

**STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI  
W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM  
NA LATA 2004 - 2013**

**Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego**

Gdańsk 2004

Strategia Rozwoju Turystyki  
Województwa Pomorskiego na lata 2004 – 2013

praca pod redakcją  
Marzeny Wanagos

Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego  
Gdańsk 2004

Wydawca: Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego  
80-810 Gdańsk, ul. Okopowa 21/27

Tytuł: Strategia Rozwoju Turystyki Województwa Pomorskiego na lata 2004 – 2013

Pod redakcją: Marzeny Wanagos

Redakcja techniczna: Monika Ilisińska, Aleksandra Kołtońska

Tłumaczenie: Maria Stelmasiewicz

Koncepcja Okładki: Grzegorz Filip „Indygo”

Projekt graficzny okładki: .....

Autor zdjęcia: .....

Druk i oprawa: Grafix Centrum Poligrafii

© Copyright by Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego, Gdańsk 2004

Gdańsk, 2004

ISBN .....

*Zdjęcie!*

*Szanowni Państwo,*

Z ogromną przyjemnością i satysfakcją przekazuję Państwu dokument wyznaczający kierunki działań w dziedzinie turystyki w regionie pomorskim do roku 2013. W zapisanych priorytetach i wynikających z nich programach operacyjnych *Strategia* zakłada realizację kompleksowego systemu informacji turystycznej, spójnej polityki promocji potencjału turystycznego województwa pomorskiego oraz kreowanie produktów turystycznych.

*Strategia* podkreśla znaczenie monitoringu rynku turystycznego, który pozwoli na racjonalne zarządzanie turystyką. Wiedza jest bowiem podstawą do osiągnięcia wysokiego poziomu konkurencyjności regionu. Założeniem dokumentu jest zwiększenie wykorzystania potencjału społeczności lokalnych zaangażowanych w kreowanie innowacyjnych, atrakcyjnych

i konkurencyjnych produktów turystycznych. *Strategia* stanowi także podstawę harmonijnej i długofalowej współpracy na rzecz rozwoju turystyki pomiędzy wszystkimi szczeblami administracji samorządowej, organizacjami pozarządowymi jak i rządowymi. Integracja wszystkich środowisk jest bowiem niezbędna dla tworzenia nowej jakości turystyki w regionie.

Mam nadzieję, że w okresie najbliższych dziewięciu lat zdołamy urzeczywistnić wizję strategiczną turystyki w województwie pomorskim, które faktycznie stanie się obszarem zaspokajającym szeroką gamę potrzeb turystów i mieszkańców. Turystyka natomiast będzie siłą napędową rozwoju regionu, wygeneruje nowe miejsca pracy, przez co umocni wiele dziedzin gospodarki.

Gdańsk, maj 2004 r.

Marszałek Województwa Pomorskiego

*Jan Kozłowski (czytelna faksymilka!)*



# SPIS TREŚCI

1. Wprowadzenie
  - 1.1. Istota strategii rozwoju turystyki w województwie pomorskim
  - 1.2. Metoda
  - 1.3. Struktura treści
2. Bilans strategiczny turystyki województwa pomorskiego
  - 2.1. Debaty społeczne
  - 2.2. Analiza SWOT
3. Wizja strategiczna turystyki w województwie pomorskim w 2013 roku
4. Misja województwa pomorskiego w zakresie turystyki
5. Priorytety rozwoju turystyki w województwie pomorskim
6. Założenia i cele strategiczne w zakresie turystyki w województwie pomorskim
7. Wskazanie zadań strategicznych
8. Realizacja Strategii
  - 8.1. Środki realizacji Strategii
  - 8.2. Programy realizacji Strategii
  - 8.3. Ryzyko i zagrożenia realizacji Strategii
9. Monitorowanie realizacji Strategii
  - 9.1. Organizacja monitorowania Strategii
  - 9.2. Wskaźniki monitorowania Strategii
10. Zakończenie

**UCHWAŁA NR 327/XXIII/04**  
**SEJMIKU WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO**  
**z dnia 17 maja 2004 roku**

w sprawie: przyjęcia Strategii Rozwoju Turystyki w Województwie Pomorskim na lata 2004 - 2013

Na podstawie § 2 Uchwały nr 122/X/03 Sejmiku Województwa Pomorskiego z dnia 30 czerwca 2003 r.  
w sprawie przystąpienia do opracowania Strategii Rozwoju Turystyki w Województwie Pomorskim  
na lata 2004 - 2013

**Sejmik Województwa Pomorskiego uchwala, co następuje:**

**§ 1**

Uchwala się Strategię Rozwoju Turystyki w Województwie Pomorskim, zwanej Strategią Rozwoju Turystyki, na lata 2004 - 2013, stanowiącą załącznik do niniejszej uchwały.

**§ 2**

Wykonanie uchwały zgodnie z priorytetami Strategii Rozwoju Turystyki określonymi jako:

- 1) Rozwój partnerstwa i współpracy na rzecz spójnego systemu zarządzania,
- 2) Rozbudowa infrastruktury i poprawa dostępności transportowej,
- 3) Tworzenie markowych produktów turystycznych,
- 4) Opracowanie i wdrażanie koncepcji monitoringu rynku turystycznego,
- 5) Tworzenie spójnej promocji oraz zintegrowanego systemu informacji turystycznej,
- 6) Rozwój kapitału ludzkiego oparty na wiedzy i przedsiębiorczości skierowany na wzrost jakości usług turystycznych

- powierza się Zarządowi Województwa.

**§ 3**

1. Realizacja Strategii Rozwoju Turystyki następować będzie przez opracowanie i realizowanie szczegółowych programów takich jak:
  - 1) Program Rozwoju Produktów Turystycznych Województwa Pomorskiego,
  - 2) Zintegrowany System Informacji Turystycznej Województwa Pomorskiego,
  - 3) Program Monitoringu Rynku Turystycznego,
  - 4) Program Promocji Turystyki Województwa Pomorskiego,
  - 5) Program Szkoleń dla Turystyki,
  - 6) System Transportu w Turystyce,
  - 7) Program Wspierania Inwestycji i Przedsiębiorczości w Turystyce.
2. Opracowanie i realizowanie programów przebiegać będzie w dwóch etapach czasowych stosownie do możliwości pozyskiwania środków z Unii Europejskiej.

**§ 4**

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

*Przewodniczący*  
*Sejmiku Województwa Pomorskiego*  
*Brunon Synak*  
*(faksymilka!!!)*

## **Członkowie Zarządu Województwa Pomorskiego**

w okresie prac nad „Strategią Rozwoju Turystyki w Województwie Pomorskim na lata 2004-2013”:

Jan Kozłowski – Marszałek Województwa Pomorskiego  
Marek Biernacki – Wicemarszałek Województwa Pomorskiego  
Kazimierz Klawiter – Wicemarszałek Województwa Pomorskiego  
Bogdan Borusewicz – Członek Zarządu Województwa Pomorskiego  
Jacek Głowacz – Członek Zarządu Województwa Pomorskiego

## **Członkowie Komisji Strategii Rozwoju i Polityki Przestrzennej**

w okresie prac nad „Strategią Rozwoju Turystyki w Województwie Pomorskim na lata 2004-2013”:

Mieczysław Struk – przewodniczący  
Marzena Dobrowolska  
Tadeusz Kolor  
Jerzy Kozdroń  
Michał Kubach  
Paweł Piechota  
Mariusz Słomiński  
Andrzej Śnieg

## **SKŁAD OSOBOWY**

### **Komitetu Sterującego ds. Strategii Rozwoju Turystyki w Województwie Pomorskim na lata 2004-2013**

Jan Kozłowski	Marszałek Województwa Pomorskiego
Jarosław Białk	Sekretarz Stowarzyszenia Rozwoju Północnych Kaszub „Norda”
Bogdan Donke	Prezes Gdańskiej Organizacji Turystycznej
prof. dr hab. Władysław W. Gaworecki	Rektor Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku
Janusz Goliński	Prezes Stowarzyszenia „Żuławy Gdańskie”
Aleksander Janiak	Prezes Polskiej Izby Turystyki Oddziału Pomorskiego w Gdańsku
Janina Kwiecień	Starosta Kartuski/Konwent Starostów Województwa Pomorskiego
dr hab. Barbara Marciszewska prof. AWF i S	Dyrektor Instytutu Turystyki i Rekreacji Akademii Wychowania Fizycznego i Sportu
Joanna Orłowska	Naczelnik Wydziału Promocji, Rozwoju Powiatu i Zdrowia Starostwa Powiatowego w Słupsku
dr Feliks Pankau	Zastępca Dyrektora Departamentu Rozwoju Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego
dr Henryk Piękoś	Dyrektor Instytutu Badawczego Turystyki i Hotelarstwa Wyższej Szkoły Wychowania Fizycznego i Turystyki w Sopocie
Jarosław Struczyński	Prezes Fundacji Zamek w Gniewie
dr Tomasz Studzieniecki	Adiunkt Akademii Morskiej w Gdyni
dr Marzena Wanagos	Zastępca Dyrektora Departamentu Kultury, Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego
Marcin Wozikowski	Prezes Lokalnej Organizacji Turystycznej „Bory Tucholskie”

# **1. WPROWADZENIE**

# 1. Wprowadzenie

## 1.1. Istota strategii rozwoju turystyki w województwie pomorskim

*Strategia* stanowi dokument przedstawiający długookresową koncepcję celów i zadań. Duży potencjał i możliwości wielokierunkowego rozwoju turystyki w województwie pomorskim, wymagają planowych działań ogólnoregionalnych. Powstanie strategii rozwoju turystyki ma ukierunkować, zdynamizować i zharmonizować rozwój tej dziedziny w regionie.

Turystyka jest uważana za jedną z najbardziej dochodowych i najdynamiczniej rozwijających się dziedzin gospodarki na świecie. W krajach UE tempo wzrostu zatrudnienia w tej dziedzinie jest najwyższe. Jej rozwój wymaga jednak długookresowego planowania. *Strategia* to narzędzie integracji różnorodnych podmiotów w dążeniu do wspólnie wypracowanych celów, których działania w zakresie rozwoju turystyki nie były do tej pory skoordynowane.

Wiele dziedzin gospodarki i życia społecznego związanych jest silnie z turystyką, np. kultura, sport, transport, rolnictwo. Celem *Strategii* jest również wskazanie rozwoju funkcji turystycznych w tych dziedzinach.

Niniejsze opracowanie identyfikuje główne płaszczyzny działań strategicznych sformułowane w postaci priorytetów. W ramach priorytetów określono cele strategiczne, z których wynikają zadania do realizacji w okresie kilkuletnim.

Główne założenia *Strategii* to:

- formułowanie zapisów w sposób prosty i niesformalizowany,
- wykorzystanie efektu synergii działań i interesów samorządów lokalnych oraz podmiotów turystycznych województwa pomorskiego w ramach spójnych działań ogólnoregionalnych,
- wykorzystanie atutów i szans województwa pomorskiego w zakresie turystyki,
- niwelowanie słabych stron i unikanie zagrożeń rozwoju turystyki w regionie.

W dokumencie nie wymienia się form turystyki, ani nie różnicuje obszarów o mniejszych, czy większych predyspozycjach do rozwoju tej dziedziny. Zakłada się bowiem, że na atrakcyjność turystyczną wpływają, obok uwarunkowań przyrodniczych czy kulturowych, także aktywność społeczności lokalnych, które mogą zainicjować powstanie atrakcji turystycznych.

Dokument *Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Pomorskim na lata 2004-2013* zakłada planowanie w długim okresie czasu. Powinien więc umożliwiać harmonijny rozwój turystyki w regionie oraz uporządkować i ukierunkować problemowe obszary działania

na rzecz zwiększenia konkurencyjności województwa pomorskiego w skali kraju, a także Europy i świata.

## 1.2. Metoda

Proces planowania strategicznego turystyki w województwie pomorskim przebiegał w oparciu o 7 etapów, które mieszczą się w czterech podstawowych fazach procesu planowania.

<b>Faza I</b> <b>FAZA PRZYGOTOWAWCZA</b> Etap 1 Organizowanie procesu pracy i powołanie „Komitetu Sterującego ds. Strategii Rozwoju Turystyki Województwa Pomorskiego na lata 2004-2013”
<b>Faza II</b> <b>FAZA DIAGNOSTYCZNA</b> Etap 2 Analiza otoczenia (analiza SWOT) Etap 3 Sformułowanie obszarów problemowych i strategicznych
<b>Faza III</b> <b>FAZA PROGNOSTYCZNA</b> Etap 4 Scalanie planów działań w ramach poszczególnych obszarów problemowych i przestrzennych Etap 5 Formułowanie priorytetów i celów strategicznych Etap 6 Przygotowanie systemu wdrożenia i monitoringu realizacji <i>Strategii</i>
<b>Faza IV</b> <b>FAZA REALIZACJI</b> Etap 7 Przystąpienie do realizacji <i>Strategii</i> po jej przyjęciu przez władze województwa

W pierwszym etapie prac powołano Komitet Sterujący ds. Strategii Rozwoju Turystyki w Województwie Pomorskim na lata 2004 - 2013, którego zadaniem było opiniowanie powstającego dokumentu. Do Komitetu zaproszono przedstawicieli wyższych uczelni kształcących w zakresie turystyki, przedstawicieli lokalnych organizacji turystycznych, branży turystycznej oraz samorządów z terenu województwa pomorskiego. Skład osobowy Komitetu przedstawia załącznik 1.

W drugim etapie przeanalizowano czynniki wpływające na rozwój turystyki w województwie pomorskim oraz dokumenty rządowe i regionalne uchwalone przez Sejmik Województwa Pomorskiego. W tym celu opracowano materiał ekspercki pt. *Uwarunkowania i kierunki rozwoju turystyki w województwie pomorskim*. Autorami są eksperci zajmujący się od wielu lat wskazanymi problemami, reprezentujący głównie środowiska naukowe województwa pomorskiego. Realizatorem i koordynatorem prac nad ekspertyzą była Polska Agencja Rozwoju Turystyki S.A., która otrzymała zlecenie w drodze przetargu publicznego.

Następnie przeprowadzono jedenaście debat społecznych, w których uczestniczyli przedstawiciele samorządów i branży turystycznej. Dziesięć debat, które odbyły się w różnych miejscach województwa pomorskiego, miały na celu poznanie specyficznych problemów rozwoju turystyki na poziomie lokalnym i subregionalnym, w tym bezpośrednich opinii przedstawicieli lokalnych samorządów oraz środowiska turystycznego. Ostatnia, jedenasta debata odbyła się w Gdańsku i stanowiła kompleksową prezentację opracowanej ekspertyzy oraz syntezę wniosków z konsultacji społecznych (realizacja PART S.A. przy współpracy z Urzędem Marszałkowskim i partnerami lokalnymi). Wnioski z debat przedstawiono w rozdziale 2.1.

W celu uzupełnienia diagnozy przeprowadzono również konsultacje drogą korespondencji pocztowej. Przeprowadzono ankietę skierowaną do samorządów lokalnych – 16 starostw powiatowych i 4 gmin na prawach powiatów (realizacja - PART S.A.). Skierowano również prośbę do 123 gmin województwa pomorskiego o opinię, sugestie oraz wnioski do opracowanej ekspertyzy *Uwarunkowania i kierunki rozwoju turystyki w województwie pomorskim* umieszczonej od stycznia 2004 roku na stronach internetowych Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego, a także zapisów do *Strategii* (realizacja - Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego). Wykaz osób, które ustosunkowały się do powstającego dokumentu drogą pocztową przedstawia załącznik 2.

Opracowana ekspertyza, przeprowadzone debaty oraz wnioski i uwagi przesłane do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego stanowiły podstawę do sformułowania obszarów problemowych i strategicznych. Zanim zostały one sprecyzowane, przeanalizowano również istniejące już dokumenty o charakterze strategicznym samorządów lokalnych na terenie województwa pomorskiego. Podstawowy wpływ na kształt *Strategii* miały również: *Strategia Rozwoju Turystyki w latach 2001 - 2006 Rządowy Program Wsparcia Turystyki w latach 2001 - 2006*<sup>1</sup>, dokumenty uchwalone przez Sejmik Województwa Pomorskiego, w tym: *Strategia Rozwoju Województwa Pomorskiego*<sup>2</sup>, *Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Pomorskiego*<sup>3</sup> i *Program Ochrony Środowiska Województwa Pomorskiego na lata 2003-2006 z uwzględnieniem perspektywy na lata 2007 - 2010*<sup>4</sup>.

Następne etapy prowadziły do opracowania zapisów strategicznych w postaci misji, wizji, priorytetów, celów i zadań oraz przedstawienia koncepcji systemu wdrożenia

---

<sup>1</sup> Dokument Rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 24 kwietnia 2001 r., zmodyfikowany przez Radę Ministrów w dniu 10 września 2002 r.

<sup>2</sup> Uchwała nr 271/XXI/2000 Sejmiku Województwa Pomorskiego z dnia 3 lipca 2000 r. w sprawie przyjęcia Strategii Rozwoju Województwa Pomorskiego

<sup>3</sup> Uchwała nr 639/XLVI/2002 Sejmiku Województwa Pomorskiego z dnia 30 września 2002 r. w sprawie uchwalenia Planu Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Pomorskiego

<sup>4</sup> Uchwała nr 153/XIII/2003 Sejmiku Województwa Pomorskiego z dnia 29 września 2003 r. w sprawie uchwalenia Programu Ochrony Środowiska Województwa Pomorskiego na lata 2003-2006 z uwzględnieniem perspektywy na lata 2007-2010 oraz Wojewódzki Plan Gospodarki Odpadami dla Województwa Pomorskiego

i monitorowania realizacji *Strategii*. Wszystkie zapisy strategiczne opiniowane były przez Komitet Sterujący ds. Strategii Rozwoju Turystyki w Województwie Pomorskim na lata 2004 - 2013.

Tak przeprowadzony proces planowania pozwala stwierdzić, że powstały dokument ma charakter *Strategii*:

- ideowej, w której intencje są zbiorową wizją zainteresowanych podmiotów, kontrolowane są spójnymi normami a zapisy pokazują aktywność całego środowiska,
- konsensusu - powstałej w wyniku wzajemnych dostosowań, a schematy działań podmiotów zbiegają się w schematy wspólne o charakterze ogólnowojejewódzkim.

### **1.3. Struktura treści**

Struktura dokumentu składa się z części diagnostycznej oraz prognostycznej.

W części diagnostycznej uwzględniono zestawienie wniosków z przeprowadzonych debat społecznych oraz analizę SWOT opartą na:

- ekspertyzie pt. *Uwarunkowania i kierunki rozwoju turystyki w województwie pomorskim*,
- wnioskach z przeprowadzonych debat,
- wnioskach i uwagach przesłanych do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego.

W części prognostycznej przedstawiono wizję strategiczną turystyki w województwie pomorskim w 2013 roku, misję strategiczną, która stanowi podstawę działań strategicznych oraz wskazano priorytety, cele i zadania, które stanowią podstawę ukierunkowanego rozwoju turystyki w regionie.

Następnie określono podstawowe elementy możliwości realizacji *Strategii*, czyli środki realizacji – partnerów, finansowanie oraz wskazanie programów realizacji *Strategii* o charakterze operacyjnym. Podjęto również próbę przedstawienia zagrożeń realizacji *Strategii*.

Ostatnią częścią dokumentu jest koncepcja monitorowania realizacji *Strategii*.

## **2. BILANS STRATEGICZNY ROZWOJU URYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM**

## **2. Bilans strategiczny rozwoju turystyki w województwie pomorskim**

### **2.1. Debaty społeczne**

Zorganizowanie i przeprowadzenie debat społecznych miało na celu m.in. poznanie opinii, wizji, planów oraz zamierzeń w kierunku lokalnego i subregionalnego rozwoju turystyki. Celem debat była także identyfikacja możliwości w podejmowaniu wspólnych, ponadlokalnych inicjatyw, w tym programów i działań horyzontalnych na poziomie regionu – województwa pomorskiego.

W styczniu 2004 roku przeprowadzono 10 debat subregionalnych. Ustalone miejsca i obszary objęte debatą miały wyłącznie za zadanie poznanie specyficznych problemów rozwoju turystyki na poziomie lokalnym i subregionalnym, w tym bezpośrednich opinii tamtejszych środowisk branży turystycznej, czy przedstawicieli samorządów, nie zaś określanie granic stref – krain turystycznych województwa pomorskiego.

Należy zauważyć, że:

- debaty realizowane były przez PART S.A. w ramach zlecenia drogą przetargu publicznego przy współpracy z Urzędem Marszałkowskim Województwa Pomorskiego (Departament Kultury, Sportu i Turystyki),
- miejsca debat były wspólnie uzgadniane z Urzędem Marszałkowskim, konsultowane z ekspertami oraz z przedstawicielami samorządów terytorialnych,
- przedstawiciele samorządów lokalnych mieli możliwość uczestniczenia w kilku debatach, w zależności od obszaru funkcjonowania i przenikania aktywności w obszarze turystyki danego powiatu/gminy,
- wybrane miejsca debat miały pozwolić na objęcie przestrzenne oraz analizę problemów całego województwa, czyli stanowić możliwie reprezentatywną grupę krajobrazu turystycznego regionu, adekwatną do celów przyszłego planowania strategicznego rozwoju turystyki na poziomie województwa.

Zestawienie informacji dotyczących realizacji debat przedstawia załącznik 3.

Wnioski dotyczące części organizacyjnej i przestrzennej debat można przedstawić następująco:

- Zróżnicowany charakter uczestników debat:
  - w zdecydowanej większości debat aktywny udział w dyskusji brali zarówno przedstawiciele branży turystycznej, jak i samorządów lokalnych,
  - liczne grono debat stanowili przedstawiciele organizacji i stowarzyszeń turystycznych,
  - w debatach brali udział: przedstawiciele środowiska szeroko pojętej kultury oraz instytucji ochrony przyrody, a także pracownicy Lasów Państwowych,
  - w debatach brali udział także przedstawiciele środowisk naukowych (w tym: Politechnika Gdańska, Uniwersytet Gdański, Akademia Morska, Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, Wyższa Szkoła Wychowania Fizycznego i Turystyki),
  - bardzo aktywni byli przedstawiciele istniejących lub będących w trakcie rejestracji lokalnych organizacji turystycznych,
- Wysokie zaangażowanie w organizację debat przedstawicieli samorządów lokalnych;
- Żywy, dynamiczny przebieg zdecydowanej większości debat;
- Pomimo dwóch debat „morskich” (obszar Wybrzeża) – nie wszystkie samorządy nadmorskie uczestniczyły w debatach;
- Wysoka aktywność niektórych subregionów turystycznych – uczestnictwo w kilku debatach np. przedstawiciele Ziemi Lęborskiej, Ziemi Wejherowskiej, Ziemi Chojnickiej i Zaborskiej;
- Mniejsza frekwencja w części dyskusji dotyczącej wniosków i podsumowania, wynikająca głównie z potrzeby szybkiego i bezpiecznego powrotu do miejsca zamieszkania osób przyjezdnych;
- Trudne warunki panujące na drogach utrudniły lub uniemożliwiły przyjazd na debatę niektórym z zaproszonych osób.

Strona organizacyjno - koncepcyjna debat opierała się na następujących założeniach:

- Debaty miały charakter otwarty i dobrowolny, oprócz informacji w biuletynie *Pomorskie*, wysłane zostały zaproszenia do przedstawicieli gmin oraz branży turystycznej (terytorialnie objętych daną debatą);
- Debaty były poprzedzone krótką 15 – 20 min. prezentacją wybranych wniosków z ekspertyzy (oprócz debaty w Gdańsku);
- Wnioski i uwagi były zapisywane na bieżąco przez konsultantów PART S.A. w trakcie trwania dyskusji prowadzonej przez moderatora oraz zweryfikowane z wnioskami i uwagami zapisanymi przez moderatora;
- Każda z debat – dyskusji prowadzonej przez moderatora była podzielona na dwie główne części tematyczne:
  - analityczno – diagnostyczną (w tym analiza problemów, barier, potencjalnych możliwości, silnych i słabych stron),
  - podsumowanie, w tym pożądane działania oraz wnioski – mogące mieć istotne znaczenie dla formułowania zapisów w przyszłej *Strategii*;
- W każdej debacie uczestniczyli przedstawiciele Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego;
- Moderator dyskusji w trakcie debat miał za zadanie prowadzenie otwartej dyskusji, bez narzucania już gotowych rozwiązań oraz utrzymanie dyscypliny czasowej;
- Każda z osób uczestniczących w debacie miała możliwość wypowiedzi w dyskusji prowadzonej przez moderatora;
- Prowadzący debatę (przedstawiciele Urzędu Marszałkowskiego, konsultanci PART S.A. oraz eksperci – moderatorzy) po zakończeniu każdej z debat zapraszali uczestników do nadsyłania uwag, propozycji, także po zakończeniu cyklu debat;
- Debaty były przeprowadzone według następującego ramowego planu:
  1. Przywitanie gości przez gospodarza debaty (np. starostę, burmistrza),
  2. Otwarcie debaty przez przedstawiciela Urzędu Marszałkowskiego,
  3. Wprowadzenie do tematyki debaty przez konsultantów PART S.A. – prezentacja wybranych wniosków z ekspertyzy *Uwarunkowania i kierunki rozwoju turystyki w województwie pomorskim*,
  4. Debaty cz. I – analiza problemów, zagrożeń, barier, szans i możliwości, dyskusja prowadzona przez moderatora – eksperta PART S.A.,
  5. Przerwa (ok. 15 min.),
  6. Debaty cz. II – podsumowanie dyskusji, wygenerowanie najważniejszych wniosków, postulatów – część prowadzona przez moderatora – eksperta PART S.A.,
  7. Zamknięcie debaty, pożegnanie uczestników, zaproszenie do dalszej współpracy (do przesyłania postulatów, uwag i propozycji do PART S.A. oraz Urzędu Marszałkowskiego).

Ogólne wnioski z przeprowadzonych 10 debat na terenie województwa pomorskiego kształtują się następująco:

- potrzeba zintegrowanego systemu informacji turystycznej;
- integracja działań promocyjnych w obszarze regionu,
- konieczna współpraca pomiędzy sferą prywatną, a sferą publiczną oraz współpraca międzysektorowa (w różnych obszarach sektorowych),
- edukacja proturystyczna (młodzieży), edukacja – podnoszenie świadomości, podtrzymywanie tożsamości regionalnej,
- potrzeba badań marketingowych, w tym ruchu turystycznego oraz potrzeb, wymagań, motywów podróżowania turystów,
- potrzeba budowania kompleksowych pakietów produktowo - ofertowych, (w tym ponadregionalnych),
- potrzeba zróżnicowania bazy noclegowej dostosowanej do struktury ruchu turystycznego,
- przedłużanie sezonu turystycznego – kreowanie atrakcji, produktów „pozasezonowych”, w tym imprez i innych wydarzeń,
- prowadzenie szkoleń i kształcenia kadr oraz podnoszenie jakości kształcenia.

Najczęściej w czasie debat uczestnicy proponowali działania:

- ujednolicenie i estetyzacja znaków informacyjnych (np. tablic kierunkowych),
- doskonalenie form współpracy, w tym partnerstwa publiczno - prywatnego,
- wprowadzenie estetyzacji miejsc atrakcyjnych turystycznie, w tym oczyszczanie po sezonie (wywóz śmieci, rekultywacja terenów zielonych),
- poprawa bezpieczeństwa turystów,
- synchronizacja funkcjonowania transportu w regionie,
- opracowanie wspólnych rozwiązań „produktowych” dla Trójmiasta i obszarów otaczających,
- realizacja założeń wieloletnich i zapewnienie ciągłości,
- wsparcie promocji lokalnych produktów turystycznych,
- zintegrowanie i koordynacja działań, w tym w zakresie informacji i promocji,
- kształtowanie świadomości społecznej młodzieży - „historia kreatywna”,
- racjonalne wykorzystanie walorów środowiska przyrodniczego i kulturowego w rozwoju funkcji turystycznych.

Przeprowadzone debaty pozwalają na sformułowanie głównych obszarów problemowych w zakresie rozwoju turystyki. W poszczególnych obszarach (wg przeprowadzonych debat) kształtują się one następująco:

- **Trójmiasto**

- Brak integracji sieci komunikacyjnej i transportowej w regionie Trójmiasta;
- Brak spójności informacji turystycznej i płynności przepływu informacji w regionie;
- Nieład organizacyjny, brak wypracowanych jasnych, silnych struktur organizacyjnych;
- Brak strategii promocji regionu, (w tym wypracowanie filarów promocji np. wyeksponowanie bursztynu jako wyróżnika);
- Zamknięte teatry i inne instytucje kulturalne w okresie letnim (np. w Gdyni);
- Brak badań marketingowych dla potrzeb regionu;
- Brak silnych produktów turystycznych, należy je określać i rozwijać;
- Atomizacja – rozproszenie punktów organizacji i obsługi atrakcji;
- Brak odpowiedniej współpracy z mediami.

- **Ziemia Wejherowska i powiat gdański**

- Brak informacji na temat atrakcji, bazy turystycznej;
- Słaby wizerunek obszaru Ziemi Wejherowskiej;
- Niedostateczna współpraca z przyległymi powiatami (puckim, lęborskim), w tym wykorzystanie ruchu turystycznego nad morzem przy słabej pogodzie, uzupełnienie oferty aspektami kulturowymi czy turystyki specjalistycznej;
- Bariera finansowa – brak środków na finansowanie działań marketingowych, w tym na kształtowanie wizerunku;
- Brak dużej, ciekawej imprezy, która wypromowałaby region;
- Brak identyfikacji produktów - oferty regionu;
- Brak perspektywicznego myślenia decydentów w samorządach.

- **Ziemia Chojnicko – Zaborska oraz Ziemia Człuchowska**

- Brak odpowiedniej infrastruktury turystycznej (m. in. dla sportów wodnych);
- Słabe oznakowanie szlaków;
- Niedostateczny rozwój usług (m.in. brak wypożyczalni);
- Brak bazy noclegowej (całorocznej) o odpowiednim standardzie;

- Niedostateczna informacja turystyczna o regionie (nie działa np. internet);
  - Problemy ochrony środowiska - dewastacja lasów;
  - Brak współpracy pomiędzy powiatami;
  - Słaba dostępność komunikacyjna (brak autostrad);
  - Niejasne przepisy dotyczące stref ciszy, opłat itd.
- **Wybrzeże Słowińskie i Ziemia Łęborska**
    - Krótki sezon turystyczny;
    - Brak zróżnicowania cen (w tym brak zniżek poza sezonem);
    - Słaba informacja w obszarze turystyki aktywnej;
    - Brak przepływu informacji o regionie;
    - Śmieci – szczególnie w lesie (wywóz śmieci do lasu, głównie przez mieszkańców);
    - „Dymiące kominy” – zanieczyszczenie środowiska;
    - Problem delimitacji regionu (Dolina Łeby, Ziemia Łęborska, Księstwo Łeby, Wybrzeże Bursztynowe);
    - Brak systemu organizacyjnego zarządzania w zakresie turystyki;
    - Niedostateczny rozwój infrastruktury turystycznej (w tym sportowo - rekreacyjnej).
- **Kociewie (powiat tczewski, powiat starogardzki i okolice)**
    - Brak wyrazistego wizerunku turystycznego województwa pomorskiego;
    - Brak wysoko wyspecjalizowanej (specjalistycznej) infrastruktury turystycznej;
    - Brak spójnego systemu informacji turystycznej;
    - Niewykorzystanie turystyczne wielu walorów (np. rzek, jezior, zabytków);
    - Brak kompleksowych wydawnictw regionalnych, w tym przewodnika turystycznego (wydawnictwa mają zbyt niskie nakłady);
    - Słabe zagospodarowanie turystyczne obszarów atrakcyjnych turystycznie;
    - Brak pełnej kompleksowej infrastruktury turystycznej w połączeniu z usługami (produkty turystyczne);
    - Wysokie obciążenie podatkami od nieruchomości – bariera rozwoju;
    - Słabe lobbowanie obszaru Kociewia, brak spójności działania;
    - Brak zrozumienia specyfiki Kociewia i możliwości rozwoju turystyki - to nie tylko ziemia rolnicza;
    - Niedostateczne wykorzystanie szlaków wodnych;
    - Brak spójnego oznakowania atrakcji w regionie;

- Problem „obszaru tranzytowego”- jak zatrzymać przejeżdżających?
- **Ziemia Malborska, Sztumska i Kwidzyńska – Powiśle i okolice, (powiat sztumski, kwidzyński i malborski)**
  - Brak zintegrowanych działań promocyjnych;
  - Brak bazy noclegowej średniej klasy (ekonomicznej);
  - Problem z dopasowaniem pakietów do potrzeb i oczekiwań klientów – brak badań rynku w tym zakresie;
  - Brak kompleksowości oferty usługowej związanej np. z głównymi atrakcjami (jak Zamek w Malborku) – produkty turystyczne;
  - Problemy z dotarciem do informacji turystycznej;
  - Brak systemowych rozwiązań w turystyce (tak jak np. w Niemczech Wschodnich, rewitalizacja starówek, poprawa ekspozycji zabytków, ścieżki rowerowe, punkty „it”);
  - Słaba dostępność komunikacyjna – zły stan dróg, słaba jakość połączeń kolejowych (taboru kolejowego);
  - Brak środków na rozwój infrastruktury.
- **Ziemia Słupska i Lęborska oraz okolice, w tym część powiatu bytowskiego**
  - Utrata tożsamości regionalnej;
  - Niedostateczny rozwój infrastruktury wokół szlaków turystycznych (przystanie, stacje rowerowe, stelaże);
  - Brak czynników stymulujących dla rozwoju małych firm;
  - Niedostateczna współpraca regionalna (sfera publiczna i prywatna);
  - Brak tworzenia nowych produktów – zapewnienie alternatywy dla wczasowiczów – – letników, wyjazdy w głąb regionu;
  - Brak przepływu informacji o atrakcjach turystycznych oraz monitorowania zmian;
  - Brak zintegrowanej promocji atrakcji – czegoś, co jak magnes przyciągnie turystę;
  - Brak pakietów pozwalających na kompleksowe przedstawienie oferty – produktu turystycznego;
  - Nierównomierne rozmieszczenie przestrzenne działalności branży turystycznej – – główna koncentracja obszary nadmorskie.

- **Ziemia Pucka**

- Sezonowość - wynikająca z charakteru dominujących walorów i form turystyki, w tym 3xS;
- Słabe oznakowanie dróg, brak systemu informacji np. tablic;
- Nielegalne zabudowy np. brak dostępu do jezior w niektórych gminach;
- Złe współdziałanie samorządów, organizacji i przedsiębiorstw w zakresie zbierania i wymiany informacji turystycznej;
- Brak zintegrowanego systemu informacji turystycznej;
- Tylko jeden port jachtowy – ograniczona możliwość rozwoju turystyki morskiej (żeglarstwa morskiego);
- Zbyt małe środki na promocję turystyki w regionie;
- Stosunkowo słabe zaangażowanie w promocję regionu podmiotów prywatnych – brak przełożenia promocji na widoczne efekty (w odczuciu sektora prywatnego);
- Uboga oferta w zakresie usług białej floty – niewykorzystanie dostatecznej możliwości w zakresie transportu morskiego, pasażerskiego;
- Niska efektywność inwestycji turystycznych w pasie nadmorskim.

- **Pojezierze Kaszubskie**

- Niedostateczna jakość i zróżnicowanie bazy turystycznej;
- Nieskoordynowana zabudowa terenów chronionych (przyrodniczo - krajobrazowych);
- Niedostateczne bezpieczeństwo w regionie;
- Niedostatecznie wyeksponowana historia Kaszub;
- Brak zarządzania marketingowego (promocją) - podkreślenie aspektu kaszubskiego;
- Niedostateczne promowanie walorów przyrodniczych (także za granicą);
- Brak wspólnych rozwiązań produktowych pomiędzy Trójmiastem a Pojezierzem Kaszubskim;
- Brak badań rynku turystycznego, w tym ruchu turystycznego;
- Brak spójnego systemu informacji turystycznej.

- **Żuławy i Mierzeja Wiślana**

- „Depresja” - strukturalna recesja i degradacja społeczna obszaru Żuław;
- Zły stan dróg;
- Niedoskonałość w relacjach na linii Lasy Państwowe – Urząd Morski – samorządy (brak spójności decyzji);
- Poczucie wyizolowania obszaru Żuław w województwie pomorskim;

- Brak bazy noclegowej o wyższym standardzie (ograniczona oferta dla turysty zamożnego);
- Brak profesjonalnej, zintegrowanej sieci informacji turystycznej;
- Słabe zagospodarowanie turystyczne oraz niewielki ruch turystyczny w części Żuław (poza Mierzeją Wiślaną);
- Brak przemyślanej koncepcji promocji Żuław (wybranie głównych elementów do promocji);
- Brak wykreowanych produktów markowych;
- Niska aktywność społeczna wynikająca ze słabej tożsamości (mozaika narodowościowa);
  - Niewykorzystanie bazy turystycznej po sezonie – „marazm posezonowy”;
  - Nieuregulowane kwestie w zakresie własności gruntów oraz nieruchomości.

## 2.2. Analiza SWOT

CZYNNIKI WEWNĘTRZNE	
Silne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ bogate i różnorodne środowisko przyrodnicze i antropogeniczne, w tym kulturowe</li> <li>▪ dostęp do morza</li> <li>▪ aktywność środowiska turystycznego i zwiększająca się świadomość samorządów dotycząca korzyści z rozwoju turystyki</li> <li>▪ intensywna budowa systemu zarządzania turystyką poprzez lokalne organizacje turystyczne i perspektywy współpracy instytucji sektora publicznego i prywatnego</li> <li>▪ powołanie Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej</li> <li>▪ istniejąca infrastruktura portów morskich i portu lotniczego w Gdańsku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ niedostateczna infrastruktura turystyczna</li> <li>▪ niska jakość infrastruktury drogowej, brak autostrad</li> <li>▪ brak synchronizacji połączeń komunikacyjnych</li> <li>▪ niski poziom środków finansowych na turystykę i promocję</li> <li>▪ brak spójnej koncepcji promocji regionu</li> <li>▪ brak dostępu do informacji turystycznej – brak spójnego systemu IT</li> <li>▪ krótki sezon turystyczny, a jego efektywność uzależniona od pogody</li> <li>▪ wysokie bezrobocie, w tym nadwyżka absolwentów szkół turystycznych i pokrewnych</li> <li>▪ słaba znajomość języków obcych, w tym wśród pracowników obsługi ruchu turystycznego (np. przewodnicy turystyczni)</li> <li>▪ niski poziom poczucia bezpieczeństwa</li> <li>▪ niski stopień estetyzacji przestrzeni, w tym problemy z odpadami, nieharmonijne układy urbanistyczne</li> <li>▪ brak kompleksowych produktów turystycznych</li> <li>▪ brak monitoringu rynku turystycznego i badań marketingowych</li> </ul>

CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE	
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ możliwości finansowania przedsięwzięć turystycznych z funduszy UE</li> <li>▪ ułatwienia formalno - prawne związane z przekraczaniem granicy z krajów UE</li> <li>▪ wzrost znaczenia małych i średnich przedsiębiorstw</li> <li>▪ rozwój połączeń lotniczych i morskich</li> <li>▪ budowa autostrady A1</li> <li>▪ podniesienie jakości usług związanych z mechanizmami rynkowymi i wyższymi wymaganiami konsumentów</li> <li>▪ wzmocnienie pozycji gospodarki turystycznej w polityce władz centralnych</li> <li>▪ dobra współpraca z POT w zakresie promocji</li> <li>▪ dobra współpraca międzynarodowa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ odpływ wykształconej kadry do krajów UE</li> <li>▪ brak inicjatyw w zakresie pozyskiwania środków z UE</li> <li>▪ brak rozwoju infrastruktury transportowej, w tym zaniechanie koncepcji budowy A1</li> <li>▪ brak rozwoju połączeń promowych i lotniczych</li> <li>▪ zaniechanie wzmocniania pozycji lokalnych i regionalnych organizacji turystycznych</li> <li>▪ brak polityki proturystycznej władz centralnych</li> </ul>

**3. WIZJA GICZNASTRATE TURYSTYKI  
W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM  
W 2013 ROKU**

### 3. Wizja strategiczna turystyki w województwie pomorskim w 2013 roku

*Województwo pomorskie to obszar zaspokajający szeroką gamę potrzeb turystów i mieszkańców, oferujący usługi na wysokim poziomie. Wyznacznikiem jakości, obok gościnności mieszkańców i profesjonalnej obsługi, jest standard bazy materialnej, dostęp do informacji i bezpieczeństwo.*

*Turystyka jest siłą napędową rozwoju regionu. Wspomaga wiele dziedzin gospodarki, generuje miejsca pracy i opiera się na zasadach zrównoważonego rozwoju.*

*Turystyka to dziedzina oparta na stabilnym systemie organizacyjnym i zarządzaniu marketingowym.*

*Wizerunek regionu to przyjazne otoczenie, malownicze krajobrazy, tożsamość kulturowa i twórcza społeczność.*

#### **4. MISJA WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO W ZAKRESIE TURYSTYKI**

#### 4. Misja województwa pomorskiego w zakresie turystyki

*Turystyka daje możliwości dynamicznego rozwoju regionu opartego na bogatym potencjale walorów przyrodniczych i kulturowych oraz zasobach ludzkich. Poprzez zrównoważony rozwój chronimy obszary przyrodniczo i kulturowo cenne, a także umacniamy tożsamość opartą na historii i kulturze oraz tradycjach, w tym morskich. Rozwój turystyki stwarza szansę na zaktywizowanie obszarów strukturalnie słabych, a w tym obszarów wiejskich.*

*Zintegrowane działania regionalne w procesie tworzenia i promocji produktów turystycznych sprawiają, że Pomorze będzie regionem znanym i chętnie odwiedzanym przez turystów krajowych i zagranicznych oraz miejscem wypoczynku jego mieszkańców.*

## **5. PRIORYTETY ROZWOJU TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM**

## **5. Priorytety rozwoju turystyki w województwie pomorskim**

### **Priorytet 1**

**Rozwój partnerstwa i współpracy na rzecz spójnego systemu zarządzania**

### **Priorytet 2**

**Rozbudowa i modernizacja infrastruktury oraz poprawa dostępności transportowej dla turystyki**

### **Priorytet 3**

**Tworzenie markowych produktów turystycznych**

### **Priorytet 4**

**Opracowanie i wdrażanie koncepcji monitoringu rynku turystycznego**

### **Priorytet 5**

**Tworzenie spójnej promocji oraz zintegrowanego systemu informacji turystycznej**

### **Priorytet 6**

**Rozwój kapitału ludzkiego oparty na wiedzy i przedsiębiorczości skierowany na wzrost jakości usług turystycznych**

**6. ZAŁOŻENIA I CELE STRATEGICZNE  
W ZAKRESIE TURYSTYKI  
W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM**

## **6. Założenia i cele strategiczne w zakresie turystyki w województwie pomorskim**

### **Priorytet 1**

#### **Rozwój partnerstwa i współpracy na rzecz spójnego systemu zarządzania**

##### Założenia:

1. System zarządzania turystyką oparty na powiązaniach instytucjonalnych szczebla lokalnego z regionalnym (LOT-y i PROT) pozwala na sprawny przepływ informacji, koordynację oraz wspomaganie przedsięwzięć turystycznych w regionie.
2. Partnerstwo i współpraca są podstawą do racjonalnego wykorzystania zasobów materialnych i wiedzy.
3. Produkty turystyczne ze względu na swoją komplementarność mogą powstać tylko poprzez ścisłą współpracę samorządów z branżą turystyczną oraz współpracę podmiotów branży turystycznej między sobą.
4. Pozytywne relacje i wspólne działania w skali międzyregionalnej i międzynarodowej sprzyjają kreowaniu dobrego wizerunku województwa, poprawiają dostępność do wiedzy i technologii, wspomagają inicjowanie przedsięwzięć.

##### Cele:

- 1.1 Współpraca pomiędzy samorządem, branżą turystyczną i organizacjami pozarządowymi poprzez rozwiązania instytucjonalne i pozainstytucjonalne.
- 1.2 Wzmocnienie pozycji regionalnej organizacji turystycznej jako wiodącej instytucji turystycznej w regionie.
- 1.3 Wzmocnienie pozycji lokalnych organizacji turystycznych jako instytucji reprezentujących środowisko turystyczne na szczeblu lokalnym.
- 1.4 Wzrost bezpieczeństwa turystów poprzez współpracę z właściwymi instytucjami.
- 1.5 Wzrost współpracy z instytucjami centralnymi i organizacjami ogólnokrajowymi.
- 1.6 Rozwój współpracy międzyregionalnej i międzynarodowej.

## Priorytet 2

### **Rozbudowa i modernizacja infrastruktury oraz poprawa dostępności transportowej dla turystyki**

#### Założenia:

1. Turystyka jako zjawisko przestrzenne opiera się na możliwości dotarcia do regionu oraz dostępności transportowej do usług i atrakcji na terenie województwa.
2. Dostępność komunikacyjna jest jednym z podstawowych czynników podejmowania decyzji turysty o kierunkach podróży.
3. Jakość infrastruktury komunikacyjnej oraz organizacja połączeń wpływają na satysfakcję turysty z przebytej podróży.
4. Funkcje obszaru, w tym również turystyczne zależą od zagospodarowania przestrzeni.
5. Baza materialna turystyki w regionie powinna spełniać oczekiwania różnych segmentów rynku.
6. Planowy rozwój infrastruktury turystycznej zapobiega degradacji przestrzeni i pomaga prawidłowo kierować strumień ruchu turystycznego.

#### Cele:

- 2.1 Zwiększenie kapitału inwestycyjnego w turystyce.
- 2.2 Zwiększenie dostępności atrakcji turystycznych i bezpieczeństwa podróżowania poprzez rozwój infrastruktury transportu drogowego.
- 2.3 Poprawa organizacji ruchu kolejowego, wodnego i drogowego.
- 2.4 Rozwój połączeń lotniczych.
- 2.5 Rozwój połączeń promowych.
- 2.6 Rozwój funkcji turystycznych małych portów i przystani, w tym marin.
- 2.7 Rozwój infrastruktury wodnego transportu śródlądowego.
- 2.8 Rozwój bazy gastronomicznej, w tym opartej na kuchni regionalnej i ofercie specjalistycznej.
- 2.9 Rozwój bazy noclegowej zgodnie ze standardami europejskimi i obowiązującą klasyfikacją i kategoryzacją.
- 2.10 Rozwój bazy uzupełniającej, w tym rekreacyjnej i specjalistycznej.
- 2.11 Rewitalizacja i estetyzacja obszarów penetracji turystycznej.

## Priorytet 3

### Tworzenie markowych produktów turystycznych

#### Założenia:

1. Produkt turystyczny obszaru to kompleksowa spójna oferta atrakcji i usług, która może być sprzedawana w pakietach i obejmuje wspólne działania marketingowe, w tym promocyjne.
2. Ukształtowane produkty turystyczne pomagają w identyfikacji segmentów rynków docelowych.
3. Istnienie wiodących produktów markowych prowadzi do skuteczniejszej identyfikacji regionu z charakterystycznym, unikatowym komponentem obszaru, a co za tym idzie wykreowania pozytywnego wizerunku regionu i podniesienia jego konkurencyjności.
4. Położenie nadmorskie to jeden z największych atutów województwa pomorskiego, który w sposób planowy należy wykorzystać.
5. Różnorodność środowiska przyrodniczego województwa pomorskiego pozwala na rozwój wielu form turystyki.
6. Ekspozowanie i wykorzystanie środowiska przyrodniczego i antropogenicznego w turystyce wymaga stosowania zasad zrównoważonego rozwoju.
7. Wykorzystanie bogactwa dziedzictwa kulturowego Pomorza sprzyja rozwojowi infrastruktury turystycznej oraz stanowi podstawę do podniesienia atrakcyjności turystycznej regionu.
8. Budowanie oferty na bazie dziedzictwa kulturowego wzmacnia tożsamość mieszkańców i rozwija regionalizm.
9. Województwo pomorskie to obszar bogaty w tradycje związane z handlem oraz sztuką obrabiania bursztynu. Jest to surowiec, który kojarzy się przede wszystkim z wyrobami jubilerskimi i zdrowiem. Stosunkowo łatwo zaoferować go i sprzedać wielu segmentom rynku.
10. Wyeksponowanie produktów turystycznych powinno prowadzić do intensyfikacji rozwoju usług związanych z obsługą turystów, a co za tym idzie generować nowe miejsca pracy.

#### Cele:

- 3.1 Zbudowanie oferty turystycznej regionu w postaci kompleksowych produktów turystycznych obejmujących atrakcje i usługi.
- 3.2 Wykreowanie markowych produktów turystycznych identyfikujących unikatowe i osobliwe cechy regionu.
- 3.3 Wspieranie innowacyjnych rozwiązań w zakresie kreowania produktów turystycznych.

## **Priorytet 4**

### **Opracowanie i wdrażanie koncepcji monitoringu rynku turystycznego**

#### Założenia:

1. Analiza otoczenia jest główną ideą zarządzania marketingowego.
2. Znajomość rynku – stanu aktualnego i jego dynamiki pozwala na racjonalne planowanie.
3. Optymalne wykorzystanie szans i możliwości oraz niwelowanie słabości i unikanie zagrożeń jest możliwe tylko poprzez ich ciągłą identyfikację.
4. Prowadzone badania i analizy umożliwiają określanie trendów na rynku, co sprzyja przyciąganiu inwestycji i rozwojowi przedsiębiorczości.

#### Cele:

- 4.1 Wdrożenie systemu monitorowania przyjazdowego i wewnętrznego ruchu turystycznego.
- 4.2 Analiza rynku turystycznego regionu i rynków docelowych.
- 4.3 Pozyskanie informacji na temat potrzeb, preferencji, oczekiwań oraz satysfakcji turystów.

## **Priorytet 5**

### **Tworzenie spójnej promocji oraz zintegrowanego systemu informacji turystycznej**

#### Założenia:

1. Zintegrowana promocja zwiększa identyfikację regionu na zewnątrz i racjonalizuje wydatki różnych podmiotów.
2. Informacja o regionie: atrakcjach, usługach i wydarzeniach powinna być powszechna, dostępna w regionie, kraju i za granicą.
3. Spójność systemu informacji i promocji gwarantuje szybkość przepływu i jej wiarygodność.
4. Zintegrowane działania pozwalają na montaż finansowy i optymalne wykorzystanie wiedzy.
5. Dobra organizacja informacji turystycznej to między innymi wykorzystanie wszystkich możliwych nośników informacji, jak internet, kontakt osobisty, znaki drogowe, tablice informacyjne itp. Ujednolicenie i powiązanie ze sobą tych elementów tworzy system informacji turystycznej.
6. Wspólne standardy w nośnikach informacji zapewniają szybką identyfikację i poczucie bezpieczeństwa turystów.

#### Cele:

- 5.1 Wzrost efektywności działań promocyjnych turystyki.
- 5.2 Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej regionu.

## **Priorytet 6**

### **Rozwój kapitału ludzkiego oparty na wiedzy i przedsiębiorczości skierowany na wzrost jakości usług turystycznych**

#### Założenia:

1. Kulturę uprawiania turystyki kształtuje się od najmłodszych lat. Ważne jest zatem wprowadzenie programów proturystycznych już do szkół podstawowych.
2. Poprzez programy edukacyjne i imprezy dla dzieci, młodzieży oraz dorosłych prowadzonych w regionie kształtuje się świadomość atrakcyjności turystycznej.
3. Turystyka to ciągle rosnący potencjał miejsc pracy. Kształcenie w tym kierunku daje możliwości zatrudnienia nie tylko w regionie i w Polsce, ale również w krajach Unii Europejskiej.
4. Ciągłe podnoszenie kwalifikacji kadr turystycznych to zapewnienie wzrostu konkurencyjności usług turystycznych w regionie.
5. Dynamika rozwoju turystyki wymaga stałego udoskonalania technik, środków kształcenia oraz dostosowywania programów kształcenia.

#### Cele:

- 6.1 Kształtowanie świadomości atrakcyjności regionu społeczeństwa poprzez programy i imprezy turystyczne.
- 6.2 Rozwój kadr turystycznych.
- 6.3 Podniesienie jakości kształcenia kadr turystycznych.

## **7. WSKAZANIE ZADAŃ STRATEGICZNYCH**

## 7. Wskazanie zadań strategicznych

### Priorytet 1

#### Rozwój partnerstwa i współpracy na rzecz spójnego systemu zarządzania

Cele strategiczne	Zadania	Partnerzy
1.1 Współpraca pomiędzy samorządem, branżą turystyczną i organizacjami pozarządowymi poprzez rozwiązania instytucjonalne i pozainstytucjonalne	1.1.1. Inicjowanie i wspieranie powstawania oraz podejmowanych działań lokalnych organizacji turystycznych jako organizacji współpracy i współdziałania samorządów z branżą turystyczną 1.1.2. Wspieranie pozainstytucjonalnej współpracy związanej z partnerstwem publiczno - prywatnym w zakresie turystyki	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Samorządy</li> <li>▪ Podmioty branży turystycznej</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ LOT-y (Lokalne Organizacje Turystyczne)</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
1.2 Wzmocnienie pozycji regionalnej organizacji turystycznej jako wiodącej instytucji turystycznej w regionie	1.2.1. Wspieranie i promocja działalności PROT 1.2.2. Koordynacja rozwoju i koncentracja promocji turystyki województwa pomorskiego dzięki wspólnym przedsięwzięciom członków PROT 1.2.3. Podejmowanie działań na rzecz usprawnienia przepływu informacji oraz współpracy z ośrodkami naukowymi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Samorządy</li> <li>▪ Podmioty branży turystycznej</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
1.3 Wzmocnienie pozycji lokalnych organizacji turystycznych jako instytucji reprezentujących środowisko turystyczne na szczeblu lokalnym	1.3.1. Wspieranie i promocja działalności lokalnych organizacji turystycznych 1.3.2. Koordynacja rozwoju i koncentracja promocji turystyki województwa pomorskiego dzięki wspólnym przedsięwzięciom członków lokalnych organizacji turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Podmioty branży turystycznej</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
1.4 Wzrost bezpieczeństwa turystów poprzez współpracę z właściwymi instytucjami	1.4.1. Informowanie instytucji bezpieczeństwa publicznego o masowych wydarzeniach turystycznych 1.4.2. Organizacja konferencji i spotkań środowiska turystycznego z instytucjami bezpieczeństwa publicznego	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Podmioty branży turystycznej</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ PROT (Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna)</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Policja</li> <li>▪ Straż pożarna</li> <li>▪ Punkty i ośrodki opieki zdrowotnej</li> <li>▪ Straż miejska</li> <li>▪ Inne instytucje</li> </ul>
1.5 Wzrost współpracy z instytucjami centralnymi i organizacjami ogólnokrajowymi	1.5.1. Podejmowanie inicjatyw współpracy z instytucjami centralnymi i organizacjami ogólnokrajowymi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Administracja rządowa</li> <li>▪ POT (Polska Organizacja Turystyczna)</li> <li>▪ Instytut Turystyki</li> <li>▪ Inne instytucje i organizacje</li> </ul>
1.6 Rozwój współpracy międzyregionalnej i międzynarodowej	1.6.1. Podejmowanie inicjatyw współpracy z instytucjami centralnymi i organizacjami ogólnokrajowymi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ROT-y (Regionalne Organizacje Turystyczne)</li> <li>▪ Organizacje i instytucje z innych regionów</li> <li>▪ Organizacje i instytucje ponadregionalne</li> <li>▪ Organizacje i instytucje z innych krajów</li> <li>▪ Organizacje i instytucje międzynarodowe</li> <li>▪ Inne instytucje i organizacje</li> </ul>

## Priorytet 2

### Rozbudowa i modernizacja infrastruktury oraz poprawa dostępności transportowej dla turystyki

<b>Cele strategiczne</b>	<b>Zadania</b>	<b>Partnerzy</b>
2.1 Zwiększenie kapitału inwestycyjnego w turystyce	2.1.1. Pozyskiwanie inwestorów dla turystyki	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Podmioty gospodarcze</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Samorząd wojewódzki</li> <li>▪ Agencja Rozwoju Pomorza</li> <li>▪ Polska Agencja Rozwoju Turystyki S.A.</li> <li>▪ Inwestorzy</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
	2.1.2. Wspieranie podmiotów w pozyskiwaniu środków proinwestycyjnych z zagranicy i z kraju	
	2.1.3. Przygotowanie systemu informacji dla potencjalnych inwestorów	
2.2 Zwiększenie dostępności atrakcji turystycznych i bezpieczeństwa podróżowania poprzez rozwój infrastruktury transportu drogowego	2.2.1. Wspieranie budowy autostrady A1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zarządy dróg</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
	2.2.2. Wspieranie inicjatyw rozwoju infrastruktury transportu drogowego, w tym międzynarodowego dworca autobusowego	
	2.2.3. Poprawa jakości technicznej dróg na obszarze województwa	
2.3 Poprawa organizacji ruchu kolejowego, wodnego i drogowego	2.3.1. Wspieranie i synchronizacja połączeń kolejowych i drogowych do miejsc atrakcyjnych turystycznie	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Instytucje transportowe</li> <li>▪ Przewoźnicy</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
	2.3.2. Poprawa oznakowania dróg, tras i szlaków turystycznych, w tym rowerowych	
2.4 Rozwój połączeń lotniczych	2.4.1. Wspieranie inicjatyw związanych z uruchamianiem nowych i utrzymaniem istniejących połączeń lotniczych	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Porty lotnicze</li> <li>▪ Lotnicze firmy przewozów pasażerskich</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.5 Rozwój połączeń promowych	2.5.1. Wspieranie inicjatyw związanych z uruchamianiem nowych i utrzymaniem istniejących pasażerskich połączeń promowych	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Porty morskie</li> <li>▪ Firmy przewozowe pasażerskiego transportu morskiego</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.6 Rozwój funkcji turystycznych małych portów i przystani, w tym marin	2.6.1. Wspieranie inicjatyw związanych z rozwojem funkcji turystycznych małych portów i przystani	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestorzy portów i przystani, w tym marin</li> <li>▪ Gestorzy usług towarzyszących</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.7 Rozwój infrastruktury wodnego transportu śródlądowego	2.7.1. Wspieranie rozwoju infrastruktury wodnego transportu śródlądowego	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestorzy przystani wodnego transportu śródlądowego</li> <li>▪ Gestorzy jednostek pływających</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.8 Rozwój bazy gastronomicznej, w tym opartej na kuchni regionalnej i ofercie specjalistycznej	2.8.1. Wspieranie rozwoju bazy gastronomicznej, w tym opartej na kuchni regionalnej i ofercie specjalistycznej	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wojewódzki Inspektorat Sanitarno - Epidemiologiczny</li> <li>▪ Gestorzy obiektów gastronomicznych</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.9 Rozwój bazy noclegowej zgodnie ze standardami europejskimi i obowiązującą klasyfikacją i kategoryzacją	2.9.1. Wspieranie rozwoju bazy noclegowej zgodnie ze standardami europejskimi i obowiązującą klasyfikacją i kategoryzacją	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pomorski Urząd Wojewódzki</li> <li>▪ Urząd Statystyczny</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Stowarzyszenia agroturystyczne</li> <li>▪ ODR-y (Ośrodki Doradztwa Rolniczego)</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
	2.9.2. Wspieranie rozwoju bazy noclegowej dla turystów średniozamożnych	
2.10 Rozwój bazy uzupełniającej, w tym rekreacyjnej i specjalistycznej	2.10.1. Wspieranie rozwoju bazy uzupełniającej, w tym rekreacyjnej i specjalistycznej, głównie dla turystyki aktywnej i zdrowotnej	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Urząd Statystyczny</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.11 Rewitalizacja i estetyzacja obszarów penetracji turystycznej	2.11.1. Wspieranie inicjatyw rewitalizacji i estetyzacji obszarów penetracji turystycznej	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>

## Priorytet 3

### Tworzenie markowych produktów turystycznych

Cele strategiczne	Zadania	Partnerzy
3.1 Zbudowanie oferty turystycznej regionu w postaci kompleksowych produktów turystycznych obejmujących atrakcje i usługi	3.1.1. Inwentaryzacja atrakcji niezbędnych do tworzenia konkretnych produktów turystycznych oraz określenie możliwości rozwoju ich funkcji turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROT</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ POT</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Samorząd wojewódzki</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Podmioty gospodarcze branży turystycznej</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
	3.1.2. Nawiązanie współpracy pomiędzy podmiotami tworzącymi potencjalną spójną ofertę turystyczną	
	3.1.3. Wspieranie inicjatyw zmierzających do wykreowania produktów turystycznych wydłużających sezon	
	3.1.4. Wspieranie usługodawców, w tym agroturystyki w promocji i sprzedaży oferty regionu	
3.2 Wykreowanie markowych produktów turystycznych identyfikujących unikatowe i osobliwe cechy regionu	3.2.1. Sporządzenie listy atrakcji turystycznych o charakterze unikatowym	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROT</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ POT</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Samorząd wojewódzki</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Podmioty gospodarcze branży turystycznej</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
	3.2.2. Nawiązanie współpracy pomiędzy podmiotami tworzącymi potencjalne elementy produktu markowego	
	3.2.3. Budowanie markowych produktów turystycznych opartych na zasobach przyrody	
	3.2.4. Budowanie markowych produktów turystycznych opartych na zasobach dziedzictwa kulturowego	
	3.2.5. Budowanie markowych produktów turystycznych opartych na atrakcjach	
	3.2.6. Wspieranie promocji produktów markowych województwa	
3.3 Wspieranie innowacyjnych rozwiązań w zakresie kreowania produktów turystycznych	3.3.1. Inicjowanie innowacyjnych rozwiązań w zakresie kreowania produktów turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROT</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ POT</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Samorząd wojewódzki</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Podmioty gospodarcze branży turystycznej</li> <li>▪ Instytucje naukowe i badawcze</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
	3.3.2. Kreowanie nowatorskich rozwiązań w zakresie kreowania produktów turystycznych	

## Priorytet 4

### Opracowanie i wdrażanie koncepcji monitoringu rynku turystycznego

Cele strategiczne	Zadania	Partnerzy
4.1 Wdrożenie systemu monitorowania przyjazdowego i wewnętrznego ruchu turystycznego	4.1.1. Dobór metod monitorowania przyjazdowego i wewnętrznego ruchu turystycznego	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROT</li> <li>▪ Uczelnie wyższe</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Samorząd wojewódzki</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Podmioty gospodarcze branży turystycznej</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
	4.1.2. Prowadzenie cyklicznych badań przyjazdowego i wewnętrznego ruchu turystycznego	
	4.1.3. Analiza dynamiki zmian przyjazdowego i wewnętrznego ruchu turystycznego	
4.2 Analiza rynku turystycznego regionu i rynków docelowych	4.2.1. Dobór metod badań podaży i popytu w turystyce	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROT</li> <li>▪ Uczelnie wyższe</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Samorząd wojewódzki</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Podmioty gospodarcze branży turystycznej</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
	4.2.2. Prowadzenie cyklicznych badań podaży i popytu w turystyce	
	4.2.3. Analiza badań podaży i popytu w turystyce	
4.3 Pozyskanie informacji na temat potrzeb, preferencji, oczekiwań oraz satysfakcji turystów	4.3.1. Dobór metod badań w zakresie potrzeb, preferencji, oczekiwań oraz satysfakcji turystów	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROT</li> <li>▪ Uczelnie wyższe</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Samorząd wojewódzki</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Podmioty gospodarcze branży turystycznej</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
	4.3.2. Prowadzenie cyklicznych badań w zakresie potrzeb, preferencji, oczekiwań oraz satysfakcji turystów	
	4.3.3. Analiza badań w zakresie potrzeb, preferencji, oczekiwań oraz satysfakcji turystów	

## Priorytet 5

### Tworzenie spójnej promocji oraz zintegrowanego systemu informacji turystycznej

Cele strategiczne	Zadania	Partnerzy
5.1 Wzrost efektywności działań promocyjnych turystyki	5.1.1. Koordynacja i zintegrowanie działań promocyjnych poprzez Pomorską Regionalną Organizację Turystyczną	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROT</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ POT</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Samorząd wojewódzki</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
	5.1.2. Wypracowanie spójnej wizualizacji i identyfikacji regionu w różnych technikach promocji	
	5.1.3. Podnoszenie rangi Gdańskich Targów Turystycznych	
5.2 Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej regionu	5.2.1. Zwiększenie sprawności przepływu informacji przy wykorzystaniu nowoczesnych nośników	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ POT</li> <li>▪ PROT</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Gestorzy punktów it</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Samorząd wojewódzki</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
	5.2.2. Wprowadzenie i ujednoczenie tablic informacyjnych atrakcji turystycznych	
	5.2.3. Wprowadzenie spójnego systemu znakowania szlaków turystycznych	
	5.3.4. Unifikacja centrów i punktów informacji turystycznej	

## Priorytet 6

### Rozwój kapitału ludzkiego oparty na wiedzy i przedsiębiorczości skierowany na wzrost jakości usług turystycznych

<b>Cele strategiczne</b>	<b>Zadania</b>	<b>Partnerzy</b>
6.1 Kształtowanie świadomości atrakcyjności regionu społeczeństwa poprzez programy i imprezy turystyczne	6.1.1. Wspieranie wychowania i edukacja dzieci i młodzieży poprzez wycieczki szkolne, zielone szkoły, pogadanki w szkole itp.	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Szkoły podstawowe, średnie i wyższe w województwie pomorskim</li><li>▪ Kuratorium Oświaty</li><li>▪ Jednostki organizacyjne kościoła</li><li>▪ Związki wyznaniowe</li><li>▪ Organizacje pozarządowe</li><li>▪ LOT-y</li><li>▪ Biura podróży</li><li>▪ Inne podmioty</li></ul>
	6.1.2. Wspieranie programów edukacyjnych w zakresie krajoznawstwa i regionalizmu	
	6.1.3. Wspieranie konkursów wiedzy o regionie	
6.2 Rozwój kadr turystycznych	6.2.1. Wspieranie szkoleń kadr turystycznych, w tym dla bezrobotnych i niepełnosprawnych	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Szkoły średnie o profilu turystycznym</li><li>▪ Szkoły wyższe posiadające kierunki i specjalności turystyczne</li><li>▪ Instytucje szkolące</li><li>▪ Wojewódzki Urząd Pracy</li><li>▪ Inne podmioty</li></ul>
	6.2.2. Wymiana międzynarodowa w celu przeprowadzania szkoleń, warsztatów i konferencji	
	6.2.3. Podejmowanie działań na rzecz upowszechniania edukacji ekologicznej, agroturystyki oraz nauki języków obcych	
	6.2.4. Wspieranie i motywowanie pracodawców przedsiębiorstw turystycznych do doskonalenia kadr	
6.3 Podniesienie jakości kształcenia kadr turystycznych	6.3.1. Wspieranie podnoszenia kwalifikacji kadry kształcącej	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Szkoły kształcące w zakresie turystyki</li><li>▪ Instytucje organizujące szkolenia w zakresie turystyki</li><li>▪ Inne podmioty</li></ul>
	6.3.2. Wspieranie podnoszenia jakości technicznej środków kształcenia oraz dostępu do informacji	

## **8. REALIZACJA STRATEGII**

## 8. Realizacja Strategii

### 8.1. Środki realizacji Strategii

- System zarządzania i partnerzy

Główną instytucją realizującą strategię rozwoju turystyki, obok Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego, powinna być Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna skupiająca najważniejszych partnerów w województwie. Rozwój systemu lokalnych organizacji turystycznych sprzyjać będzie powstawaniu nowych produktów turystycznych, integracji środowiska oraz spójności w zakresie promocji i informacji turystycznej. Do czasu powstania i zafunkcjonowania systemu specyfiką realizacji *Strategii* będzie współpraca z dużą liczbą podmiotów skupionych wokół konkretnych programów i projektów.

Nadzór nad realizacją *Strategii* sprawować powinien Zarząd Województwa Pomorskiego wspomagany działaniami monitorującymi realizację *Strategii* prowadzonymi przez właściwą komórkę organizacyjną ds. turystyki Urzędu Marszałkowskiego oraz powołanego Zespołu ds. Realizacji Strategii.

- Możliwości finansowania

Wielkość środków finansowych przeznaczonych na realizację *Strategii* to kluczowy problem powodzenia rozwoju turystyki w województwie pomorskim. Finansowanie powinno obejmować: środki samorządu województwa, środki partnerów, w tym samorządów lokalnych, centralne środki krajowe oraz środki programów międzynarodowych, w tym Unii Europejskiej.

Biorąc pod uwagę specyfikę turystyki i jej ścisły związek z innymi dziedzinami, jak transport, kultura, rekreacja, sport a nawet handel czy rolnictwo istnieją możliwości finansowania rozwoju turystyki z wielu źródeł i programów.

Określenie możliwości finansowania turystyki po 2006 roku ze środków unijnych nie jest obecnie możliwe, dlatego szczegółowe operacyjne programy realizacji *Strategii* powinny być opracowywane etapowo uwzględniając bieżące możliwości finansowe zarówno partnerów, jak i środków zewnętrznych.

Zestawienie możliwości finansowania turystyki z programów Unii Europejskiej przedstawione są w załączniku do ekspertyzy *Uwarunkowania i kierunki rozwoju turystyki w województwie pomorskim*.

## 8.2. Programy realizacji Strategii

Realizacja *Strategii* wymaga budowy szeregu szczegółowych programów operacyjnych, które zapewnią systematyczny rozwój zgodny z założeniami strategicznymi. Budowa i realizacja tych programów podzielona została na dwa okresy wynikające ze specyfiki planowania w Unii Europejskiej i możliwości finansowania projektów ze środków UE.

W założeniu program operacyjny może stanowić jeden projekt lub może go tworzyć szereg projektów finansowanych z różnych źródeł.

### „Program Rozwoju Produktów Turystycznych Województwa Pomorskiego”

- Program zakłada wygenerowanie produktów turystycznych województwa pomorskiego o znaczeniu ogólnokrajowym i międzynarodowym.
- Opracowanie procesu rozwoju każdego produktu uwzględniającego uwarunkowania unijne, w tym finansowe.
- W programie powinni wziąć udział przedstawiciele samorządów lokalnych oraz branży turystycznej.
- Koordynatorem programu powinna być Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna.

### Realizacja celów strategicznych:

- 1.1. Współpraca pomiędzy samorządem, branżą turystyczną i organizacjami pozarządowymi poprzez rozwiązania instytucjonalne i pozainstytucjonalne.
- 1.5. Wzrost współpracy z instytucjami centralnymi i organizacjami ogólnokrajowymi.
- 1.6. Rozwój współpracy międzyregionalnej i międzynarodowej.
  
- 2.1. Zwiększenie kapitału inwestycyjnego w turystyce.
- 2.2. Zwiększenie dostępności atrakcji turystycznych i bezpieczeństwa podróżowania poprzez rozwój infrastruktury transportu drogowego.
- 2.3. Poprawa organizacji ruchu kolejowego, wodnego i drogowego.
- 2.4. Rozwój połączeń lotniczych.
- 2.5. Rozwój połączeń promowych.
- 2.6. Rozwój funkcji turystycznych małych portów i przystani, w tym marin
- 2.7. Rozwój infrastruktury wodnego transportu śródlądowego.
- 2.8. Rozwój bazy gastronomicznej, w tym opartej na kuchni regionalnej i ofercie specjalistycznej.
- 2.9. Rozwój bazy noclegowej zgodnie ze standardami europejskimi i obowiązującą klasyfikacją i kategoryzacją.
- 2.10. Rozwój bazy uzupełniającej, w tym rekreacyjnej i specjalistycznej.
- 2.11. Rewitalizacja i estetyzacja obszarów penetracji turystycznej.
  
- 3.1. Zbudowanie oferty turystycznej regionu w postaci kompleksowych produktów turystycznych obejmujących atrakcje i usługi.
- 3.2. Wykreowanie markowych produktów turystycznych identyfikujących unikatowe i osobliwe cechy regionu.
- 3.3. Wspieranie innowacyjnych rozwiązań w zakresie kreowania produktów turystycznych.

- 4.3. Pozyskanie informacji na temat potrzeb, preferencji, oczekiwań oraz satysfakcji turystów.
- 5.1. Wzrost efektywności działań promocyjnych turystyki.
- 5.2. Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej regionu.
- 6.2. Rozwój kadr turystycznych.

Uwaga: Kontynuacja programu w latach 2007-2013

### **„Zintegrowany System Informacji Turystycznej Województwa Pomorskiego”**

- Założeniem programu jest powiązanie istniejących elementów informacji turystycznej w spójny system ogólnoregionalny w oparciu o standardy ogólnopolskie.
- Głównym celem programu jest zapewnienie łatwiejszego dostępu do obiektów turystycznych.
- Stworzenie systemu usprawni przepływ informacji, co przyczyni się do wzrostu konkurencyjności oraz podniesienia spójności społecznej, ekonomicznej i terytorialnej.
- Partnerami programu powinny być, obok samorządu wojewódzkiego, samorządy lokalne, lokalne organizacje turystyczne, stowarzyszenia oraz gestorzy punktów it.
- Koordynatorem programu powinna być Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna.

### **Realizacja celów strategicznych:**

- 1.1. Współpraca pomiędzy samorządem, branżą turystyczną i organizacjami pozarządowymi poprzez rozwiązania instytucjonalne i pozainstytucjonalne.
- 1.2. Wzmocnienie pozycji regionalnej organizacji turystycznej jako wiodącej instytucji turystycznej w regionie.
- 1.3. Wzmocnienie pozycji lokalnych organizacji turystycznych jako instytucji reprezentujących środowisko turystyczne na szczeblu lokalnym.
- 1.4. Wzrost bezpieczeństwa turystów poprzez współpracę z właściwymi instytucjami.
- 1.5. Wzrost współpracy z instytucjami centralnymi i organizacjami ogólnokrajowymi.
- 1.6. Rozwój współpracy międzyregionalnej i międzynarodowej.
- 2.1. Zwiększenie kapitału inwestycyjnego w turystyce.
- 2.2. Zwiększenie dostępności atrakcji turystycznych i bezpieczeństwa podróżowania poprzez rozwój infrastruktury transportu drogowego.
- 4.1. Wdrożenie systemu monitorowania przyjazdowego i wewnętrznego ruchu turystycznego.
- 4.2. Analiza rynku turystycznego regionu i rynków docelowych.
- 4.3. Pozyskanie informacji na temat potrzeb, preferencji, oczekiwań oraz satysfakcji turystów.
- 5.1. Wzrost efektywności działań promocyjnych turystyki.
- 5.2. Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej regionu.

- 6.2. Rozwój kadr turystycznych.
- 6.3. Podniesienie jakości kształcenia kadr turystycznych.

Uwaga: Kontynuacja programu w latach 2007-2013

### **„Program Monitoringu Rynku Turystycznego”**

- Założeniem programu jest podniesienie poziomu wiedzy na temat zjawisk i procesów związanych z rynkiem turystycznym.
- Głównym celem programu jest określenie metod i zakresu badań rynku turystycznego.
- Monitoring rynku, prowadzony systematycznie pozwala na określenie trendów i tendencji rozwoju, co sprzyja przedsięwzięciom długookresowym, w tym inwestycjom.
- Partnerami programu powinny być, obok samorządu wojewódzkiego, samorządy lokalne, lokalne organizacje turystyczne, stowarzyszenia oraz gestorzy punktów it.
- Koordynatorem programu powinna być Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna.

### **Realizacja celów strategicznych:**

- 1.1. Współpraca pomiędzy samorządem, branżą turystyczną i organizacjami pozarządowymi poprzez rozwiązania instytucjonalne i pozainstytucjonalne.
  - 1.2. Wzmocnienie pozycji regionalnej organizacji turystycznej jako wiodącej instytucji turystycznej w regionie.
  - 1.3. Wzmocnienie pozycji lokalnych organizacji turystycznych jako instytucji reprezentujących środowisko turystyczne na szczeblu lokalnym.
  - 1.4. Wzrost bezpieczeństwa turystów poprzez współpracę z właściwymi instytucjami.
  - 1.5. Wzrost współpracy z instytucjami centralnymi i organizacjami ogólnokrajowymi.
  - 1.6. Rozwój współpracy międzyregionalnej i międzynarodowej.
- 
- 4.1. Wdrożenie systemu monitorowania przyjazdowego i wewnętrznego ruchu turystycznego.
  - 4.2. Analiza rynku turystycznego regionu i rynków docelowych.
  - 4.3. Pozyskanie informacji na temat potrzeb, preferencji, oczekiwań oraz satysfakcji turystów.
- 
- 5.1. Wzrost efektywności działań promocyjnych turystyki.
  - 5.2. Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej regionu.

Uwaga: Kontynuacja programu w latach 2007-2013

### **„Program Promocji Turystyki Województwa Pomorskiego”**

- Założeniem programu jest stworzenie koncepcji kompleksowej promocji turystyki województwa pomorskiego zmierzającej do wykreowania pozytywnego wizerunku regionu.

- Głównym celem programu jest określenie zakresu działań promocyjnych, identyfikacja głównych segmentów i kanałów przekazu informacji o regionie.
- Partnerami programu powinny być, obok samorządu wojewódzkiego, samorządy lokalne, lokalne organizacje turystyczne, stowarzyszenia oraz branża turystyczna.
- Koordynatorem programu powinna być Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna.

### **Realizacja celów strategicznych:**

- 1.1. Współpraca pomiędzy samorządem, branżą turystyczną i organizacjami pozarządowymi poprzez rozwiązania instytucjonalne i pozainstytucjonalne.
- 1.2. Wzmocnienie pozycji regionalnej organizacji turystycznej jako wiodącej instytucji turystycznej w regionie.
- 1.3. Wzmocnienie pozycji lokalnych organizacji turystycznych jako instytucji reprezentujących środowisko turystyczne na szczeblu lokalnym.
- 1.5. Wzrost współpracy z instytucjami centralnymi i organizacjami ogólnokrajowymi.
- 1.6. Rozwój współpracy międzyregionalnej i międzynarodowej.
- 2.8. Rozwój bazy gastronomicznej, w tym opartej na kuchni regionalnej i ofercie specjalistycznej.
- 2.9. Rozwój bazy noclegowej zgodnie ze standardami europejskimi i obowiązującą klasyfikacją i kategoryzacją.
- 2.10. Rozwój bazy uzupełniającej, w tym rekreacyjnej i specjalistycznej.
- 2.11. Rewitalizacja i estetyzacja obszarów penetracji turystycznej.
- 3.2. Wykreowanie markowych produktów turystycznych identyfikujących unikatowe i osobliwe cechy regionu.
- 3.3. Wspieranie innowacyjnych rozwiązań w zakresie kreowania produktów turystycznych.
- 4.2. Analiza rynku turystycznego regionu i rynków docelowych.
- 5.1. Wzrost efektywności działań promocyjnych turystyki.
- 5.2. Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej regionu.
- 6.1. Kształtowanie świadomości atrakcyjności regionu wśród społeczeństwa poprzez programy i imprezy turystyczne.

Uwaga: Kontynuacja programu w latach 2007-2013

### **„Program Szkoleń dla Turystyki”**

- Założeniem programu jest przygotowanie systemu szkoleń w zakresie turystyki, które przyczynia się do podniesienia jakości obsługi ruchu turystycznego w regionie.
- Głównym celem programu jest przeszkolenie osób zajmujących się turystyką oraz osób bezrobotnych, które mogłyby potencjalnie znaleźć zatrudnienie w sektorze.

- Partnerami programu powinny być, obok samorządu wojewódzkiego, samorządy lokalne, lokalne organizacje turystyczne, branża turystyczna oraz stowarzyszenia.
- Koordynatorem programu powinna być Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna.

#### **Realizacja celów strategicznych:**

- 1.1. Współpraca pomiędzy samorządem, branżą turystyczną i organizacjami pozarządowymi poprzez rozwiązania instytucjonalne i pozainstytucjonalne.
- 1.5. Wzrost współpracy z instytucjami centralnymi i organizacjami ogólnokrajowymi.
- 1.6. Rozwój współpracy międzyregionalnej i międzynarodowej.
- 5.1. Wzrost efektywności działań promocyjnych turystyki.
- 5.2. Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej regionu.
- 6.1. Kształtowanie świadomości atrakcyjności regionu wśród społeczeństwa poprzez programy i imprezy turystyczne.
- 6.2. Rozwój kadr turystycznych.
- 6.3. Podniesienie jakości kształcenia kadr turystycznych.

Uwaga: Kontynuacja programu w latach 2007-2013

#### **„System Transportu w Turystyce”**

- Założeniem programu jest podniesienie jakości usług transportowych w województwie pomorskim w celu usprawnienia ruchu turystycznego.
- Partnerami programu powinny być, obok samorządu wojewódzkiego, samorządy lokalne, lokalne organizacje turystyczne, instytucje i przedsiębiorstwa, których działalność związana jest z usługami transportowymi.
- Koordynatorem programu powinna być Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna.

#### **Realizacja celów strategicznych:**

- 1.4. Wzrost bezpieczeństwa turystów poprzez współpracę z właściwymi instytucjami.
- 1.5. Wzrost współpracy z instytucjami centralnymi i organizacjami ogólnokrajowymi.
- 1.6. Rozwój współpracy międzyregionalnej i międzynarodowej.
- 2.1. Zwiększenie kapitału inwestycyjnego w turystyce.
- 2.2. Zwiększenie dostępności atrakcji turystycznych i bezpieczeństwa podróżowania poprzez rozwój infrastruktury transportu drogowego.
- 2.3. Poprawa organizacji ruchu kolejowego, wodnego i drogowego.
- 2.4. Rozwój połączeń lotniczych.
- 2.5. Rozwój połączeń promowych.
- 2.6. Rozwój funkcji turystycznych małych portów i przystani, w tym marin.
- 2.7. Rozwój infrastruktury wodnego transportu śródlądowego.

- 3.1. Zbudowanie oferty turystycznej regionu w postaci kompleksowych produktów turystycznych obejmujących atrakcje i usługi.
- 3.2. Wykreowanie markowych produktów turystycznych identyfikujących unikatowe i osobliwe cechy regionu.
- 3.3. Wspieranie innowacyjnych rozwiązań w zakresie kreowania produktów turystycznych.
- 4.1. Wdrożenie systemu monitorowania przyjazdowego i wewnętrznego ruchu turystycznego.
- 4.3. Pozyskanie informacji na temat potrzeb, preferencji, oczekiwań oraz satysfakcji turystów.

Uwaga: Kontynuacja programu w latach 2007-2013

### **„Program Wspierania Inwestycji i Przedsiębiorczości w Turystyce”**

- Głównym założeniem programu jest stworzenie instrumentów wspierających rozwój inwestycji i przedsiębiorczość w zakresie turystyki w województwie pomorskim.
- Partnerami programu powinny być, obok samorządu wojewódzkiego, samorządy lokalne, lokalne organizacje turystyczne i branża turystyczna oraz potencjalni inwestorzy.
- Koordynatorem programu powinna być Pomorska Regionalna Organizacja Turystyczna.

### **Realizacja celów strategicznych:**

- 1.1. Współpraca pomiędzy samorządem, branżą turystyczną i organizacjami pozarządowymi poprzez rozwiązania instytucjonalne i pozainstytucjonalne.
- 1.5. Wzrost współpracy z instytucjami centralnymi i organizacjami ogólnokrajowymi.
- 1.6. Rozwój współpracy międzyregionalnej i międzynarodowej.
- 2.1. Zwiększenie kapitału inwestycyjnego w turystyce.
- 2.2. Zwiększenie dostępności atrakcji turystycznych i bezpieczeństwa podróżowania poprzez rozwój infrastruktury transportu drogowego.
- 2.3. Poprawa organizacji ruchu kolejowego, wodnego i drogowego.
- 2.4. Rozwój połączeń lotniczych.
- 2.5. Rozwój połączeń promowych.
- 2.6. Rozwój funkcji turystycznych małych portów i przystani, w tym marin.
- 2.7. Rozwój infrastruktury wodnego transportu śródlądowego.
- 2.8. Rozwój bazy gastronomicznej, w tym opartej na kuchni regionalnej i ofercie specjalistycznej.
- 2.9. Rozwój bazy noclegowej zgodnie ze standardami europejskimi i obowiązującą klasyfikacją i kategoryzacją.
- 2.10. Rozwój bazy uzupełniającej, w tym rekreacyjnej i specjalistycznej.
- 2.11. Rewitalizacja i estetyzacja obszarów penetracji turystycznej.
- 3.1. Zbudowanie oferty turystycznej regionu w postaci kompleksowych produktów turystycznych obejmujących atrakcje i usługi.

- 3.2. Wykreowanie markowych produktów turystycznych identyfikujących unikatowe i osobiwe cechy regionu.
- 3.3. Wspieranie innowacyjnych rozwiązań w zakresie kreowania produktów turystycznych.
- 5.2. Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej regionu.
- 6.2. Rozwój kadr turystycznych.

Uwaga: Kontynuacja programu w latach 2007-2013

## PROGRAMY REALIZACJI STRATEGII i ICH RAMOWY HARMONOGRAM

Lp.	Nazwa programu	Rok zakończenia budowy programu	Rok zakończenia realizacji programu	Partnerzy
1.	„Program Rozwoju Produktów Turystycznych Województwa Pomorskiego”	2004	2007	Ministerstwo właściwe ds. turystyki PROT LOT-y Samorzady lokalne Gestorzy obiektów usług turystycznych i paraturystycznych Inne podmioty np. Lasy Państwowe, Urząd Morski itp.
2.	„Zintegrowany System Informacji Turystycznej Województwa Pomorskiego”	2004	2007	PROT Samorzady lokalne LOT-y Gestorzy punktów it PTTK Przedsiębiorstwa turystyczne, w tym obiekty noclegowe Inne podmioty
3.	„Program Monitoringu Rynku Turystycznego”	2004	2007	Urząd Statystyczny Instytut Turystyki Uczelnie wyższe PROT LOT-y Samorzady lokalne Inne podmioty
4.	„Program Promocji Turystyki Województwa Pomorskiego”	2005	2007	POT PROT LOT-y Inne podmioty
5.	„Program Szkoleń dla Turystyki”	2005	2007	Administracja rządowa PROT Uczelnie wyższe Wojewódzki Urząd Pracy Instytucje i organizacje szkolące Inne instytucje
6.	„System Transportu w Turystyce”	2005	2007	Ministerstwo właściwe ds. transportu PROT LOT-y Samorzady lokalne Administratorzy infrastruktury transportowej i organizacji ruchu (porty morskie i lotnicze, porty jachtowe, dyrekcje dróg, PKP i in.) Inne podmioty
7.	„Program Wspierania Inwestycji i Przedsiębiorczości w Turystyce”	2005	2007	PROT Podmioty gospodarcze Inne podmioty

8.	„Program Rozwoju Produktów Turystycznych Województwa Pomorskiego 2”	2007	2013	Ministerstwo właściwe ds. turystyki PROT LOT-y Samorzady lokalne Gestorzy obiektów usług turystycznych i paraturystycznych Inne podmioty np. Lasy Państwowe, Urząd Morski itp.
9.	„Zintegrowany System Informacji Turystycznej 2”	2007	2013	PROT Samorzady lokalne LOT-y Gestorzy punktów it PTTK Przedsiębiorstwa turystyczne, w tym obiekty noclegowe Inne podmioty
10.	„Program Promocji Turystyki Województwa Pomorskiego 2”	2007	2013	POT PROT LOT-y Inne podmioty
11.	„Program Monitoringu Rynku Turystycznego 2”	2007	2013	Urząd Statystyczny Instytut Turystyki Uczelnie wyższe PROT LOT-y Samorzady lokalne Inne podmioty
12.	„Program Szkoleń dla Turystyki 2”	2007	2013	Administracja Państwowa PROT Uczelnie wyższe Wojewódzki Urząd Pracy Instytucje i organizacje szkolące Inne instytucje
13.	„System Transportu w Turystyce 2”	2007	2013	Ministerstwo właściwe ds. transportu PROT LOT-y Samorzady lokalne Administratorzy infrastruktury transportowej i organizacji ruchu (porty morskie i lotnicze, porty jachtowe, dyrekcje dróg, PKP i in.) Inne podmioty
14.	„Program Wspierania Inwestycji i Przedsiębiorczości w Turystyce 2”	2007	2013	PROT Podmioty gospodarcze Inne podmioty

Z uwagi na długi okres realizacji *Strategii* należy przyjąć, że zakres i liczba programów może ulec zmianie zgodnie z przyjętą procedurą w sytuacji aktualizacji dokumentu na skutek zmieniających się uwarunkowań społeczno - gospodarczych.

W ramach *Strategii* mogą być również realizowane programy lokalne, które zgodne będą z założeniami dokumentu i pozytywnie zaopiniowane przez Zarząd Województwa.

### 8.3. Ryzyko i zagrożenia realizacji Strategii

Realizacja *Strategii* może być zagrożona, jeśli zostaną spełnione warunki w następujących płaszczyznach:

- Zatrzymanie procesu rozwoju systemu lokalnych organizacji turystycznych, co zaburzy działania w zakresie tworzenia lokalnych produktów turystycznych, utrudni współpracę między samorządem a lokalną branżą turystyczną oraz przepływ informacji niezbędnej do budowania spójnego systemu informacji turystycznej i promocji turystyki;
- Niedostateczna wiedza i umiejętności oraz mała aktywność podmiotów w pozyskiwaniu funduszy zewnętrznych, w tym z Unii Europejskiej, co może doprowadzić do braku środków finansowych na realizację *Strategii*;
- Brak planów i programów lokalnych związanych z rozwojem turystyki, w tym zapisów budżetowych;
- Nieuwzględnienie turystyki w planach i programach samorządu wojewódzkiego oraz brak zapisów zwiększających budżet turystyki na realizację *Strategii*;
- Brak wsparcia rządu dla rozwoju turystyki oraz bariery prawne ograniczające jej rozwój (np. system podatkowy).

## **9. MONITOROWANIE REALIZACJI STRATEGII**

## **9. Monitorowanie realizacji Strategii**

### **9.1. Organizacja monitorowania Strategii**

Realizacja *Strategii* oparta jest na udziale wielu instytucji i organizacji. Województwo pomorskie to szereg samorządów lokalnych (123 gminy i 20 powiatów, w tym 4 grodzkie), które obok podmiotów branży turystycznej, ogrywać będą kluczową rolę w realizacji *Strategii*.

Wiodącą funkcję w zakresie monitorowania realizacji *Strategii* powinien pełnić Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego - właściwa komórka organizacyjna ds. turystyki przy współpracy z Pomorską Regionalną Organizacją Turystyczną i lokalnymi organizacjami turystycznymi. Wskazane byłoby również powołanie przez samorząd województwa Zespołu ds. Realizacji Strategii, w skład którego powinni wchodzić przedstawiciele wyżej wymienionych podmiotów oraz samorządów lokalnych. Zespół ten składałby do Zarządu Województwa:

- sprawozdania z realizacji zadań *Strategii* (przynajmniej raz w roku),
- propozycje aktualizacji dokumentu zgodnie ze zmieniającymi się uwarunkowaniami społeczno-gospodarczymi.

### **9.2. Wskaźniki monitorowania Strategii**

W turystyce równie ważne są wskaźniki ilościowe, jak i jakościowe. W celu pełnego obrazu sytuacji i zmieniających się zjawisk turystycznych niezbędne jest prowadzenie badań rynku oraz analiz istniejących opracowań statystycznych i marketingowych. Większość wskaźników analizy jakościowej wymaga przeprowadzenia cyklicznych badań, w tym marketingowych na terenie całego województwa pomorskiego.

W realizacji poszczególnych celów i możliwości obserwacji dynamiki zmian można posłużyć się różnymi wskaźnikami, które obrazuje poniższa tabela.

CEL STRATEGICZNY	SUGEROWANE WSKAŹNIKI	PARTNERZY/ ŹRÓDŁA INFORMACJI
<b>Priorytet 1</b> <b>Rozwój partnerstwa i współpracy na rzecz spójnego systemu zarządzania</b>		
1.1 Współpraca pomiędzy samorządem, branżą turystyczną i organizacjami pozarządowymi poprzez rozwiązania instytucjonalne i pozainstytucjonalne	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba przedsięwzięć w zakresie rozwoju turystyki współrealizowanych wspólnie przez samorząd, branżę turystyczną i organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Liczba lokalnych organizacji turystycznych w regionie i ich funkcje w rozwoju turystyki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Podmioty branży turystycznej</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
1.2 Wzmocnienie pozycji regionalnej organizacji turystycznej jako wiodącej instytucji turystycznej w regionie	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba członków PROT</li> <li>▪ Stopień satysfakcji z członkostwa w PROT</li> <li>▪ Stopień świadomości istnienia PROT i jej funkcji przez podmioty działające na rzecz rozwoju turystyki w regionie i poza regionem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Podmioty branży turystycznej</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
1.3 Wzmocnienie pozycji lokalnych organizacji turystycznych jako instytucji reprezentujących środowisko turystyczne na szczeblu lokalnym	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba członków poszczególnych LOT-ów</li> <li>▪ Stopień satysfakcji z członkostwa w LOT-ach</li> <li>▪ Stopień świadomości istnienia LOT – ów i ich funkcji przez podmioty działające na rzecz rozwoju turystyki lokalnie, w regionie i poza regionem</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Podmioty branży turystycznej</li> <li>▪ Organizacje pozarządowe</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
1.4 Wzrost bezpieczeństwa turystów poprzez współpracę z właściwymi instytucjami	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba przestępstw dokonanych</li> <li>▪ Liczba interwencji</li> <li>▪ Liczba akcji i imprez z udziałem służb bezpieczeństwa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Policja</li> <li>▪ Straż pożarna</li> <li>▪ Punkty i ośrodki opieki zdrowotnej</li> <li>▪ Straż miejska</li> <li>▪ Inne instytucje</li> </ul>
1.5 Wzrost współpracy z instytucjami centralnymi i organizacjami ogólnokrajowymi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba projektów i inicjatyw przy współdziałaniu instytucji i organizacji ogólnokrajowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Administracja rządowa</li> <li>▪ POT</li> <li>▪ Instytut Turystyki</li> <li>▪ Inne instytucje i organizacje</li> </ul>
1.6 Rozwój współpracy międzyregionalnej i międzynarodowej	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba projektów i inicjatyw przy współdziałaniu partnerów z innych regionów i krajów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ROT-y</li> <li>▪ Organizacje i instytucje z innych regionów</li> <li>▪ Organizacje i instytucje ponadregionalne</li> <li>▪ Organizacje i instytucje z innych krajów</li> <li>▪ Organizacje i instytucje międzynarodowe</li> </ul>
<b>Priorytet 2</b> <b>Rozbudowa i modernizacja infrastruktury oraz poprawa dostępności transportowej dla turystyki</b>		
2.1 Zwiększenie kapitału inwestycyjnego w turystyce	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wielkość inwestycji turystycznych w regionie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ GUS</li> <li>▪ Podmioty gospodarcze</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.2 Zwiększenie dostępności atrakcji turystycznych i bezpieczeństwa podróżowania poprzez rozwój infrastruktury transportu drogowego	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gęstość dróg w województwie pomorskim</li> <li>▪ Stopień satysfakcji podróżnych z dostępności atrakcji turystycznych</li> <li>▪ Stopień satysfakcji podróżnych z jakości infrastruktury drogowej</li> <li>▪ Liczba wypadków drogowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zarządy dróg</li> <li>▪ Podróżni</li> <li>▪ Policja</li> <li>▪ Urzędy statystyczne</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>

2.3	Poprawa organizacji ruchu kolejowego, wodnego i drogowego	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stopień satysfakcji podróżnych z synchronizacji połączeń komunikacyjnych</li> <li>▪ Synchronizacja połączeń ruchu kolejowego, wodnego i drogowego do wytypowanych atrakcji turystycznych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PKP</li> <li>▪ Przewoźnicy drogowi</li> <li>▪ Podróźni</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.4	Rozwój połączeń lotniczych	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba połączeń lotniczych</li> <li>▪ Liczba miejscowości w połączeniach lotniczych</li> <li>▪ Liczba i struktura podróżnych</li> <li>▪ Stopień satysfakcji podróżnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Porty lotnicze</li> <li>▪ Lotnicze firmy przewozów pasażerskich</li> <li>▪ Podróźni</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.5	Rozwój połączeń promowych	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba połączeń promowych</li> <li>▪ Liczba miejscowości w połączeniach promowych</li> <li>▪ Liczba i struktura podróżnych</li> <li>▪ Satysfakcja podróżnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Porty morskie</li> <li>▪ Firmy przewozowe pasażerskiego transportu morskiego</li> <li>▪ Podróźni</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.6	Rozwój funkcji turystycznych małych portów i przystani, w tym marin	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba małych portów i przystani, w tym marin</li> <li>▪ Liczba i struktura podróżnych</li> <li>▪ Stopień satysfakcji podróżnych</li> <li>▪ Zakres usług towarzyszących</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestorzy portów i przystani, w tym marin</li> <li>▪ Podróźni</li> <li>▪ Gestorzy usług towarzyszących</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.7	Rozwój infrastruktury wodnego transportu śródlądowego	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba przystani wodnego transportu śródlądowego</li> <li>▪ Liczba jednostek pływających</li> <li>▪ Stopień satysfakcji podróżnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gestorzy przystani wodnego transportu śródlądowego</li> <li>▪ Gestorzy jednostek pływających</li> <li>▪ Podróźni</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.8	Rozwój bazy gastronomicznej, w tym opartej na kuchni regionalnej i ofercie specjalistycznej	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba obiektów bazy gastronomicznej</li> <li>▪ Struktura obiektów bazy gastronomicznej</li> <li>▪ Liczba obiektów oferujących kuchnię regionalną</li> <li>▪ Liczba obiektów z ofertą specjalistyczną</li> <li>▪ Stopień satysfakcji konsumentów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wojewódzki Inspektorat Sanitarno-Epidemiologiczny</li> <li>▪ Gestorzy obiektów gastronomicznych</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Samorzady lokalne</li> <li>▪ Konsumenty</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.9	Rozwój bazy noclegowej zgodnie ze standardami europejskimi i obowiązującą klasyfikacją i kategoryzacją	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba obiektów noclegowych</li> <li>▪ Liczba miejsc noclegowych</li> <li>▪ Liczba i struktura obiektów skategoryzowanych</li> <li>▪ Liczba obiektów i miejsc noclegowych w agroturystyce</li> <li>▪ Stopień satysfakcji podróżnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pomorski Urząd Wojewódzki</li> <li>▪ Urząd Statystyczny</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Samorzady lokalne</li> <li>▪ Stowarzyszenia agroturystyczne</li> <li>▪ ODR-y</li> <li>▪ Podróźni</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.10	Rozwój bazy uzupełniającej, w tym rekreacyjnej i specjalistycznej	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba i struktura obiektów bazy uzupełniającej, obszarów, w tym rekreacyjnej i specjalistycznej</li> <li>▪ Stopień satysfakcji klientów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Samorzady lokalne</li> <li>▪ Urzędy statystyczne</li> <li>▪ Klienci</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
2.11	Rewitalizacja i estetyzacja obszarów penetracji turystycznej	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wielkość inwestycji na modernizację obszarów penetracji turystycznej</li> <li>▪ Stopień satysfakcji odwiedzających</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Samorzady lokalne</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Odwiedzający</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
<b>Priorytet 3</b>			
<b>Tworzenie markowych produktów turystycznych</b>			
3.1	Zbudowanie oferty turystycznej regionu w postaci kompleksowych produktów turystycznych obejmujących atrakcje i usługi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba oferowanych produktów turystycznych obejmujących atrakcje i usługi w regionie</li> <li>▪ Zakres oferty biur podróży</li> <li>▪ Stopień satysfakcji podróżnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Samorzady lokalne</li> <li>▪ Biura podróży</li> <li>▪ Podróźni</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
3.2	Wykreowanie markowych produktów turystycznych identyfikujących unikatowe i osobliwe cechy regionu	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba markowych produktów turystycznych regionu</li> <li>▪ Stopień satysfakcji podróżnych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lokalne organizacje turystyczne</li> <li>▪ Samorzady lokalne</li> <li>▪ Biura podróży</li> <li>▪ Podróźni</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>

3.3 Wsparcie innowacyjnych rozwiązań w zakresie kreowania produktów turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stopień satysfakcji konsumentów</li> <li>▪ Liczba innowacyjnych rozwiązań w zakresie kreowania produktów turystycznych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROT</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Podmioty branży turystycznej</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
<p><b>Priorytet 4</b>  <b>Opracowanie i wdrażanie koncepcji monitoringu rynku turystycznego</b></p>		
4.1 Wdrożenie systemu monitorowania przyjazdowego i wewnętrznego ruchu turystycznego	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba partnerów systemu monitoringu</li> <li>▪ Stosowane narzędzia i metody monitoringu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROT</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
4.2 Analiza rynku turystycznego regionu i rynków docelowych	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zakres informacji dotyczących rynku turystycznego regionu i rynków docelowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ POT</li> <li>▪ PROT</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
4.3 Pozyskanie informacji na temat potrzeb, preferencji, oczekiwań oraz satysfakcji turystów	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zakres i metody badań marketingowych w turystyce</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ PROT</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Podmioty branży turystycznej</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
<p><b>Priorytet 5</b>  <b>Tworzenie spójnej promocji oraz zintegrowanego systemu informacji turystycznej</b></p>		
5.1 Wzrost efektywności działań promocyjnych turystyki	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba krajowych i zagranicznych imprez wystawienniczych w ciągu roku</li> <li>▪ Liczba tytułów wydawniczych wydanych we współpracy z PROT</li> <li>▪ Liczba podejmowanych dziennikarzy i organizatorów turystyki</li> <li>▪ Liczba imprez turystycznych o charakterze promocyjnym na terenie województwa pomorskiego</li> <li>▪ Liczba uczestników imprez turystycznych na terenie województwa pomorskiego</li> <li>▪ Stopień i zakres wiedzy turystów o regionie</li> <li>▪ Stopień i zakres wiedzy o województwie pomorskim, jego atrakcjach i usługach turystycznych osób mieszkających w regionie, kraju oraz za granicą</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Jednostki dyplomatyczne RP</li> <li>▪ POT</li> <li>▪ ROT-y</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ PROT</li> <li>▪ Samorządy terytorialne</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>
5.2 Stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej regionu	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba zintegrowanych punktów informacji turystycznej</li> <li>▪ Liczba znaków drogowych identyfikujących atrakcje turystyczne</li> <li>▪ Długość szlaków turystycznych jednolicie oznakowanych</li> <li>▪ Liczba jednolitych tablic informacyjnych identyfikujących atrakcje turystyczne</li> <li>▪ Liczba skomputeryzowanych punktów it</li> <li>▪ Stopień satysfakcji korzystających z usług informacji turystycznej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ POT</li> <li>▪ PROT</li> <li>▪ LOT-y</li> <li>▪ Samorządy lokalne</li> <li>▪ Gestorzy punktów it</li> <li>▪ Korzystający z usług informacji turystycznej</li> <li>▪ Inne podmioty</li> </ul>

## Priorytet 6

### Rozwój kapitału ludzkiego oparty na wiedzy i przedsiębiorczości skierowany na wzrost jakości usług turystycznych

6.1 Kształtowanie świadomości atrakcyjności regionu społeczeństwa poprzez programy i imprezy turystyczne	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Liczba i zakres programów proturystycznych w szkołach</li><li>▪ Liczba realizowanych zleceń przez biura podróży na imprezy na terenie województwa pomorskiego (w tym zlecone przez firmy)</li><li>▪ Liczba organizowanych imprez turystycznych przez organizacje non profit, instytucje kościelne itp. (w tym na terenie naszego województwa)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Szkoły podstawowe, średnie i wyższe w województwie pomorskim</li><li>▪ Kuratorium Oświaty</li><li>▪ Jednostki organizacyjne kościoła</li><li>▪ Związki wyznaniowe</li><li>▪ Organizacje pozarządowe</li><li>▪ LOT-y</li><li>▪ Biura podróży</li><li>▪ Inne podmioty</li></ul>
6.2 Rozwój kadr turystycznych	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Liczba i struktura szkoleń w zakresie turystyki (w tym kursy dla bezrobotnych)</li><li>▪ Liczba absolwentów szkoleń w zakresie turystyki</li><li>▪ Liczba wydanych dyplomów, certyfikatów oraz uprawnień państwowych</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Szkoły średnie o profilu turystycznym</li><li>▪ Szkoły wyższe posiadające kierunki i specjalności turystyczne</li><li>▪ Pomorski Urząd Wojewódzki</li><li>▪ Instytucje szkolące</li><li>▪ Wojewódzki Urząd Pracy</li><li>▪ Urząd Statystyczny</li><li>▪ Inne podmioty</li></ul>
6.3 Podniesienie jakości kształcenia kadr turystycznych	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Innowacyjne metody kształcenia</li><li>▪ Wykorzystywane środki kształcenia</li><li>▪ Podnoszenie kwalifikacji kadr kształcących</li><li>▪ Dostosowywanie programów kształcenia do zmieniającego się rynku</li><li>▪ Liczba otrzymanych uprawnień państwowych w stosunku do liczby przystępujących do egzaminu (piloci wycieczek i przewodnicy turystyczni)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Szkoły kształcące w zakresie turystyki</li><li>▪ Instytucje organizujące szkolenia w zakresie turystyki</li><li>▪ Pomorski Urząd Wojewódzki</li><li>▪ Inne podmioty</li></ul>

## **10. ZAKOŃCZENIE**

## 10. Zakończenie

Realizacja *Strategii* wymaga konsekwencji w realizacji, współpracy wielu podmiotów oraz nieustannej koordynacji ich działań. Niewątpliwym jest fakt, że jej realizacja musi być stale monitorowana, a zapisy strategiczne dostosowywane do zmieniających się uwarunkowań społeczno - gospodarczych.

Dokument ten powinien być realizowany nie tylko w zgodzie ze *Strategią Rozwoju Województwa Pomorskiego*, ale również z przyjętymi zasadami zrównoważonego rozwoju, w tym ochrony przyrody i poszanowania woli mieszkańców regionu.

Nie ulega wątpliwości, że turystyka stanowi szansę rozwoju wielu obszarów cennych przyrodniczo i kulturowo, lecz opartych na rolnictwie czy przemyśle. Turystyka generuje miejsca pracy głównie w usługach, co jest właściwym kierunkiem zmniejszającym bezrobocie. Wzbogaca również budżety rolników, którzy poszukują dodatkowych źródeł dochodów. Jej rozwój już dziś stanowi podstawę w programach o charakterze wojewódzkim i lokalnym, powstających w wielu dziedzinach życia społecznego i gospodarczego.

Niniejsze opracowanie stanowi więc ważny dokument wspierający rozwój turystyki w uporządkowany kierunkowy sposób, zakładający współpracę wielu podmiotów i koordynujący działania w wielu dziedzinach. Istota *Strategii* jest tym większa, że powstała na okres wejścia i pierwsze lata członkostwa Polski w Unii Europejskiej.

Podziękowania należą się wszystkim, którzy swoją pracą, wskazówkami, wsparciem merytorycznym, ideowym i politycznym przyczynili się do powstania *Strategii Rozwoju Turystyki w Województwie Pomorskim na lata 2004 – 2013*.

## **11. ZAŁĄCZNIKI**

**SKŁAD OSOBOWY**  
**Komitetu Sterującego ds. Strategii Rozwoju Turystyki**  
**Województwa Pomorskiego na lata 2004 - 2013**

<b>lp.</b>	<b>imię i nazwisko</b>	<b>instytucja/organizacja</b>
1.	Jan Kozłowski	Marszałek Województwa Pomorskiego
2.	Jarosław Biłek	Stowarzyszenie Rozwoju Północnych Kaszub „Norda”
3.	Bogdan Donke	Gdańska Organizacja Turystyczna
4.	prof. dr hab. Władysław W. Gaworecki	Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku
5.	Janusz Goliński	Stowarzyszenie „Żuławy Gdańskie” Gmina Cedry Wielkie
6.	Aleksander Janiak	Polska Izba Turystyki Oddział Pomorski w Gdańsku
7.	Janina Kwiecień	Konwent Starostów Województwa Pomorskiego
8.	dr hab. Barbara Marciszewska prof. AWF i S	Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu Instytut Turystyki i Rekreacji
9.	Joanna Orłowska	Starostwo Powiatowe w Słupsku Wydział Promocji, Rozwoju Powiatu i Zdrowia
10.	dr Feliks Pankau	Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego Departament Rozwoju Regionalnego i Przestrzennego
11.	dr Henryk Piękoś	Wyższa Szkoła Wychowania Fizycznego i Turystyki w Sopocie Instytut Badawczy Turystyki i Hotelarstwa
12.	Jarosław Struczyński	Fundacja Zamek w Gniewie
13.	dr Tomasz Studzieniecki	Akademia Morska w Gdyni
14.	dr Marzena Wanagos	Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego Departament Kultury, Sportu i Turystyki
15.	Marcin Wozikowski	Lokalna Organizacja Turystyczna „Bory Tucholskie”

## Załącznik 2

### Alfabetyczny wykaz osób, które ustosunkowały się do powstającego dokumentu drogą pocztową

1.	Bratnikow Grażyna	Urząd Miasta Rumi
2.	Brzoskowski Tomasz	Sekretarz Gminy Stężycza
3.	Czarnobaj Leszek	Starosta Powiatu Kwidzyńskiego
4.	Ebertowski Mirosław	Zakład Usług Turystycznych Gminy Kościerzyna
5.	Hildebrandt Krzysztof	Prezydent Wejherowa
6.	Jacewicz Jan	Urząd Gminy w Rzeczenicy
7.	Jasiak Sebastian	Urząd Gminy Pruszcz Gdański
8.	Karnowski Jacek	Prezydent Miasta Sopotu
9.	Kiedrowski Lewi Jerzy	Wójt Gminy Tuchomie
10.	Klimczak Marek	Biuro Handlowo - Usługowe "Olivia"
11.	Kopiniak Andrzej	Wójt Gminy Smołdzino
12.	Kozłowska Maria	Wójt Gminy Konarzyny
13.	Kuliński Leszek	Wójt Gminy Kobylnica
14.	Meyer Marzena	Sekretarz Gminy Luzino
15.	Michalski Józef	Urząd Miejski w Miastku
16.	Mrozewski Bernard	Wójt Gminy Koczała
17.	Muchowska Anna	Tczewskie Centrum Sportu i Turystyki
18.	Neumann Sławomir	Starosta Powiatu Starogardzkiego
19.	Nowak - Kurzec Dorota	Powiatowe Centrum Gospodarki i Integracji Europejskiej w Człuchowie
20.	Ogrodowski Mariusz	Zastępca Wójta Gminy Stegna
21.	Olszewski Jacek	Urząd Miasta Gdyni
22.	Orłowska Joanna	Starostwo Powiatowe Słupsku
23.	Piórkowski Witold	Starosta Powiatu Lęborskiego
24.	Podlewska Alicja	Zastępca Burmistrza Miasta i Gminy Sztum
25.	Reszka Justyna	Informacja Turystyczna Kościerzyna
26.	Romuald Janca	Urząd Gminy Szemud
27.	Singer Elżbieta	Sekretarz Gminy Brusy
28.	Socik Andrzej	Urząd Miasta Gdańska
29.	Struczyński Jarosław	Fundacja Zamek w Gniewie
30.	Szakiel Ludwik	Urząd Miejski w Starogardzie Gdańskim
31.	Szczygieł Arkadiusz	Starostwo Powiatowe w Wejherowie
32.	Tkaczyk Waldemar	Wójt Gminy Kościerzyna
33.	Tyburska Iwona	Wójt Gminy Sztutowo
34.	Załucki Włodzimierz	Wójt Gminy Stare Pole
35.	Zamojski Rafał	Starostwo Powiatowe w Sztumie
36.	Żytковиak Grażyna	Sekretarz Gminy Kaliska

## HARMONOGRAM DEBAT PUBLICZNYCH

8.01.04	<p><b>Słupsk, godz. 10.00, Starostwo Powiatowe ul. Szarych Szeregów 14</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat słupski:</li> <li>- Ustka</li> <li>- Smołdzino</li> <li>- Główczyce</li> <li>- Słupsk</li> <li>- Damnica</li> <li>- Potęgowo</li> <li>- Kobylnica</li> <li>- Dębica Kaszubska</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat bytowski:</li> <li>- Trzebielino</li> <li>- Kolczygłowy</li> <li>- Czarna Dąbrówka</li> <li>- Miastko</li> <li>- Cewice</li> </ul>	
9.01.04	<p><b>Łeba, godz. 12.30, Hotel Wodnik, ul. Nadmorska 8</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat lęborski</li> <li>- Wicko</li> <li>- Nowa Wieś Lęborska</li> <li>- Cewice</li> <li>- Łeba</li> <li>- Lębork</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat słupski</li> <li>- Smołdzino</li> <li>• powiat wejherowski</li> <li>- Choczewo</li> <li>• pow. pucki</li> <li>- Krokowa</li> </ul>	
12.01.03	<p><b>Gdańsk, godz. 8.30 Urząd Miasta, ul. Nowe Ogrody 8/12 sala 107</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• miasta</li> <li>- Gdańsk</li> <li>- Sopot</li> <li>- Gdynia</li> <li>• powiat gdański</li> <li>- Pruszcz Gdański</li> </ul>	<p><b>Wejherowo, godz. 13.30, Starostwo Powiatowe ul. 3 Maja 4, Sala Obrad</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat wejherowski</li> <li>- Choczewo</li> <li>- Gniewino</li> <li>- Łęczycze</li> <li>- Luzino</li> <li>- Wejherowo</li> <li>- Reda</li> <li>- Rumia</li> </ul>
13.01.03	<p><b>Chojnice godz. 10.00, Starostwo Powiatowe ul. 31 Stycznia 56, sala 110</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat człuchowski</li> <li>- Koczała</li> <li>- Rzeczenica</li> <li>- Przechlewo</li> <li>- Czarne</li> <li>- Człuchów</li> <li>- Debrzno</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat chojnicki</li> <li>- Konarzyny</li> <li>- Brusy</li> <li>- Chojnice</li> <li>- Czersk</li> <li>• powiat bytowski</li> <li>- Lipnica</li> </ul>	
14.01.03	<p><b>Puck, godz. 9.00, Starostwo Powiatowe ul. Orzeszkowej 5, I piętro</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat pucki</li> <li>- Krokowa</li> <li>- Władysławowo</li> <li>- Jastarnia</li> <li>- Hel</li> <li>- Puck</li> <li>- Kosakowo</li> </ul>	<p><b>Nowy Dwór Gdański, godz. 14.00 Starostwo Powiatowe, ul. Sikorskiego 23, parter</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat nowodworski</li> <li>- Stegna</li> <li>- Sztutowo</li> <li>- Krynica Morska</li> <li>- Ostaszewo</li> <li>- Nowy Dwór Gdański</li> <li>• powiat gdański</li> <li>- Cedry Wielkie</li> <li>- Trąbki Wielkie</li> <li>- Pszczółki</li> <li>- Suchy Dąb</li> </ul>
15.01.03	<p><b>Malbork, godz. 8.30 - 12.00 Centrum Konferencyjne KARWAN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat malborski</li> <li>- Lichnowy</li> <li>- Nowy Staw</li> <li>- Miłoradz</li> <li>- Malbork</li> <li>- Stare Pole</li> <li>• powiat kwidziński</li> <li>- Ryjewo</li> <li>- Kwidzyn</li> <li>- Prabuty</li> <li>- Sadlinki</li> <li>- Gardeja</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat sztumski</li> <li>- Sztum</li> <li>- Stary Targ</li> <li>- Dzierzgoń</li> <li>- Mikołajki Pomorskie</li> <li>- Stary Dzierzgoń</li> </ul>	
16.01.03	<p><b>Starogard Gdański, godz. 9.30, Starostwo Powiatowe ul. Kościuszki 17, Sala Obrad 201</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat starogardzki</li> <li>- Skarszewy</li> <li>- Zblewo</li> <li>- Kaliska</li> <li>- Starogard Gd.</li> <li>- Osieczna</li> <li>- Lubichowo</li> <li>- Czarna Woda</li> <li>- Bobowo</li> <li>- Skórcz</li> <li>- Osiek</li> <li>- Smętowo Graniczne</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat kościerski</li> <li>- Liniewo</li> <li>- Stara Kiszewa</li> <li>• powiat tczewski</li> <li>- Tczew</li> <li>- Subkowy</li> <li>- Pelplin</li> <li>- Morzeszczyn</li> <li>- Gniew</li> </ul>	<p><b>Szymbark, godz. 14.00, Centrum Edukacji i Promocji Regionu, Szymbark 88</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• powiat kartuski:</li> <li>- Sierakowice</li> <li>- Kartuzy</li> <li>- Przdokowo</li> <li>- Żukowo</li> <li>- Chmielno</li> <li>- Sulęczyño</li> <li>- Sężyca</li> <li>- Somonino</li> <li>• powiat kościerski</li> <li>- Lipusz</li> <li>- Kościerzyna</li> <li>- Liniewo</li> <li>- Nowa Karczma</li> <li>- Dziemiány</li> <li>- Lipusz</li> <li>- Karsin</li> <li>- Stara Kiszewa</li> <li>• pow. wejherowski</li> <li>- Linia</li> <li>- Szemud</li> <li>• powiat bytowski</li> <li>- Czarna Dąbrówka</li> <li>- Parchowo</li> <li>- Studzienice</li> <li>• powiat gdański</li> <li>- Przywidz</li> <li>- Kolbudy</li> <li>• powiat chojnicki</li> <li>- Brusy</li> <li>- Chojnice</li> </ul>