnych	
- Mała ilość informacji na stronach internetowych (mimo dobrych stron internetowych powiatu oraz niektórych gmin)	
Mały stopień wykorzystania targów i innych imprez promocyjnych jako narzędzi promocji Regionu	
Odpływ młodych osób do większych miast	
Brak wykwalifikowanych przewodników w Regionie	
Brak wytyczonych, oznakowanych i wyposażonych w małą infrastrukturę szlaków turystycznych (szczególnie tematycznych)	
Brak oznakowania atrakcji w Regionie oraz systemu identyfikacji wizualnej	
Niewystarczająca dostępność atrakcji	
Konieczność modernizacji i restauracji obiektów zabytkowych	
Brak systemów antypożarowych w zabytkowych kościołkach drewnianych	
Brak wypracowanej systemowej platformy współpracy pomiędzy władzami samorządowymi, branżą i organizacjami pozarządowymi	
Niewystarczająca ilość szkoleń, seminariów, warsztatów, akcji społecznych mających na celu rozwój kadr dla turystyki	
Inne:	

VIII. Struktura części strategicznej Sektorowej Strategii Rozwoju Turystyki na Obszarach Wiejskich w gminach: Kluczbork, Byczyna, Wołczyn i Lasowice Wielkie – prezentacja koncepcji.

Przedstawiona poniżej koncepcja części strategicznej SSRT jest zgodna z wytycznymi Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi dotyczącymi sporządzania Zintegrowanej Strategii Rozwoju Obszarów Wiejskich. Należy również podkreślić jej kompatybilność ze Strategią rozwoju turystyki w Polsce na lata 2007-2013, której projekt został przyjęty przez Radę Ministrów w czerwcu 2005 roku.

Struktura koncepcji przedstawia się następująco: punktem wyjścia jest tzw. *temat wiodący*, którego realizacja wymaga podjęcia szeregu *działań* w kilku obszarach, co prowadzi do osiągnięcia tzw. *celów strategicznych*, co z kolei pozwoli osiągnąć w przyszłości stan oczekiwany (*wizja*).

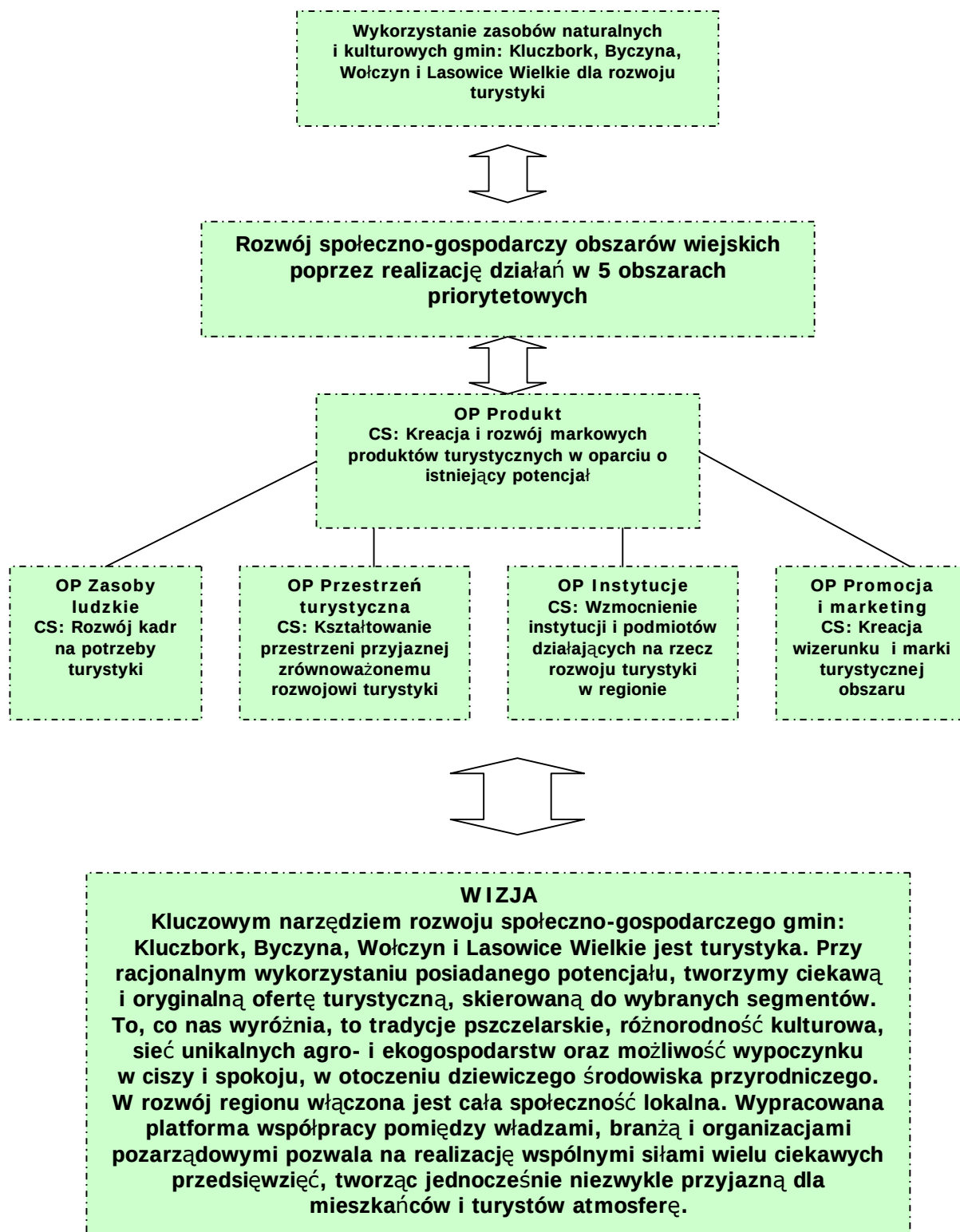
TEMAT WIODĄCY

ß

REALIZACJA DZIAŁAŃ W WYBRANYCH OBSZARACH PRIORYTETOWYCH CELE STRATEGICZNE

ß

WIZJA OBSZARU OBJĘTEGO PROJEKTEM



Obszary priorytetowe – schemat opisu

- 1) Analiza stanu obecnego.
- 2) Cel strategiczny.
- 3) Działania.

OP Produkt

- działania opisane według docelowych segmentów rynku (forma tabelaryczna)

Cel rozwoju	
Wizerunek	
Docelowe segmenty	
Wykorzystywany potencjał	
Atrakcje	
Infrastruktura	
Sposób funkcjonowania	
Unikalność / wyróżniki oferty	
Działania niezbędne do wdrożenia produktu	

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

OP Zasoby ludzkie

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

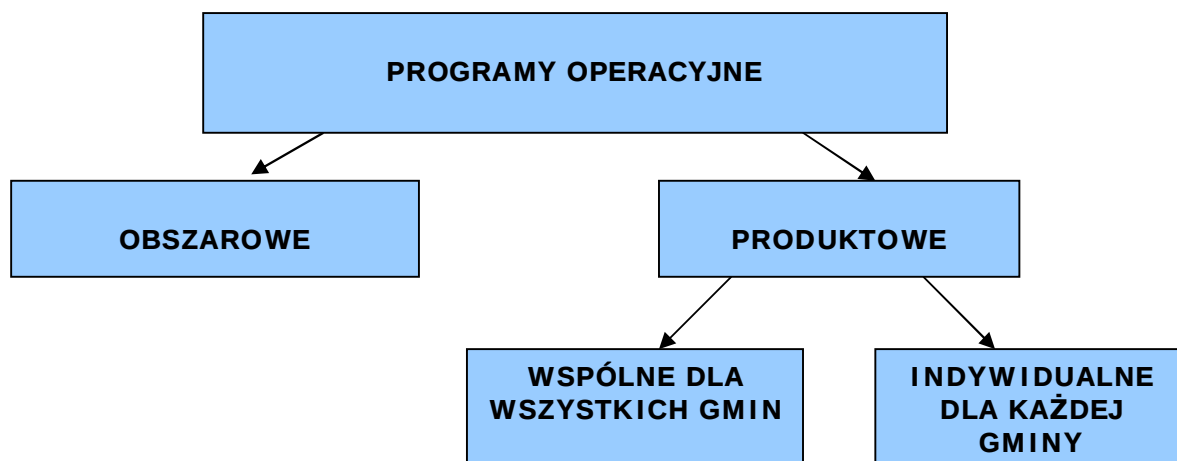
OP Promocja i marketing

OP Przestrzeń turystyczna

OP Instytucje

16

Programy operacyjne



GM. KLUCZBORK	GM. BYCZYNA	GM. WOŁCZYN	GM. LASOWICE WIELKIE
PROGRAMY OPERACYJNE OBSZAROWE			
Markowe Produkty Turystyczne Powiatu Kluczborskiego			
Profesjonalne Kadry			
Silny Wizerunek			
Silne Instytucje			
Zrównoważony Rozwój Przestrzeni Turystycznej			
PROGRAMY OPERACYJNE PRODUKTOWE - WSPÓLNE			
Szlakiem Drewnianych Kościółków			
W Nurtach Kultury i Tradycji			
Akademia Śląskiego Jadła			
EKOlegium			
W Gronie „Wielkich” Przyjaciół			
PROGRAMY OPERACYJNE PRODUKTOWE - INDYWIDUALNE			
Tajniki Pszczelej Kultury	W Rycerskim Kręgu	Źródlane Klimaty	LASowickie Knieje