

UCHWAŁA NR
RADY MIASTA ŚWINOUJŚCIE

z dnia 28 listopada 2019 r.

w sprawie Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019 - 2029

Na podstawie art. 18 ust. 1 w zw. z art. 7 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2019 r. poz. 506, 1309, 1571, 1696 i 1815) Rada Miasta Świnoujście uchwala, co następuje:

§ 1. Uchwala się Strategię Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019 – 2029, stanowiącą załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2. Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Świnoujście.

§ 3. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodnicząca Rady Miasta

Elżbieta Jabłońska

Załącznik
do Uchwały Nr/...../2019
Rady Miasta Świnoujście
z dnia 2019 r.



STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI DLA MIASTA ŚWINOUJŚCIE NA LATA 2019-2029

część strategiczna
12.11.2019



ZBA doradztwo strategiczne

Spis treści

Wstęp	3
1 Analiza strategiczna: wnioski i określenie obszarów priorytetowych strategii wraz z uzasadnieniem	4
2 Wizja rozwoju turystyki Świnoujście 2029 i cele strategiczne	8
3 Cele operacyjne oraz programy, działania i zadania	11
3.1 Cel strategiczny 1. Stworzenie w Świnoujściu atrakcyjnych warunków do życia i pracy w celu zapewnienia wysokiej jakości kadr dla turystyki	11
3.2 Cel strategiczny 2. Rozwój bazy spędzania czasu wolnego oraz produktów turystycznych całorocznych i na niepogodę	14
3.3 Cel strategiczny 3. Stworzenie zintegrowanej infrastruktury przyjaznego transportu publicznego i prywatnego umożliwiającego szybki i przyjazny dostęp do obiektów miejskich oraz atrakcji turystycznych	18
3.4 Cel strategiczny 4. Wypracowanie mechanizmów współpracy w turystyce w zakresie jej rozwoju, promocji i informacji turystycznej oraz zapewnienia wysokiej jakości obsługi turysty	20
3.5 Programy działania i projekty	24
3.5.1 Program Świnoujście Kurort-Park 2029	24
3.5.2 Program Świnoujska Karta Turysty	26
3.5.3 Programy działań – programy uzupełniające	27
4 Rekomendacje i scenariusze w zakresie rozwoju produktów turystycznych Świnoujścia	28
5 System wdrażania, monitorowania i finansowania <i>Strategii</i>	33
5.1 Struktura realizacji <i>Strategii</i>	33
5.2 System monitorowania i ewaluacji <i>Strategii</i> wraz ze wskaźnikami	36
5.3 System komunikacji społecznej	40
5.4 Finansowanie <i>Strategii</i>	41
6 Plan promocji <i>Strategii</i>	42
Skład zespołu biorącego udział w pracach nad <i>Strategią</i>	45
Podmioty branży turystycznej uczestniczące w konsultacjach społecznych	46
Spis rysunków i tabel	47
Załącznik 1: Diagnoza turystyczna Świnoujścia	
Załącznik 2: Raport metodologiczny. Cel, zakres i metodyka prac nad <i>Strategią</i>	

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029 powstała na zlecenie:

Urzędu Miasta Świnoujście

Ul. Wojska Polskiego 1/5

72-600 Świnoujście

Przygotowana przez:

2BA doradztwo strategiczne

Podzamcze B10/17

48-300 Nysa



w składzie:

- dr hab. Zygmunt Kruczek, prof. AWF w Krakowie
- Agnieszka Nowak – kierownik Zespołu
- Leszek Nowak
- dr Marcin Zieliński
- Piotr Nowak

we współpracy z pracownikami Wydziału Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu Urzędu Miasta Świnoujście w składzie:

- dr Wioleta Samitowska, Naczelnik Wydziału Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu
- Arkadiusz Kusak
- Edyta Grunwald

oraz z zespołem ds. strategii powołanym zarządzeniem Prezydenta Miasta Świnoujście nr 331/2019 z dnia 30.05 2019., w tym z Piotrem Piwowarczykiem, Prezesem Świnoujskiej Organizacji Turystycznej.



©2019 2BA doradztwo strategiczne

Wstęp



Szanowni Państwo,

Świnoujście jest miastem o wielu możliwościach. To miejsce wyjątkowe, niepowtarzalne, z ogromnym potencjałem turystycznym, którego właściwe wykorzystanie wymaga długofalowego i przemyślanego planowania. Świadomy tego faktu podjąłem wraz z zespołem współpracowników decyzję o przygotowaniu „Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029”, sektorowego dokumentu w obszarze będącym jednym z kluczowych fundamentów rozwoju naszej pięknej Krainy 44 Wysp.

Nad tym dokumentem pracowali świnoujscy eksperci, przedstawiciele branży turystycznej, zarządzający miejską bazą turystyczną, kulturalną i sportową, pracownicy Urzędu Miasta Świnoujście, Radni Rady Miasta Świnoujście. Wspólnie wyznaczyliśmy nie tylko kierunki, ale i konkretne zadania. Na ich realizację potrzebne będą znaczne środki finansowe.

Ważnym elementem w realizacji założeń strategii będzie dążenie do spójności pomiędzy działaniami samorządu oraz jednostek i podmiotów powiązanych z turystyką w naszym mieście. Urzeczywistnienie celów postawionych w strategii skutkować będzie dalszym rozwojem Świnoujścia. To nasza szansa, którą musimy wykorzystać. Wiem, przed nami dziesięć trudnych, odpowiedzialnych i pracowitych lat. Warto jednak podjąć ten trud dla dobra mieszkańców Świnoujścia oraz turystów odwiedzających nasze miasto.

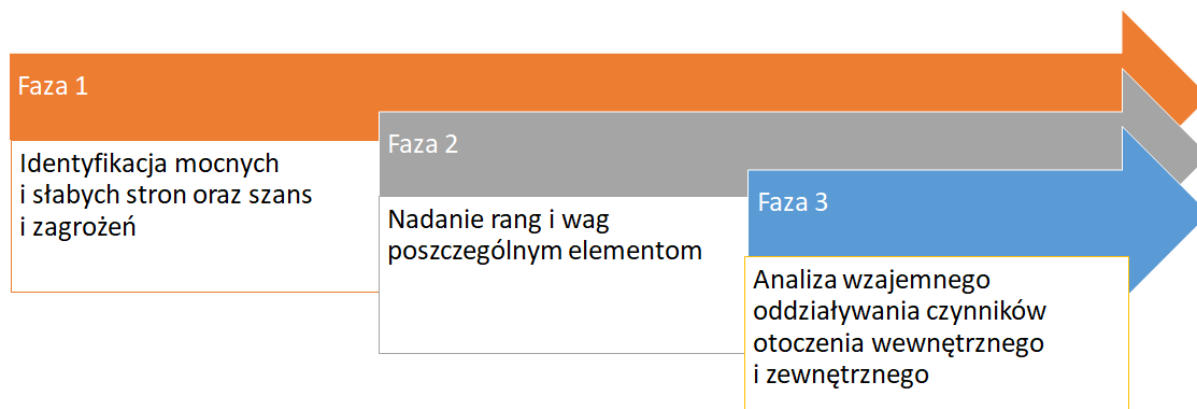
Prezydent Miasta Świnoujście

Janusz Żmurkiewicz

1 Analiza strategiczna: wnioski i określenie obszarów priorytetowych strategii wraz z uzasadnieniem

Prezentowana poniżej analiza SWOT stanowi podsumowanie i dopełnienie analiz przeprowadzonych na etapie diagnozy stanu turystyki w Świnoujściu. Wykorzystuje jej wnioski i służy do określenia sytuacji (pozycji) strategicznej, w tym najbardziej adekwatnego typu strategii. Została ona przeprowadzona w trzech etapach, które przedstawia rysunek 1.

Rysunek 1: Fazy analizy SWOT/TOWS turystyki w Świnoujściu



Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne

Pierwszy etap obejmował zidentyfikowanie we współpracy z uczestnikami konsultacji szerokiej listy czynników otoczenia wewnętrznego (po trzydzieści mocnych i słabych stron rozwoju turystyki w Świnoujściu) oraz zewnętrznego (po trzydzieści szans i zagrożeń zewnętrznych). Lokalni eksperci poproszeni zostali o nadanie rang (oceny ważności) poszczególnym czynnikom w skali od 1 do 10 (10 oznaczało najwyższą, a 1 najniższą rangę). Do dalszej analizy wybrano po 15-17 czynników z każdego z czterech obszarów, którym nadano wagi procentowe w przedziale od 0 do 100% (100% oznaczało wagę najwyższą, a 0% wagę najniższą). Ostatecznie powstała lista najważniejszych mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń (po 5 czynników z każdego obszaru, które zawiera tabela 1).

Tabela 1: Kluczowe mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia w obszarze rozwoju turystyki w Świnoujściu

Mocne strony	Słabe strony
<ol style="list-style-type: none"> 1. renta położenia – nadgraniczne, na wyspach, natura, bliskość Niemiec i Skandynawii, 2. szeroka piaszczysta plaża, po raz 14-ty wyróżniona błękitną flagą, 3. status uzdrowiska wraz z zapleczem leczniczym, 4. szeroka oferta obiektów noclegowych, 5. wybitne walory do uprawiania żeglarstwa. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. duża rotacja wśród pracowników branży turystycznej i trudności w ich znalezieniu, 2. niewystarczająca względem potencjału turystycznego miasta ilość atrakcji dla produktów turystyki kulturowej (w tym atrakcji na niepogodę, jak: dom zdrojowy, moło, eventy, itp.), 3. niewystarczająca liczba miejsc parkingowych, 4. brak systemowych rozwiązań komunikacyjnych i ograniczenia przestrzenne w rozwoju miasta, 5. mała aktywność branży turystycznej we włączaniu się w rozwój i promocję miasta.
Szanse	Zagrożenia
<ol style="list-style-type: none"> 1. budowa tunelu jako strategiczna inwestycja ponadregionalna, 2. wykorzystanie ruchu lotniczego z lotniska Heringsdorf (wykorzystanie potencjału tego lotniska), 	<ol style="list-style-type: none"> 1. możliwość skażenia Bałtyku (katastrofy ekologiczne, chemiczne i biologiczne), 2. strategiczne w skali kraju inwestycje w świnoujskim porcie, skutkujące wzrostem hałasu, zanieczyszczenia i ograniczeniem dostępności do plaż i atrakcji,

3. rozwój i poprawa jakości infrastruktury transportowej do Świnoujścia (kolejowej i drogowej – drogi S3, drogi wodnej na Zalewie Szczecińskim),	3. polityka społeczna i podatkowa rządu niemieckiego w zakresie zmniejszenia refundowania wyjazdów kuracyjnych do Polski,
4. wysokie bezpieczeństwo wypoczynku w Polsce,	4. odpływ pracowników sektora Horeca za granicę, w tym do Niemiec,
5. duży udział zagranicznego ruchu turystycznego (możliwość dalszego wzrostu).	5. odpływ młodych ludzi do innych miast i za granicę.

Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne na podstawie konsultacji z ekspertami lokalnymi

Dla powyższych czynników przeprowadzono analizę wzajemnego oddziaływania szans i zagrożeń na mocne i słabe strony. W ten sposób powstał układ sił w analizie TOWS. Pozwala to określić model strategii i możliwy wpływ otoczenia zewnętrznego na rozwój turystyczny Świnoujścia. Po podsumowaniu i weryfikacji obliczeń otrzymano wyniki umożliwiające ocenę sił interakcji oraz relacje pomiędzy otoczeniem zewnętrznym i wewnętrznym. Największa liczba interakcji (61) wystąpiła pomiędzy szansami i słabymi stronami. Uwzględniając wagi nadane poszczególnym elementom analizy SWOT/TOWS, można zauważyć, że w układzie sił dominują słabe strony w korelacji z szansami w otoczeniu zewnętrznym (lewa dolna ćwiartka tabeli 2, w której znajdują się największe wartości).

Tabela 2: Macierz interakcji analizy SWOT/TOWS rozwoju turystycznego Świnoujścia

	Szanse	Zagrożenia
Mocne strony	Strategia agresywna	Strategia konserwatywna
	Suma interakcji	Suma interakcji
	60	48
	Suma iloczynu wag i interakcji	Suma iloczynu wag i interakcji
	598	435
Słabe strony	Strategia konkurencyjna	Strategia defensywna
	Suma interakcji	Suma interakcji
	60	36
	Suma iloczynu wag i interakcji	Suma iloczynu wag i interakcji
	610	297

Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne na podstawie konsultacji z ekspertami lokalnymi

Oznacza to, że w rozwoju turystycznym Świnoujście powinno przyjąć **strategię konkurencyjną**. Będzie ona polegała m.in. na jak najlepszym wykorzystaniu okazji do wzmocnienia potencjału turystycznego miasta, rozwoju rynku, przezwyciężeniu barier wejścia na nowe rynki, optymalizacji kosztów związanych z rozwojem turystyki, czy wprowadzaniu innowacji. Szansami są przede wszystkim inwestycje infrastrukturalne, poprawiające dostępność komunikacyjną Świnoujścia (budowa tunelu, doprowadzenie do miasta drogi ekspresowej S3, modernizacja infrastruktury kolejowej oraz podjęcie działań zmierzających do zwiększenia liczby połączeń). Największa zależność istnieje pomiędzy wykorzystaniem ruchu lotniczego lotniska Heringsdorf (potencjału tego lotniska), a brakiem systemowych rozwiązań komunikacyjnych i ograniczeniami w rozwoju przestrzennym miasta.

Realizacja strategii konkurencyjnej powinna następować poprzez rozwój, modernizację i poprawę jakości infrastruktury komunikacyjnej Świnoujścia, podnoszenie atrakcyjności oferty turystycznej oraz wzmocnienie współpracy w turystyce, jak i zasobów kadrowych usługodawców turystycznych. Duży udział zagranicznego ruchu turystycznego i możliwość jego dalszego wzrostu w przyszłości stwarza perspektywę do takich działań, które zwiększą konkurencyjność miasta na rynku turystycznym w skali makroregionu.

Wyniki analizy SWOT należy rozpatrywać w kontekście *Strategii Rozwoju Miasta Świnoujście na lata 2014-2020*¹. Rozwój turystyczny powiązany jest z dwoma celami strategicznymi: „Poprawa zewnętrznego i wewnętrznego systemu komunikacji i transportu miasta” oraz „Świnoujście całorocznym kurortem”. Chodzi o spójność w zakresie obszarów wymagających interwencji strategicznej, poprzez rozwój i modernizację infrastruktury transportowej, zwiększenie dostępności komunikacyjnej, wzmocnienie branży turystycznej i rozszerzenie oferty turystycznej. Wymienione czynniki można zdiagnozować jako obszary wsparcia, warunkujące rozwój turystyki w Świnoujściu (rysunek 2). Są one istotne dla wzmocnienia potencjału miasta jako całorocznego uzdrowiska, a także najbardziej atrakcyjnego kurortu nad polskim Bałtykiem i wynikają z analizy SWOT. Ich uzasadnienie znajduje się poniżej.

Rysunek 2: Priorytetowe obszary wsparcia rozwoju turystyki w Świnoujściu wynikające z analizy strategicznej SWOT/TOWS



Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne na podstawie konsultacji z ekspertami lokalnymi

Infrastruktura turystyczna i paraturystyczna o wysokim standardzie, funkcjonalności i dostępności jest czynnikiem warunkującym rozwój turystyki w Świnoujściu. Składa się na nią podstawowa i uzupełniająca infrastruktura zagospodarowania turystycznego oraz infrastruktura gwarantująca dostępność, a także bezpieczne i komfortowe korzystanie z tej pierwszej. Diagnoza wykazała zarówno atuty, jak też słabości w tym obszarze. Mocne strony związane są z bazą noclegową, uzdrowską i dla turystyki aktywnej, szczególnie pieszej i rowerowej. Niedomagania dostrzeżono w infrastrukturze transportowej, zwłaszcza dojazdowej do miasta, a także rozwiązaniach komunikacyjnych na jego obszarze. Zwrócono uwagę na konieczność poprawy i rozwoju infrastruktury atrakcji i ich otoczenia oraz rozwoju turystyki aktywnej, w tym wzmocnienia potencjału turystyki wodnej. Nie bez znaczenia jest to, że rozwój infrastruktury jest jednym z filarów *Strategii Rozwoju Miasta Świnoujście na lata 2014-2020*.

¹ *Strategia Rozwoju Miasta Świnoujście na lata 2014-2020*, Urząd Miasta Świnoujście, Świnoujście, 2013.

Całoroczna oferta turystyczna jest jedną z przewag konkurencyjnych Świnoujścia. Nadal istnieje zapotrzebowanie na różnorodną i atrakcyjną ofertę pozasezonową i na niepogodę. Do takich wniosków doszli również lokalni eksperci współtworzący niniejszą *Strategię*. Rozszerzenie oferty turystycznej w oparciu o walory przyrodnicze, wartości historyczne i transgraniczność miasta jest jednym z celów operacyjnych w celu strategicznym B. „Świnoujście całorocznym kurortem” *Strategii Rozwoju Miasta Świnoujście na lata 2014-2020*².

Współpraca sieciowa w turystyce jest kolejnym obszarem istotnym dla rozwoju turystyki w Świnoujściu. Diagnoza i analiza SWOT pokazały, że współpraca branży turystycznej pomiędzy sobą oraz z samorządem Świnoujścia jest słaba. Problem leży w niewystarczającej aktywności podmiotów we włączaniu się w rozwój i promocję turystyczną miasta. Atutem jest natomiast szeroka oferta bazy noclegowej i zaplecze lecznicze. Zaangażowanie branży środowiska turystycznego jest niezbędne do skutecznej realizacji niniejszej *Strategii*.

Czwartym obszarem priorytetowym jest zapewnienie wysokiej jakości kadr dla turystyki. Zdaniem lokalnych ekspertów jest to najsłabsza strona potencjału turystycznego Świnoujścia i czynnik osłabiający konkurencyjność oferty turystycznej miasta. Wynika to przede wszystkim z dużej rotacji pracowników branży HoReCa³ i trudności w ich znalezieniu. Priorytetowy charakter tego obszaru jest istotny w kontekście odpływu personelu świnoujskich przedsiębiorstw turystycznych za granicę (m.in. do pracy w obiektach gminy Heringsdorf) i migracji zewnętrznej młodych mieszkańców miasta, którzy mogliby potencjalnie pracować w usługach turystycznych.

Podsumowując należy stwierdzić, że powyższe obszary priorytetowe wyznaczają kierunki dalszych prac nad *Strategią* i stanowią punkt wyjścia do projektowania całościowego rozwiązania strategicznego w obszarze rozwoju turystyki. Koncepcja ta zogniskowana jest wokół Świnoujścia jako kurortu w kontekście walorów, zagospodarowania oraz oferty. W zależności od istotności obszarów potencjału wewnętrznego należałoby wzmacniać go, wykorzystując kluczowe szanse w otoczeniu zewnętrznym.

Rysunek 3: Kierunki poszukiwania całościowego rozwiązania strategicznego dla rozwoju turystyki w Świnoujściu



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne na podstawie konsultacji z ekspertami lokalnymi

² *Strategia Rozwoju Miasta Świnoujście... op cit*, s. 10.

³ HoReCa – łączne określenie sektora hotelarskiego oraz gastronomicznego (ang. Hotel, Restaurant, Catering/Café). W raporcie UE dotyczącym konkurencyjności turystyki do branży zaliczono działalność hoteli, w tym i pozostałych baz noclegowych, restauracji, barów, kantyn oraz firm cateringowych (źródło: pl.wikipedia.org/wiki/HoReCa - cite_note-:0-6, dostęp: 31.10.2019).

2 Wizja rozwoju turystyki Świnoujście 2029 i cele strategiczne

Wizja strategiczna Świnoujścia w obszarze turystyki stanowi mentalną wizualizację pożądanego stanu jej rozwoju w 2029 roku. Wizja ta będzie docelową pozycją, do której aspiruje miasto. Określi, jak lokowane będzie ono na rynku turystycznym w skali regionalnej, transgranicznej, krajowej i makroregionalnej. Spełnieniu wizji służyć będą cele – strategiczne i operacyjne. Propozycje wizji zostały wypracowane we współpracy z Radą Miasta Świnoujście i zespołem ds. strategii. Po opracowaniu zebranych propozycji przedstawiciele wymienionych gremiów zarekomendowali następującą wizję turystyczną Świnoujścia:

**Międzynarodowy, nowoczesny
i bezpieczny kurort-park
w dużym ośrodku miejskim
z portowym oknem na świat**



Przy formułowaniu wizji należy uwzględnić aktualną i docelową pozycję innych, konkurencyjnych wobec Świnoujścia nadbałtyckich uzdrowisk w Polsce i w Niemczech. Sopot pozycjonuje się jako najbardziej ekskluzywne uzdrowisko w Polsce i kurort z duszą. Kołobrzeg jest klimatyczny i przyjazny dla rodzin. Cesarskie Uzdrowiska oferują najwyższą jakość i poziom usług oraz wartościowe produkty dla wymagających gości. Pozycjonują się jako kurorty szczytujące się najbardziej światową i „żywą” architekturą uzdrowską w obszarze Morza Bałtyckiego.

Rekomendowana wizja w najpełniejszy sposób oddaje charakter Świnoujścia i jego trójdzielność (miejski, uzdrowski i morsko-portowy).

Tabela 3: Rozwinięcie i uzasadnienie wizji rozwoju turystyki w Świnoujściu

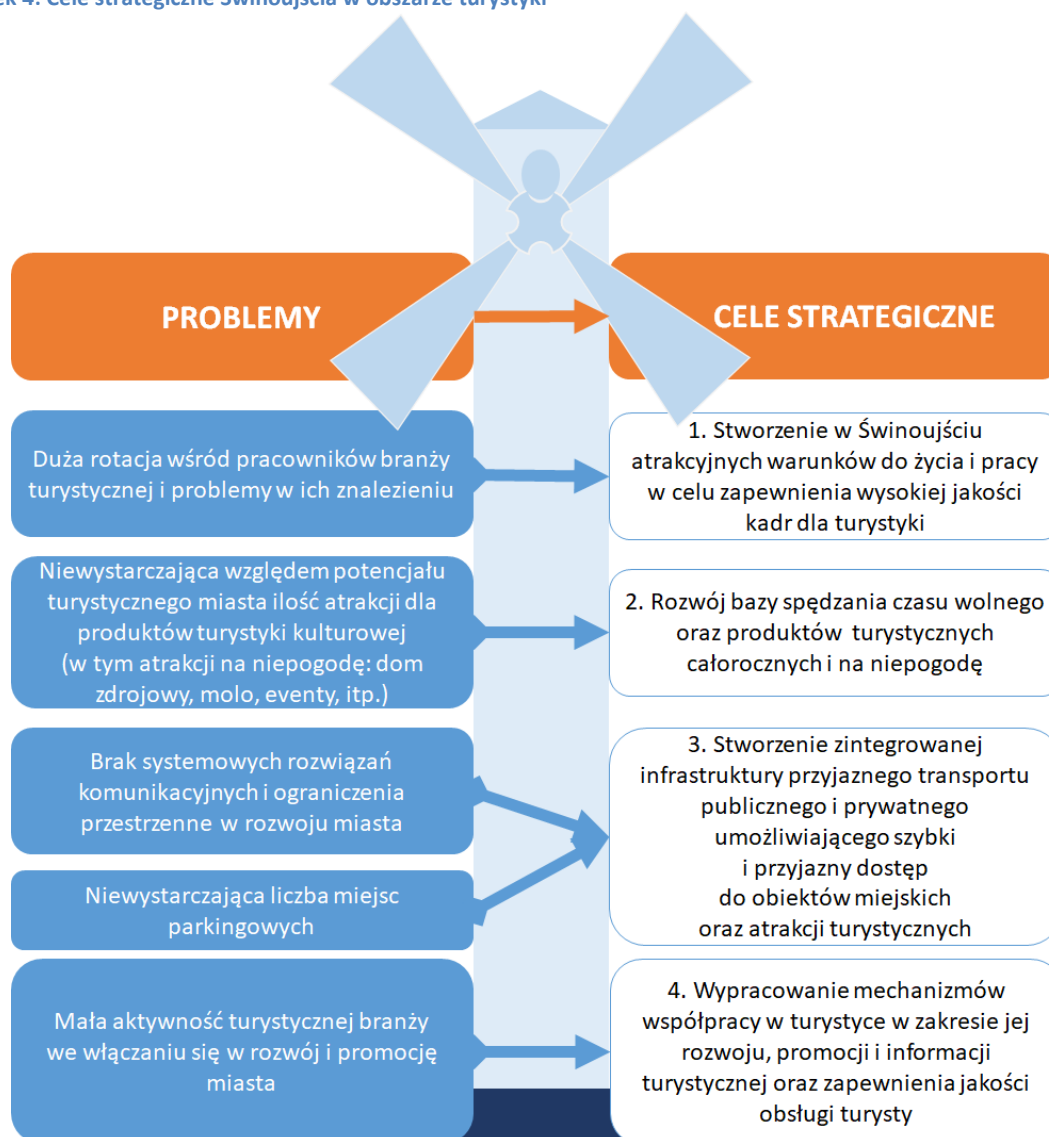
Świnoujście 2029 to kurort:	
Park	Zielony, ekologiczny, z charakterystycznymi terenami zielonymi, parkowymi, lasami nadmorskimi, ogrodami i ogródkami, skwerami oraz poszerzonym pasem zrewitalizowanych promenad z muszlą koncertową, obszarami cennymi przyrodniczo, zielonymi akwenami, zakątkami, mniej zagospodarowaną i spokojną wyspą Karsibór oraz dzielnicami Łunowo i Przytór.
Międzynarodowy	Transgraniczny, położony na szlakach komunikacyjnych, któremu bliżej do stolic Europy zachodniej i północnej niż do Warszawy, z największym w Polsce udziałem turystów zagranicznych, mający historyczne związki z Berlinem i Cesarskimi Uzdrowiskami. Międzynarodowość wyróżnia Świnoujście spośród innych kurortów nad polskim Bałtykiem połączeniem ciągami komunikacyjnymi z Cesarskimi Uzdrowiskami.
Nowoczesny	Nowoczesna infrastruktura turystyczna i paraturystyczna, rozwiązania komunikacyjne, dostępność, świadomość ekologiczna, wysokiej jakości oferty pobytowe (dla każdej grupy docelowej, z bogatą ofertą kulturalną), uporządkowana przestrzeń dzielnicy nadmorskiej, wysoka jakość obsługi klienta odwiedzającego Świnoujście, kurort aktywny turystycznie.
Bezpieczny	Bezpieczeństwo wypoczynku, które jest tak ważne dla turystów zagranicznych, bezpieczeństwo na plaży, zapewnienie bezpieczeństwa medycznego gościom zza granicy, komfort i bezpieczeństwo w przestrzeni miejskiej, bezpieczne korzystanie z infrastruktury turystycznej.

W ośrodku miejskim	dużym	Miejski charakter Świnoujścia jest zaletą i przewagą konkurencyjną. Miejskość to całoroczna, atrakcyjna oferta kulturalna i sportowa, to żyjące miasto (nawet w środku zimy). Gwarantuje to dostępność do infrastruktury transportowej, kulturalnej, ochrony zdrowia, czego nie oferują małe kurorty. Świnoujście jest „miejską transgraniczną aglomeracją na wyspach” ⁴ .
Z oknem na świat	portowym	Międzynarodowy port pasażerski, do którego przyplływają potencjalni turyści, port jachtowy na międzynarodowym szlaku żeglarskim, przystań dla statków łączących turystyczne Świnoujście z kurortami niemieckiej części wyspy Uznam oraz z wyspą Wolin, brama na świat (w aspekcie morskim i turystycznym).

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne na podstawie konsultacji z ekspertami lokalnymi

Cele strategiczne wskażą planowane przedsięwzięcia, wynikające z potrzeb i problemów Świnoujścia. Kluczowe słabości zidentyfikowano w trakcie prac nad analizą SWOT. Stanowią one punkt wyjścia do sformułowania celów strategicznych. Długoterminowe zamierzenia mają spowodować zniwelowanie słabych stron miasta w obszarze turystyki. Syntezę drzewa problemów i celów (relacje pomiędzy celami strategicznymi i problemami) sformułowaną we współpracy z zespołem ds. strategii przedstawia rysunek 4.

Rysunek 4: Cele strategiczne Świnoujścia w obszarze turystyki

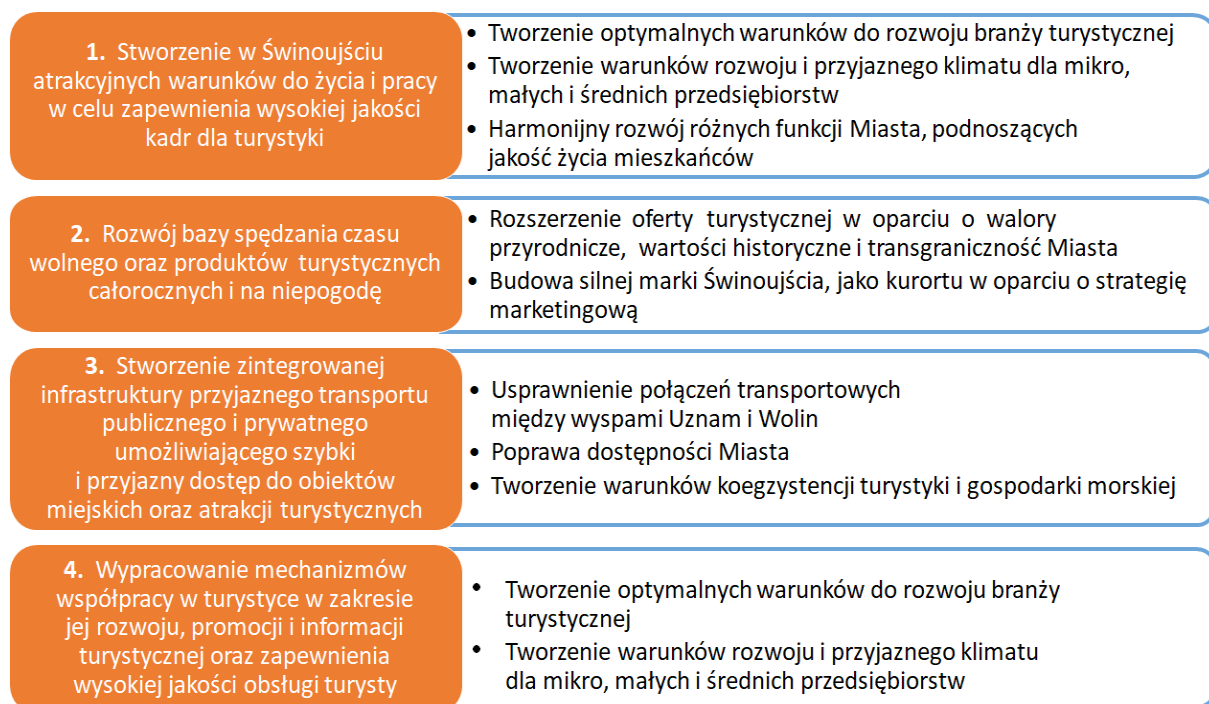


⁴ Propozycja jednego z lokalnych ekspertów.

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne na podstawie konsultacji z ekspertami lokalnymi

Uzasadnieniem wyboru celów strategicznych jest (oprócz odpowiedzi na kluczowe problemy) ich odwoływanie się do *Strategii Rozwoju Miasta Świnoujście na lata 2014-2020*. Poniższy schemat (rysunek 5) pokazuje wpisywanie się celów strategicznych w obszarze turystyki w kierunki i priorytety rozwoju miasta, wyrażone poprzez cele strategiczne najważniejszego dokumentu strategicznego miasta i przyporządkowane do nich cele operacyjne. Jest to główny punkt odniesienia dla celów strategicznych w obszarze turystyki.

Rysunek 5: Wpisywanie się celów strategicznych w obszarze turystyki w cele operacyjne *Strategii Rozwoju Miasta Świnoujście na lata 2014-2020*⁵



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Cel „Rozwój bazy spędzania czasu wolnego oraz produktów turystycznych całorocznych i na niepokodę” jest spójny z celem strategicznym 2 *Strategii rozwoju sportu Miasta Świnoujście na lata 2019 – 2028*, który brzmi: „Poprawa dostępności infrastruktury sportowej w Świnoujściu”⁶.

Cele strategiczne starano się sformułować w taki sposób, aby poprzez realizację przedsięwzięć rozwijających turystykę wspierać również stworzenie przyjaznej infrastruktury i usług dla mieszkańców Świnoujścia (obie grupy korzystają z tej samej infrastruktury i dzięki wspólnocie interesów Samorząd Świnoujścia będzie mógł wskazywać mieszkańcom korzyści z obecności turystów i ich wpływ na jakość życia w mieście).

Przedstawione cele strategiczne powinny zostać osiągnięte do 2029 roku. Ich realizacja nastąpi poprzez zamierzenia niższego rzędu (operacyjne), jak również poprzez programy działania i przypisane do nich zadania. W następnym rozdziale znajduje się uszczegółowienie celów strategicznych i ich opis.

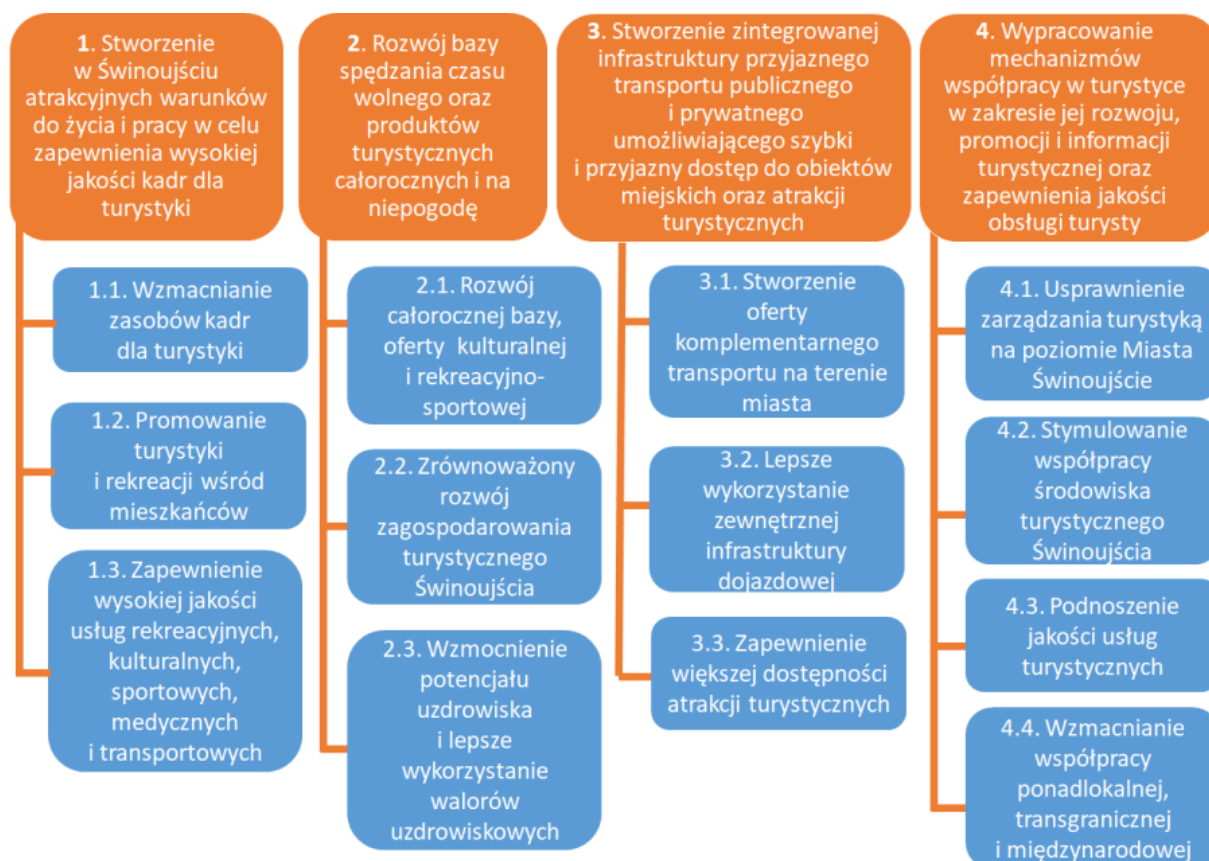
⁵ *Strategia Rozwoju Miasta Świnoujście...* op cit., s. 10.

⁶ *Strategia rozwoju sportu Miasta Świnoujście na lata 2019 – 2028*, Grupa BST na zlecenie Urzędu Miasta Świnoujście, Świnoujście, 2018, s. 69.

3 Cele operacyjne oraz programy, działania i zadania

Cele operacyjne precyzują, w jaki sposób można osiągnąć to, co zostało zapisane w celach strategicznych i jakie narzędzia znajdą tutaj zastosowanie. Poniższy schemat (rysunek 6) prezentuje cele operacyjne dla *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*. Uwzględnia wszystkie najważniejsze aspekty, które uznano w diagnozie za wymagające interwencji.

Rysunek 6: Cele operacyjne Świnoujścia w obszarze turystyki



Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne na podstawie konsultacji z ekspertami lokalnymi

Poniżej znajdują się programy, działania i odpowiadające im zadania dla poszczególnych celów strategicznych.

3.1 Cel strategiczny 1. Stworzenie w Świnoujściu atrakcyjnych warunków do życia i pracy w celu zapewnienia wysokiej jakości kadr dla turystyki

Opis celu:

Cel ten jest istotny z uwagi na powiązania ze *Strategią Rozwoju Miasta na lata 2014-2020*. Kapitał społeczny jest zasobem warunkującym rozwój Świnoujścia w każdym obszarze, również turystycznym. Jednocześnie turyści korzystają z infrastruktury i usług dla mieszkańców. Realizacja tego celu powinna być wielokierunkowa. Jednym z obszarów jego wdrożenia jest wzmacnianie zasobów kadr turystycznych i poprawa atrakcyjności pracy w turystyce, co pozwoli zwiększyć efektywność działalności branży turystycznej w Świnoujściu,

a docelowo może przyczynić się do poprawy jakości oferty i obsługi turysty oraz wydłużenia sezonu turystycznego. Samorząd Miasta Świnoujście powinien wspierać branżę turystyczną poprzez tworzenie dedykowanych programów i promowanie zatrudnienia w turystyce.

Świnoujście zaczyna dotykać zjawisko overtourismu („przeturystycznienia”), a nadmiar turystów w przestrzeni miejskiej może negatywnie oddziaływać na jakość życia mieszkańców i powodować ich nieprzychylną wobec gości. Dlatego należy dążyć do zachowania równowagi w rozwoju ruchu turystycznego, jak również prowadzić kampanie pokazujące korzyści z obecności turystów, promujące turystykę i przedsiębiorczość turystyczną.

Świnoujście jest nadgranicznym kurortem bardzo popularnym wśród gości z Niemiec. Korzystają oni przede wszystkim z infrastruktury i oferty obiektów, do których przyjeżdżają na kurację. Mając na względzie zainteresowanie ofertą bardziej wymagającego turysty niemieckiego oraz z krajów skandynawskich, należy zapewnić wysokiej jakości ofertę usług społecznych, również w językach obcych. Na poprawie jakości i dostępności szerokiego zakresu świadczonych usług skorzystają również mieszkańcy.

Tabela 4: Działania i zadania dla celu strategicznego 1. Stworzenie w Świnoujściu atrakcyjnych warunków do życia i pracy w celu zapewnienia wysokiej jakości kadr dla turystyki

Cel operacyjny 1.1. Wzmacnianie zasobów kadr dla turystyki	
Działanie 1.1.1. Wsparcie dla branży turystycznej w zakresie zapewnienia wysokiej jakości kadr	Program obejmowałby następujące zadania: - promowanie wśród zarządzających obiektami hotelarskimi zatrudnienia i przyuczania do zawodów grup społecznych (mieszkańców Świnoujścia), dla których można uzyskać dofinansowanie w ramach zatrudnienia subsydiowanego (np. niepełnosprawnych, osób młodych poszukujących pracy), - realizację we współpracy z branżą turystyczną projektów pozwalających na uzyskanie wsparcia finansowego na zatrudnienie określonych grup mieszkańców Świnoujścia, - promowanie podmiotów branży turystycznej mających przejrzystą politykę zatrudnieniową i wynagrodzeniową.
Działanie 1.1.2. Podnoszenie jakości edukacji formalnej i pozaformalnej w turystyce	Podnoszenie jakości edukacji formalnej i dopasowanie programów kształcenia do potrzeb lokalnego rynku pracy zostało zapisane w zadaniach <i>Wieloletnich Strategicznych Programów Operacyjnych Miasta Świnoujście na lata 2014-2020</i> . Należałoby rozwinąć to zadanie i wypracować płaszczyznę współpracy partnerskiej pomiędzy Centrum Edukacji Zawodowej i Turystyki (jednostką organizacyjną Miasta Świnoujście) i branżą turystyczną o program edukacyjny dedykowany zapewnieniu wysokiej jakości kadr w turystyce. Współpraca miałaby na celu rozszerzenie liczby obiektów, w których uczniowie mogliby realizować praktyki, opracowanie w porozumieniu z podmiotami programu stypendiów dla najlepszych młodych hotelarzy i gastronomików. Centrum Edukacji Zawodowej uzyskało dofinansowanie z Programu Erasmus+ na projekt edukacyjny. Wraz z innymi szkołami należałoby kontynuować we współpracy z ŚOT takie projekty, np. przy wsparciu FRSE ⁷ , w ramach pozaformalnej i nieformalnej edukacji turystycznej dorosłych.
Działanie 1.1.3. Opracowanie systemu certyfikacji i premiowania kadr turystycznych zatrudnionych w podmiotach turystycznych	Doświadczenie i praktyka pokazują, że dobre rezultaty przynosi organizacja konkursów premiujących jakość i zaangażowanie społeczne. W Świnoujściu można opracować system polegający na certyfikowaniu (w oparciu o odrębny regulamin) najlepszych hotelarzy, kelnerów, barmanów, kucharzy, przewodników, przewoźników. Otrzymywaliby oni od Urzędu Miasta Świnoujście prawo posługiwania się certyfikatem (nie mylić z licencjonowaniem) oraz określone bonusy (np. specjalne nagrody ufundowane przez Prezydenta Miasta Świnoujście, specjalne warunki prezentacji). Osobno można organizować konkursy (np. na najlepszego kelnera), które mogłyby aktywizować również mieszkańców.

⁷ Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji - fundacja Skarbu Państwa, powołana przez Ministra Edukacji Narodowej.

Cel operacyjny 1.2. Promowanie turystyki i rekreacji wśród mieszkańców

<p>Działanie 1.2.1. Prowadzenie turystycznej edukacji mieszkańców</p>	<p>Program obejmowałby następujące zadania: - organizację cyklu wydarzeń w przestrzeni miejskiej pokazujących korzyści z obecności turystów oraz edukujących, jak sami chcielibyśmy być traktowani jako turyści, - opracowanie miejskiego kodeksu savoir vivre wobec turystów (w tym zagranicznych), - realizację kampanii promocyjnej w lokalnych mediach pt. „Świnoujście przyjazne dla turystów”.</p>
<p>Działanie 1.2.2. Wspieranie przedsiębiorczości turystycznej i zatrudnienia w turystyce wśród mieszkańców</p>	<p>Działanie to należałoby traktować jako element promocji gospodarczej, współpracy z inwestorami i promowania przedsiębiorczości mieszkańców. Powinno być realizowane w ramach współpracy z Powiatowym Urzędem Pracy w Świnoujściu w zakresie dot. zakładania działalności gospodarczej oraz aktywizacji zawodowej grup defaworyzowanych (w powiązaniu z działaniem 1.1.1.). Można realizować we współpracy z CAZ w Świnoujściu i branżą turystyczną projekt aktywizacyjny w zakresie zatrudniania w turystyce. Inne zadanie polegałoby na stymulowaniu zakładania przez mieszkańców Świnoujścia własnych firm zajmujących się obsługą ruchu turystycznego (partnerem projektu może być ŚOT).</p>

Cel operacyjny 1.3. Zapewnienie wysokiej jakości usług rekreacyjnych, kulturalnych, sportowych, medycznych i transportowych

<p>Działanie 1.3.1. Podnoszenie jakości i dostępności usług kulturalnych i rekreacyjno-sportowych na terenie Świnoujścia</p>	<p>Diagnoza pokazała, że 50-70% turystów przebywających w ciągu roku w Świnoujściu to goście z Niemiec. Zbyt mało jest jednak ofert kulturalnych i rekreacyjno-sportowych dla tych turystów (poza obiektami noclegowymi, biurami turystycznymi i atrakcjami fortecznymi obsługującymi turystów niemieckich). Należałoby przygotowywać kalendarze imprez i wydarzeń w językach niemieckim i angielskim oraz opis tych imprez, który byłby dostępny w formie aplikacji na urządzenia mobilne, audioguidów. Ważne jest uatrakcyjnianie oferty wydarzeń i imprez organizowanych przez instytucje kultury na Warszawie, w Karsiborze i w Przytorze, aby przyciągały turystów, a także zwiększenie dostępności tej oferty i informacji o niej (w obiektach noclegowych, wraz z propozycją zintegrowanego dojazdu).</p>
<p>Działanie 1.3.2. Poprawa jakości usług transportu miejskiego z myślą o turystach</p>	<p>Działanie polegałoby na: - przyjaznej graficznej prezentacji rozkładu jazdy (w postaci czytelnego schematu na mapie Świnoujścia) na przystankach autobusowych i obiektach noclegowych, - zapewnieniu elektronicznych tablic informacyjnych na głównych przystankach (dzielnica nadmorska, centrum, przeprawa promowa, granica), - udostępnieniu rozkładu jazdy najpopularniejszym aplikacjom mobilnym w Polsce i Niemczech, - ustawieniu przed wjazdem do miasta (zjazd z drogi S3) tablicy informującej o ograniczonych warunkach korzystania przez nie-mieszkańców z miejskiej przeprawy promowej, - wykorzystaniu przepraw promowych do promocji (preferencyjne warunki reklamowania się branży turystycznej na promach, m.in.: przekaz głosowy, radiowy audioguide do odbioru w samochodach i przekaz wizualny – również po niemiecku i angielsku), - poprawie jakości obsługi turystów przez personel przepraw promowych.</p>

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

3.2 Cel strategiczny 2. Rozwój bazy spędzania czasu wolnego oraz produktów turystycznych całorocznych i na nieogodę

Opis celu:

Tworzenie całorocznych produktów turystycznych zostało uwzględnione w *Strategii Rozwoju Miasta Świnoujście na lata 2014-2020* (cel strategiczny B. „Świnoujście całorocznym kurortem”). Autorzy dokumentu uzasadniali potrzebę stosowania pojęcia *kurortu* w miejsce *uzdrowiska*, które kojarzy się z leczeniem i chorobami. Uważa się, że kurort to coś więcej, niż uzdrowisko. Oba określenia są często używane synonimicznie i za kurort uważa się zarówno miejscowość leczniczą, jak też znaną miejscowość wypoczynkową, która nie musi mieć walorów leczniczych. Słowo to oznacza w języku niemieckim dosłownie miejscowość kuracyjną. Nazwą tą mogą posługiwać się te gminy (lub części gmin), które oferują terapie medyczne przy użyciu naturalnych środków leczniczych. Duże znaczenie ma położenie miejsca, jego otoczenie, infrastruktura i oferta (m.in. Park Zdrojowy, baza hotelowa i restauracyjna, oferta kulturalna i sportowa). W języku niemieckim istnieje różnica pomiędzy terminami *Kurort* i *Heilbad*⁸. Cesarskie Uzdrowiska mają status Ostseeheilbad (bałtyckie uzdrowisko morskie). Dla klientów niemieckich, którzy stanowią główną grupę docelową Świnoujścia, rozróżnienie to jest istotne. Podsumowując nie każdy kurort jest uzdrowiskiem.

Realizacja celu strategicznego B. „Świnoujście całorocznym kurortem” miałyby nastąpić poprzez powstanie infrastruktury uzdrowiskowej i turystycznej, pozwalającej na kreowanie oferty niezależnej od warunków pogodowych. Dotyczyłyby to również organizacji imprez kulturalnych i sportowych poza sezonem letnim i wykreowania markowej imprezy kojarzonej z miastem. Miałyby to doprowadzić do wydłużenia sezonu turystycznego⁹. Obecnie realizowane są następujące zadania zmierzające do realizacji tego celu: „Kurort nadmorski Świnoujście - nowa wizja przestrzeni publicznej – Budowa promenady zdrowia”, „Rewitalizacja obszaru części kwartału ul. Sienkiewicza oraz ul. Krzywoustego polegająca na budowie Regionalnego Ośrodka Rehabilitacji Leczniczej Henryk wraz z zagospodarowaniem otoczenia” (cel operacyjny 1. „Tworzenie optymalnych warunków do rozwoju branży turystycznej”), „Rewaloryzacja zabytkowego Parku Zdrojowego”, „Budowa infrastruktury turystycznej kąpieliska na Warszawie”, „Budowa przystani jachtowej w Świnoujściu - Łunowie w ramach Zachodniopomorskiego Szlaku Żeglarskiego”, „Budowa przejść podziemnych pod linią kolejową 401 oraz pod linią kolejową 996 w Świnoujściu - Łunowie wraz z ciągiem pieszo-rowerowym”, „Rewaloryzacja zabytkowych kościołów w Karsiborze i Przytorze”, „Budowa bulwaru wzdłuż Wyb. Władysława IV - I etap (na etapie prac koncepcyjnych)”, „Wzmocnienie potencjału rozwojowego wyspy Karsibór w oparciu o cenne walory przyrodnicze i kulturowe (budowa przystani kajakowej przy ul. 1 Maja)”, „Budowa publicznego ciągu pieszego - przejścia na plażę na przedłużeniu ul. Uzdrowiskowej”, „Budowa Centrum Kultury i Sportu przy ul. Matejki”, „Utworzenie punktu przystankowego turystyki rowerowej pieszej i wodnej z funkcją placu integracyjno-festynowego w Ognicy” (cel operacyjny 3. „Rozszerzenie oferty turystycznej w oparciu o walory przyrodnicze, wartości historyczne i transgraniczność Miasta”). W ramach tego celu na realizację czekają zadania: „Rewaloryzacja zespołu zabytkowych fortów” i „Rozwój potencjału turystycznego Latarni Morskiej w Świnoujściu poprzez realizację interaktywnej ekspozycji, Światło ku morzu - latarnie, metody nawigacji i ratownictwo morskie”¹⁰.

⁸ deutscher-heilbaederverband.de/die-kur/wissenswertes/heilbaeder-und-kurorte (dostęp 29.07.2019)

⁹ *Wieloletnie Strategiczne Programy Operacyjne Miasta Świnoujście na lata 2014-2020*, Urząd Miasta Świnoujście, 2014, s. 8.

¹⁰ *Wykaz zadań do Strategicznych Programów Operacyjnych Miasta Świnoujście na lata 2014-2020*, załącznik nr 1 do *Wieloletnich Strategicznych Programów Operacyjnych na lata 2014-2020*, Urząd Miasta Świnoujście, Świnoujście, 2018, s. 5-7.

Należałoby również uwzględnić niezrealizowane założenia (o ile są aktualne) *Programu Rozwoju Produktu Turystycznego oraz Kreacji Marki Miasta Świnoujście*, która powstała w 2000 roku.

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029 powinna uwzględniać powyższe wytyczne i zadania. Znajdą one kontynuację w działaniach i zadaniach trzech celów operacyjnych celu strategicznego 2. Rozwój bazy spędzania czasu wolnego oraz produktów turystycznych całorocznych i na niepokodę. Nastąpi to w szczególności poprzez rozwój całorocznej bazy i oferty kulturalnej oraz rekreacyjno-sportowej. Równie istotne są przedsięwzięcia mające na celu zharmonizowanie rozwoju turystycznego, co powinno doprowadzić do powstawania nowych atrakcji i zwiększania znaczenia już istniejących poza Dzielnicą Nadmorską, gdzie kumuluje się ruch turystyczny. Jednym z wniosków diagnostycznych jest słabe wykorzystanie walorów uzdrowiskowych. Oprócz tego należałoby uatrakcyjnić produkty uzdrowiskowe i kreować nowe.

Tabela 5: Działania i zadania dla celu strategicznego 2. Rozwój bazy spędzania czasu wolnego oraz produktów turystycznych całorocznych i na niepokodę

Cel operacyjny 2.1. Rozwój całorocznej bazy, oferty kulturalnej i rekreacyjno-sportowej	
Działanie 2.1.1. Tworzenie i wspieranie powstawania całorocznych atrakcji turystycznych	<p>Całoroczne atrakcje turystyczne są jednym z głównych czynników atrakcyjności turystycznej. W ostatnich latach w Świnoujściu powstało wiele obiektów noclegowych i gastronomicznych o wysokim standardzie. Miejsc noclegowych przybywa więcej, niż atrakcji kulturalnych i rekreacyjno-sportowych (poza tymi w bazie noclegowej). Samorząd Miasta Świnoujście zrealizował lub realizuje nadal takie inwestycje, jak Promenada Zdrowia, czy rewaloryzacja Parku Zdrojowego. Tempo wzrostu zaplecza noclegowego wymaga intensyfikacji tych wysiłków. Proponowane są następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - szlak śladami Effi Briest po Świnoujściu, - rozwój infrastruktury uzdrowiskowej i parauzdrowiskowej (więcej w działaniu 2.3.2.), - tworzenie parków tematycznych nawiązujących do charakteru poszczególnych części miasta (więcej w działaniu 2.2.1.), - tworzenie zbiorów muzealnych nawiązujących do historii, kultury i przyrody miasta, - rozwój turystycznego transportu umożliwiającego poruszanie się pomiędzy atrakcjami turystycznymi, - rozwój szlaków i obiektów turystyki aktywnej (m.in. trasa nordic-walking, skatepark, ścianka do wspinaczki skałkowej, kryty tor rowerowy na parkingu wielopoziomowym), - wykreowanie unikalnej imprezy kojarzonej ze Świnoujściem (powinna ona nawiązywać do wyspiarskiego charakteru miasta i jej koncepcja powinna być opracowana w strategii marki i produktu turystycznego, - wspieranie tworzenia atrakcji przez prywatnych inwestorów. Nie należy powielać rozwiązań miast ościennych i konkurencyjnych, ale znaleźć indywidualną drogę, np. koncentrując się na parkach tematycznych związanych z charakterem Świnoujścia, - uzgodnienia z inwestorami turystycznymi zakresu wsparcia.
Działanie 2.1.2. Podnoszenie atrakcyjności i rozwój oferty istniejącego zaplecza	<p>Priorytetowe znaczenie powinna mieć waloryzacja i wzmocnienie atrakcyjności zabytkowych fortów w Świnoujściu. Należałoby skupić się na zagospodarowaniu terenu wokół Fortu Gerharda w celu rozwoju Muzeum Obrony Wybrzeża, Latarni Morskiej (miejsca parkingowe, tablice informacyjne i mała infrastruktura turystyczna: ławki, kosze na śmieci, stojaki na rowery, punkty gastronomiczne), jak również poprawie dostępności komunikacyjnej. Zagospodarowanie terenów wokół fortów powinno dotyczyć również Fortu Zachodniego i Fortu Anioła. Inne proponowane zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - przygotowanie Szlaku Secesji poprzez jego wyznakowanie i umieszczenie przy obiektach informacji o ich historii oraz architekturze, - zaprojektowanie spójnej małej architektury turystycznej istniejących szlaków (zgodnie ze strategią marki), - poprawa dostępności Starej Świny (pomosty, tablice informacyjne, wieże widokowe), - poprawa atrakcyjności mariny w Basenie Północnym,

	<ul style="list-style-type: none"> - rozwój infrastruktury szlaków kajakowych, - podział plaży w Świnoujściu na strefy funkcjonalne.
Działanie 2.1.3. Budowanie markowych produktów turystycznych w oparciu o strategię marki miasta	Jednym z zadań zaplanowanych w <i>Strategii Rozwoju Miasta na lata 2014-2020</i> jest opracowanie strategii marki. Należałoby zastanowić się nad opracowaniem aktualizacji <i>Programu Rozwoju Produktu Turystycznego oraz Kreacji Marki Miasta Świnoujście</i> , która obejmowałaby: strategię marki Świnoujścia i jej komunikacji, strategię produktu turystycznego oraz strategię promocji i informacji turystycznej miasta. Opracowanie stanowiłoby rozwinięcie zaproponowanych działań w zakresie produktu turystycznego, imprez oraz działań związanych z segmentacją i pozyskiwaniem turystów. Rewitalizowałoby markę Świnoujścia oraz dostosowywałoby formy promocji do współczesnych potrzeb i realiów.

Cel operacyjny 2.2. Zrównoważony rozwój zagospodarowania turystycznego Świnoujścia

Działanie 2.2.1. Rozwój turystyczny poszczególnych dzielnic miasta zgodnie z ich funkcją	<p>Poszczególne wyspy Świnoujścia mają swoją specyfikę, na co wskazywano również w propozycjach produktów turystycznych w przywoływanym <i>Programie</i>. Należałoby zachować tradycyjny podział związany z historycznym zagospodarowaniem i charakterem poszczególnych dzielnic Świnoujścia:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Uznam – wyspa zdrowia i urody w kurorcie-parku obejmująca m.in.: architekturę uzdrowską (nową i zrewitalizowaną), unikalną imprezę uzdrowską, morski park rozrywki, szlak zdrojowy, dalszą rewaloryzację parku zdrojowego, przestrzeń wellness, plaże z podziałem na strefy funkcjonalne, nowe nasadzenia zieleni w przestrzeni miejskiej, poprawę funkcjonalności i estetyki parków, skwerów miejskich, tworzenie zielonych parkingów i placów zabaw, ściany zieleni. - Wydrzany – zielona oaza podmiejska obejmująca m.in. Rezerwat Karsiborskie Paprocie, ścieżki zdrowia, wieże widokowe. - Karsibór – wyspa ryb i przyrody obejmująca m.in.: skansen rybacki, rybacki park rozrywki, targ rybny, stylizowane rybne centrum gastronomiczne, kreowanie nowej świnoujskiej kuchni ryбно-grzybowej z nutą lokalnych ziół nadmorskich, planowane Centrum Różnorodności Biologicznej Wstecznej Deltę Świny. - Warszów – strefa militarno-aktywna obejmująca m.in.: Fort Gerharda, Latarnię Morską, Podziemne Miasto, szlaki piesze i rowerowe, nowe atrakcje, militarny park rozrywki. - Ognica-Przytór-Łunowo – strefa przyrody i aktywności: marina, przystań kajakowa, obiekty agroturystyczne, pomosty, wieże obserwacyjne, centrum edukacji przyrodniczej Starej Świny przy filii Miejskiego Domu Kultury.
Działanie 2.2.2. Rozproszenie ruchu turystycznego na wyspie Uznam poprzez lepsze wykorzystanie potencjału innych obszarów	Rozproszenie ma na celu zmniejszenie uciążliwości nadmiernego ruchu turystycznego dla mieszkańców, szczególnie w sezonie letnim. Oprócz tworzenia nowych atrakcji i podnoszenia atrakcyjności istniejących istotne znaczenie ma zwiększenie ich dostępności komunikacyjnej, informacja o dojeździe i możliwości zwiedzania, jak również zachęty ze strony obiektów goszczących turystów. Wymaga to współpracy z branżą turystyczną i tworzenia pakietów usług turystycznych. Niektóre biura turystyczne mają już taką ofertę. W celu rozproszenia ruchu turystycznego należałoby rozwijać takie pakiety i zachęcać zarządzających bazą noclegową do ich dystrybucji.

Cel operacyjny 2.3. Wzmocnienie potencjału uzdrowiska i lepsze wykorzystanie walorów uzdrowskich

Działanie 2.3.1. Lepsze wykorzystanie walorów uzdrowskich	<p>Zasoby wód solankowych są wykorzystywane przez przedsiębiorstwo Uzdrowisko Świnoujście S.A. do kąpeli leczniczych i inhalacji. Złoża borowinowe nie są jednak eksploatowane. Spółka zamierza to robić, ale dotychczas torf sprowadza z Kołobrzegu. W celu lepszego wykorzystania walorów uzdrowskich proponowane są następujące wspólne przedsięwzięcia Miasta Świnoujście i Uzdrowiska Świnoujście, przy czym zadania miasta to:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wsparcie w tworzeniu obiektów spa & wellness wykorzystujących naturalne zasoby lecznicze (więcej w działaniu 2.3.2.),
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> - wsparcie w stworzeniu naturalnej linii świnoujskich kosmetyków bazujących na torfie, wodach solankowych, piasku morskim i olejku sosnowym, - wsparcie w tworzeniu stref wellness w Dzielnicy Nadmorskiej i przestrzeni miejskiej.
<p>Działanie 2.3.2. Wspieranie rozwoju infrastruktury uzdrowskiej i parauzdrowskiej</p>	<p>Diagnoza pokazała, że istnieje niedobór wysokiej jakości infrastruktury uzdrowskiej i parauzdrowskiej. Należałoby podjąć wspólnie przedsięwzięcia Miasta Świnoujście, Uzdrowska Świnoujście i prywatnych inwestorów turystycznych, jak np.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - budowa nowego Domu Zdrojowego z pijalnią wód solankowych, - budowa moło, - modernizacja i rozwój zaplecza muszli koncertowej wraz ze stałym punktem informacji turystycznej (według istniejącego projektu architektonicznego na Forum Kurortu), - dalszy rozwój spójnej małej architektury uzdrowskiej stylizowanej na obiekty z przełomu XIX i XX wieku, - promowanie inwestycji przedsiębiorstwa Uzdrowska Świnoujście S.A: Centrum usług turystyki uzdrowskiej i rehabilitacji leczniczej "Pomerania Baltica" SPA, - realizacja zadań zapisanych w <i>Operacie uzdrowskiej</i>: zakłady przyrodolecnicze, inhalatoria, sanatoria posiadające zakłady przyrodolecnicze, parki kinezyterapeutyczne, przestrzenie dla terapii i klimatoterapii, a także tereny rekreacyjne dla kuracjuszy, połączenie promenady w układzie transgranicznym, budowa nowych obiektów leczniczo-rekreacyjnych wraz z bazą hotelową i pensjonatową dla potrzeb uzdrowska, rewaloryzacja obiektów w obszarach A i B ochrony uzdrowskiej o dużej wartości historycznej¹¹.
<p>Działanie 2.3.3. Tworzenie nowych produktów uzdrowskich</p>	<p>Tworzeniu nowej architektury uzdrowskiej towarzyszyłby rozwój produktów związanych z turystyką zdrowotną, które bazowałyby w części na tej architekturze, np.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ogród sensoryczny (zgodnie z planem w LPR), - strefy wellness, - nowy Dom Zdrojowy z pijalnią wód solankowych, - ogrody terapeutyczne, - grota solna w przestrzeni Dzielnicy Nadmorskiej, - ogrody flory 44 wysp, - kosmetyki, - szlak willi uzdrowskich, - wykreowanie imprezy nawiązującej do charakteru uzdrowska, która odbywałaby się raz (albo dwa razy) w roku poza sezonem letnim, np. „Weekend na Wyspach Zdrowia”.
<p>Działanie 2.3.4. Poprawa estetyki zagospodarowania i komfortu w zabytkowej strefie uzdrowskiej</p>	<p>Dynamiczny rozwój zagospodarowania Dzielnicy Nadmorskiej spowodował trudność w zapanowaniu nad spójnością architektoniczną i estetyką otoczenia, szczególnie w sezonie letnim, kiedy wiele obiektów tworzonych jest tymczasowo. Ponadto czynnikiem negatywnie wpływającym na funkcję uzdrowską może być hałas i tłok, szczególnie związany z ruchem samochodowym. Proponowane są następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wprowadzenie wymogu uzgodnień dotyczących reklam zewnętrznych w Dzielnicy Nadmorskiej (zgodnie z uchwałą krajobrazową¹²), - opracowanie kodeksu architektonicznego zalecającego stylizowanie obiektów noclegowych i gastronomicznych na architekturę uzdrowską, - opracowanie zaleceń dotyczących wyglądu i jakości sezonowych obiektów na terenach dzierżawionych od miasta, - nowe nasadzenia zieleni, szczególnie w obszarze A ochrony uzdrowskiej (np. ogrody na dachach, ogrody pionowe na elewacji budynków),

¹¹ *Operat uzdrowski Uzdrowska Świnoujście, części ogólna po zmianie 2018 rok, Fundacja Uzdrowska na zlecenie Urzędu Miasta Świnoujście, Świnoujście, 2018, s. 84-86.*

¹² *Projekt uchwały krajobrazowej* - projekt uchwały w przedmiocie zasad i warunków sytuowania obiektów małej architektury, tablic reklamowych i urządzeń reklamowych oraz gabarytów, standardów jakościowych oraz rodzajów materiałów budowlanych, z jakich mogą być wykonywane dla Gminy Miasto Świnoujście.

- spójne oznakowanie turystyczne i jego aktualizacja poprzez działania związane z Systemem Informacji Miejskiej.

Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne

3.3 Cel strategiczny 3. Stworzenie zintegrowanej infrastruktury przyjaznego transportu publicznego i prywatnego umożliwiającego szybki i przyjazny dostęp do obiektów miejskich oraz atrakcji turystycznych

Opis celu:

Strategia Rozwoju Miasta na lata 2014-2020 postuluje wdrożenie zrównoważonej mobilności miejskiej, pozwalającej na zmniejszenie indywidualnego transportu samochodowego i wdrażanie przyjaznych środowisku rozwiązań w transporcie miejskim – cel strategiczny A. „Poprawa zewnętrznego i wewnętrznego systemu komunikacji i transportu (krajowego, regionalnego, międzynarodowego)”. Za konieczne uznano zwiększenie dostępności komunikacyjnej poprzez budowę tunelu, modernizację połączeń kolejowych, rozwój DK nr 3, modernizację dróg dojazdowych, układu ulic w Świnoujściu oraz rozwój ścieżek rowerowych jako transportu alternatywnego. Ma to doprowadzić do ograniczenia ruchu samochodowego w Dzielnicy Nadmorskiej¹³.

Mając na względzie rozwój turystyczny Świnoujścia, należałoby skoncentrować się na zapewnieniu turystom komplementarnego transportu na terenie miasta, poprzez m.in. wprowadzenie rozwiązań ograniczających natężenie ruchu samochodowego w Dzielnicy Nadmorskiej i zachęcanie turystów do pozostawiania swoich samochodów na parkingach, które powstaną na terenie miasta oraz zachęcanie do korzystania z transportu publicznego.

Istotne są również przedsięwzięcia pozwalające na lepsze wykorzystanie ruchu generowanego przez lotniska w Heringsdorfie i Goleniowie. Diagnoza pokazała, że nie są podejmowane działania w tym kierunku. Tymczasem do tych portów lotniczych przybywają turyści niemieccy, szwajcarscy i skandynawscy, będący pożądanymi klientami branży turystycznej. W kontekście portu lotniczego w Goleniowie należałoby podjąć działania na rynku warszawskim i brytyjskim.

Niezbędne jest zapewnienie większej dostępności atrakcji turystycznych. Dotyczy to przede wszystkim obiektów znajdujących się na prawobrzeżu. Główną barierą utrudniającą odwiedzenie tych atrakcji jest i będzie przez najbliższe dwa lata przeprawa promowa przez Świnę, jak również niewygodny przejazd do tych atrakcji (szczególnie do Fortu Gerharda i Latarni Morskiej, ale również infrastruktury dla turystyki aktywnej powstającej w Ognicy i w Łunowie). Należałoby podjąć takie działania, które zachęcą turystów do podjęcia wysiłku i możliwie jak najbardziej ułatwią im osiągnięcie celu. Wymaga to zorganizowania kombinowanego transportu oraz poprawy infrastruktury dojazdowej i parkingowej wokół tych atrakcji.

Tabela 6: Działania i zadania dla celu strategicznego 3. Stworzenie zintegrowanej infrastruktury przyjaznego transportu publicznego i prywatnego umożliwiającego szybki i przyjazny dostęp do obiektów miejskich oraz atrakcji turystycznych

Cel operacyjny 3.1. Stworzenie oferty komplementarnego transportu na terenie miasta	
Działanie 3.1.1. Optymalizacja ruchu samochodowego	Nasilony ruch samochodowy i związany z nim hałas w obszarach ochrony uzdrowiskowej może kolidować z funkcją uzdrowiskową i przyczyniać się do dyskomfortu turystów przebywających w Świnoujściu. Proponuje się:

¹³ Wieloletnie Strategiczne Programy Operacyjne... op. cit., s. 3-5.

<p>w Dzielnicy Nadmorskiej</p>	<ul style="list-style-type: none"> - wprowadzenie wyższych opłat parkingowych w sezonie letnim w obrębie strefy A oraz ograniczenia w ruchu samochodowym w nocy, - wprowadzenie programu powiązanego z opłatą uzdrowską, zachęcającego turystów do pozostawiania swoich samochodów poza obszarem A ochrony uzdrowskiej (więcej w działaniu 4.1.3.), - opracowanie systemu rozwiązań zwiększających korzystanie turystów z komunikacji miejskiej, - dalszy rozwój ścieżek rowerowych, w tym łączących Dzielnicę Nadmorską z częścią miejską, - docelowe częściowe ograniczenie ruchu samochodowego w obszarze A ochrony uzdrowskiej do samochodów elektrycznych i wsparcie w realizacji na terenie miasta (w kooperacji z inwestorem prywatnym) miejskiej wypożyczalni samochodów elektrycznych, - zapewnienie połączeń autobusami komunikacji miejskiej pomiędzy parkingami a Dzielnicą Nadmorską.
<p>Działanie 3.1.2. Stworzenie rozwiązań pozwalających turystom na sprawne poruszanie się po Świnoujściu</p>	<p>W propozycjach zawartych w działaniu 3.1.1. odniesiono się do rozwiązań dot. Dzielnicy Nadmorskiej. Poniżej znajdują się rekomendacje dot. komplementarnego transportu dla turystów (również mieszkańców) pozwalającego ograniczyć uciążliwość ruchu samochodowego i poprawiającego jakość obsługi turystów w Świnoujściu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - stworzenie systemu miejskich rowerów dostępnych w części wyspy Uznam dla mieszkańców i turystów (również chcących dotrzeć do atrakcji turystycznych zlokalizowanych w oddaleniu od Dzielnicy Nadmorskiej), przy planowanym centrum przesiadkowym na wyspie Wolin, czy przystani kajakowej w Karsiborze, - opracowanie mapy i broszury poruszania się po Świnoujściu w ramach komplementarnego transportu samochodowo-autobusowo-rowerowego, - mając na względzie otwarcie tunelu pod Świną należałoby zapewnić parking w okolicach wyjazdu z tunelu na wyspie Uznam (również dla autokarów) i pętlę autobusową umożliwiającą turystom transport do Dzielnicy Nadmorskiej, - stworzenie parkingu dla rowerów i punktów wypożyczania rowerów miejskich przy planowanych parkingach, - opracowanie komunikacyjnego informatora miejskiego opisującego możliwości komplementarnego poruszania się po Świnoujściu oraz aplikacji na urządzenia mobilne.
<p>Cel operacyjny 3.2. Lepsze wykorzystanie zewnętrznej infrastruktury dojazdowej</p>	
<p>Działanie 3.2.1. Inicjowanie współpracy z zarządem lotniska w Heringsdorf</p>	<p>Należałoby rozważyć porozumienie się z Usedom Reisen SN GmbH w sprawie zmiany nazwy lotniska w Heringsdorfie i zamówienie raportu oceniającego korzyści i zagrożenia dla Świnoujścia. Niezależnie od tego rekomendowane są działania promocyjne zmierzające do zainteresowania ofertą miasta przylatujących na to lotnisko, jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> - reklamy wielkoformatowe w strefie lotniska i przy wyjeździe z niego, - materiały drukowane dostępne na lotnisku (stojaki z ulotkami), - kampanie promocyjne w miastach niemieckich, z których odbywają się loty na to lotnisko.
<p>Działanie 3.2.2. Inicjowanie współpracy z zarządem Portu Lotniczego Szczecin-Goleniów</p>	<p>Podobne działania należałoby uruchomić odnośnie lotniska Szczecin-Goleniów, które ma połączenie z miastami w Norwegii, Warszawą i Londynem. Świnoujście ma kolejowe połączenie z tym portem, jednak nie bezpośrednio. Prywatny operator¹⁴, świadczy usługi przejazdów na trasie Świnoujście-Międzyzdroje-Port Lotniczy Szczecin-Goleniów.¹⁵ Przewoźnik realizuje transport dla osób indywidualnych i grup, z których korzystają osoby podróżujące do Świnoujścia z Warszawy i Krakowa (zgodnie z informacją uzyskaną w firmie nie przywozi on do miasta turystów zagranicznych) i dowozi klientów do miejskiej przeprawy promowej. Rekomendowane są następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zapewnienie reklamy na lub przy lotnisku, - nawiązanie współpracy z wymienionym przewoźnikiem,

¹⁴ Przewozy Pasażerskie Jacek Osiński

¹⁵ airport.com.pl/transport-i-parking/busy/ (dostęp 5.08.2019).

	<ul style="list-style-type: none"> - przygotowanie przez Urząd Miasta we współpracy z branżą materiałów informacyjnych dla turystów o możliwościach i warunkach transportu, - porozumienie się z branżą turystyczną i stworzenie oferty pakietowej obejmującej transport z lotniska i na lotnisko, we współpracy z przewoźnikiem.
Cel operacyjny 3.3. Zapewnienie większej dostępności atrakcji turystycznej	
<p>Działanie 3.3.1. Poprawa infrastruktury dojazdowej i parkingowej obszarów koncentracji ruchu turystycznego</p>	<p>Samorząd Miasta Świnoujście planuje inwestycje parkingowe, w tym parkingi wielopoziomowe przy ulicy Zdrojowej/Uzdrowskiej, ul. Barlickiego, ul. Bema, ul. Bohaterów Września/Jana z Kolna, Kołtątaja, Rybaki, jak również parkingi przy ul. Jachtowej koło Fortu Anioła, Alei Interferie, ul. Bałtyckiej, ul. Legionów, ul. Ku Morzu, (zgodnie z miejscowymi planami zagospodarowania przestrzennego). Część z nich (przy ul. Barlickiego i przy ul. Legionów) to parkingi typu P&R, których realizacja już się rozpoczęła. Część (jak np. Bema i Bohaterów Września/Jana z Kolna, Kołtątaja i Rybaki) jest niezbędna w celu uzupełnienia miejsc do parkowania w śródmieściu dla mieszkańców i częściowo osób odwiedzających. Są również wstępne plany zagospodarowania wokół atrakcji turystycznych:</p> <ul style="list-style-type: none"> - dostosowanie nabrzeża dla potrzeb obsługi statków białej floty w ramach uruchomienia przez Żeglugę Świnoujską "tramwaju wodnego" – wodnego połączenia z centrum miasta do Latarni Morskiej i Fortu Gerharda, - zagospodarowanie terenów wokół Latarni Morskiej i Fortu Gerharda, - przebudowa ul. Ku Morzu na odcinku od falochronu wschodniego do latarni. - zagospodarowanie Fortu Anioła.

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

3.4 Cel strategiczny 4. Wypracowanie mechanizmów współpracy w turystyce w zakresie jej rozwoju, promocji i informacji turystycznej oraz zapewnienia wysokiej jakości obsługi turysty

Opis celu:

Współpraca na rzecz turystyki wymaga podjęcia działań w kilku kierunkach jednocześnie. Celem cząstkowym (operacyjnym) o znaczeniu priorytetowym jest usprawnienie zarządzania turystyką na poziomie Miasta Świnoujście. Wynika to z faktu, że Świnoujście jest kurortem nadbałtyckim najchętniej i najliczniej odwiedzanym przez turystów (po Kołobrzegu) i cechującym się największym w Polsce odsetkiem turystów zagranicznych w ogólnej liczbie turystów. Przybywa obiektów i miejsc noclegowych (według danych GUS w 2018 roku przybyło 768 miejsc noclegowych)¹⁶. Dynamiczny rozwój turystyki wymaga modyfikacji podejścia i reorganizacji systemu zarządzania turystyką. Bazując na obecnych strukturach trudno jest sprawnie koordynować zmiany zachodzące na lokalnym rynku turystycznym i współpracować ze środowiskiem turystycznym.

Usprawnienie zarządzania i komunikacji wewnątrz Urzędu Miasta Świnoujście i pomiędzy jednostkami organizacyjnymi Miasta Świnoujście jest warunkiem koniecznym poprawy współpracy z i pomiędzy branżą turystyczną, jak również zwiększenie jej zaangażowania w miejskie przedsięwzięcia, w tym wspólną promocję Świnoujścia. Dobrą praktyką do benchmarkingu polegającego na twórczej adaptacji jest model współpracy w gminie Heringsdorf, w zakresie komunikacji i zaangażowania podmiotów turystycznych. Jeśli zaś chodzi o model formalno-organizacyjny i finansowy zarządzania rozwojem i promocją turystyki w samorządzie lokalnym,

¹⁶ bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/podgrup/tablica (dostęp 12.08.2019).

rekomendowanym punktem odniesienia są rozwiązania przyjęte w Sopocie. Dzięki komercjalizacji części usług generują one przychody, które następnie przeznaczane są na wsparcie turystyki.

Dla Świnoujścia istotne jest podjęcie działań zapewniających ograniczenie szarej strefy i zwiększenie wpływów z opłaty uzdrowskiej. Będzie to możliwe dzięki usprawnieniu zarządzania turystyką. Nie można pominąć również aspektu związanego z podnoszeniem jakości usług turystycznych. Jest to niezbędne do spełnienia zaproponowanej wizji turystycznej Świnoujścia i nastąpi poprzez realizację działań zaplanowanych w niniejszym celu strategicznym.

Tabela 7: Działania i zadania dla celu strategicznego 4. Wypracowanie mechanizmów współpracy w turystyce w zakresie jej rozwoju, promocji i informacji turystycznej oraz zapewnienia wysokiej jakości obsługi turysty

Cel operacyjny 4.1. Usprawnienie zarządzania turystyką na poziomie Miasta Świnoujście	
Działanie 4.1.1. Reorganizacja struktur zarządzania i promocją turystyki	<p>Diagnoza pokazała, że zasoby kadrowe Wydziału Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu są niewystarczające względem potrzeb. Ponadto organizacja funkcjonowania Wydziału powinna nadążać za zmianami na lokalnym rynku turystycznym (wzrost liczby partnerów, miejsc noclegowych i turystów). Proponowane są następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - rozważenie możliwości zwiększenia zatrudnienia w Wydziale, - podział Wydziału na referaty, w tym wyodrębnienie referatu turystyki, promocji turystycznej i współpracy, - reorganizację funkcjonowania Informacji Turystycznej, z uwzględnieniem planowanego stałego punktu koło Muszli Koncertowej (projekt Forum Kultury) po modernizacji, poprzez zatrudnienie dodatkowych pracowników i ew. przekształcenie w samodzielny zakład budżetowy, prowadzący działalność gospodarczą (wówczas Informacja Turystyczna mogłaby przejąć część obowiązków Wydziału w zakresie promocji i organizacji imprez), - opcjonalnie przeniesienie uprawnień związanych z prowadzeniem Informacji Turystycznej (razem z lokalem, personelem i środkami finansowymi) na ŚOT, - wspieranie przez Wydział wszystkich działań i projektów w obszarze turystyki, jakie realizowane są przez inne wydziały Urzędu Miasta i jednostki organizacyjne, - monitorowanie przez Wydział realizacji niniejszej <i>Strategii</i> na poziomie Świnoujścia oraz wpisywania się planowanych (innych) przedsięwzięć w rozwój turystyki.
Działanie 4.1.2. Usprawnienie komunikacji w zakresie zadań związanych z turystyką	<p>Sprawne zarządzanie rozwojem i promocją turystyki na poziomie Świnoujścia utrudnia model komunikacji pomiędzy poszczególnymi wydziałami i jednostkami organizacyjnymi (np. rozmycie kompetencji związanych z ewidencją obiektów i opłatą uzdrowską, trudności w uzgadnianiu kalendarza imprez). Proponowane są następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - opracowanie i wdrożenie algorytmu przesyłania właściwemu pracownikowi Wydziału Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu informacji związanych z rozwojem i promocją turystyki, - docelowo zalecane jest wprowadzenie intranetu i/lub programów ułatwiających m.in. monitorowanie powiązań pomiędzy podmiotami uzyskującymi pozwolenie na użytkowanie, zgłoszonymi do rejestru bazy noclegowej i płacącymi opłatę uzdrowską, - wypracowanie modelu komunikacji pomiędzy Wydziałem i jednostkami organizacyjnymi, których działalność dotyczy również turystyki (Miejski Dom Kultury, Biblioteka Miejska wraz z filiami, Muzeum Rybołówstwa Morskiego, Ośrodek Sportu i Rekreacji „Wyspiarz” i Żegluga Świnoujska); model uwzględniałby ustalenia rocznego, wspólnego kalendarza imprez i wydarzeń (również we współpracy z branżą turystyczną), wspólnych materiałów promocyjnych, realizacji produktów turystycznych i zaleceń dot. komunikacji marki Świnoujście.
Działanie 4.1.3. Zwiększenie wpływów z opłaty uzdrowskiej i likwidacji szarej strefy	<p>Diagnoza pokazała, że wciąż wiele obiektów nie płaci opłaty uzdrowskiej i nie rejestruje się w ewidencji obiektów noclegowych. Proponowane są następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - aktualizacja we współpracy z ŚOT-em ewidencji obiektów noclegowych, w tym pokoi gościnnych i apartamentów, - dopasowanie kategorii ewidencji do obowiązujących w statystyce GUS,

	<ul style="list-style-type: none"> - uzgodnienie zakresu ewidencji z bazą podmiotów płacących opłatę uzdrowską i wystosowanie pism do podmiotów, których nie ma w tej bazie, - zachęty dla podmiotów płacących regularnie opłatę uzdrowską w postaci np. ulg w podatkach lokalnych, - powiązanie opłaty uzdrowskiej z korzyściami dla turystów (więcej w rozdziale 4).
--	---

Cel operacyjny 4.2. Stymulowanie współpracy środowiska turystycznego Świnoujścia

Działanie 4.2.1. Usprawnienie funkcjonowania ŚOT-u	<p>Potencjał ŚOT-u nie jest obecnie w pełni wykorzystany. Składa się na to wiele czynników opisanych w diagnozie. Podmiot zajmuje się organizacją wydarzeń kulturalnych, na które otrzymuje dotację z budżetu miasta. W celu usprawnienia funkcjonowania ŚOT-u proponowane są następujące zadania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - rozszerzenie zakresu działań (w odniesieniu do reorganizacji Wydziału Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu), - wypracowanie procedur współpracy i komunikacji ŚOT-u z wydziałami i jednostkami organizacyjnymi, - włączenie ŚOT-u w program likwidacji szarej strefy i zwiększenia wpływów z opłaty uzdrowskiej, - opracowanie programu zachęt (z uwzględnieniem korzyści ze strony Miasta Świnoujście) mających na celu zwiększenie liczby członków ŚOT-u.
---	--

Działanie 4.2.2. Wspieranie partnerskich inicjatyw i poprawa komunikacji w ramach środowiska turystycznego	<p>W ramach tego działania proponuje się:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zmianę zasad wsparcia finansowego z budżetu Miasta Świnoujście inicjatyw branży turystycznej (np. warunkiem dofinansowania jest porozumienie/współpraca ze sobą podmiotów m.in. zarządzających wszystkimi obiektami fortecznymi), - uwzględnienie w konkursach dla organizacji pozarządowych wpisywania się projektów w niniejszą <i>Strategię</i>, - inicjowanie przez Świnoujście partnerskich inicjatyw (m.in. wspólne stoisko na wybranych imprezach turystycznych, wspólny kalendarz imprez – całoroczny, wakacyjny i weekendowy od czerwca do sierpnia, teledystrybucja z filmami i reklamami – drony współpracujące z WOPR-em do zapewnienia bezpieczeństwa kąpiącym się osobom), - uzgadnianie z branżą turystyczną rocznych planów promocji (w odniesieniu do planowanej strategii marki i promocji), z uwzględnieniem potrzeb i planów własnych branży, - włączenie branży turystycznej w uzgodnienia kalendarza wydarzeń i imprez, - organizację konkursów i rankingów dla branży turystycznej (m.in. na najlepszy obiekt noclegowy, gastronomiczny, najlepszą atrakcję, wydarzenie/inicjatywę promocyjną), - zachęcanie podmiotów turystycznych do członkostwa w ŚOT, - organizację dla branży turystycznej spotkań i wyjazdów studyjnych, - aplikowanie o środki unijne na projekty partnerskie poprawiające współpracę w turystyce, - tworzenie powiązań współpracy pomiędzy przedsiębiorstwem Uzdrowisko Świnoujście S.A. i innymi podmiotami branży turystycznej (m.in. atrakcjami turystycznymi), - inicjowanie tworzenia sieciowych ofert turystycznych, łączących produkty i usługi różnych podmiotów branży turystycznej Świnoujścia.
---	---

Cel operacyjny 4.3. Podnoszenie jakości usług turystycznych

Działanie 4.3.1. Wypracowanie złotych standardów obsługi turysty	<p>Raporty turystyczne, badania portali rezerwacyjnych i hotelarze podkreślają, że rosną wymagania turystów względem jakości usług związanych z wypoczynkiem. Skuteczne konkurowanie o wymagających turystów (szczególnie zagranicznych) wymaga dbałości o jakość obsługi turysty. W ramach tego działania proponuje się:</p>
---	---

	<ul style="list-style-type: none"> - opracowanie tzw. manuala obsługi turysty we współpracy z ŚOT-em, - zaangażowanie branży w wypracowanie i przestrzeganie standardów, - prowadzenie we współpracy z ŚOT-em, Centrum Edukacji Zawodowej i Turystyki oraz innymi jednostkami szkoleń i kursów dla zarządzających obiektami noclegowymi i ich pracownikami, - uwzględnianie w działaniach promocyjnych Świnoujścia najlepszych podmiotów (wyróżniających się jakością).
<p>Cel operacyjny 4.4. Wzmacnianie współpracy ponadlokalnej, transgranicznej i międzynarodowej</p>	
<p>Działanie 4.4.1. Poprawa współpracy z Samorządem Gminy Heringsdorf</p>	<p>Świnoujście jest historycznie czwartym Cesarskim Uzdrowiskiem i współpraca z władzami gminy Heringsdorf (i z tamtejszymi podmiotami turystycznymi) powinna być bardziej intensywna. Niemcy obserwują dynamiczny rozwój infrastruktury turystycznej w Świnoujściu i postrzegają miasto jako potencjalne zagrożenie konkurencyjne. Jednocześnie mają świadomość własnej przewagi jakościowej i przyciągają zamożniejszych klientów z zachodniej części swojego kraju. Współpraca z Gminą Heringsdorf, jak również z Powiatem Pomorze Przednie-Greifswald, powinna być zintensyfikowana, m.in. w następujący sposób:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wyspę Uznam powinno traktować się jako jedną wspólną destynację turystyczną, pokazując jednocześnie odrębną obecną tożsamość Świnoujścia, - całą wyspę Uznam należy wspólnie promować jako uzdrowiskowy raj nad Bałtykiem. Świnoujście powinno określić własną aktualną tożsamość marki i pozycjonować się poprzez własne markowe produkty, - płaszczyzną do współpracy mogą być wydarzenia, imprezy kulturalne i sportowe dla mieszkańców i turystów (szczególnie poza sezonem letnim), - warto zastanowić się nad wspólną promocją na wybranych wydarzeniach targowych i na wybranych rynkach oraz barterowe usługi promocyjne (Świnoujście promuje Cesarskie Uzdrowiska na rynku polskim oraz rynkach trzecich i na odwrót).
<p>Działanie 4.4.2. Poprawa współpracy z gminami wyspy Wolin</p>	<p>Międzyzdroje są postrzegane przez branżę turystyczną Świnoujścia jako konkurencja. Obie miejscowości mają zbliżony dochód na mieszkańca (ponad 7000 zł), który jest jednym z najwyższych w Polsce. Oferta turystyczna tego kurortu rozwija się równie dynamicznie. Powstają tam atrakcje turystyczne i zwiększa się liczba odwiedzających. Należałoby pogłębić współpracę z samorządem Międzyzdrojów, jak również gmin Dziwnów i Wolin w zakresie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wspólnej promocji wyspy Wolin, - tworzenia wspólnych (komplementarnych) produktów turystycznych, - organizacji wspólnych imprez, - wymiany doświadczeń turystycznych, - wspólnych programów przyciągających na wyspy Wolin i Uznam wykwalifikowanych pracowników branży turystycznej.
<p>Działanie 4.2.3. Włączenie się w międzynarodowe projekty rozwijające turystykę</p>	<p>Wprawdzie obecny okres programowy UE dobiega końca i budżet unijny na nową perspektywę jest w uzgodnieniach, można jednak założyć, że nadal będą realizowane międzynarodowe projekty partnerskie w ramach współpracy transgranicznej, międzynarodowej i międzyregionalnej (m.in. Interreg Baltic Sea i Interreg Europe). Świnoujście nie angażowało się zbyt mocno w tego typu projekty w obszarze turystyki, poza współpracą transgraniczną z Niemcami. Udział w takich przedsięwzięciach jest korzystny. Mogą one wspomóc rozwój turystyki oraz zapewnić promocję miasta. Korzystne będzie zwłaszcza angażowanie się w projekty partnerskie w regionie Morza Bałtyckiego, w których biorą udział partnerzy z krajów skandynawskich.</p>

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

3.5 Programy działania i projekty

Programy działania są zestawami celów operacyjnych, wraz z przypisanymi im działaniami i zadaniami operacyjnymi. Priorytetowe znaczenie dla spełnienia wizji w obszarze rozwoju turystyki mają te programy i towarzyszące im projekty, które odnoszą się do zielonego kurortu-parku i zapewnienia wysokiej jakości obsługi turysty. Ponadto zaproponowano ewentualne programy uzupełniające.

3.5.1 Program Świnoujście Kurort-Park 2029

Tabela 8: Opis programu działania Świnoujście Kurort-Park 2029

Zakres	Opis
Cele operacyjne	<p>Cel operacyjny 1.3. Zapewnienie wysokiej jakości usług rekreacyjnych, kulturalnych, sportowych, medycznych i transportowych</p> <p>Cel operacyjny 2.1. Rozwój całorocznej bazy i oferty kulturalnej i rekreacyjno-sportowej</p> <p>Cel operacyjny 2.2. Zrównoważony rozwój zagospodarowania turystycznego Świnoujścia</p> <p>Cel operacyjny 2.3. Wzmocnienie potencjału uzdrowiska i lepsze wykorzystanie walorów uzdrowiskowych</p> <p>Cel operacyjny 3.1. Stworzenie oferty komplementarnego transportu na terenie miasta</p> <p>Cel operacyjny 4.1. Usprawnienie zarządzania turystyką na poziomie Świnoujścia</p> <p>Cel operacyjny 4.2. Stymulowanie współpracy środowiska turystycznego Świnoujścia</p> <p>Cel operacyjny 4.3. Podnoszenie jakości usług turystycznych</p>
Działania	<p>Działanie 1.3.1. Podnoszenie jakości i dostępności usług kulturalnych i rekreacyjno-sportowych na terenie Świnoujścia</p> <p>Działanie 1.3.3. Poprawa jakości usług transportu miejskiego z myślą o turystach</p> <p>Działanie 2.1.1. Tworzenie i wspieranie powstawania całorocznych atrakcji turystycznych</p> <p>Działanie 2.1.2. Podnoszenie atrakcyjności i rozwój oferty istniejącego zaplecza</p> <p>Działanie 2.2.1. Rozwój turystyczny poszczególnych dzielnic miasta zgodnie z ich funkcją</p> <p>Działanie 2.2.2. Rozproszenie ruchu turystycznego na wyspie Uznam poprzez lepsze wykorzystanie potencjału innych obszarów</p> <p>Działanie 2.3.1. Lepsze wykorzystanie walorów uzdrowiskowych</p> <p>Działanie 2.3.2. Wspieranie rozwoju infrastruktury uzdrowiskowej i parauzdrowiskowej</p> <p>Działanie 2.3.3. Tworzenie nowych produktów uzdrowiskowych</p> <p>Działanie 2.3.4. Poprawa estetyki zagospodarowania i komfortu w zabytkowej strefie uzdrowiskowej</p> <p>Działanie 3.1.1. Optymalizacja ruchu samochodowego w Dzielnicy Nadmorskiej</p> <p>Działanie 4.2.2. Wspieranie partnerskich inicjatyw i poprawa komunikacji w ramach środowiska turystycznego</p>
Opis	<p>Jest to najbardziej przekrojowy program, który obejmuje cele operacyjne w ramach wszystkich czterech celów strategicznych. Ma spowodować, że Świnoujście stanie się kurortem cechującym się bardzo dobrą jakością zapleczem noclegowym, uzdrowiskowym i parauzdrowiskowym (w ramach nurtu wellness), kulturalnym i rekreacyjno-sportowym. Będą tutaj ofertowane nowoczesne pobyty zdrowotne (uzdrowiskowe, medyczne oraz spa&wellness). Miasto będzie oferowało wysoką jakość komplementarnego i atrakcyjnego produktu kurortu-parku oraz doskonałą jakość obsługi. Pobyt w Świnoujściu będzie komfortowy dzięki licznym udogodnieniom w zakresie transportu, różnorodnych atrakcji wynikających z potencjału tego dużego ośrodka miejskiego i jego usytuowania na wyspach.</p>

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029

Zadania	<p>Zadania dotyczące Świnoujścia jako całorocznego kurortu są realizowane w ramach <i>Strategii Rozwoju Miasta Świnoujście na lata 2014-2020</i>. Zgodnie z rekomendacjami zawartymi w punktach 3.1-3.4. zakres zadań będzie szerszy, niż w <i>Strategii Rozwoju Miasta Świnoujście na lata 2014-2020</i> i obejmie:</p> <ul style="list-style-type: none"> - modernizację istniejącej i rozwój nowej infrastruktury bazy uzdrowskiej (głównym inwestorem jest samorządowe przedsiębiorstwo Uzdrawisko Świnoujście S.A.), - rozwój infrastruktury uzdrowskiej uzupełniającej i parauzdrowskiej (głównym inwestorem jest Świnoujście), która dotyczy otoczenia w obszarach A i B ochrony uzdrowskiej: nowy Dom Zdrojowy z pijalnią wód solankowych, oddana w 2019 roku Promenada Zdrowia, Forum Kurortu, nowa promenada, strefy wellness, Park Zdrojowy, mała architektura w Dzielnicy Nadmorskiej, - stymulowanie rozwoju obiektów bazy noclegowej i gastronomicznej o wysokim standardzie oraz dbałość o spójność stylistyczną Dzielnicy Nadmorskiej, - inwestycje własne Świnoujścia, - wsparcie modernizacji i rozwoju nowych atrakcji turystycznych inwestorów prywatnych, - współpraca z samorządową spółką Uzdrawisko Świnoujście S.A. w zakresie rozwoju nowoczesnej infrastruktury i atrakcyjnej oferty usług zdrowotnych, - dbałość o zagospodarowanie zieleni kurortu-parku, - wspieranie rozwoju usług zdrowotnych innych podmiotów, - rozciąganie koncepcji parku-kurortu poza Dzielnicę Nadmorską i tworzenie przestrzeni wellness dla mieszkańców i turystów, - poprawa dostępności atrakcji turystycznych w Świnoujściu dla turystów przebywających w Dzielnicy Nadmorskiej, - usprawnienia i rozwiązania komunikacyjne pozwalające zwiększyć komfort przebywających w obszarach ochrony uzdrowskiej, - podnoszenie jakości usług turystycznych, kulturalnych, rekreacyjno-sportowych i miejskich, - poprawa współpracy w turystyce i doskonalenia jakości obsługi gości kurortu-parku.
Realizatorzy i współrealizatorzy	<p>Koordinator programu – Urząd Miasta Świnoujście (Wydział Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu)</p> <p>Wydziały Urzędu Miasta Świnoujście: Wydział Infrastruktury i Zieleni Miejskiej, Wydział Ochrony Środowiska i Leśnictwa, Wydział Architektury i Urbanistyki, Wydział Zdrowia i Polityki Społecznej, Samodzielne Stanowisko ds. Gospodarki Morskiej,</p> <p>Jednostki Organizacyjne Miasta Świnoujście: Komunikacja Autobusowa Sp. z o.o., ZWiK Sp. z o.o., świnoujskie szkoły, Miejski Dom Kultury, OSiR „Wyspiarz”, Muzeum Rybołówstwa Morskiego, Miejska Biblioteka Publiczna, Szpital Miejski Sp. z o.o., Żegluga Świnoujska</p> <p>Partnerzy: ŚOT, podmioty niezrzeszone w ŚOT</p>
Termin realizacji	2020-2029
Źródła finansowania	<p>Środki własne Świnoujścia</p> <p>Środki z dotacji uzdrowskiej, zgodnie z punktami 2, 3 lub 4 art. 46 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o lecznictwie uzdrowskim, uzdrowskach i obszarach ochrony uzdrowskiej oraz o gminach uzdrowskich (Dz.U. z 2016 r., poz. 879 ze zm.)¹⁷</p> <p>Środki inwestorów prywatnych</p> <p>Środki unijne dostępne w perspektywie finansowej 2021-2027</p> <p>Ewentualnie środki unijne dostępne w perspektywie finansowej 2014-2020</p>

¹⁷ Art. 46, pkt 2 ww. ustawy odnosi się do ochrony warunków naturalnych uzdrowska lub obszaru ochrony uzdrowskiej oraz spełniania wymagań w zakresie dopuszczalnych norm zanieczyszczeń powietrza, natężenia hałasu, odprowadzania ścieków do wód lub do ziemi, gospodarki odpadami, emisji pól elektromagnetycznych. Art. 46, pkt 3 ww. ustawy dot. tworzenia warunków do funkcjonowania zakładów i urzędzeń lecznictwa uzdrowskiego oraz rozwoju infrastruktury komunalnej w celu zaspokajania potrzeb osób przebywających w gminie w celu leczenia uzdrowskiego, zaś art. 46, pkt 4 ww. ustawy związany jest z tworzeniem i ulepszaniem infrastruktury komunalnej i technicznej przeznaczonej dla uzdrowsk lub obszarów ochrony uzdrowskiej.

Ocena możliwości realizacji i wpływ na osiągnięcie wizji	Program Świnoujście Kurort-Park jest kluczowy dla spełnienia wizji miasta w obszarze turystyki. Zgodnie z tą wizją Świnoujście stanie się międzynarodowym, nowoczesnym i bezpiecznym kurortem-parkiem. Realizacja przedsięwzięć zmierzających do osiągnięcia przez miasto statusu całorocznego kurortu trwa. Niniejsza <i>Strategia</i> ma na celu ukierunkowanie tych działań i rozszerzenie ich zakresu o aspekty miękkie, związane z ofertą turystyczną, jakością obsługi oraz współpracą. Zapewni to kompleksowość, a także komplementarność działań. Ich realizacja wymaga szerokiego zaangażowania wydziałów i jednostek organizacyjnych Miasta Świnoujście, jak również zaangażowania partnerów zewnętrznych. Niezbędna jest sprawna koordynacja i wyłonienie lidera programu.
---	---

Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne

3.5.2 Program Świnoujska Karta Turysty

Tabela 9: Opis programu działania Świnoujska Karta Turysty

Zakres	Opis
Cele operacyjne	<p>Cel operacyjny 1.3. Zapewnienie wysokiej jakości usług rekreacyjnych, kulturalnych, sportowych, medycznych i transportowych</p> <p>Cel operacyjny 2.1. Rozwój całorocznej bazy i oferty kulturalnej i rekreacyjno-sportowej</p> <p>Cel operacyjny 2.3. Wzmocnienie potencjału uzdrowiska i lepsze wykorzystanie walorów uzdrowiskowych</p> <p>Cel operacyjny 3.1. Stworzenie oferty komplementarnego transportu na terenie miasta</p> <p>Cel operacyjny 4.2. Stymulowanie współpracy środowiska turystycznego Świnoujścia</p> <p>Cel operacyjny 4.3. Podnoszenie jakości usług turystycznych</p>
Działania	<p>Działanie 1.3.1. Podnoszenie jakości i dostępności usług kulturalnych i rekreacyjno-sportowych na terenie Świnoujścia</p> <p>Działanie 1.3.2. Zapewnienie turystom dobrej dostępności usług medycznych</p> <p>Działanie 2.1.1. Tworzenie i wspieranie powstawania całorocznych atrakcji turystycznych</p> <p>Działanie 2.3.3. Tworzenie nowych produktów uzdrowiskowych</p> <p>Działanie 3.1.1. Optymalizacja ruchu samochodowego w Dzielnicy Nadmorskiej</p> <p>Działanie 3.1.2. Stworzenie rozwiązań pozwalających turystom na sprawne poruszenie się po Świnoujściu</p> <p>Działanie 4.1.2. Usprawnienie komunikacji w zakresie zadań związanych z turystyką</p> <p>Działanie 4.1.3. Zwiększenie wpływów z opłaty uzdrowiskowej i likwidacji szarej strefy</p> <p>Działanie 4.2.1. Usprawnienie funkcjonowania ŚOT-u</p> <p>Działanie 4.2.2. Wspieranie partnerskich inicjatyw i poprawa komunikacji w ramach środowiska turystycznego</p>
Opis	<p>Świnoujska Karta Turysty byłaby programem partnerskim łączącym usługi miejskie i podmiotów prywatnych. Jej model funkcjonowania związany jest ze skalą działań i proponowanym zaawansowaniem technologicznym oraz regulacjami ustawowymi. Najważniejsze jest powiązanie karty z opłatą uzdrowiskową i przedstawienie turystom i branży namacalnych korzyści. Karta skupiałaby na zasadzie dobrowolności podmioty gospodarki turystycznej Świnoujścia, a więc nie tylko noclegowe, gastronomiczne, biura i atrakcje turystyczne, ale także przewoźników i/lub wybrane sklepy. Turyści otrzymywaliby spersonalizowaną kartę (fizyczną lub elektroniczną) na oznaczony czas. Podstawowym warunkiem jej otrzymania będzie uiszczenie opłaty uzdrowiskowej i udokumentowanie tego działania. Posiadanie karty uprawniałoby do określonych korzyści (m.in. zniżki na usługi według przygotowanego regulaminu). Główną korzyścią mogłoby być bezpłatne korzystanie z komunikacji na terenie miasta oraz wstęp do atrakcji turystycznych i udział w wydarzeniach w zamian za każdy opłacony</p>

	<p>dzień opłaty uzdrowskiej. Skłoniłoby to turystów do pozostawiania swoich samochodów przynajmniej na obrzeżach Dzielnicy Nadmorskiej i ograniczyłoby ruch samochodowy w tym obszarze. Tym samym Urząd Miasta Świnoujście będzie miał większą kontrolę nad pobieraniem opłaty uzdrowskiej (pożądanym rezultatem będzie zabicie turystów w różnych obiektach o możliwość uiszczenia opłaty) i możliwość pozyskania informacji statystycznych o przebywających turystach.</p>
Zadania	<p>Zadania związane z realizacją programu są następujące:</p> <ul style="list-style-type: none"> - przygotowanie założeń i projektu regulaminu w celu zainteresowania partnerów, - wewnętrzne regulacje w zakresie zwolnienia turystów z opłat za bilety komunikacji miejskiej i ewentualnej zniżki na parkingi, - promocja wśród podmiotów branży turystycznej i innych branż obsługujących turystów, - pozyskanie partnerów zapewniających korzyści dla turystów, - dopracowanie zasad uzyskania i posługiwania się kartą, - ustalenie warunków i sposobów rozliczania świadczonych usług, - promocja karty i prezentacja korzyści z jej posiadania (działania własne Urzędu Miasta Świnoujście i jednostek organizacyjnych, promocja w mediach, promocja poprzez partnerów), - ustalenie miejsc dostępu karty.
Realizatorzy	<p>Koordinator programu – Urząd Miasta Świnoujście (Wydział Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu).</p> <p>Wydziały Urzędu Miasta Świnoujście: Wydział Infrastruktury i Zieleni Miejskiej, Wydział Podatków i Opłat Lokalnych (wydział odpowiedzialny za rozliczanie inkasentów opłaty uzdrowskiej, Wydział Księgowości).</p> <p>Jednostki Organizacyjne Miasta Świnoujście: Komunikacja Autobusowa Sp. z o.o., Miejski Dom Kultury, OSiR „Wyspiarz”, Muzeum Rybołówstwa Morskiego</p> <p>Partnerzy: ŚOT, podmioty niezrzeszone w ŚOT.</p>
Termin realizacji	2020-2029
Źródła finansowania	<p>Środki własne Miasta Świnoujście.</p> <p>Środki z dotacji uzdrowskiej, zgodnie z punktami 2, 3 lub 4 art. 46 ustawy z dnia 28 lipca 2005 r. o lecznictwie uzdrowskim, uzdrowskach i obszarach ochrony uzdrowskiej oraz o gminach uzdrowskich (Dz.U. z 2016 r., poz. 879 ze zm.).</p> <p>Środki inwestorów prywatnych.</p> <p>Ewentualnie środki unijne.</p>
Ocena możliwości realizacji i wpływ na osiągnięcie wizji	<p>Realizacja programu zależy w pierwszej kolejności od decyzji o zapewnieniu turystom korzyści związanych z bezpłatnymi przejazdami komunikacją miejską, zwolnienie z opłat zwiedzających w Muzeum Rybołówstwa Morskiego i rabaty na inne usługi. Następnym czynnikiem sukcesu jest pozyskanie partnerów do współpracy, którzy zapewnią preferencyjne warunki (cenowe i pozacenowe) korzystającym z ich usług. Realizacja programu zwiększy bezpieczeństwo (m.in. komunikacyjne i środowiskowe) pobytów w Świnoujściu. Dzięki ograniczeniu ruchu samochodowego generowanego przez turystów uwiarygodni ideę kurortu-parku i nowoczesnego uzdrowska, co jest rdzeniem wizji rozwoju turystycznego.</p>

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

3.5.3 Programy działań – programy uzupełniające

Dodatkowo proponowane są następujące programy działań:

- Program Kuźnia Kadr dla Turystyki,
- Program Współpracy Turystycznej,
- Program Świnoujście Wellness.

4 Rekomendacje i scenariusze w zakresie rozwoju produktów turystycznych Świnoujścia

Niniejszy rozdział poświęcony jest doprecyzowaniu koncepcji rozwoju produktów turystycznych Świnoujścia, zgodnie ze strukturą celów i zadań zawartych w celach strategicznych. W założeniach do programowania rozwoju produktów turystycznych Świnoujścia uwzględniono dotychczasowe działania w tym zakresie. Określono kluczowe obszary dla markowych produktów turystycznych poprzez odniesienie do *Programu Rozwoju Produktu Turystycznego oraz Kreacji Marki Miasta Świnoujście*. W dalszej części rozdziału wskazano główne i uzupełniające segmenty turystów odwiedzających Świnoujście obecnie i w przyszłości, zebrano założenia dotyczące rozwoju wiodącego produktu turystycznego, jak również zaproponowano zestaw uzupełniających.

Markowy produkt turystyczny dzięki odpowiedniej filozofii funkcjonowania odróżnia się na tle konkurencji, dostarczając specyficznych korzyści motywujących konsumenta do zakupu. Elementem wspierającym taki produkt jest odpowiednia nazwa, wyróżniający zestaw cech, za pomocą których będzie on identyfikowany przez odbiorców, a także koncepcja pozycjonowania, która pozwala na wyróżnienie go na rynku spośród innych produktów konkurencyjnych destynacji turystycznych. Program markowych produktów turystycznych wychodzi z założenia, że „produkt turystyczny” to złożona konfiguracja różnych elementów oferty turystycznej, oparta o różne atrakcje, wydarzenia i imprezy turystyczne, zespolone usługami turystycznymi (usługa noclegowa, gastronomiczna, transportowa, przewodnicka). Markowy produkt turystyczny ma rozbudowaną strukturę, która osadzona jest na głównych wyróżnikach potencjału turystycznego Świnoujścia.

Program markowych produktów dla Świnoujścia opracowany powinien być w oparciu o prace diagnostyczne, jak również zadania zaplanowane w niniejszej *Strategii*. Proponowane markowe produkty turystyczne podzielono na dwie kategorie: wiodące i uzupełniające. Jako wiodące uznano kontynuację wdrażania wizji turystycznej miasta „**Świnoujście – nowoczesny, międzynarodowy kurort**”. Koncepcję tego produktu uzupełniono o zadania zaproponowane w niniejszej *Strategii*, jak również inne rozwiązania koncepcyjne. Zwiększające się zainteresowanie turystyką zdrowotną jest uznawane za jedno z najważniejszych zjawisk występujących na rynku usług turystycznych. Wynika to głównie z przemian demograficznych i rosnącej świadomości zdrowotnej.

Jako drugi wiodący produkt zaproponowano „**Wypoczynek, rekreacja, uprawianie sportów**”, który jest związany z bardzo dobrymi warunkami dla rodzinnego, aktywnego wypoczynku (największa w Polsce plaża, dobre warunki klimatyczne, liczne uzupełniające atrakcje).

Proponowane produkty dla Świnoujścia nawiązują do zidentyfikowanych w diagnozie form turystyki rozwijanej w tym mieście. Dominującą formą jest turystyka rekreacyjna (wypoczynkowa). Nawiązuje do niej produkt „Wypoczynek, rekreacja, uprawianie sportów” jako jeden z dwóch głównych produktów turystycznych Świnoujścia. Drugim jest produkt związany z turystyką zdrowotną, zarówno uzdrowską, medyczną jak pobytemi spa/wellness nazwany jako „Poprawa zdrowia i urody”. Do osób korzystających z tych podstawowych produktów adresowany jest produkt uzupełniający, umożliwiający poznanie miasta, jego historii, zabytków i innych atrakcji, jakim jest oferta „Świnoujście - wędrówka w czasie i przestrzeni”. Zaspokaja on potrzeby osób zainteresowanych turystyką kulturową i krajoznawczą. Dodatkowymi produktami, które wymagają wsparcia na etapie kreacji jest produkt przeznaczony dla osób zainteresowanych pobytem w gospodarstwie agroturystycznym, opcjonalnie połączonym z bliskim kontaktem z przyrodą czy „Agro i Ekoturystyka”. Dla miłośników turystyki przygodowej oraz organizatorów imprez incentive kierowany jest ostatni z proponowanych produktów - „Jak przygoda to w Świnoujściu”.

Tabela 10: Produkt turystyczny „Wypoczynek, rekreacja, uprawianie sportów”

STAN OBECNY - produkt rozwinięty, oferta rozproszona		
Elementy produktu	Walory i atrakcje	Walory klimatyczne i mikroklimatu Krajobraz nadmorski wydmy i lagunowy Szeroka i długa plaża Wody powierzchniowe Obszary zielone - Park Zdrojowy, lasy
	Infrastruktura	Aqua Park Baltic Park Molo, Marina, Promenada Historyczna i Zdrowia, park linowy, korty tenisowe
Cechy produktu	Produkt dostępny dla wszystkich grup turystów, jako produkt uzupełniający lub główny (w tym wypadku zwłaszcza przyjazdy weekendowe lub jednodniowe gości krajowych).	
Lokalizacja w przestrzeni miasta	Wyspa Uznam z plażą, Wyspa Karsibór, Zalew Szczeciński i Zatoka Pomorska	
Zasoby miasta stanowiące niewykorzystany potencjał	Tereny sportowo – rekreacyjne Obiekty sportowe W szerokim zakresie oferta kulturalna miasta Wystawy, koncerty i inne wydarzenia Kursy, szkolenia, warsztaty Odnowa biologiczna w oparciu o obiekty spa/wellness Tereny zielone Akweny	
Możliwość poprawy (dostępność, organizacja, komunikacja z odbiorcą)	Organizacja specjalnych wydarzeń (np. degustacje, pokazy kulinarne, kiermasze, festyny, festiwale, koncerty) i imprez ogólnodostępnych Tworzenie miejskich gier terenowych Profilowanie oferty Poprawa organizacji zwiedzania Estetyzacja przestrzeni miejskiej Nastawienie prozdrowotne, w tym zdrowa żywność	
Możliwości działania na rzecz zmniejszenia sezonowości	Wzbogacanie kalendarza imprez i wydarzeń w okresie posezonym Tworzenie ścieżek edukacyjnych, gier terenowych Oferty tematyczne spędzania czasu wolnego (warsztaty, spotkania, tematyczne spacer, np. szlakiem willi uzdrowiskowych)	
Możliwości profilowania oferty celem poprawy komunikacji z odbiorcą	Świnoujście romantyczne Rowerem po Świnoujściu Zaprosz bliskich do Świnoujścia Świnoujście świąteczne Świnoujście rodzinne Weekend na Wyspach Zdrowia	
RYNKI DOCELOWE	Rodziny z dziećmi, młodzież, turyści indywidualni, żeglarze	
POTENCJAŁ PRODUKTU	Duży pod względem liczby korzystających	

Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne

Tabela 11: Produkt turystyczny „Poprawa zdrowia i urody”

STAN OBECNY – wiodący produkt turystyczny, rozproszona oferta		
Elementy produktu	Walory i atrakcje	Walory uzdrowiskowe Świnoujścia Tereny rekreacyjne Kliniki i przychodnie zdrowia Sanatoria Centra odnowy biologicznej
	Infrastruktura	Dobra dostępność komunikacyjna Obiekty noclegowe z ofertą leczenia lub odnowy biologicznej: - ogród sensoryczny, - strefy wellness, - nowy Dom Zdrojowy z pijalnią wód solankowych, - ogrody terapeutyczne, - grotta solna w przestrzeni Dzielnicy Nadmorskiej,

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029

Cechy produktu	Pobyty dłuższe lecznicze i weekendowe (spa/wellness)
Lokalizacja w przestrzeni miasta	Dzielnica uzdrowskowa na wyspie Uznam wraz z zapleczem turystyczno-uzdrowskowym
Zasoby miasta stanowiące niewykorzystany potencjał	Potencjał medyczny, np. kliniki dentystyczne, obiekty spa/wellness
Możliwość poprawy (dostępność, organizacja, komunikacja z odbiorcą)	Modernizacja i udostępnienie walorów uzdrowskowych miasta Estetyzacja i wyposażenie w infrastrukturę sportowo-rekreacyjną terenów zielonych Poprawa dostępności komunikacyjnej Spakietowanie i promocja rozproszonej oferty medycznej
Możliwości działania na rzecz zmniejszenia sezonowości	Rozwój produktu przyczyni się do zmniejszenia sezonowości (duży stopień niezależności od warunków atmosferycznych)
Możliwości profilowania oferty celem poprawy komunikacji z odbiorcą	Do Świnoujścia po zdrowie i urodę
RYNKI DOCELOWE	Osoby młode i starsze, emeryci z Niemiec, krajów skandynawskich, Polski Zachodniej
POTENCJAŁ PRODUKTU	Duży pod względem liczby korzystających

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Tabela 12: Produkt turystyczny „Świnoujście - wędrówka w czasie i przestrzeni”

STAN OBECNY - produkt słabo rozwinięty, wymaga komercjalizacji i organizacji		
Elementy produktu	Walory i atrakcje	Walory antropogeniczne - Latarnia Morska, kompleks fortyfikacji (Fort Anioła, Zachodni, Gerharda), architektura Parku Zdrojowego, wille i pensjonaty w Dzielnicy Nadmorskiej z XIX i XX w., Promenada Zdrowia, Podziemne Miasto, wieża widokowa po byłym kościele protestanckim Marcina Lutra, zabytkowe kościoły i kamienice, falochrony
	Infrastruktura	Muzeum Rybołówstwa Morskiego, Promenada Zdrowia, Port Wojenny, Terminal promowy, Gazoport, Forty
Cechy produktu	Produkt dostępny dla wszystkich grup turystów, jako produkt uzupełniający w czasie pobytów wypoczynkowych lub kuracyjnych a także dla korzystających z oferty agroturystycznej, turystyki aktywnej (przygodowej) Usługa przewodnika lokalnego	
Lokalizacja w przestrzeni miasta	Wyspa Uznam z Dzielnicą Uzdrowską, fortyfikacje	
Zasoby miasta stanowiące niewykorzystany potencjał	Zabytkowe wille Imprezy kulturalne na terenach fortecznych	
Możliwość poprawy (dostępność, organizacja, komunikacja z odbiorcą)	Organizacja wydarzeń kulturalnych (np. kiermasze, festyny, festiwale, koncerty) i imprez ogólnodostępnych przy najbardziej frekwentowanych atrakcjach Tworzenie miejskich gier terenowych Profilowanie oferty Poprawa organizacji zwiedzania Estetyzacja przestrzeni miejskiej Tworzenie szlaków tematycznych	
Możliwości działania na rzecz zmniejszenia sezonowości	Wzbogacanie kalendarza imprez i wydarzeń w okresie posezonalnym Oferty tematyczne spędzania czasu wolnego (warsztaty, spotkania, tematyczne spacer, np. szlakiem willi uzdrowskowych)	
Możliwości profilowania oferty celem poprawy komunikacji z odbiorcą	Świnoujście – historia wasza i nasza Szlakiem cesarskich willi Poznaj nowe oblicze Świnoujścia	
RYNKI DOCELOWE	Rodziny z dziećmi, młodzież, seniorzy, turyści indywidualni, turyści z Niemiec	
POTENCJAŁ PRODUKTU	Duży pod względem liczby korzystających	

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Tabela 13: Produkt turystyczny „Agro i ekoturystyka”

STAN OBECNY – produkt wymagający kreacji		
Elementy produktu	Walory i atrakcje	Walory krajobrazowe Wody powierzchniowe Obszary zielone - Park Zdrojowy, lasy Woliński Park Narodowy, rezerваты przyrody, obszary Natura 2000, pomniki przyrody Świat zwierząt Bogactwo ryb morskich i słodkowodnych
	Infrastruktura	Gospodarstwa agroturystyczne Nowy port rybacki
Cechy produktu	Produkt dostępny dla turystów zainteresowanych ekologią, pobytami agroturystycznymi jako produkt uzupełniający na przyjazdy weekendowe gości krajowych i zagranicznych	
Lokalizacja w przestrzeni miasta	Wyspa Karsibór, Łunowo i Przytór na wyspie Wolin (powstaje tam nowy port rybacki)	
Zasoby miasta stanowiące niewykorzystany potencjał	Tereny zielone Akweny	
Możliwość poprawy (dostępność, organizacja, komunikacja z odbiorcą)	Rozbudowa portu rybackiego Ułatwienia dla tworzenia gospodarstw agroturystycznych Estetyzacja przestrzeni miejskiej Nastawienie prozdrowotne, w tym zdrowa żywność Tworzenie Zagród Edukacyjnych	
Możliwości działania na rzecz zmniejszenia sezonowości	Wzbogacanie ofert w okresie posezonalnym dla wędkarzy Oferty tematyczne spędzania czasu wolnego (pokazy i warsztaty w gospodarstwach agroturystycznych, lekcje dla młodzieży szkolnej)	
Możliwości profilowania oferty celem poprawy komunikacji z odbiorcą	Weekend z wędką Lekcje natury Wypoczywaj w zgodzie z naturą W krainie torfu i źródeł natury	
RYNKI DOCELOWE	Rodziny z dziećmi, młodzież, turyści indywidualni, turyści krajowi i zagraniczni	
POTENCJAŁ PRODUKTU	Duży pod względem liczby korzystających	

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Tabela 14: Produkt turystyczny „Jak przygoda to w Świnoujściu”

STAN OBECNY - produkt wymagający kreacji		
Elementy produktu	Walory i atrakcje	Walory antropogeniczne Latarnia morska Kompleks fortyfikacji (Fort Anioła, Zachodni, Gerharda), Podziemne Miasto
	Infrastruktura	Strzelnica wojskowa Nabrzeża Port wojenny
Cechy produktu	Produkt dostępny dla osób zainteresowanych turystyką przygodową oraz dla organizatorów imprez Incentive, na zamówienie zakładów pracy czy wyspecjalizowanych organizatorów	
Lokalizacja w przestrzeni miasta	Kompleks fortyfikacji nad Świną, były port U-botów, Latarnia Morska	
Zasoby miasta stanowiące niewykorzystany potencjał	Imprezy kulturalne na terenach fortecznych	
Możliwość poprawy (dostępność, organizacja, komunikacja z odbiorcą)	Organizacja wydarzeń kulturalnych w obrębie fortyfikacji Tworzenie fortecznej gry terenowej Profilowanie oferty pod kątem specyficznych grup odbiorców	

Możliwości działania na rzecz zmniejszenia sezonowości	Organizacja incentive w okresie posezonowym
Możliwości profilowania oferty celem poprawy komunikacji z odbiorcą	Obrona twierdzy Z kart historii - odwiedziny królów Szwedzki epizod w twierdzy Za czasów Fryderyków Alianckie naloty
RYNKI DOCELOWE	Zakłady pracy, organizacje, organizatorzy imprez Incentive
POTENCJAŁ PRODUKTU	Średni pod względem liczby korzystających

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Uzupełniające produkty turystyczne do rozwinięcia podczas opracowywania strategii marketingu turystycznego:

„Świnoujście – Miasto Aktywności”:

- turystyka rowerowa,
- turystyka piesza,
- turystyka wodna.

„City Break w Świnoujściu”:

- zwiedzanie (atrakcje – muzea, zabytki),
- zakupy – szczególnie pasażerowie statków wycieczkowych,
- udział w imprezach kulturalnych, sportowych,
- rekreacja, zabiegi spa&wellness.

„Dziedzictwo Wasze i Nasze”:

- historia, pamiątki historyczne,
- turystyka sentymentalna,
- wspólne inicjatywy,
- euroregion.

„Powrót do natury”:

- birdwatching (obserwacja ptaków),
- park narodowy, rezerваты przyrody.

5 System wdrażania, monitorowania i finansowania *Strategii*

W poniższym rozdziale przedstawiono system wdrażania *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*. System ten określa zasady i procedury wdrożeniowe, organizację wdrożenia, ramowy harmonogram oraz źródła finansowe.

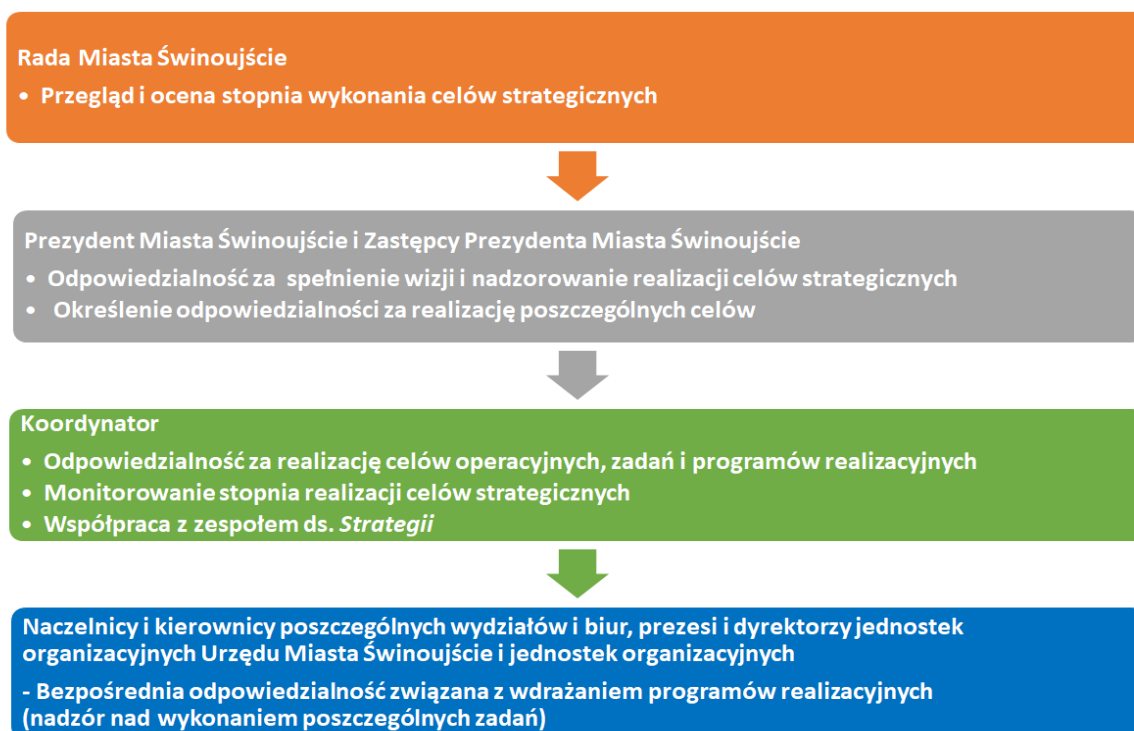
5.1 Struktura realizacji *Strategii*

Strategia zostanie uchwalona przez Radę Miasta Świnoujście i organ ten będzie sprawował całościowy nadzór nad realizacją. Pierwszym etapem zdefiniowania systemu wdrożenia *Strategii* jest wskazanie osób i podmiotów odpowiedzialnych za realizację. Za opracowanie systemu będzie odpowiadała osoba wyznaczona przez Prezydenta Miasta Świnoujście.

Na poziomie strategicznym za jej wdrażanie odpowiedzialni będą: Prezydent Miasta Świnoujście (nadzór całościowy nad spełnieniem wizji i realizacją celów strategicznych).

Na poziomie operacyjnym za realizację zaplanowanych przedsięwzięć i monitorowanie stopnia osiągnięcia poprzez nie celów strategicznych odpowiedzialny jest koordynator wyznaczony przez Prezydenta Miasta Świnoujście. Współpracuje on z Zastępcami Prezydenta Miasta Świnoujście i składa raport z monitorowania stopnia realizacji *Strategii* oraz raporty ewaluacyjne. Koordynuje wdrażanie celów operacyjnych, działań, zadań i programów realizacyjnych. Koordynator odpowiada za współpracę i komunikację z zespołem ds. strategii oraz z naczelnikami innych wydziałów i kierownikami biur Urzędu Miasta Świnoujście, a także jednostkami organizacyjnymi, które są operacyjnie odpowiedzialne za realizację poszczególnych zadań. Ponadto koordynator pełniłby rolę kierownika (koordynatora) tego zespołu (schemat na rysunku 7). Rekomendowane jest także ustanowienie koordynatorów poszczególnych celów strategicznych.

Rysunek 7: Schemat realizacji *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Realizacja celów strategicznych i spełnienie wizji rozwoju wymagają zapewnienia szerokiej współpracy pomiędzy Urzędem Miasta Świnoujście, jednostkami organizacyjnymi i podmiotami branży turystycznej, jak również innymi podmiotami zaangażowanymi pośrednio w obsługę ruchu turystycznego.

Prezydent Miasta Świnoujście ustala zakres obszarów tematycznych, za które będą odpowiedzialni jego Zastępcy, naczelnicy poszczególnych wydziałów, kierownicy biur, a także prezesi i dyrektorzy jednostek organizacyjnych. Zakres ten powinien odpowiadać zapisom Regulaminu Organizacyjnego Urzędu Miasta wraz z załącznikami¹⁸. Realizacja *Strategii* opierać się będzie na:

- podejmowaniu działań wynikających z celów strategicznych, zgodnie z kompetencjami samorządu na poziomie gminnym i powiatowym,
- działaniach opartych na zasadach partnerstwa publiczno-prywatnego (z udziałem prywatnych inwestorów),
- koordynacji i aktywnym zaangażowaniu się w działania podmiotów prywatnych (kapitał prywatny), w przypadku realizacji zamierzeń wypełniających cele *Strategii*,
- działaniach opartych na współpracy ze stowarzyszeniami i fundacjami działającymi w obszarze turystyki, kultury i sportu,
- działaniach opartych na współpracy z innymi partnerami samorządowymi.

Cele strategiczne mają zróżnicowany stopień istotności. Hierarchizacja celów strategicznych oraz przypisanych do nich zadań wynika z wpływu na spełnienie wizji. Cele strategiczne można podzielić na trzy kategorie:

- cele i przypisane do nich zadania niezbędne do realizacji *Strategii*, niezależnie od uwarunkowań finansowych (są to cele: 1.1., 1.3., 2.1., 2.2., 2.3., 3.3. 4.1., 4.2. i 4.3.),
- cele i przypisane do nich zadania istotne z punktu widzenia założeń *Strategii*, wspierające osiągnięcie celów z pierwszej kategorii (zaniechanie realizacji tych celów spowolni rozwój turystyki i może osłabić rezultaty realizacji celów wymienionych wcześniej, są to cele 3.1. i 3.2.),
- pozostałe cele i przypisane do nich zadania, które są istotne i mają wpływ na spełnienie wizji, jednak nie mają znaczenia priorytetowego, są to cele: 1.2., 1.3. i 4.3.

Istotnym czynnikiem sukcesu w realizacji będzie ustanowienie zespołu ds. strategii. W skład zespołu wejdą przedstawiciele Urzędu Miasta Świnoujście oraz jego jednostek organizacyjnych, którzy będą pracować w nim, w ramach powierzonych zadań. Tę funkcję można po uzgodnieniu rozszerzyć o zespół współpracujący przy opracowywaniu niniejszego dokumentu, w składzie powołanym przez Prezydenta Miasta Świnoujście. Zaletą takiego rozwiązania jest to, że członkowie zespołu znają kontekst i przebieg prac. Uczestniczyli w konsultowaniu diagnozy, przygotowaniu analizy SWOT, formułowaniu wizji i celów strategicznych. Zaangażowanie to powinno się przełożyć na utożsamianie się w założeniami *Strategii*, a tym samym włączenie się w prace realizacyjne. Do zadań zespołu należeć będzie:

- udział w opracowaniu planu prac związanych z realizacją *Strategii*,
- operacyjny podział kompetencji związanych z realizacją poszczególnych działań, zadań i programów realizacyjnych,
- powoływanie koordynatorów zadań i programów realizacyjnych,
- zgłaszanie rozwiązań w zakresie weryfikacji i dostosowania jej zapisów do zmieniających się warunków, możliwości i potrzeb,
- zgłaszanie koordynatorowi potrzeb i problemów w zakresie realizacji poszczególnych zadań,
- udział organizacyjny w przedsięwzięciach związanych z realizacją *Strategii*,
- dbanie o poparcie społeczne działań wynikających ze *Strategii*,

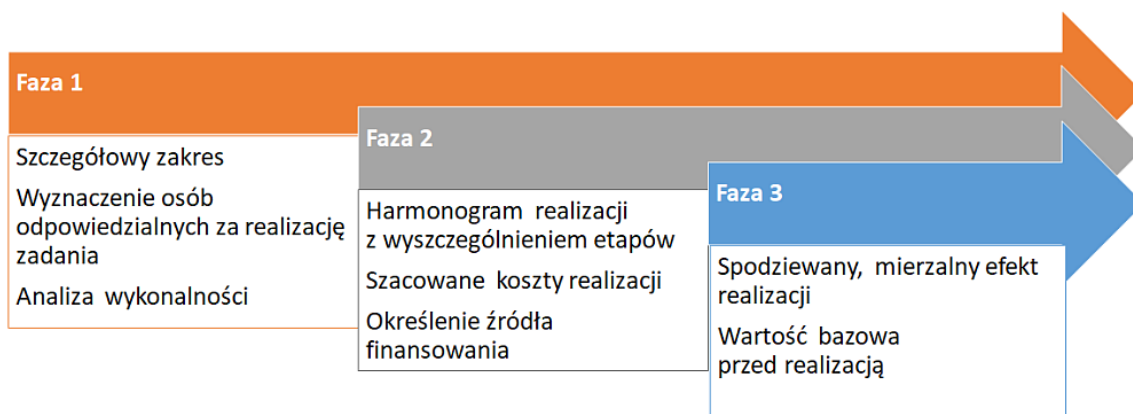
¹⁸ bip.um.swinoujście.pl/artukul/176/1127/regulamin-organizacyjny-urzedu-miasta (dostęp 19.08.2019).

- promocja *Strategii* poprzez działania własne.

Należałoby ustanowić koordynatorów celów strategicznych oraz poszczególnych zadań i programów realizacyjnych, jakie zaproponowane zostały na tym etapie prac nad *Strategią*.

Realizacja *Strategii* na poziomie operacyjnym (cele operacyjne, działania, zadania, programy realizacyjne) powinna wyglądać następująco (rysunek 8).

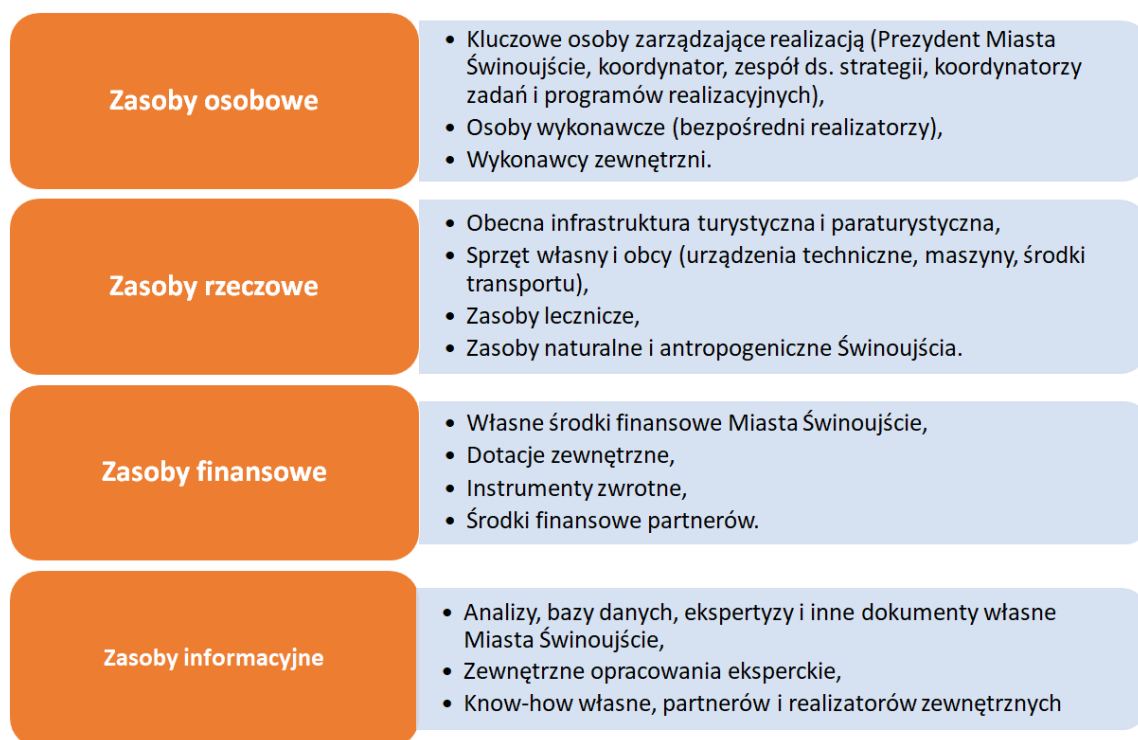
Rysunek 8: Proces planowania operacyjnej realizacji *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Realizacja *Strategii* wymaga zgromadzenia i wykorzystania zasobów: własnych i zewnętrznych. Charakterystykę niezbędnych zasobów przedstawiono poniżej (rysunek 9).

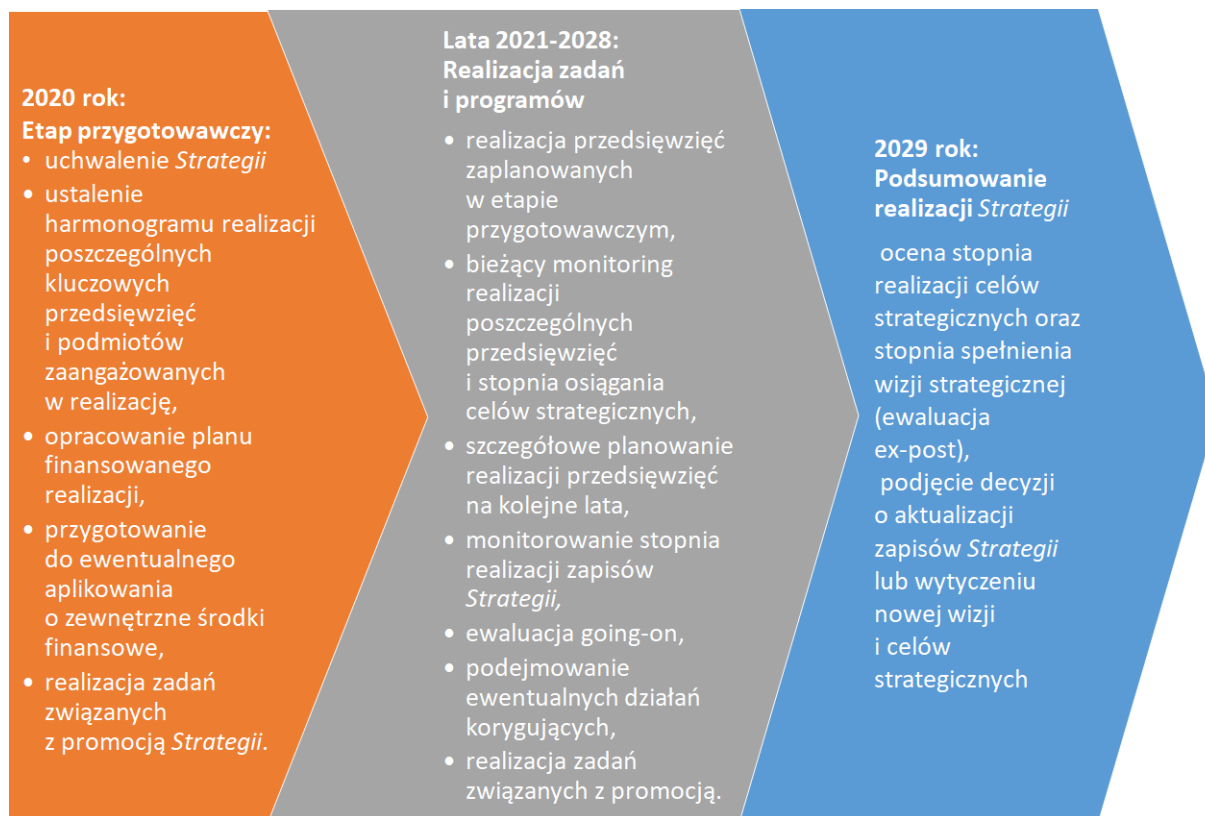
Rysunek 9: Zasoby potrzebne do realizacji *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Strategia powinna zostać zrealizowana w przewidzianym okresie, tj. do 2029 roku. Do tego czasu powinny zostać zrealizowane cele strategiczne i spełniona wizja rozwoju miasta w obszarze turystyki. Realizacja przebiegać będzie w trzech etapach: przygotowawczym, właściwych prac wdrożeniowych i podsumowania (rysunek 10).

Rysunek 10: Ramowy harmonogram realizacji *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*



Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne

5.2 System monitorowania i ewaluacji *Strategii* wraz ze wskaźnikami

Monitorowanie i ewaluacja realizacji *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029* oparte będą na wskaźnikach realizacyjnych. Dla każdego celu strategicznego przyporządkowane zostały wskaźniki, które będą wykorzystane do monitorowania i ewaluacji postępu wdrażania programu. Umożliwi to nie tylko właściwe monitorowanie realizacji działań i zadań, ale da także podstawę do dokonania ewaluacji realizacji *Strategii*. Główne założenia monitoringu przedstawiono poniżej (tabela 15).

Tabela 15: Założenia systemu monitorowania *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*

Obszar monitoringu	Opis
Decyzyjność	Prezydent Miasta Świnoujście wskaże osobę koordynatora wdrażania, który odpowiada bezpośrednio przed Prezydentem Miasta Świnoujście.
Odpowiedzialność	Komórką odpowiedzialną za monitoring jest właściwy wydział, co określi zarządzenie Prezydenta Miasta Świnoujście.
Realizacja	Właściwy wydział będzie prowadził monitoring i analizę kluczowych parametrów i uwarunkowań rozwoju oraz bieżącej realizacji <i>Strategii</i> i sporządzał informacje o poszczególnych programach, zadaniach i działaniach.
Zakres	Monitoring dotyczyć będzie poszczególnych przedsięwzięć (konkretne projekty), zadań składających się z grupy przedsięwzięć i działań (zgodnie z przedstawioną wcześniej hierarchią procesu planowania strategicznego), jak również programów działań.
Narzędzia	Dla każdego zadania i działania przyporządkowane zostaną szczegółowe wskaźniki monitorujące, które będą odnosić się do wyższego poziomu, czyli do wskaźników realizacji celów strategicznych, które zaproponowane zostały w niniejszym dokumencie.
Ramy czasowe	Monitorowanie realizacji będzie przebiegać: <ul style="list-style-type: none"> - na bieżąco: po realizacji każdego projektu i zadania, - po każdym roku realizacji <i>Strategii</i> w zakresie przedsięwzięć, zadań i działań, równoległe do sprawozdania z realizacji budżetu, - w odniesieniu do działań, po zakończeniu ich realizacji, - w odniesieniu do programów realizacyjnych, które obejmują więcej zadań, działań i celów operacyjnych, - w odniesieniu do realizacji <i>Strategii Rozwoju Miasta na lata 2014-2020</i>.
Forma	Monitorowanie realizacji będzie obejmować: <ul style="list-style-type: none"> - raporty cząstkowe z realizacji projektów i zadań, - raporty roczne z realizacji <i>Strategii</i>, - ankiety opracowywane przez koordynatorów zadań i programów realizacyjnych, - karty realizacji przedsięwzięć, - ankiety wypełniane przez mieszkańców w zakresie realizacji dotyczących ich przedsięwzięć i zadań, - ankiety wypełniane przez mieszkańców w zakresie znajomości przez nich <i>Strategii</i>, oceny wpływu dokumentu na rozwój lokalny oraz zaangażowania w realizację zapisów <i>Strategii</i>, - raporty przygotowywane przez właściwy wydział zostaną przygotowane na podstawie innych wymienionych narzędzi.
Zatwierdzanie	Raporty z monitoringu zatwierdzane są przez: <ul style="list-style-type: none"> - Prezydenta Miasta Świnoujście (raporty roczne), - Radę Miasta Świnoujście (raporty roczne i raporty z ewaluacji międzyokresowej).

Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne

Poniżej (tabela 16) przedstawione zostały wskaźniki przyporządkowane do poszczególnych celów strategicznych.

Tabela 16: Wskaźniki realizacji celów strategicznych *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*

Wskaźniki	Wartość wskaźnika w roku bazowym ¹⁹	Źródło danych	Wartość/trend w roku docelowym
Cel strategiczny 1. Stworzenie w Świnoujściu atrakcyjnych warunków do życia i pracy w celu zapewnienia wysokiej jakości kadr dla turystyki			
Liczba projektów edukacyjnych adresowanych do branży turystycznej	0	Jak wyżej	5 projektów
Zwiększenie liczby mieszkańców pracujących w branży turystycznej	Brak danych	Dane PUP w Świnoujściu, Dane GUS Dane podmiotów turystycznych	Wzrost
Poprawa dostępności usług kulturalnych, sportowych, medycznych i komunikacyjnych	Brak danych	Dane własne Urzędu Miasta Świnoujście	Wzrost
Cel strategiczny 2. Rozwój bazy spędzania czasu wolnego oraz produktów turystycznych całorocznych i na nieogodę			
Zwiększenie liczby całorocznych atrakcji turystycznych	36	Dane własne Urzędu Miasta Świnoujście, Dane ŚOT	Do 45 atrakcji
Zwiększenie frekwencji biletowanych atrakcji turystycznych	Według danych z diagnozy	Jak wyżej	Do 20%
Liczba projektów miejskich związanych z tworzeniem i rewitalizacją infrastruktury turystycznej i paraturystycznej	12	<i>Wieloletnie Strategiczne Programy Operacyjne do Strategii Rozwoju Miasta</i>	Do 25 %
Liczba imprez i wydarzeń adresowanych do turystów poza sezonem	14	Dane własne Urzędu Miasta Świnoujście	Do 50%
Zwiększenie liczby obiektów lecznictwa uzdrowskiego	17	<i>Operat uzdrowskiowy dla Gminy Miasto Świnoujście – Korekta</i>	Do 30%
Zwiększenie wykorzystania walorów dla turystyki żeglarskiej i kajakowej	Brak danych	OSIR Wyspiarz	Wzrost
Wzrost długości szlaków turystycznych	123,6 km	Dane własne Urzędu Miasta Świnoujście	Do 10%
Wzrost długości ścieżek rowerowych i ciągów pieszo-rowerowych	32,6 km	Jak wyżej	Do 20%
Liczba produktów uzdrowskich tworzonych przez Miasto Świnoujście	3	Dane własne Urzędu Miasta Świnoujście	10 produktów
Poprawa estetyki Dzielnicy Nadmorskiej	Brak danych	Jak wyżej, Opinie branży turystycznej, Opinie turystów	Wzrost
Liczba stref wellness w przestrzeni miejskiej	3 (Plac Wolności, Promenada Zdrowia, Park Zdrojowy)	Dane własne Urzędu Miasta Świnoujście	8 stref
Cel strategiczny 3. Stworzenie zintegrowanej infrastruktury przyjaznego transportu publicznego i prywatnego umożliwiającego szybki i przyjazny dostęp do obiektów miejskich oraz atrakcji turystycznych			
Ograniczenie ruchu samochodowego w Dzielnicy Nadmorskiej	Brak danych	Monitoring własny Urzędu Miasta w Świnoujściu	Spadek

¹⁹ Jako rok bazowy przyjęto 2018 rok.

Zwiększenie liczby miejsc parkingowych i parkingów poza Dzielnicą Nadmorską	Według danych z WSPÓ	Dane z monitorowania realizacji <i>Strategii Rozwoju Miasta</i>	Wzrost
Działania związane z promocją Świnoujścia na lotniskach Heringsdorfie i Goleniowie	0	Dane własne Urzędu Miasta Świnoujście	Wzrost
Liczba inwestycji drogowych	Według danych z WSPÓ	Dane z monitorowania realizacji <i>Strategii Rozwoju Miasta</i>	Wzrost
Cel strategiczny 4. Wypracowanie mechanizmów współpracy w turystyce w zakresie jej rozwoju, promocji i informacji turystycznej oraz zapewnienia jakości obsługi turysty			
Zwiększenie liczby pracowników WPT	11 ²⁰	Dane własne Urzędu Miasta Świnoujście	wzrost
Poprawa wewnętrznej komunikacji pomiędzy wydziałami UM Świnoujście i jednostkami organizacyjnymi w zakresie turystyki	Brak danych	Jak wyżej	Wzrost
Opłata uzdrowskowa	8.534.026 zł ²¹	Jak wyżej	10,5 mln. zł
Dotacja dla ŚOT-u	125.000 zł	Jak wyżej	50%
Świnoujska Karta Turystyczna	0	Jak wyżej	1
Poprawa jakości obsługi turysty	Zadowolająca	Badania satysfakcji klientów	Wzrost
Poprawa współpracy środowiska turystycznego	Słaba	Jak wyżej	Wzrost

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Oprócz działań monitorujących realizację zadań i działań niezbędne jest przeprowadzanie okresowej ewaluacji (rysunek 11).

Rysunek 11: Schemat monitoringu i ewaluacji *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Ewaluacja ma dać odpowiedzi na następujące pytania dotyczące realizacji *Strategii*:

- Czy cele odpowiadają potrzebom?

²⁰ bip.um.swinoujście.pl/artukul/193/1142/wydzial-promocji-turystyki-kultury-i-sportu-wpt (dostęp: 20.09.2019).

²¹ Na podstawie danych zawartych w diagnozie rozwoju turystyki (załącznik 1 do niniejszej *Strategii*).

- Czy adresaci i partnerzy (głównie podmioty branży turystycznej) znają *Strategię* i utożsamiają się z nią?
- Czy to, co osiągnięto jest tym, co planowano?
- Czy *Strategia* spełniła oczekiwania adresatów i partnerów?
- Czy efekty działania są trwałe, długookresowe?
- Czy została spełniona wizja rozwoju przewidziana dla *Strategii*?

Rezultatem tego procesu będą raporty ewaluacyjne, przygotowywane na podstawie następujących źródeł:

- *Strategia Rozwoju Miasta na lata 2014-2020*,
- *Wieloletnie Strategiczne Programy Operacyjne*,
- inne dane i informacje wydziałów Urzędu Miasta Świnoujście i jednostek organizacyjnych,
- dane Głównego Urzędu Statystycznego,
- informacje i dane instytucji publicznych,
- dane i informacje pochodzące od branży turystycznej,
- badania ankietowe przeprowadzone wśród turystów,
- dane uzyskane innymi metodami badań bezpośrednich (np. spotkania i konsultacje z branżą turystyczną).

5.3 System komunikacji społecznej

Efektywne zarządzanie i skuteczna komunikacja wymaga stworzenia w pierwszej kolejności platformy komunikacyjnej pomiędzy partnerami wewnętrznymi, którzy mogą współpracować przy realizacji *Strategii*, jak również społeczeństwem lokalnym. W szerszym znaczeniu chodzi m.in. o: podmioty branży turystycznej, inne podmioty gospodarki turystycznej, organizacje pozarządowe, liderów lokalnych, społeczną reprezentację pracodawców, mieszkańców – obecnych i potencjalnych pracowników branży turystycznej oraz jednostki edukacyjne. Wymienione grupy należy traktować jako partnerów, współrealizatorów, a także odbiorców planowanych działań.

Przeprowadzona analiza pokazała, że działania tych podmiotów nie są ze sobą skoordynowane, co przekłada się na komunikację w ramach środowiska turystycznego. Należy przygotować mechanizmy zaradcze zawarte w działaniach antykrzysowych. Kluczowe znaczenie będzie miało zbudowanie i rozwój trójsektorowej platformy współpracy pomiędzy wszystkimi podmiotami uczestniczącymi w realizacji *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029* (wydziały Urzędu Miasta Świnoujście i jednostki organizacyjne, zespół ds. strategii, pozostałe podmioty środowiska turystycznego i okołoturystycznego) poprzez:

- opracowanie i wdrożenie zasad współpracy w ramach organizacji procesu zarządzania wdrożeniem,
- wypracowanie systemu komunikacji (bezpośrednia, pośrednia),
- stworzenie i systematyczną aktualizację bazy danych wszystkich interesariuszy projektu,
- zaplanowanie systematycznej komunikacji bezpośredniej (spotkania, warsztaty),
- stworzenie systemu komunikacji pośredniej w formie internetowej platformy komunikacyjnej,
- współpracę na poziomie operacyjnym w obszarze turystyki,
- wspólną realizację projektów,
- spójne reprezentowanie na zewnątrz.

Najbardziej adekwatnymi formami komunikacji w ramach zespołu ds. strategii będą:

- korespondencja e-mail z przekazywaniem jednoczesnej informacji do uzgodnionych osób,
- cykliczne spotkania robocze z bezpośrednimi partnerami,

- raportowanie pisemne z realizacji działań i zadań (raporty wysyłane on-line),
- korzystanie z szybkiego komunikatora dla osób zaangażowanych merytorycznie w realizację konkretnych zadań,
- wykorzystywanie w komunikacji portali społecznościowych (np. grupa tematyczna na profilach Facebook),
- szkolenia, warsztaty, seminaria, konferencje,
- zbudowanie dla celów realizacji *Strategii* internetowej platformy komunikacyjnej – intranetu.

W przypadku branży turystycznej najbardziej efektywnymi formami komunikacji będą:

- spotkania indywidualne,
- rozmowy telefoniczne,
- wysyłanie korespondencji tradycyjnej,
- szkolenia, warsztaty, seminaria, konferencje,

Należy równocześnie zachęcać przedsiębiorców turystycznych do wykorzystywania nowoczesnych form komunikacji, w tych korzystanie z e-maili i portali społecznościowych, z newslettera, jak również systemu informowania o ważnych wydarzeniach np. poprzez SMS-y.

5.4 Finansowanie *Strategii*

Podstawowymi źródłami finansowania zadań zaplanowanych w *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029* będą:

- budżet Miasta Świnoujście,
- fundusze celowe,
- inne fundusze w tym prywatne,
- środki budżetu państwa,
- środki pochodzące z instrumentów finansowych Unii Europejskiej, w szczególności fundusze europejskie.

Obecna perspektywa finansowa Unii Europejskiej dobiega końca. W 2020 roku, czyli po uchwaleniu *Strategii*, środki z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego, programów krajowych i inicjatyw wspólnotowych mogą być już niedostępne. Na chwilę obecną nowy budżet unijny jest opracowywany. Nie można wskazać źródeł zewnętrznych do finansowania przedsięwzięć, jakie zaplanowane zostały w *Strategii*.

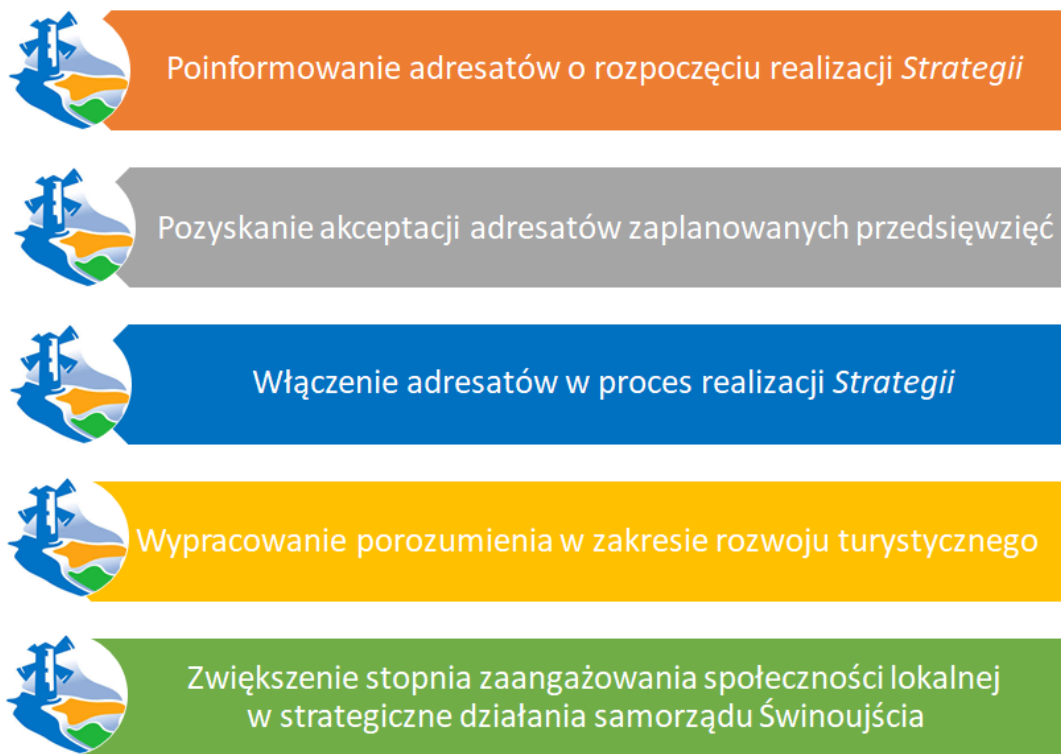
Na chwilę obecną można stwierdzić, że środki na realizację nowych zadań powinny pochodzić z budżetu Miasta Świnoujście, dotacji z opłaty uzdrowiskowej, innych funduszy celowych, a także źródeł partnerów i inwestorów turystycznych. Wcześniej zaplanowane i rozpoczęte zadania w obszarze rozwoju turystyki finansowane będą z zabezpieczonych/pozyskanych środków.

Niniejsza *Strategia* realizowana będzie pod warunkiem dostępności i zabezpieczenia środków na realizację w budżecie Miasta Świnoujście.

6 Plan promocji *Strategii*

Plan promocji *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029* obejmuje: cele promocji, adresatów, zakres przedsięwzięć (narzędzia i kanały), harmonogram i szacunkowy budżet oraz rezultaty i sposoby ich pomiaru. Cele w obszarze promocji *Strategii* przedstawiono poniżej (rysunek 12).

Rysunek 12: Cele promocji *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

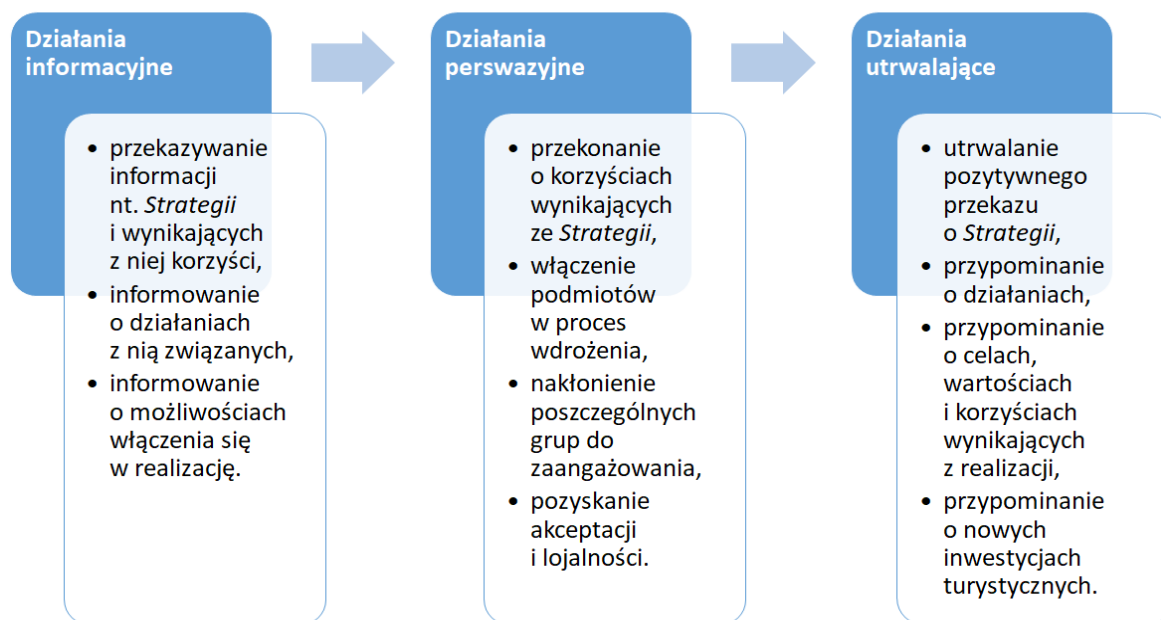
Adresatami działań promujących *Strategię* będą:

- podmioty dotychczas bezpośrednio zaangażowane w prace nad dokumentem (w ramach komunikacji wewnętrznej),
- potencjalni partnerzy i adresaci zaplanowanych przedsięwzięć,
- ogół społeczności lokalnej (mieszkańców Świnoujścia),
- media lokalne i regionalne,
- media branżowe,
- sąsiednie samorządy lokalne (powiatu kamieńskiego i jego gmin),
- partnerzy niemieccy (samorządowi i branżowi),
- instytucje i organizacje szczebla regionalnego i krajowego, które odpowiadają za wsparcie rozwoju turystyki,
- turyści (pośrednio, w ramach komunikowania pozytywnych zmian zachodzących w Świnoujściu w obszarze turystyki).

Promocja *Strategii* powinna mieć charakter zintegrowany, tj. obejmujący wiele inicjatyw (również takich, które są podejmowane przez podmioty niezwiązane z niniejszym projektem), adresatów działań, a także narzędzia i kanały. Zaproponowano formy promocji w ramach poszczególnych narzędzi (reklamy, public relations, promocji sprzedaży i marketingu bezpośredniego). Zaplanowano również budowanie relacji z partnerami i mediami.

Zakres promocji obejmuje: działania informacyjne, perswazyjne i utrwalające. Celem tych pierwszych jest poinformowanie o pracach nad *Strategią*, harmonogramie, przedsięwzięciach i spodziewanych rezultatach. Druga grupa działań ma wzbudzić zainteresowanie i zachęcić do włączenia się w realizację. Nie można zapominać o przypominaniu o realizacji *Strategii*. Jest to istotne ze względu na długą perspektywę czasową.

Rysunek 13: Zakres działań promujących *Strategię Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Promocja *Strategii* będzie prowadzona za pomocą narzędzi opisanych w tabeli 17. Szacunkowy koszt przedstawiono na podstawie średnich cen za tego typu usługi według analizy zasobów sieci internetowej na dzień 16.08.2019).

Tabela 17: Ramowy harmonogram działań promujących *Strategię Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*

Rodzaj narzędzia	Działania i zadania	Czas realizacji	Szacunkowy koszt
Strefa działań wizualnych	-prezentacja multimedialna <i>Strategii</i> zawierająca cele, założenia, zaplanowane działania i oczekiwane rezultaty,	2019 rok	1000 zł
	- zdjęcia dokumentujące prace nad <i>Strategią</i> i jej realizację	W miarę realizacji zaplanowanych przedsięwzięć	1000 zł
	- filmy pokazujące realizowane przedsięwzięcia,		2000 zł
	- plakaty reklamujące konkretne projekty.		2000 zł
Reklama oraz działania w internecie i nowych mediach	- wydruk <i>Strategii</i> w nakładzie pozwalającym na przekazanie najważniejszym interesariuszom,	2020 rok	4000 zł
	- ulotka/broszura zawierająca głównie założenia <i>Strategii</i> ,	2020 rok i 2028 rok	2000 zł
	- „mapa” działań na terenie Świnoujścia,	W miarę realizacji zaplanowanych przedsięwzięć	1000 zł
	- kampania miejska na nośnikach – przystankach i promach,	2020	5000 zł
- wywiady i inserty w mediach lokalnych,	W miarę realizacji zaplanowanych przedsięwzięć	2000 zł	

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029

	- artykuły, wywiady i inserty w mediach regionalnych, - audycje w radiu lokalnym i regionalnym, - cykl artykułów w mediach branżowych, - profil Strategii w mediach społecznościowych, - powiadomienia sms.	Jak wyżej Jak wyżej Na każdym etapie Stale, na każdym etapie W trakcie projektów	1000 zł 1000 zł 500 zł 1500 zł/rok
Marketing bezpośredni	- spotkania ze społecznością lokalną, - spotkania z udziałem ekspertów, - spotkania zespołów projektowych, komisje i sesje Rady Miasta Świnoujście, - promocja kluczowych przedsięwzięć inwestycyjnych na targach turystycznych, w galeriach handlowych, w przestrzeni miejskiej, - wydarzenia promocyjne w przestrzeni miejskiej dla mieszkańców i turystów, - „spacery strategiczne” z władzami Miasta Świnoujście prezentujące najważniejsze inwestycje turystyczne, - seminaria i warsztaty z mieszkańcami nt. realizacji przedsięwzięć zapisanych w Strategii, - konferencje i spotkania branżowe z udziałem gości i ekspertów, - wystawa ze zdjęciami kluczowych inwestycji turystycznych w Urzędzie Miasta oraz w przestrzeni miejskiej, - podobne wydarzenia realizowane przez partnerów w realizacji <i>Strategii</i> .	Na każdym etapie W trakcie realizacji projektów Jak wyżej i na etapie Monitorowania rezultatów W trakcie realizacji projektów Jak wyżej Po realizacji projektów Przed i w trakcie realizacji projektów Jak wyżej Po realizacji projektów Jak wyżej	W ramach działań własnych 1000 zł 5000 zł 5000 zł 2000 zł 5000 zł 5000 zł 2000 zł 1000 zł
Media i public relations	- artykuły, zdjęcia, prezentacje na stronie internetowej Miasta Świnoujście, - profil w mediach społecznościowych poświęcony Strategii (Facebook, Instagram, Tweeter), - study tour po Świnoujściu dla dziennikarzy mediów regionalnych i branżowych, - konferencje prasowe dla mediów, - media relations: relacje prasowe, materiały prasowe, artykuły sponsorowane, konferencje dla mediów branżowych, - newsletter dla branży turystycznej i mediów dot. realizacji <i>Strategii</i> .	W sposób ciągły W sposób ciągły W trakcie i po realizacji projektów Jak wyżej W sposób ciągły W sposób ciągły	1000 zł 3000 zł/rocznie 5000 zł 2000 zł 2000 zł 1000 zł/rok

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Rezultatami działań promocyjnych będzie:

- wzrost znajomości *Strategii* wśród adresatów bezpośrednich i pośrednich,
- wzrost zaangażowania adresatów w działania wdrożeniowe,
- wzrost zaangażowania i poparcia ze strony interesariuszy i grup oddziaływania.

Rezultaty działań promocyjnych będą mierzone w następujący sposób:

- podczas działań związanych z corocznym monitoringiem realizacji *Strategii*,
- podczas działań związanych z cykliczną ewaluacją *Strategii* podczas spotkań z różnymi grupami adresatów.

Skład zespołu biorącego udział w pracach nad *Strategią*

W opracowaniu *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029* wzięt udział zespół powołany zarządzaniem Prezydenta Miasta Świnoujście w składzie:

1. Paweł Sujka – Zastępca Prezydenta Miasta Świnoujście – *Przewodniczący Zespołu Roboczego*,
2. dr Wioleta Samitowska – Naczelnik Wydziału Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu - *Zastępca Przewodniczącego Zespołu Roboczego*,
3. Barbara Michalska - Zastępca Prezydenta Miasta Świnoujście – *Członek*,
4. Joanna Agatowska - Radna Rady Miasta Świnoujście – *Członek*,
5. Jan Borowski - Przewodniczący Komisji Gospodarki Morskiej Rady Miasta Świnoujście – *Członek*,
6. Wiesław Góreczny - Przewodniczący Komisji Uzdrawiskowej i Rozwoju Turystyki Rady Miasta Świnoujście – *Członek*,
7. Aneta Zdybel - Przewodnicząca Komisji Skarg, Wniosków i Petycji Rady Miasta Świnoujście – *Członek*,
8. Mirosława Gąsiorowska – Naczelnik Wydziału Rozwoju Gospodarczego i Obsługi Inwestorów – *Członek*,
9. Lidia Masłowska – Z-ca Naczelnika Wydziału Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu – *Członek*,
10. Joanna Smalc - Naczelnik Wydziału Urbanistyki i Architektury – *Członek*,
11. Lidia Miecznik – Kierownik Biura Informacji Turystycznej – *Członek*,
12. Arkadiusz Kusak - Inspektor Wydziału Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu – *Sekretarz Zespołu Roboczego*,
13. Piotr Piwowarczyk - Prezes Świnoujskiej Organizacji Turystycznej – *Członek*,
14. Bartosz Adranowski – Przedstawiciel Stowarzyszenia „Kierunek Świnoujście” – *Członek*,
15. Władysław Chmielewski – Cyrus Tours Sp. J. – *Członek*,
16. Janusz Chudzyński – Prezes Zarządu Hotelu Polaris – *Członek*,
17. Michał Faligowski – Hotele i Turystyka Michał Faligowski – *Członek*,
18. Ewelina Iwańczyk – Członek Zarządu Świnoujskiej Organizacji Turystycznej – *Członek*,
19. Piotr Kośmider – Prezes Oddziału Północnej Izby Gospodarczej w Świnoujściu – *Członek*,
20. Paweł Kotowicz – Przedstawiciel Zdrojowa Invest & Hotels – *Członek*.

Podmioty branży turystycznej uczestniczące w konsultacjach społecznych

Udział w konsultacjach społecznych wzięli przedstawiciele przedsiębiorców, w tym z branży turystycznej oraz organizacji pozarządowych i instytucji kultury, turystyki i sportu:

1. Apartament Na Wyspie,
2. Biuro Turystyki Skandynawskiej Fregata,
3. Centrum Usługowo – Doradcze w Euroregionie POMERANIA,
4. CIROKO,
5. Cyrus Tours Sp. J.,
6. DW Warszawianka,
7. Fort Anioła,
8. Fort Gerharda – Muzeum Obrony Wybrzeża,
9. Fregata – Biuro Turystyki Skandynawskiej,
10. Hampton by Hilton,
11. Hotel Ewerdin,
12. Hotel Gold Senator,
13. Hotel Interferie Medical Spa,
14. Hotele i Turystyka Michał Faligowski,
15. Hotel Polaris,
16. Hotel NAT Rybniczanka,
17. Hotel Trzy Wyspy,
18. Karczma Rybaczówka,
19. Muzeum Rybołówstwa Morskiego,
20. Ośrodek Sportu i Rekreacji „Wyspiarz”,
21. Żegluga Świnoujska,
22. Północna Izba Gospodarcza,
23. PTTK,
24. Restauracja Krewetka,
25. Restauracja Prochownia,
26. Sanatorium Uzdrowskie Energetyk,
27. Świnoujska Organizacja Turystyczna,
28. Towarzystwo Przyjaciół Świnoujścia,
29. Uzdrowisko Świnoujście S.A.,
30. Wyspa Skarbów,
31. Zdrojowa Invest Sp. z o.o.

Spis rysunków i tabel

Rysunek 1: Fazy analizy SWOT/TOWS turystyki w Świnoujściu	4
Rysunek 2: Priorytetowe obszary wsparcia rozwoju turystyki w Świnoujściu wynikające z analizy strategicznej SWOT/TOWS	6
Rysunek 3: Kierunki poszukiwania całościowego rozwiązania strategicznego dla rozwoju turystyki w Świnoujściu	7
Rysunek 4: Cele strategiczne Świnoujścia w obszarze turystyki	9
Rysunek 5: Wpisywanie się celów strategicznych w obszarze turystyki w cele operacyjne <i>Strategii Rozwoju Miasta Świnoujście na lata 2014-2020</i>	10
Rysunek 6: Cele operacyjne Świnoujścia w obszarze turystyki	11
Rysunek 7: Schemat realizacji <i>Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029</i>	33
Rysunek 8: Proces planowania operacyjnej realizacji <i>Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029</i>	35
Rysunek 9: Zasoby potrzebne do realizacji <i>Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029</i>	35
Rysunek 10: Ramowy harmonogram realizacji <i>Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029</i>	36
Rysunek 11: Schemat monitoringu i ewaluacji <i>Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029</i>	39
Rysunek 12: Cele promocji <i>Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029</i>	42
Rysunek 13: Zakres działań promujących <i>Strategię Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029</i>	43

Tabela 1: Kluczowe mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia w obszarze rozwoju turystyki w Świnoujściu .	4
Tabela 2: Macierz interakcji analizy SWOT/TOWS rozwoju turystycznego Świnoujścia	5
Tabela 3: Rozwinięcie i uzasadnienie wizji rozwoju turystyki w Świnoujściu	8
Tabela 4: Działania i zadania dla celu strategicznego 1. Stworzenie w Świnoujściu atrakcyjnych warunków do życia i pracy w celu zapewnienia wysokiej jakości kadr dla turystyki	12
Tabela 5: Działania i zadania dla celu strategicznego 2. Rozwój bazy spędzania czasu wolnego oraz produktów turystycznych całorocznych i na niepokogodę.....	15
Tabela 6: Działania i zadania dla celu strategicznego 3. Stworzenie zintegrowanej infrastruktury przyjaznego transportu publicznego i prywatnego umożliwiającego szybki i przyjazny dostęp do obiektów miejskich oraz atrakcji turystycznych.....	18
Tabela 7: Działania i zadania dla celu strategicznego 4. Wypracowanie mechanizmów współpracy w turystyce w zakresie jej rozwoju, promocji i informacji turystycznej oraz zapewnienia wysokiej jakości obsługi turysty ...	21
Tabela 8: Opis programu działania Świnoujście Kurort-Park 2029	24
Tabela 9: Opis programu działania Świnoujska Karta Turysty	26
Tabela 10: Produkt turystyczny „Wypoczynek, rekreacja, uprawianie sportów”	29
Tabela 11: Produkt turystyczny „Poprawa zdrowia i urody”	29
Tabela 12: Produkt turystyczny „Świnoujście - wędrowka w czasie i przestrzeni”	30
Tabela 13: Produkt turystyczny „Agro i ekoturystyka”	31
Tabela 14: Produkt turystyczny „Jak przygoda to w Świnoujściu”	31
Tabela 15: Założenia systemu monitorowania <i>Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029</i>	37
Tabela 16: Wskaźniki realizacji celów strategicznych <i>Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029</i>	38
Tabela 17: Ramowy harmonogram działań promujących <i>Strategię Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029</i>	43



STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI DLA MIASTA ŚWINOUJŚCIE NA LATA 2019-2029

część diagnostyczna
Stan na 30.06.2019



2BA doradztwo strategiczne

Spis treści

Wstęp	3
1. Uwarunkowania formalno-prawne rozwoju turystyki i opracowania strategii	4
2. Położenie, walory i atrakcje turystyczne	7
2.1 Charakterystyka i położenie Świnoujścia	7
2.2 Walory i atrakcje krajobrazowe oraz środowiska naturalnego	8
2.3 Walory i atrakcje antropogeniczne	12
2.4 Wydarzenia, imprezy i inne walory	15
3. Zagospodarowanie turystyczne i paraturystyczne	17
3.1 Infrastruktura noclegowa i gastronomiczna	17
3.2 Infrastruktura uzdrowiskowa	24
3.3 Infrastruktura plażowa	26
3.4 Infrastruktura turystyki biznesowej	28
3.5 Infrastruktura żeglarska i portowa	29
3.6 Infrastruktura rekreacyjno-sportowa	32
3.7 Infrastruktura i rozwiązania komunikacyjne	34
3.8 Infrastruktura szlaków turystycznych	38
3.9 Infrastruktura i rozwój turystyki w planach strategicznych Miasta Świnoujście	39
4. Infrastruktura społeczna, współpraca w turystyce w Świnoujściu, aktywność lokalna i wewnętrzne uwarunkowania rozwoju turystyki	42
5. Formy turystyki w Świnoujściu	46
5.1 Turystyka rekreacyjna (wypoczynkowa)	46
5.2 Turystyka zdrowotna	47
5.3 Turystyka aktywna i kwalifikowana	48
5.4 Turystyka kulturowa	49
5.5 Turystyka poznawcza	49
6. Marketing turystyczny	50
6.1 Klienci – nabywcy oferty turystycznej	51
6.2 Produkty turystyczne	56
6.3 Atrakcyjność cenowa i kanały dystrybucji oferty turystycznej	58
6.4 Promocja i wizerunek	61
7. Analiza otoczenia konkurencyjnego	65
8. Uwarunkowania zewnętrzne rozwoju turystyki w Świnoujściu	77
8.1 Uwarunkowania prawno-polityczne	77
8.2 Uwarunkowania ekonomiczno-gospodarcze	82
8.3 Uwarunkowania społeczne, demograficzne i kulturowe	83
8.4 Uwarunkowania techniczne, technologiczne i środowiskowe	84

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029

8.5	Analiza otoczenia zewnętrznego PEST i wnioski.....	86
9.	Spis rysunków.....	88
10.	Spis tabel.....	89

Wstęp

Poniższe opracowanie jest wstępną wersją diagnozy turystycznej służącej opracowaniu *Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*. Stanowi punkt wyjścia do dalszych prac, w tym przygotowania analizy SWOT, wniosków diagnostycznych oraz oceny sytuacji strategicznej Świnoujścia w obszarze turystyki. Będzie narzędziem do konsultacji z przedstawicielami branży turystycznej, Rady Miasta Świnoujście oraz poszczególnymi jednostkami Miasta Świnoujście i może być uzupełniana o uwagi, wnioski i rekomendacje wymienionych środowisk.

Przedstawiony materiał oparto przede wszystkim na analizie dostępnych danych zastanych. Można je podzielić na kilka grup: opracowania, informacje i dane własne Zamawiającego (plany rozwoju, raport z badań ruchu turystycznego z 2018 roku, sprawozdania z wykonania strategii rozwoju, absolutoria i budżety z lat 2013-2018, strategie i plany sektorowe, informacje gromadzone przez Wydział Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu, publikacje promocyjne), informacje pochodzące od branży turystycznej (informacje ze stron internetowych podmiotów oraz informacje Świnoujskiej Organizacji Turystycznej, publikacje promocyjne), dane Głównego Urzędu Statystycznego, dokumenty i publikacje Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, opracowania planistyczne Cesarskich Uzdrowisk i niemieckiej części Wyspy Uznam, dane instytucji rządowych (Ministerstwa Sportu i Turystyki oraz Polskiej Organizacji Turystycznej), dane dotyczące trendów rozwoju turystyki w Europie z uwzględnieniem specyfiki nadmorsko-portowo-uzdrowiskowej Świnoujścia. Wykorzystano również inne źródła, w tym analizę medialną (również mediów społecznościowych) i informacje pochodzące z wywiadów, przeprowadzonych z przedstawicielami Miasta Świnoujście i świnoujskiej branży turystycznej oraz wnioski z obserwacji.

Opracowanie podzielono na trzy części: analizę zasobów wewnętrznych – potencjału turystycznego Świnoujścia, analizę marketingową mikrootoczenia oraz analizę otoczenia w skali makro. Do analizy wykorzystano następujące narzędzia: analizę zasobów i kluczowych czynników sukcesu, metody relacyjne, analizę benchmarkingową, cykl życia produktu, analizę pięciu sił konkurencji, analizę potrzeb turystów, analizę PEST oraz metodę delficką. Prezentowane opracowanie powstało na zlecenie Miasta Świnoujście.

Diagnoza opracowana została w czerwcu 2019 roku, według danych zaktualizowanych na 30.06.2019 roku. Na podstawie stanu na ten moment opracowana została we współpracy z zespołem ds. strategii analiza SWOT. Dała ona podstawę do programowania rozwoju turystycznego Świnoujścia. Z tego względu nie aktualizowano w okresie pomiędzy 30.06.2019 a 12.11.2019 roku danych i informacji zawartych w diagnozie, ponieważ byłoby to nieoprawne pod względem metodologicznym.

1. Uwarunkowania formalno-prawne rozwoju turystyki i opracowania strategii

Ramy formalno-prawne rozwoju turystyki w Świnoujściu wyznaczają cztery obszary: związany otoczeniem unijnym, krajowym, regionalnym i lokalnym na poziomie Gminy Miasto Świnoujście. Uwarunkowania prawne obejmują: zagospodarowanie przestrzenne i nadzór budowlany, gospodarkę wodną, ochronę środowiska i przyrody, ochronę dóbr kultury, instytucje kultury, leśnictwo, łowiectwo, rolnictwo, transport i promocję. Wśród działań prawnych wymienić należy także i te, które dotyczą ochrony i rekultywacji poszczególnych elementów środowiska, eliminacji zagrożeń zewnętrznych wpływających na czystość wód powierzchniowych i podziemnych i jakość środowiska leśnego, a także ochrony środowiska przed agresywnymi formami turystyki.

Poziom unijny

Kluczowym aktem prawa unijnego jest Traktat Europejski, który wskazuje, że strona polska oraz unijna powinny intensyfikować i rozwijać wzajemną współpracę, w szczególności przez: wprowadzanie ułatwień w dziedzinie wymiany turystycznej, zwiększanie przepływu informacji (banki danych, sieci międzynarodowe), sprzyjanie przepływowi know-how w drodze szkoleń, programów wymiany, seminariów, realizację przedsięwzięć o charakterze międzynarodowym. W Traktacie Lizbońskim znajduje się zapis o zachęcaniu do tworzenia korzystnego środowiska dla rozwoju przedsiębiorstw w sektorze turystyki¹.

Unia Europejska poprzez swoje prawodawstwo wywiera wpływ na funkcjonowanie podmiotów branży turystycznej, tworząc dyrektywy związane tematycznie i nakładając w ten sposób na kraje członkowskie obowiązek dostosowania krajowego prawodawstwa do zawartych w nich wymogów. Dyrektywy związane tematycznie z turystyką mają głównie na celu ochronę praw konsumenta, jak również uznawanie uprawnień w zakresie zawodów związanych z turystyką. Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2302 z dnia 25 listopada 2015 roku w sprawie imprez turystycznych i powiązanych usług turystycznych, zmieniająca rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 i dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE oraz uchylająca dyrektywę Rady 90/314/EWG ustanawia szereg istotnych praw konsumentów w odniesieniu do zorganizowanego podróżowania, w szczególności w odniesieniu do wymogów informacyjnych, odpowiedzialności przedsiębiorców w związku z realizacją imprezy turystycznej².

Poziom krajowy

Art. 68 Konstytucji RP w ust. 5 zobowiązuje władze publiczne do popierania rozwoju kultury fizycznej m.in. poprzez rozwijanie różnych form turystyki aktywnej. Ustawa z dnia 6 grudnia 2006 roku o zasadach prowadzenia polityki rozwoju mówi, że „Strategie rozwoju powiatów i gmin wchodzących w skład związku metropolitalnego oraz ich programy rozwoju muszą być zgodne ze strategią rozwoju związku metropolitalnego”³ (Gmina Miasto Świnoujście należy do Stowarzyszenia Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego). W Ustawie z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym wskazano na konieczność opracowywania dokumentów o charakterze strategicznym ukierunkowujących realizację zadań pod kątem określenia najpilniejszych potrzeb społeczności lokalnej i kierunków zaangażowania środków finansowych.

Ustawa z dn. 29 sierpnia 1997 roku o usługach turystycznych stanowi podstawowy akt normatywny rangi ustawy regulujący zagadnienia turystyki. Określa ona warunki świadczenia przez przedsiębiorców usług turystycznych na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. Obwieszczenie Ministra Sportu i Turystyki z dnia

¹ europa.eu/european-union/law/treaties_pl (dostęp 12.06.2019).

² eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX%3A32015L2302 (dostęp 12.06.2019).

³ prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20062271658/U/D20061658Lj.pdf (dostęp 12.06.2019).

26 października 2017 roku w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Gospodarki i Pracy w sprawie obiektów hotelarskich i innych obiektów, w których są świadczone usługi hotelarskie precyzuje m.in. sposób prowadzenia ewidencji tych obiektów.

Ustawa z dnia 28 lipca 2005 roku o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych (określająca m.in. zadania gmin uzdrowiskowych), jak również Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 30 listopada 2006 r. w sprawie szczegółowych wymagań, jakie powinna spełniać jednostka uprawniona do wydawania świadectw potwierdzających właściwości lecznicze naturalnych surowców leczniczych, a także właściwości lecznicze klimatu (Dz. U. z dnia 19 grudnia 2006 roku) są istotne w kontekście posiadania przez Świnoujście statusu gminy uzdrowiskowej. Z kolei Ustawa z dnia 20 grudnia 1996 roku o portach i przystaniach morskich ustanawia port morski w Świnoujściu jako port o podstawowym znaczeniu dla gospodarki narodowej i jest istotna w kontekście znajdowania się atrakcji turystycznych na terenach przylegających do portu oraz rozwoju żeglugi pasażerskiej.

Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030 (KPZK 2030) nie odnosi się wprawdzie bezpośrednio do zagospodarowania turystycznego, ale w dokumencie tym jest mowa o Świnoujściu w kontekście inwestycji dotyczących poprawy dostępności do głównych polskich portów morskich⁴, modernizacji linii kolejowych E59 Świnoujście-Szczecin-Poznań-Wrocław-Opole-Chałupki (>Ostrawa) i CE59 Wrocław-Zielona Góra-Rzepin-Szczecin-Świnoujście⁵, budowy terminalu LPG dla gazu skroplonego w Świnoujściu (gazoportu), budowy stałego połączenia (tunelu) przez Świnę w Świnoujściu⁶ oraz modernizacji infrastruktury znajdującej się w mieście bazy militarnej marynarki wojennej⁷. Wymienione inwestycje poprawiają dostępność komunikacyjną Świnoujścia, ale rozwijają równocześnie funkcję przemysłową i militarną miasta, co może być zagrożeniem dla rozwoju turystyki.

Poziom regionalny

Uwarunkowania formalno-prawne rozwoju turystyki w Świnoujściu na poziomie regionalnym zawarte zostały w *Planie Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Zachodniopomorskiego. Uwarunkowania kształtowania polityki przestrzennej* podkreślają bliskość trzech metropolii: Berlina, Hamburga i Kopenhagi oraz duże znaczenie portów u ujścia Odry, w tym Świnoujścia⁸. Zwraca się uwagę na to, że Świnoujście leży w odległości 170 kilometrów od Ystad, jest głównym portem promowym o dużych perspektywach rozwoju, jak również portem wojennym. W kontekście turystyki jest mowa o walorach uzdrowiskowych i statucie uzdrowiskowym Świnoujścia oraz krajowej i europejskiej randze współpracy transgranicznej z Niemcami (również w obszarze gospodarczym, turystycznym i kulturalnym)⁹. W dokumencie odniesiono się do modernizacji linii kolejowych, drogi ekspresowej S3 oraz toru wodnego Szczecin-Świnoujście. Ponadto w Świnoujściu powstaje z funduszy TEN-T (22 437 167 Euro) nowe nabrzeże o długości 293 m i głębokości 13 metrów., będą wykonane nowe i przebudowane istniejące tory kolejowe, powstanie nowa rampa, zostanie zmodernizowana galeria pasażerska oraz zakupiony nowy sprzęt przeładunkowy¹⁰.

⁴ *Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa, 2011, s. 96.

⁵ *Ibidem*, s. 108.

⁶ *Ibidem*, s. 133.

⁷ *Ibidem*, s. 146.

⁸ *Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Zachodniopomorskiego. Uwarunkowania kształtowania polityki przestrzennej*, Regionalne Biuro Gospodarki Przestrzennej Województwa Zachodniopomorskiego w Szczecinie, 2018, s. 7.

⁹ *Ibidem*, s. 11- 13.

¹⁰ *Ibidem*, s. 146.

Miasto jest predestynowane do rozwoju turystyki morskiej, uprawianej w oparciu o plaże nadmorskie, a także przystanie jachtowe i przystanie żeglugi pasażerskiej¹¹. Istotne znaczenie turystyczne ma kompleks obiektów fortecznych u ujścia Świny i ich zagospodarowanie¹², jak również zabudowa uzdrowska, dawny zespół obiektów powojkowych, latarnia morska i zabytkowy układ urbanistyczny miasta. Podkreśla się, że Świnoujście leży na Obszarze Krajobrazu Kulturowego (OKK30) Zachodniopomorski Pas Nadmorski¹³. Świnoujście jest jednym z obszarów największej koncentracji ruchu turystycznego w regionie¹⁴.

Poziom lokalny

Istotne jest tworzenie i egzekwowanie prawa lokalnego i związane przede wszystkim w *Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Miasta Świnoujścia*, które określa: „Świnoujście jako polska część Euroregionu Pomerania charakteryzuje się pod względem gospodarczym dominacją dwóch gałęzi - gospodarki morskiej i turystyki wraz z funkcją uzdrowską. Obie funkcje gospodarcze są miastotwórcze”¹⁵. Do głównych kierunków zagospodarowania przestrzennego Świnoujścia zaliczyć należy m.in. zapewnienie warunków rozwoju przestrzennego przy zachowaniu walorów funkcji miejskich oraz uzdrowskich i turystycznych, środowiska naturalnego, kulturowego i krajobrazu, zindywidualizowanego lokalnie. Studium podkreśla, że Świnoujście ma ograniczone możliwości rozwoju terytorialnego, pomimo stosunkowo dużej ilości terenów niezurbanizowanych. Wynika to przede wszystkim z uwarunkowań przyrodniczych. Dlatego przewidywane jest większe wykorzystanie walorów przyrodniczych wysp Wolin i Karsibór. Świnoujście dysponuje 267,8 ha wolnych terenów przygotowanych do zurbanizowania¹⁶.

Uwarunkowania prawne rozwoju turystyki wynikają z zapisów zawartych w planach miejscowych zagospodarowania przestrzennego (m.in.: Uchwała nr LIX/439/2018 Rady Miasta Świnoujście z dnia 23 maja 2018 roku w sprawie uchwalenia miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego Gminy Miasto Świnoujście w rejonie ul. Wybrzeże Władysława IV, Uchwała Nr XXXV/269/2017 Rady Miasta Świnoujście z dnia 30 marca 2017 roku w sprawie zmiany miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego miasta Świnoujście dla Obszaru VI - Karsibór w rejonie ul. 1 Maja w kontekście rozwoju agroturystyki, Uchwała Nr XXIII/187/2016 Rady Miasta Świnoujście z dnia 30 czerwca 2016 roku w sprawie Miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego miasta Świnoujście w rejonie ulic: Jana Matejki, Stanisława Wyspiańskiego, Zbigniewa Herberta, czy Uchwała Nr XXIII/186/2016 Rady Miasta Świnoujście z dnia 30 czerwca 2016 roku w sprawie Miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego miasta Świnoujście w rejonie ulic: Hołdu Pruskiego, Monte Cassino, Piastowskiej, Marszałka Józefa Piłsudskiego)¹⁷. Uwzględnić należy również uchwałę Nr XVI/119/2015 Rady Miasta Świnoujście z dnia 26 listopada 2015 roku w sprawie ustalenia stawki opłaty uzdrowskiej i Uchwałę nr XLIV/367/2005 w sprawie przystąpienia Gminy - Miasto Świnoujście do stowarzyszenia p.n. Świnoujska Organizacja Turystyczna¹⁸.

¹¹ Ibidem, s. 23.

¹² Ibidem, s. 93.

¹³ Ibidem, s. 104.

¹⁴ Ibidem, s. 334.

¹⁵ *Zmiana Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Miasta Świnoujścia*, zespół pod kierunkiem autora prowadzącego dr inż. arch. Heleny Freino, Świnoujście, 2017, s. 8.

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ bip.um.swinoujście.pl (dostęp 13.06.2019).

¹⁸ Ibidem.

Wnioski:

W zakresie uwarunkowań formalno-prawnych na poziomie krajowym rozwój turystyki w Świnoujściu zdeterminowany jest przede wszystkim Ustawą o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz Ustawą o portach i przystaniach morskich, które określają ramy turystyki uzdrowiskowej i morskiej. Na poziomie lokalnym najistotniejszym punktem odniesienia jest *Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego Miasta Świnoujście*, które określa możliwości rozwoju turystyki i infrastruktury turystycznej w zakresie większego wykorzystania obszarów chronionego krajobrazu, czy przeznaczenia wolnych terenów inwestycyjnych na rozwój infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej dla turystów i mieszkańców.

2. Położenie, walory i atrakcje turystyczne

2.1 Charakterystyka i położenie Świnoujścia

Aktualne dokumenty planistyczne Miasta Świnoujście opisują szczegółowo położenie miasta i jego uwarunkowania przestrzenno-transportowe. Analizują zarówno zalety, jak i wady związane z położeniem.

Najważniejszym z nich jest *Strategia Rozwoju Miasta na lata 2014-2020. Raport o stanie Miasta*, będący załącznikiem do Strategii, podkreśla znaczenie tzw. renty położenia, która predestynuje Świnoujście do rozwoju portu, a następnie funkcji turystycznej i uzdrowiskowej. Rentę położenia uznano za jeden z motorów rozwoju miasta o randze ważności na poziomie 16,67% (trzecia pod względem ważności ranga liczona w punktach). Renta ta związana jest z usytuowaniem Świnoujścia przy ujściu Świny do Bałtyku, na 44 wyspach, nad Zatoką Pomorską i w bliskości obszarów cennych przyrodniczo. Równocześnie podkreślane jest położenie na styku korytarzy transportowych, biegnących z zachodu na wschód i z północy na południe¹⁹.

Operat Uzdrowiskowy Uzdrowisko Świnoujście zwraca z kolei uwagę na położenie na północno-zachodnim krańcu Polski na wyspach oraz sąsiedztwo miasta, którego północną granicą jest Morze Bałtyckie, zachodnią granicą z Niemcami, południową Zalew Szczeciński, a wschodnią gmina Międzyzdroje. Dokument podkreśla strategiczne znaczenie położenia na wyspach, w tym w szczególności na wyspie Uznam, gdzie znajduje się centrum miasta z jego historyczną zabudową, dzielnicą uzdrowiskową oraz zaplecze turystyczno-uzdrowiskowe. Część miasta na wyspie Wolin ma charakter przemysłowy związany z gospodarką morską. Funkcjonuje Gazoport i planowana jest jego rozbudowa, a także budowa portu kontenerowego. Jednocześnie obok znajdują się tereny cenne przyrodniczo. Rozwija się również zaplecze turystyczne (m.in. planowane są inwestycje: sieci hotelowej dr Irena Eris, firmy Energopol-Szczecin - zespół wypoczynkowo-hotelowy, Apart Park właściciela hotelu Cesarskie Ogrody - hotele Albus, Rubus i Lividus, inwestycja właściciela hotelu Atoł, kolejna inwestycja spółki Zdrojowa Invest - Sanatorium Uzdrowiskowe Jantar i spółki Uzdrowisko Świnoujście - Pomerania Baltica Spa). Wyróżnia się istotność dochodzącej drogi E-65, będącej częścią CETC-ROUTE65 – międzynarodowego korytarza wzdłuż Odry, łączącego Bałtyk z Adriatykiem. Karsibór – trzecia z zamieszkałych wysp Świnoujścia – jest zapleczem do rozwoju agroturystyki, turystyki przyrodniczej, wędkarstwa i sportów wodnych. Takie położenie stwarza wyjątkowo sprzyjające warunki do rozwoju turystyki i gospodarki morskiej²⁰.

Program Ochrony Środowiska dla Miasta Świnoujście na lata 2016-2019 z perspektywą na lata 2020-2023 uwypukla specyfikę Świnoujścia, związaną z położeniem na wyspach i związanym z tym procentowym udziałem

¹⁹ *Strategia Rozwoju Miasta na lata 2014-2020. Raport o stanie Miasta*, Świnoujście, 2013, s. 6.

²⁰ *Operat Uzdrowiskowy Uzdrowisko Świnoujście, część ogólna. Wersja po zmianie*, Świnoujście, 2018, s. 5.

wód w powierzchni miasta, które wynosi 53,7% i jest ewenementem w skali kraju. Podobnie jest z Deltą Świny, która jest deltą wsteczną²¹, co znacząco wpływa na charakter plaży świnoujskiej, będącej jednym z kluczowych walorów turystycznych miasta.

Wymienione programy i strategie zwracają uwagę na fakt, że jedyną łączność pomiędzy wyspami Uznam i Wolin zapewniają dwie przeprawy promowe. Stanowi to utrudnienie komunikacyjne dla mieszkańców i turystów, które nasila się szczególnie w sezonie letnim.

Wnioski:

Położenie Świnoujścia w przestrzeni geograficznej stanowi jeden z kluczowych walorów i jest magnesem szczególnie dla turystów niemieckich. Żadna inna turystyczna destynacja w Polsce nie charakteryzuje się takim położeniem. Jest ono eksponowane nie tylko w dokumentach planistycznych miasta, ale również w materiałach promocyjnych.

2.2 Walory i atrakcje krajobrazowe oraz środowiska naturalnego²²

Walory turystyczne Świnoujścia zostały wyczerpująco opisane i zdiagnozowane w przywoływanych powyżej dokumentach. W części dokumentu poświęconej atrakcyjności turystycznej miasta, oprócz walorów naturalnych i antropogenicznych przeanalizowano również stan i ochronę środowiska oraz dostępność komunikacyjną. Walory turystyczne inwentaryzują również wymienione wcześniej dokumenty planistyczne Miasta Świnoujście. Są one opisane także w publikacjach promocyjnych.

W walorach krajobrazowych i środowiska naturalnego wyróżnić należy te związane z położeniem nadmorskim i na wyspach, klimatem, wodami powierzchniowymi, walory przyrodnicze oraz uzdrowiskowe.

Klimat

W Świnoujściu występuje klimat morski z mniejszą amplitudą roczną temperatur niż w innych częściach Polski: zima jest cieplejsza, a lato chłodniejsze. Cechą charakterystyczną jest duża wilgotność powietrza spowodowana zawartością w nim cząsteczek wody morskiej przy stosunkowo niskich opadach (ok. 550 mm rocznie). Dzięki temu miasto ma specyficzny mikroklimat, sprzyjający rozwojowi funkcji turystycznej i uzdrowiskowej (na wyspie Uznam występuje pięć specyficznych mikroklimatów). Lato trwa od maja do września, a najcieplejszymi miesiącami są lipiec i sierpień ze średnią temperaturą wody morskiej ok. 24°C. Jest ona cieplejsza o ok. 7°C w porównaniu z otwartym morzem, co stanowi istotny atut z punktu widzenia turystyki. Noce latem są jaśniejsze, a dzień dłuższy niż w innych częściach kraju, natomiast klimat o tej porze roku jest dość zmienny z przewagą wiatrów, z zachodu.

Zmiany klimatyczne widoczne są również w Świnoujściu, co przejawia się występowaniem ekstremalnych zjawisk pogodowych, jak trąba powietrzna w 2010 roku. Wzrasta również zanieczyszczenie powietrza. Jest to spowodowane spalaniem złej jakości paliw w gospodarstwach domowych, emisją zanieczyszczeń przemysłowych (w tym działalności portowej) oraz transportowych. Przywoływany *Program Ochrony Środowiska dla Miasta Świnoujście* mówi o lepszej jakości powietrza w Świnoujściu w porównaniu z innymi rejonami województwa zachodniopomorskiego. Jakość powietrza jest istotna ze względu na status uzdrowiska.

²¹ *Program Ochrony Środowiska dla Miasta Świnoujście na lata 2016-2019 z perspektywą na lata 2020-2023*, Świnoujście, 2017, 33-34.

²² Punkt ten przygotowano na podstawie m.in. przywoływanych wcześniej strategii i programów Miasta Świnoujście, zasobów miejskiej strony internetowej oraz wydawnictw promocyjnych.

Krajobraz

W Świnoujściu występują dwa typy krajobrazu nadmorskiego: wydmy (Brama Świny) oraz lagunowy (Zalew Szczeciński). Szczególnie unikatowe i atrakcyjne turystycznie jest wybrzeże lagunowe, które w Polsce występuje jedynie na Pomorzu Zachodnim oraz przy Mierzei Wiślanej, nieopodal Elbląga. Natomiast wydmy przybrzeżne ciągną się równoległe do linii brzegowej oraz wysp deltowych położonych w delcie Świny. Są to brunatne, żółte i szare wały wydmy. Charakterystyczną cechą świnoujskiego wybrzeża wydmy jest szeroka piaszczysta plaża na wyspie Uznam, jedyna przyrastająca dzięki zjawisku „cofki” na polskim wybrzeżu. Stanowi ona jeden z największych walorów turystycznych miasta.

Rzeźba terenu jest uwarunkowana Świną i jej kanałami. Miasto leży na terenie wału pomorskiego i niecki szczecińskiej, a rzeźba terenu ma charakter polodowcowy. Oprócz wydmy wybrzeża jej wyróżnikami są: podmokłe łąki, trzcinowiska, kanały i rowy oraz wzgórza morenowe wysp Wolin i Uznam.

Wody powierzchniowe

Jak wspomniano wcześniej, zajmują one 53,7% powierzchni, na które składają się: Delta Świny wraz z odnogami (Mulnik, Stara Głębia, Byczy Rów), Zatoka Pomorska Morza Bałtyckiego i Zalew Szczeciński. Wyspy Wolin i Uznam podzielone są wodami Świny i Kanału Piastowskiego. Wsteczną deltę Świny tworzy archipelag kilkudziesięciu płaskich wodno-błotnych wysp i wysepek poprzecinanych kanałami i cieśninami. Jest on unikalny w skali Polski i stanowi atrakcję turystyczno-przyrodniczą o wybitnym znaczeniu. Największym walorem przyrodniczym Świnoujścia jest bezpośredni dostęp do Morza Bałtyckiego i jego wydmy wybrzeża z szeroką piaszczystą plażą. Na terenie miasta leży część jeziora Wicko Wielkie (40%), będące dawniej zatoką Zalewu Szczecińskiego, które znajduje się na obszarze Wolińskiego Parku Narodowego.

Wyspy

Niepowtarzalność i różnorodność krajobrazową Świnoujścia tworzą wyspy. Zamieszkane są trzy z nich (Uznam, Wolin i Karsibór). Pozostałe w archipelagu Świny są cenne ze względów przyrodniczych. Wyspę Uznam charakteryzuje szeroka plaża i wzgórza porośnięte lasami. Polska część wyspy Uznam leży w całości na terenie Świnoujścia i zajmuje powierzchnię 41 km² z 424 km². Powierzchnia wyspy jest w największym stopniu przekształcona i zagospodarowana turystycznie. Wolin jest największą polską wyspą, a na części należącej do Świnoujścia zlokalizowana jest otulina Wolińskiego Parku Narodowego. Tutaj znajduje się część przemysłowo-portowa miasta. Natomiast Karsibór jest najmniej przekształconą sztuczną wyspą. Większą część zajmują rozległe łąki zwane łęgami i pola, a około 4 km² zajmują lasy. Na obu wyspach znajdują się obszary cenne przyrodniczo.

Obszary zielone i chronione

Świnoujście jest miastem z dużym udziałem lasów (22,3% jego powierzchni), obszarów cennych przyrodniczo i urządzonej zieleni miejskiej (szczególnie na wyspie Uznam). Dominują lasy sosnowe. Oprócz nich występują sosnowo-bukowe, bukowe i brzoźowo-dębowe, w tym ponad 100-letnie. Lasy (z wyjątkiem komunalnych i prywatnych) mają charakter ochronny. Na wyspie Uznam występują bory sosnowe oraz świdne lasy (las mieszane z przewagą sosny). Do szczególnie cennych przyrodniczo należą lasy w południowej części wyspy Uznam i na wyspie Karsibór, w tym stare dęby nazywane drzewami Gustawa Adolfa – szwedzkiego króla, który zgodnie z legendą miał tutaj jeść śniadanie. W południowej części wysp Uznam i Wolin znajdują się torfowiska. Dużą część lasów, zwłaszcza na wyspie Uznam, uznano za nieprzydatne lub zamknięte dla rekreacji²³.

Dużą powierzchnię (15,5%) miasta zajmują obszary objęte prawną ochroną przyrody. Na 3052,05 ha aż 2499,21 ha przypada na Woliński Park Narodowy, 514,70 ha na zespoły przyrodniczo-krajobrazowe,

²³ Operat Uzdrawiskowy Uzdrawisko Świnoujście ..., s. 13.

a 38,14 ha na rezerваты przyrody. Wskaźnik ten dla województwa zachodniopomorskiego wynosi 21,8% i z powiatów nadmorskich wyższy jest jedynie w powiecie koszalińskim (20,5%).

Woliński Park Narodowy w części należącej do Świnoujścia obejmuje wsteczną deltę Świny wraz z wyspami (m.in. Wielki Krzek i Warnie Kępy) oraz jezioro Wicko Wielkie, które stanowią otulinę parku. Na terenie miasta znajduje się pięć obszarów Natura 2000. Jednym z nich jest obszar ochrony ptaków Delta Świny – jedno z najważniejszych naturalnych siedlisk ptaków w Polsce, Europejska Ostoja Ptaków, gdzie występuje ok. 240 gatunków, w tym 27 z Polskiej Czerwonej Księgi. Najcenniejsze gatunki to wodniczka i bielik. Delta Świny w 1993 roku uznana została „Krajobrazem Roku 1993-94”²⁴ przez Międzynarodowe Towarzystwo Przyjaciół Przyrody (Naturfreunde Internationale-NFI).

Specjalny Obszar Ochrony siedlisk Wolin i Uznam na terenie Świnoujścia obejmuje fragmenty wydm białych i szarych, lasu stosunkowo mało przekształconego przez człowieka, torfowiska, łąki i trzcinowiska, nadmorskie wrzosowiska oraz bory i lasy bagienne z bogatą roślinnością, w tym wiele gatunków prawnie chronionych, rzadkich i zagrożonych. Południową część wyspy Wolin porastają zioła i krzewy, w tym tarninowe, głogowe i różane, zaś wydmy bory sosnowe oraz roślinność wydmowa, jak mikołajek nadmorski i rokitnik. Na terenie obszaru leży ostoja ptasia o randze europejskiej Delta Świny. Pozostałe obszary Natura 2000 to: Specjalny Obszar Ochrony Siedlisk Ujście Odry i Zalew Szczeciński, Obszar Specjalnej Ochrony Ptaków Zalew Szczeciński oraz Obszar Specjalnej Ochrony Ptaków Zatoka Pomorska (leży na terenie wolińskiej części Świnoujścia w niewielkim fragmencie).

Na wyspie Uznam (przy ujściu Kanału Piastowskiego do Zalewu Szczecińskiego) utworzono rezerwat florystyczny o powierzchni 38,10 ha o nazwie Karsiborskie Paprocie porośnięty przez bujne 2-metrowe paprocie. Jest to największy na Pomorzu Zachodnim obszar występowania Długosza Królewskiego, który znany jest z legendy o kwiecie paproci. Należy wspomnieć również o Zespole Przyrodniczo-Krajobrazowym Torfowiska Uznamskie. Znajdują się tutaj torfowiska, wały wydmowe, stare lasy liściaste, w tym ponad 150-letnie drzewostany dębowe oraz liczne stanowiska gatunków roślin i zwierząt chronionych.

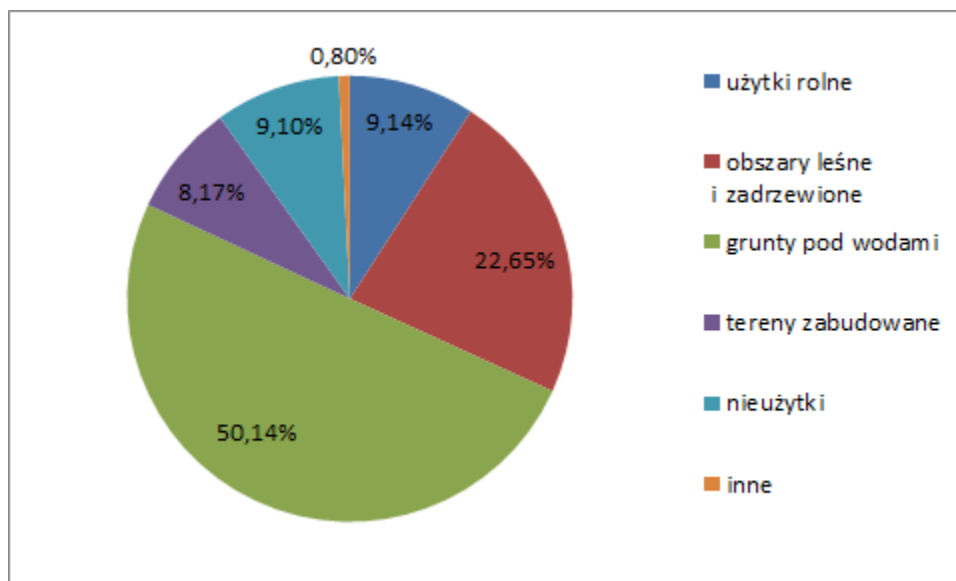
Miejską zieleń tworzy teren zrewitalizowanego Parku Zdrojowego, który pierwotnie został zaprojektowany przez Petera Josepha Lenne, projektanta ogrodów królewskich w Berlinie. Obecnie park stanowi atrakcyjne miejsce wypoczynku i rekreacji dla mieszkańców oraz turystów. Oprócz tego należy wspomnieć o Parku Chopina i Promenadzie Świnoujście. Na tej ostatniej rosną sztucznie nasadzone krzewy egzotyczne. Będą one również obecne na powstającej Promenadzie Zdrowia. Zieleń miejską dopełniają ogródki działkowe oraz obszar Cmentarza Komunalnego.

Na terenie Świnoujścia znajduje się 25 pomników przyrody, w tym 14 pojedynczych drzew, 3 krzewy i 8 grup drzew. Szczególnie licznie występują one w Parku Zdrojowym. Niektóre z nich mają oryginalne i malownicze nazwy, jak Korsarze – dwa cisy pospolite na rogu ulic Paderewskiego i Chopina, czy Żeglarze przed Kapitanatem Portu. Najszynniejszym pomnikiem przyrody na terenie miasta na wyspie Wolin jest Dąb Latarników o średnicy 205 cm i 23 m wysokości. Na wyspie Karsibór atrakcją jest 600-metrowa aleja dębowa oraz starodrzew na terenie zabytkowego cmentarza. Inne to: dęby Dwaj Kapitanowie, lipy Żony Marynarzy przy ul. Wybrzeże Władysława IV, platan klonolistny Cudzoziemiec przy ulicy Bohaterów Września, sosna Rodzina z opłotem bluszczu przy ulicy Matejki, wiązy Przemysłowicy w Parku Zdrojowym, dąb Szyper w Przytorze oraz jodła Elżbieta w Łunowie.

Świat zwierząt, oprócz ptaków, uzupełniają liczne gatunki chronione. Bogactwo ryb morskich (śledź, dorsz, makreła, szprot) i skorupiaków w wodach Zatoki Pomorskiej oraz ryb słodkowodnych w Zalewie Szczecińskim (płoc, leszcz, okoń, szczupak) są atrakcyjne dla wędkarzy. Na terenie miasta żyją lisy, sarny, zające, wiewiórki i dziki oraz największa w Polsce populacja chrząszcza jelonka rogacza.

²⁴ swinoujscie.pl/pl/contents/content/49/1064.

Rysunek 2: Struktura terenów Świnoujścia.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS za 2017 rok

Wnioski:

Świnoujście wyróżnia bogactwo walorów i atrakcji krajobrazowych oraz środowiska naturalnego. Najważniejsze z nich związane są z nadmorskim, wyspiarskim położeniem miasta i wynikającymi z tego różnorodnymi formami krajobrazu: szeroka piaszczysta plaża z ciepłą, czystą wodą Morza Bałtyckiego i bogate tereny leśne objęte różnymi formami ochrony przyrody.

Na drugim biegunie są walory uzdrowiskowe oraz klimatyczne. Zasoby te stwarzają wyjątkowe warunki do wypoczynku, rekreacji, regeneracji sił oraz kuracji zdrowotnych, jak również uprawiania turystyki przyrodniczej i aktywnej w bliskim kontakcie z naturą.

Atrakcje krajobrazowe i środowiska naturalnego są stosunkowo dobrze zagospodarowane oraz dostępne dla turystów i kuracjuszy. W szczególności chodzi o obszary cenne przyrodniczo, na których terenie wytyczono szlaki piesze, rowerowe i wodne, ścieżki edukacyjne i stworzono punkty widokowe.

2.3 Walory i atrakcje antropogeniczne²⁶

Analiza walorów antropogenicznych obejmuje przede wszystkim zabytki architektury i budownictwa, instytucje kultury (głównie muzealne) oraz wydarzenia i imprezy kulturalne i sportowe.

Jak podkreślali autorzy *Programu Rozwoju Produktu Turystycznego oraz Kreacji Marki Miasta Świnoujście*, potencjał antropogeniczny miasta związany jest z trzema historycznymi funkcjami miastotwórczym: rzeką i portem, twierdzą oraz kąpieliskiem nadmorskim - uzdrowiskiem. Każda z tych funkcji wpływa na obecny rozwój Świnoujścia w aspekcie turystycznym, gospodarczym, przestrzennym i społecznym oraz znajduje odzwierciedlenie w tym, co miasto ma do zaoferowania turystom.

²⁶ Punkt ten przygotowano na podstawie m.in. przywoływanych wcześniej strategii i programów Miasta Świnoujście, zasobów miejskiej strony internetowej oraz wydawnictw promocyjnych.

Zabytki architektury i budownictwa²⁷

W Świnoujściu znajduje się 39 obiektów wpisanych do rejestru zabytków nieruchomych, z wyłączeniem zabytków archeologicznych. Natomiast w gminnej ewidencji zabytków Miasta Świnoujście znajduje się 181 obiektów i 4 stanowiska archeologiczne²⁸. Miasto posiada zabytki budownictwa sakralnego, świeckiego i militarnego. Zostały one wyczerpująco opisane zarówno w publikacjach promocyjnych miasta, jak również na stronie internetowej. Są to m.in.:

- kościół Niepokalanego Poczęcia NMP w Karsiborze z ołtarzem z XV wieku i amboną z XVII wieku - najstarszy zabytek Świnoujścia,
- kościół Chrystusa Króla z XVIII wieku z zabytkowymi organami z 1927 roku oraz dwumetrowym wotywnym statkiem zawieszonym w 1814 roku,
- neogotycki kościół Matki Boskiej „Stella Maris” z końca XIX wieku, we wnętrzu, którego znajdują się witraże o dużej wartości artystycznej,
- fragmenty byłego kościoła protestanckiego garnizonowego Marcina Lutra z 1905 roku - obecnie wieża widokowa i kawiarnia,
- cmentarz ewangelicki z początku XX wieku,
- układ urbanistyczny Śródmieścia i Dzielnicy Nadmorskiej z zielenią,
- dawny ratusz, dziś siedziba Muzeum Rybołówstwa Morskiego,
- Kapitanat Portu przy ul. Wybrzeże Władysława IV,
- latarnia morska z 1858 roku – najwyższa latarnia na Wybrzeżu Bałtyckim,
- falochron zachodni ze Stawą Młyny w kształcie wiatraka,
- zespół zabudowy dawnej stoczni wraz z nabrzeżami Basenu Północnego i jego otoczeniem,
- budynek poczty przy ulicy Piłsudskiego,
- ciąg kamienic z przełomu XIX i XX wieku przy ul. Hołdu Pruskiego,
- wille i pensjonaty w Dzielnicy Nadmorskiej z przełomu XIX i XX wieku,
- muszla koncertowa przy promenadzie w Dzielnicy Nadmorskiej zbudowana w latach 20-tych XX wieku w miejsce dawnego pawilonu muzycznego,
- promenada zdrojowa (historyczna) - przedwojenny bulwar graniczący z dzielnicą uzdrowską,
- architektura zabytkowego Parku Zdrojowego zaprojektowanego przez Lennego,
- kompleks zabytkowych XIX- wiecznych fortyfikacji (Fort Anioła, Fort Zachodni, Fort Gerharda),
- Podziemne Miasto – Bateria Vineta,
- Bateria Göben,
- pomnik poświęcony lotnikom RAF-u,
- dawny basen U-botów,
- falochron centralny,
- wieże ciśnień,
- cmentarz komunalny przy ulicy Karsiborskiej objęty ochroną konserwatorską.

Inne

Wśród atrakcji antropogenicznych wymienić należy główne atrakcje turystyczne Świnoujścia wymienione powyżej oraz: port wojenny, port przemysłowy, terminal promowy, Gazoport PLNG, marinę, przeprawy promowe przez Świnę, Aquapark Baltic Park Molo, połączenie kolejowe UBB z niemieckimi miejscowościami uzdrowsko-wypoczynkowymi oraz budowaną obecnie na pasie pomiędzy wydmami Promenadę Zdrowia.

²⁷ Oprócz zabytków wpisanych do rejestru uwzględnione również takie obiekty, które są istotne ze względów wizerunkowych i jako atrakcje turystyczne (m.in. falochrony).

²⁸ Wykaz kart adresowych zabytków nieruchomych włączonych do gminnej ewidencji zabytków m. Świnoujście.

Tabela 1: Frekwencja w najważniejszych atrakcjach turystycznych (liczba odwiedzających) w latach 2011-2019²⁹.

Atrakcja turystyczna	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Fort Anioła	45000	45000	45000	45000	55000	55000	55000	50000
Fort Zachodni	15000	15000	15000	16000	25000	25000	25000	22000
Fort Gerharda	40000	28000	32000	36000	34000	34000	34000*	34000
Podziemne Miasto	-	-	-	16500	21000	21000	21000	21000
Muzeum Rybołówstwa Morskiego	24983	23949	15652	15681	15712	17244	16909	16071
Latarnia Morska	85000	66527	65384	68093	73727	67188	74536	78118
Woliński Park Narodowy	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	b.d.
Zagroda pokazowa Żubrów Wolińskiego Parku Narodowego	124274	116843	107265	110000	160000	b.d.	b.d	b.d
Marina (jachtodni)	5503	9049	9454	10397	7483	8945	9565	9371
Uznamska kolejka UBB	501400	497100	490200	495600	50 000	505000	507000	505000

Źródło: Dane GUS i UM Świnoujście. Według GPR Świnoujście Fort Gerharda odwiedza 60000 osób

Niestety, poprzez swoje położenia i trudności komunikacyjne, część z tych atrakcji jest liczniej odwiedzana przez turystów z wyspy Wolin

Instytucje kulturalne i sportowe

Najważniejszymi instytucjami samorządowymi kultury Świnoujścia są Miejski Dom Kultury jako główny organizator imprez kulturalnych, Miejska Biblioteka Publiczna i Muzeum Rybołówstwa Morskiego mieszczące się w dawnym ratuszu. Muzeum prezentuje historię miasta i rybołówstwa, fauny morskiej oraz organizuje wystawy stałe i czasowe.

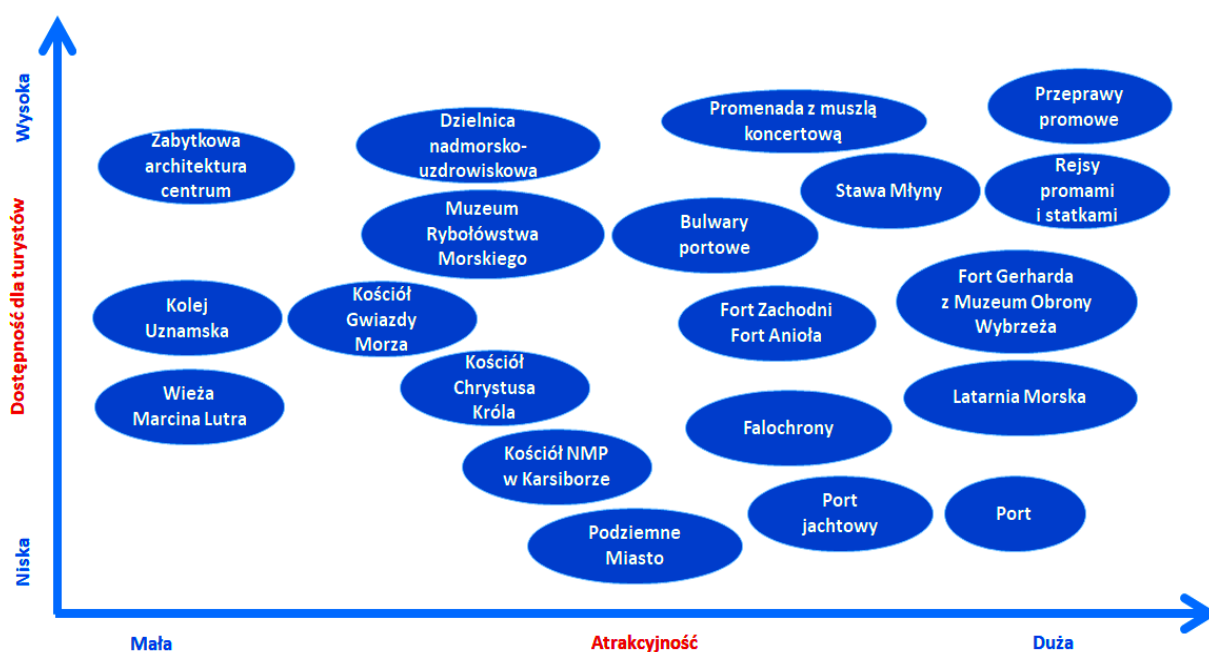
Instytucją kultury, z której oferty korzystają również turyści, jest Miejski Dom Kultury w Świnoujściu z filiami w Przytorze, Warszawie i Karsiborze. Podmiot posiada w swoich zasobach następujące obiekty stanowiące atrakcje i zaplecze turystyczne oraz będące składnikami innych produktów turystycznych i miejscami organizacji wydarzeń i imprez kulturalnych:

- Amfiteatr Miejski im. Marka Grechuty i Muszla Koncertowa, w których odbywają się wydarzenia i imprezy kulturalne adresowane również do gości przebywających w Świnoujściu,
- Galeria Art,
- Galeria Miejsce Sztuki 44.

Działalnością kulturalną i promocyjną zajmuje się także Towarzystwo Przyjaciół Świnoujścia, a skierowaną przede wszystkim na turystów - Świnoujska Organizacja Turystyczna. Ośrodek Sportu i Rekreacji „Wyspiarz” w Świnoujściu zarządza natomiast bazą sportową i turystyczną, stanowiącą również atrakcję turystyczną.

²⁹ Dla lepszego zobrazowania dynamiki frekwencji w atrakcjach wybrano dłuższą perspektywę czasową (lata 2011-2019).

Rysunek 3: Mapa atrakcyjności walorów i atrakcji antropogenicznych³⁰.



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Wnioski:

W Świnoujściu znajdują się atrakcje antropogeniczne związane przede wszystkim z portowym, fortecznym i uzdrowskim charakterem miasta. Najatrakcyjniejsze elementy to promenady wraz z nadmorsko-uzdrowską dzielnicą oraz portowy charakter wraz z przeprawami promowymi.

Na przestrzeni lat na atrakcyjności i popularności zyskały świnoujskie forty, w tym Fort Gerharda, w którym znajduje się Muzeum Obrony Wybrzeża. Uruchomiono również nowe atrakcje militarne, jak Podziemne Miasto – Bateria Vineta.

Utrudniony dostęp komunikacyjny do głównych atrakcji (Latarnia morska, Fort Gerharda, Bateria Vineta) nie sprzyja ich rozwojowi pomimo intensywnego wzrostu liczby turystów i posiadania dużego potencjału rozwojowego.

2.4 Wydarzenia, imprezy i inne walory³¹

Poniżej znajduje się zestawienie cyklicznych imprez i wydarzeń kulturalnych oraz imprez sportowych, finansowanych, bądź współfinansowanych przez miasto, które z uwagi na sposób i miejsce organizacji dają możliwość uczestniczenia w nich przez turystów odwiedzających Świnoujście i mogą stanowić element produktu turystycznego miasta. Dla poszczególnych imprez i wydarzeń podano organizatora, bądź współorganizatora oraz miesiąc odbywania się.

Największe imprezy i wydarzenia kulturalne

³⁰ Waloryzacji walorów i atrakcji krajobrazowych oraz środowiska naturalnego dokonano w oparciu o opinie z badania turystów w Świnoujściu z 2018 roku, frekwencji w atrakcjach turystycznych oraz wyniki cyklicznego badania ruchu turystycznego w województwie zachodniopomorskim uwzględniającego ranking atrakcji turystycznych.

³¹ Punkt ten przygotowano na podstawie m.in. przywoływanych wcześniej strategii i programów Miasta Świnoujście, zasobów miejskiej strony internetowej oraz wydawnictw promocyjnych.

- Wyspy Wielkanocne – Wielkanoc,
- Sail Świnoujście (organizator: Miasto Świnoujście),
- Jarmark Świąteczny (organizator: Miasto Świnoujście),
- Wyspa Kontrapunkt – w ramach Przeglądu Teatrów Małych Form KONTRAPUNKT (organizator: Miejski Dom Kultury w Świnoujściu, maj),
- Nuty nie znają granic. Polsko-Niemieckie Dni Kultury, Polsko-Niemiecki Piknik bez granic na Promenadzie Europejskiej (organizator: strona niemiecka oraz Miejski Dom Kultury w Świnoujściu, maj),
- Dni Morza – Święto Marynarki Wojennej (organizator: Miasto Świnoujście, czerwiec),
- Dni Twierdzy na Wyspach (organizator: Świnoujska Organizacja Turystyczna),
- Międzynarodowy Festiwal Muzyczny, Świnoujskie Wieczory Organowe (organizatorzy: Towarzystwo Przyjaciół Świnoujścia, Towarzystwo Miłośników Muzyki Organowej, Miejski Dom Kultury, czerwiec-sierpień),
- Wakacyjne Miasto Kobiet (współorganizator: Miejski Dom Kultury, lipiec),
- Grechuta Festival Świnoujście (organizator: Miejski Dom Kultury, sierpień),
- Festiwal Piosenki Morskiej „Wiatrak” (organizator: Miejski Dom Kultury, sierpień),
- FAMA – Międzynarodowy Kampus Artystyczny (organizator: ABKiSz Alma-Art., sierpień),
- Międzynarodowy Dzień Latarni Morskich (organizator: Stowarzyszenie Miłośników Latarni Morskich, partnerzy: Fort Gerharda, Muzeum Obrony Wybrzeża i Klub Biegacza Jogging Świnoujście, sierpień),
- Uznamski Festiwal Muzyki (organizator główny: rząd kraju związkowego Meklemburgia-Pomorze Przednie, współorganizator: Miasto Świnoujście, wrzesień-październik).

Największe imprezy sportowe

- Polsko-Niemieckie Biegi Majowe (organizator: Ośrodek Sportu i Rekreacji Wyspiarz w Świnoujściu, maj),
- Miting Lekkoatletyczny (organizator: Ośrodek Sportu i Rekreacji „Wyspiarz” w Świnoujściu, maj),
- Turniej Babolat ITF Seniors Cup (organizator: Stowarzyszenie Senior Tennis, czerwiec),
- Świnoujście Match Race, Polish Match Tour, European Match Race Tour (organizator: MT Partners Cylupa Szymański i Miasto Świnoujście, czerwiec),
- Morski Turniej Tenisowy Gwiazd (organizator: Urząd Miasta Świnoujścia, ostatni weekend czerwca),
- Ultramaraton Kolarski Tour De PoMorze 700 km Non Stop (organizator: Klub Sportowy UZNAM, lipiec),
- Polska Ekstraklasa Żeglarska, Klubowe Mistrzostwa Polski Polskiego Związku Żeglarskiego (organizator: Polska Ekstraklasa Żeglarska, partner: Miasto Świnoujście, sierpień),
- Baltic Polonez Cup Race (organizator: Fundacja Żeglarska Sailportal.pl, partner: Miasto Świnoujście, sierpień),
- Maraton Świnoujście – Wolgast, Półmaraton i Sztafeta (organizator: Ośrodek Sportu i Rekreacji „Wyspiarz” w Świnoujściu, pierwsza sobota września),
- Bieg Wyspiarza (organizator: Ośrodek Sportu i Rekreacji „Wyspiarz” w Świnoujściu, pierwsza sobota października),
- Inwazja Morsujących Mikołajów (organizator: Ośrodek Sportu i Rekreacji „Wyspiarz” w Świnoujściu, grudzień).

Duża część miejskich tablic i słupów ogłoszeniowych jest zaniedbana i przez to niewidoczna dla turystów. Gospodarka miasta rozwija się dzięki turystom, których większość stanowią Niemcy. Nie jest to jednak dostrzegane przez pryzmat wydarzeń i imprez kulturalnych. Brak jest działań promujących dostęp elektroniczny do takich informacji, a ich treść jest ustalana zbyt późno, by mogła być efektywnie wykorzystana.

Osoby znane związane ze Świnoujściem

Ze Świnoujściem związanych jest szereg postaci historycznych. Większość z nich jest historycznie związana z historią państwa pruskiego i Niemiec. Dlatego lepiej są one znane turystom niemieckim. Niektóre z nich to:

- Theodor Fontane – (1828-1833) niemiecki powieściopisarz, krytyk, publicysta, autor wielu powieści o tematyce społeczno-obyczajowej, w tym rozgrywającej się w Świnoujściu (Kessin) powieści „Effi Briest”. W latach 1828-33 mieszkał w Świnoujściu, wspomnienie tych lat zawarł w powieści Meine Kinderjahre.
- Feliks Nowowiejski – (1877-1946) kompozytor, dyrygent, organista, twórca 9 oper (w tym Legendy Bałtyku), licznych symfonii, koncertów i pieśni m.in. roty i hymnu do Bałtyku. W latach 1911-1914 kilkakrotnie przebywał w Świnoujściu. Tutaj zetknął się z legendą Winety, co znalazło odbicie w jego operze Legenda Bałtyku.
- rodzina Kossaków – Wojciech Kossak (1857-1942) – artysta, malarz mieszkający w Krakowie. W latach 1907-1912 w okresie wakacji przyjeżdżał do Świnoujścia wraz z rodziną – z córkami poetką Marią Pawlikowską-Jasnorzewską i pisarką satyryczką Magdaleną Samozwaniec.
- Lyonel Charles Feininger – ceniony artysta abstrakcyjny pochodzenia niemieckiego, zafascynowany wyspą Uznam, na której tworzył swoje obrazy. W 1919 roku pomagał przy zakładaniu Bauhaus (uczelni artystycznej) w Weimarze. Obraz „Port w Świnoujściu” sprzedano na aukcji za 5 mln euro.

Wnioski:

Porównując liczbę i rangę imprez oraz wydarzeń kulturalnych i sportowych z sytuacją z 2002 roku wyraźnie wzrosła ich liczba. Większość z nich to imprezy żeglarskie. Do tej pory organizowany jest Maraton Świnoujście-Wolgast. Jeśli chodzi o wydarzenia kulturalne, organizowane są w dalszym ciągu te najważniejsze, z których znane było Świnoujście oraz powstały nowe. Wykreowano kilka nowych rozpoznawalnych wydarzeń związanych z historią i charakterem miasta, które odbywają się cyklicznie: Sail Świnoujście, Dni Twierdzy na Wyspach, Grechuta Festival Świnoujście i Międzynarodowy Dzień Łatarni Morskich. Świnoujście dołączyło również do niemieckiego cyklicznego wydarzenia Uznamski Festiwal Muzyki. Jest to dobry kierunek działań, istotny w kontekście obsługi niemieckiego turysty, który przeważa w Świnoujściu, a oferta kulturalna skierowana do niego jest uboga.

Miasto nie wykreowało do tej pory oryginalnego wydarzenia związanego z jego uzdrowiskowym charakterem. Świnoujskie instytucje rywalizują na polu imprez i brak jest dychotomicznego podziału nate skierowane do mieszkańców i turystów. Potencjał finansowo-organizacyjny miasta umożliwia ułożenie rocznego kalendarza imprez dla turystów. Zarówno informacja wizualna o imprezach jak i w wersji elektronicznej jest słabo dostępna.

3. Zagospodarowanie turystyczne i paraturystyczne

3.1 Infrastruktura noclegowa i gastronomiczna

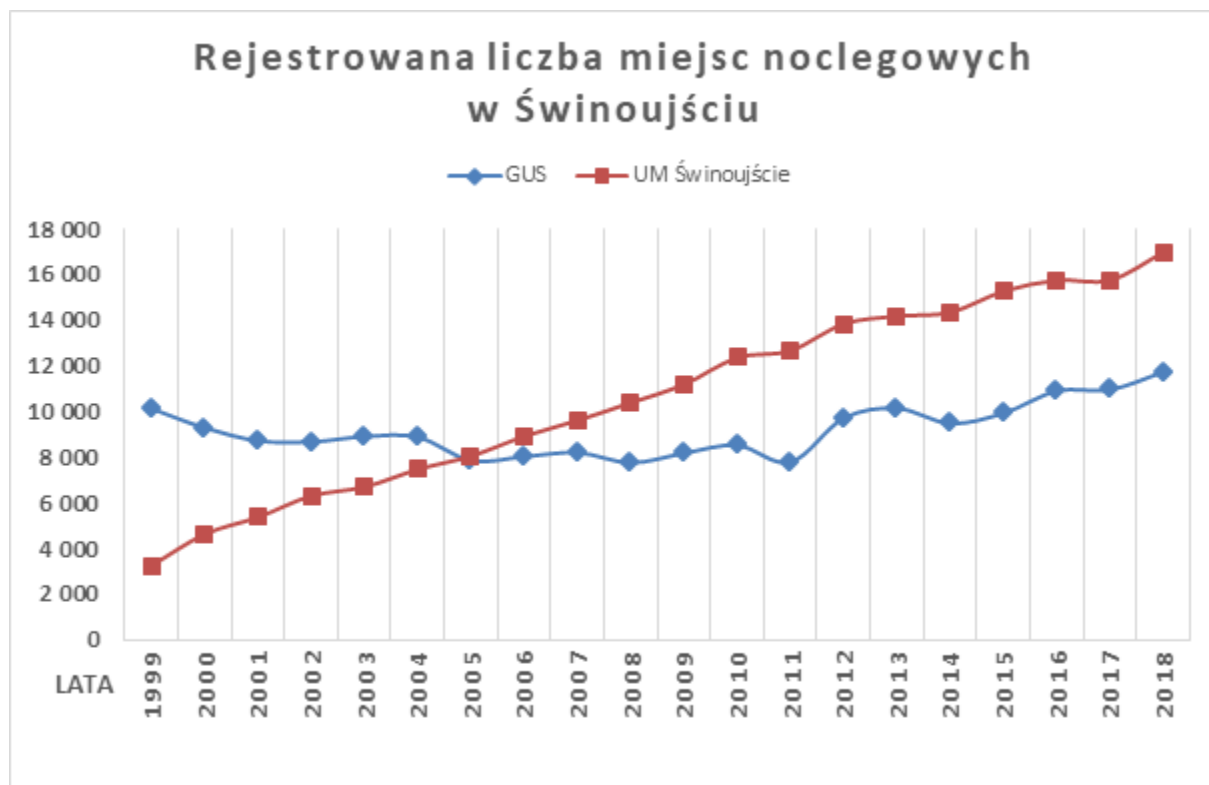
Baza noclegowa i gastronomiczna ulega ciągłym i dynamicznym przemianom. Powstają stale nowe obiekty, remontowane i przekształcane są już istniejące. Zagospodarowanie turystyczne związane z infrastrukturą noclegową jest jednym z kluczowych elementów w diagnozie turystycznej Świnoujścia.

W *Raporcie zbiorczym z badania ruchu turystycznego przyjazdowego (krajowego i zagranicznego) w Świnoujściu w 2018 roku*³² scharakteryzowano szczegółowo obiekty noclegowe Świnoujścia oraz bazę gastronomiczną.

³² *Badanie ruchu turystycznego przyjazdowego w Świnoujściu w 2018 r.*, raport końcowy, Grupa BST.

Urząd Miasta w Świnoujściu prowadzi własny rejestr ilości miejsc noclegowych. Wynika z niego, że w 2018 roku w Świnoujściu było 16 962 miejsc noclegowych. Dla porównania w sąsiedniej gminie Heringsdorf zewidencjonowano 20 058 miejsc noclegowych³³. Zarówno dane Urzędu Miasta Świnoujście jak i oficjalne dane GUS nie odzwierciedlają faktycznej ilości miejsc noclegowych wykorzystywanej w celach turystycznych. Informacje GUS tracą wiarygodność, co przedstawia porównanie tych danych na przestrzeni 20 lat z danymi Urzędu Miasta w Świnoujściu. Natomiast dane GUS m.in. pozwalają na porównanie zagospodarowania turystycznego, dynamiki zmian i szacują wykorzystanie miejsc noclegowych.

Rysunek 4: Porównanie ewidencjonowanych miejsc noclegowych w obiektach noclegowych Świnoujścia wg GUS i UM Świnoujście³⁴.



Źródło: Dane GUS i UM Świnoujście

Obok identyfikacji i próby porównania rzeczywistej i rejestrowanej bazy noclegowej zaprezentowano poniżej również wskaźniki świadczące o rozwoju funkcji turystycznej miasta. Za wyjątkiem danych GUS³⁵ prezentowane dane zgromadzono według stanu na koniec lutego 2019 roku i zweryfikowano o stan na dzień 31.03.2019 roku.

Urząd Miasta w Świnoujściu prowadzi własny rejestr od roku 1999. Dane dotyczące kategoryzowanej bazy hotelowej i pensjonatowej są zbieżne z danymi GUS. Pozostałe dane, dotyczące ilości i rodzajów miejsc noclegowych, znacznie różnią się od danych GUS. Do 2005 roku w rejestrze tym notowano mniej miejsc niż podawał GUS, natomiast od 2006 roku rozbieżność ta stale się zwiększa.

Z analizy danych wynika, że począwszy od roku 2010 liczba zewidencjonowanych przez UM Świnoujście miejsc noclegowych była wyższa od tej ewidencjonowanej przez GUS prawie o 4000 miejsc i wzrosła do około

³³ *Reiseverkehrsstatistik 2018* Kaiserbäder Ahlbeck, Heringsdorf, Bansin.

³⁴ Dla lepszego zobrazowania dynamiki frekwencji w atrakcjach wybrano dłużą perspektywę czasową (lata 1999-2018).

³⁵ Dane GUS za 2017 rok, (stan na 31 lipca 2017) dane na koniec roku będą podane w czerwcu 2019 roku.

5000 miejsc noclegowych. Stanowi to o około połowę więcej niż posiada to w swojej ewidencji GUS. Liczba miejsc noclegowych oraz związana z nią liczba turystów ma kluczowe znaczenie dla różnych działań planistycznych oraz przy podejmowaniu decyzji strategicznych.

Tabela 2: Porównanie zewidencjonowanych miejsc noclegowych w obiektach noclegowych Świnoujścia wg GUS i Urzędu Miasta Świnoujście³⁶.

Źródło/ Rok	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
GUS	10 120	9 277	8 711	8 660	8 894	8 870	7 839	8 017	8 190	7 748
UM	3 241	4 622	5 362	6 293	6 689	7 456	8 038	8 907	9 600	10 377

Źródło/ Rok	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
GUS	8 166	8 510	7 777	9 703	10 132	9 466	9 920	10 890	10 949	11 717
UM	11 177	12 347	12 661	13 830	14 167	14 336	15 261	15 737	15 745	16 962

Źródło: Dane GUS i Urzędu Miasta Świnoujście

Według danych GUS zawartych w Banku Danych Lokalnych³⁷ w 2017 roku w Świnoujściu funkcjonowało 16 hoteli posiadających 3 276 miejsc noclegowych. Jeden hotel 5 gwiazdkowy, dwa 4 gwiazdkowe, siedem hoteli 3-gwiazdkowych i po jednym hotelu 1 i 2-gwiazdkowym. W trakcie kategoryzacji były 4 obiekty hotelarskie. Zarejestrowanych obiektów pensjonatowych było 6 z 452 miejscami noclegowymi. Po jednym 3 i 2 gwiazdkowym pensjonacie i czterema w trakcie kategoryzacji. Łącznie jest to 26 kategoryzowanych obiektów i 3 728 miejsc. Innych obiektów hotelowych było 19 z 2 104 miejscami noclegowymi (w tym 1 912 całorocznymi). Oprócz nich funkcjonowały:

- szkolne schroniska młodzieżowe - 1,
- ośrodki wczasowe - 27,
- ośrodki kolonijne - 1,
- ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe - 4,
- domy pracy twórczej - 1,
- zespoły domków turystycznych - 2,
- pola biwakowe - 1,
- zakłady uzdrowiskowe - 10,
- pokoje gościnne/kwatery prywatne - 15,
- kwatery agroturystyczne - 1,
- pozostałe turystyczne obiekty noclegowe – 3.

Dysponowały one łącznie 5 865 miejscami noclegowymi. Wszystkich turystycznych obiektów noclegowych było 107 i posiadały łącznie 11 717 miejsc noclegowych w tym 9 757 całorocznymi. Wg danych GUS w 2017 roku stopień wykorzystania miejsc noclegowych wynosił 57,8%. Bardzo szczegółowe i rozbudowane dane dotyczące bazy noclegowej agregowane przez GUS zostały przedstawione w raporcie Grupy BST³⁸.

³⁶ Dla lepszego zobrazowania dynamiki frekwencji w atrakcjach wybrano dłużą perspektywę czasową (lata 1999-2018).

³⁷ bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/teryt/tablica# (dostęp 14.06.2019).

³⁸ *Badania ruchu turystycznego przyjazdowego w Świnoujściu w 2018 roku*, Grupa BST na zlecenie Miasta Świnoujście, Świnoujście 2018, s. 26-29.

Tabela 3: Struktura obiektów noclegowych wg GUS w 2017 roku.

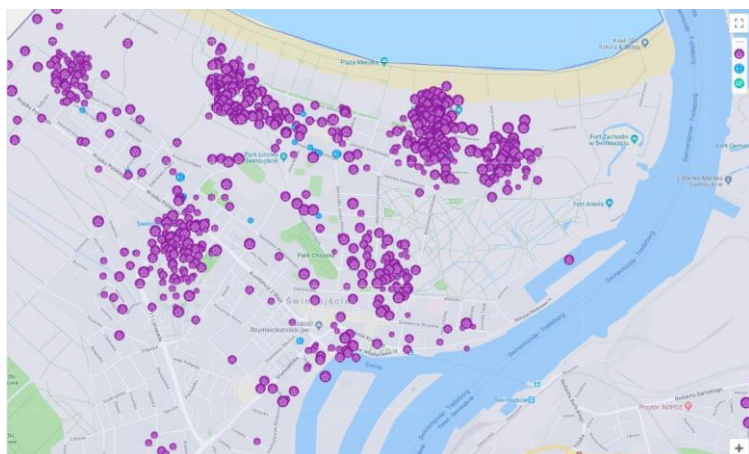
Kategoria obiektu	Liczba miejsc noclegowych
Hotele i pensjonaty	3 728
Inne hotelarskie ³⁹	2 104
Pozostałe	5 023
Sanatoria	842
Razem	11 697

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne wg danych GUS⁴⁰

Według raportu Emmerson Evaluation⁴¹ to właśnie Świnoujście jest najbardziej popularną lokalizacją dla obiektów z apartamentami wycieczkowymi. Znajduje się tu ponad 20% obiektów z apartamentami wycieczkowymi, w Kołobrzegu jest ich prawie 19%, a we Władysławowie ponad 14%⁴². W statystykach UM Świnoujście apartamenty stanowią 16% całkowitej liczby miejsc noclegowych. Według Airbnb i HomeAway⁴³ w Świnoujściu podaż miejsc noclegowych przekroczyła 1 000 lokalizacji (średnią liczbą nocujących 4,2 osoby), podczas gdy w całym powiecie kołobrzesckim osiągnęła wartość lekko przekraczającą 700 (w Zakopanym była wyższa i wynosiła 1 200). W Krakowie natomiast określana jest na 7 500 ofert, jednakże miasto to zamieszkuje prawie 20 razy więcej mieszkańców.

Pod względem nasycenia ilością miejsc noclegowych w Polsce Świnoujście znajduje się na drugim miejscu pomiędzy powiatem kołobrzesckim a tatrzańskim. Świnoujście jest również na podium pomiędzy powiatem kołobrzesckim i tatrzańskim pod względem liczby udzielonych noclegów w stosunku do ilości mieszkańców.

Rysunek 5: Rozmieszczenie noclegów oferowanych w Świnoujściu przez portal Airbnb.



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne wg danych airdna.co

³⁹ biznes.gov.pl/pl/firma/inwestycje-budowlane/chce-zbudowac-hotel/proc_1130-zgloszenie-do-ewidencji-innych-objektow.

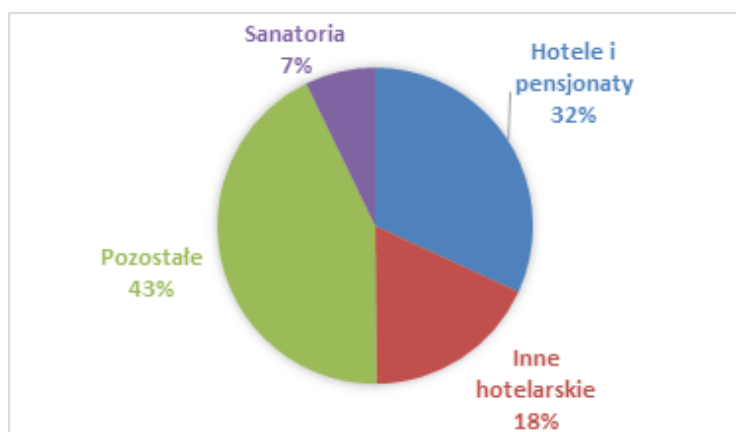
⁴⁰ bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/teryt/tablica# (dostęp 14.06.2019).

⁴¹ *Rynek hoteli oraz condohoteli w Polsce 2018*, Emmerson Evaluation, 2018.

⁴² Cytat raport-rynek-hoteli-oraz-condohoteli-w-polsce-2018.pdf.

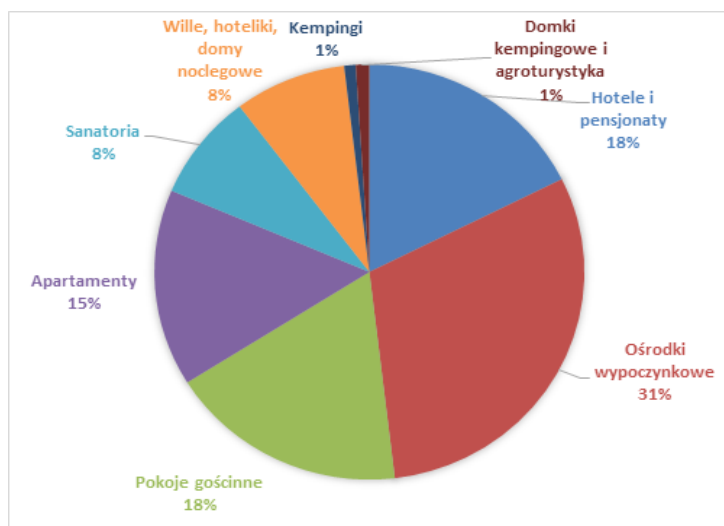
⁴³ airdna.co (dostęp 14.06.2019).

Rysunek 6: Struktura obiektów noclegowych wg GUS w 2017 roku.



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne wg danych GUS

Rysunek 7: Struktura obiektów noclegowych wg UM Świnoujście 2017 roku.



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne wg danych UM Świnoujście

Przyjmując liczbę miejsc noclegowych, zewidencjonowanych przez Urząd Miasta Świnoujście oraz stopień ich wykorzystania podany przez GUS w 2017 roku na poziomie 56,9% można założyć, że w Świnoujściu udzielono w analizowanym roku ponad 3,5 mln noclegów (liczba miejsc noclegowych x 365 dni x 57,8%). Zakładając średnią długość pobytu jako 5 dni wynika, że nocowało w Świnoujściu ponad 0,7 mln turystów. *W okresie szczytowym ludność sezonowa może osiągać, a nawet przekroczyć liczbę stałych mieszkańców miasta. W efekcie w okresie tym, łącznie z ludnością stałą w mieście może przebywać jednorazowo ok. 100 tys. osób*⁴⁴. Przyjmując za okres szczytowy miesiące wakacyjne można wnioskować, że wtedy w Świnoujściu nocuje prawie 0,5 mln turystów (60 dni wakacji, średnia długość pobytu 5 dni).

⁴⁴ Zmiana Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego Miasta Świnoujście, Załącznik nr 1 do Uchwały Nr L/372/2017 Rady Miasta Świnoujście z dnia 23 listopada 2017 r.

Dla miasta bezpośrednie ekonomiczne znaczenie bezpośrednie mają m.in. wpływy z tzw. opłaty uzdrowskiej powiązanej z ilością udzielonych noclegów, dlatego dane te są kluczowe do analiz ekonomicznych oraz dla związanej z ruchem turystycznym infrastruktury (media, transport, usługi).

Natomiast biorąc dane GUS, dotyczące średniego wykorzystania obiektów noclegowych oraz dane zarejestrowanych miejsc noclegowych w bazie UM Świnoujście, oszacowano wpływy z tej opłaty w zestawieniu z kwotami pobranymi od turystów.

Roczne procentowe wykorzystanie miejsc noclegowych w Świnoujściu wg GUS odniesiono do zarejestrowanej przez UM Świnoujście ilości miejsc noclegowych (ilość miejsc noclegowych pomnożono przez 365 dni i pomnożono przez procentowe wykorzystanie miejsc noclegowych). Przy ilości 3,6 mln udzielonych noclegów w 2018 roku i stawce za opłatę uzdrowską wynoszącą 4 zł daje to około 14,3 mln zł hipotetycznego wpływu, a z 50% dopłatą z budżetu państwa około 25 mln wpływu do budżetu miasta.

Tabela 4: Symulacja ilości udzielonych noclegów w Świnoujściu w oparciu o dane GUS i UM Świnoujście oraz odniesienie jej do rzeczywistych i hipotetycznych wpływów z opłaty uzdrowskiej.

Rok	2010	2011	2012	2013
Źródło				
Wykorzystanie miejsc noclegowych wg GUS (%)	44,6	44,8	47,6	49,5
Ilość miejsc noclegowych wg UM Świnoujście (szt.)	12.347	12.661	13.830	14.167
Hipotetyczna liczba udzielonych noclegów w ciągu roku (szt.)	2.099.68	2.070.327	2.402.824	2.559.622
Potencjalne wpływy z opłaty uzdrowskiej wg kalkulacji (zł)	6.029.904	6.210.980	9.611.296	10.238.490
Wpływy roczne z opłaty uzdrowskiej UM Świnoujście (zł)	3.361.757	3.471.483	5.487.643	5.660.294

Rok	2014	2015	2016	2017	2018
Źródło					
Wykorzystanie miejsc noclegowych wg GUS (%)	53	54,4	54	56,9	57,8
Ilość miejsc noclegowych wg UM Świnoujście (szt.)	14.336	15.261	15.737	15.745	16.962
Hipotetyczna liczba udzielonych noclegów w ciągu roku (szt.)	2.773.299	3.030.224	3.101.763	3.270.000	3.578.473
Potencjalne wpływy z opłaty klimatycznej wg kalkulacji (zł)	11.093.196	1.2120.896	12.407.050	13.080.001	14.313.892
Wpływy roczne z opłaty uzdrowskiej UM Świnoujście (zł)	5.951.112	6.123.693	7.051.235	7.847.335	8.534.026

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne wg danych GUS i UM Świnoujście

Wg GUS w 2016 roku tylko 24% korzystających z bazy noclegowej w Świnoujściu stanowili turyści zagraniczni, ale już w 2017 roku było ich 49,9%. W 2018 roku 54,3% turystów w Świnoujściu stanowili obywatele spoza Polski, w tym 97,0% to Niemcy⁴⁵. Jest to najwyższy w bazie turystycznej Polski wskaźniki nasycenia turystami zagranicznymi (Kraków 53,5%, Warszawa 41,3%, Kołobrzeg 26,9%).

⁴⁵ Raport – Turystyka w 2018, GUS 2019.

W miesiącach letnich (lipiec-sierpień) udzielono w Świnoujściu w 2017 roku 518 517 noclegów, a w 2018 nastąpił wzrost o 5,2% do 545 700⁴⁶. Z noclegów w Świnoujściu skorzystało w 2018 roku 31% wszystkich turystów odwiedzających województwo zachodniopomorskie.

W 2018 roku wyższy stopień wykorzystania miejsc noclegowych niż przeciętny w województwie zauważono w powiatach: kołobrzeskim (63,3% wobec 64,7% w 2017 r.), sławieńskim (52,3% wobec 48,9%), świdwińskim (52,2% wobec 55,1%) oraz właśnie w Świnoujściu (57,8% wobec 56,9%)⁴⁷.

W 2016 turyści zagraniczni najczęściej korzystali z obiektów zlokalizowanych w powiecie kołobrzeskim (29% obcokrajowców korzystających z zachodniopomorskiej bazy noclegowej), Świnoujściu (24%), Szczecinie (21,9%) oraz powiecie kamieńskim (11,8%).

W obiektach zewidencjonowanych przez GUS znajdowało się łącznie 97 placówek gastronomicznych, w tym 16 restauracji, 35 barów i kawiarni oraz 45 stołówek i jeden punkt gastronomiczny. Tymczasem baza miasta informuje o funkcjonowaniu ponad 50 restauracji, 38 barów, 6 pubów, 9 pizzerii oraz 28 kawiarni i 9 cukierni. W ocenie respondentów badań turystów w 2018 roku mocną stroną Świnoujścia stanowi przede wszystkim jego baza gastronomiczna. Nastąpił wzrost liczby aktywnych placówek całorocznych i zwiększyła się częstotliwość wizyt w lokalach gastronomicznych⁴⁸. Obserwowany wzrost średniej liczby odwiedzanych rodzajów punktów gastronomicznych spowodowany jest wzrostem liczby lokali oraz wzrostem różnorodności oferty⁴⁹.

Brak jest wiarygodnych źródeł na temat ilości turystów w Świnoujściu, skoro np. w przyjętym przez Miasto Studium⁵⁰ wynika, że ilość turystów w sezonie jest porównywalna z ilością mieszkańców. Brak jest również koordynacji ewidencjonowania: informacji o bazie noclegowej, opłacie uzdrowskiej i pozwoleniach na użytkowanie, co może skutkować rocznym zmniejszeniem wpływów do budżetu Miasta Świnoujście o kilkanaście milionów złotych. Nie funkcjonuje skutecznie system oznakowań obiektów noclegowych, który pozwoliłby turystom wiarygodnie ocenić charakter wybieranej bazy noclegowej⁵¹.

Wnioski

Wieloletnia analiza bazy noclegowej w Świnoujściu obrazuje dynamikę jej wzrostu. Dane prezentowane przez GUS obrazują fluktuacje ilości miejsc noclegowych, a następnie ich wzrost. Natomiast dane gromadzone przez Urząd Miasta Świnoujście obrazują od 2006 roku stały wzrost w stosunku do danych GUS i można założyć, że liczba prawie 17 tysięcy miejsc precyzyjniej oddaje ich skalę. Jednakże trudno określić na ile jest ona precyzyjna, a roczne straty Miasta mogą wynosić kilkanaście milionów złotych.

Informacje związane z tą infrastrukturą mają kluczowe znaczenie dla instytucji i służb gwarantującym media i bezpieczeństwo zarówno turystom jak i mieszkańcom.

⁴⁶ *Turystyczne obiekty noclegowe na obszarach nadmorskich w sezonie wakacyjnym 2018 roku*, GUS.

⁴⁷ *Turystyka w województwie zachodniopomorskim w 2018 roku*, GUS.

⁴⁸ <https://bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/teryt/tablica#> (dostęp: 14.06.2019).

⁴⁹ *Rynek Gastronomiczny w Polsce - RAPORT 2018*.

⁵⁰ Zmiana Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego Miasta Świnoujście, Załącznik nr 1 do Uchwały Nr L/372/2017 Rady Miasta Świnoujście z dnia 23 listopada 2017 r.

⁵¹ Świadczenie usług hotelarskich w obiekcie niekategoryzowanym (np. hostelu, apartamencie, pokojach gościnnych), niezgłoszonym do ewidencji zgodnie z Kodeksem Wykroczeń podlega sankcjom karnym (Dz.U. RP poz. 482 z 12.04.2013 r., Art. 60).

3.2 Infrastruktura uzdrowiskowa

Informacje na temat bazy lecznictwa uzdrowiskowego zebrane są w *Operacie Uzdrawiskowym Uzdrawiska Świnoujście, część ogólna i wersja po zmianie 2018 roku wraz z jego uaktualnieniem*.

Na obszarze uzdrowiska wynoszącym 970 ha, który leży w Dzielnicy Nadmorskiej znajdują się obiekty związane ściśle z funkcją uzdrowiskową: szpitale uzdrowiskowe, sanatoria, ośrodki wypoczynkowe z bazą zabiegową i zakład przyrodolecniczy. W skład infrastruktury uzdrowiskowej wchodzi wyspecjalizowane jednostki zarządzane przez Uzdrawisko Świnoujście S.A., jak szpitale i sanatoria uzdrowiskowe o profilu: pulmonologicznym, dermatologicznym, endokrynologicznym, reumatologicznym, kardiologicznym i dotyczącym chorób zawodowych. Formy oferowane przez Uzdrawisko Świnoujście S.A. to lecznictwo uzdrowiskowe w następujących kierunkach:

- choroby ortopedyczno-urazowe,
- choroby układu nerwowego,
- choroby reumatologiczne,
- choroby kardiologiczne i nadciśnienie,
- choroby górnych dróg oddechowych,
- choroby dolnych dróg oddechowych,
- otyłość,
- choroby endokrynologiczne,
- osteoporoza,
- choroby skóry,
- choroby kobiece.

Kierunki lecznicze na terenie Uzdrawiska Świnoujście uległy zmianie. Przywrócono kierunek leczniczy - choroby kobiece. Kontrakty z NFZ stanowią dla Uzdrawiska Świnoujście S.A. prawie 70% przychodów. Natomiast niemal 18% przychodów stanowi działalność komercyjna⁵². Dalszy rozwój możliwy jest np. poprzez budowę nowego obiektu 4- gwiazdkowego „Pomerania Baltica” Spa, na terenach których właścicielem jest spółka.

Infrastruktura uzdrowiskowa dysponuje 1 528 łózkami⁵³. Według GUS w zakładach uzdrowiskowych znajdowały się 901 miejsca noclegowe i udzielono 18575 turystom ogółem 266 556 noclegów (w tym turystom zagranicznym 30 351⁵⁴). Natomiast wg danych UM Świnoujście w obiektach sanatoryjnych od 2013 roku znajduje się 1 410 miejsc.

Średnia długość pobytu turystów w zakładach uzdrowiskowych województwa zachodniopomorskiego wynosi – 10,9 dnia (wobec 11,4 w 2017 r.). Natomiast w 2018 r. stopień wykorzystania miejsc noclegowych w zakładach uzdrowiskowych był ponownie najwyższy w tych obiektach - 75,3% wobec 72,3% w 2017 roku⁵⁵.

Największą ofertę zabiegów, związanych z pobytym leczniczym deklaruje zakład przyrodolecniczy (ZPL) Rusałka. W Rusałce wykonuje się ok. 40 rodzajów zabiegów, w tym z wykorzystaniem własnych surowców leczniczych. Na 121 stanowiskach zabiegowych w roku 2017 wykonano 430315 zabiegów. Średnia ilość to 15 na pacjenta. W 2016 i 2017 w zakładach lecznictwa uzdrowiskowego (wym. w tabeli poniżej) wykonano rokrocznie ponad

⁵² *Sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki za 2017 r. Uzdrawisko Świnoujście SA, KRS 2017.*

⁵³ *Operat Uzdrawiskowy Uzdrawisko Świnoujście, część ogólna. Wersja po zmianie, Świnoujście, 2018.*

⁵⁴ *Rocznik Statystyczny Gospodarki Morskiej 2018, GUS.*

⁵⁵ *Turystyka w województwie zachodniopomorskim w 2018 r. (dostęp: 29.05.2019).*

850 tysięcy zabiegów⁵⁶. Spośród urządzeń lecznictwa uzdrowiskowego należy wymienić: basen solankowy w przychodni „Bałtyk” oraz baseny rehabilitacyjne w sanatorium „Admirał I” i „Henryk”.

Rysunek 8: Struktura obiektów uzdrowiskowych Świnoujścia⁵⁷.



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Tabela 5: Zakłady lecznictwa uzdrowiskowego na terenie Uzdrowiska Świnoujście.

	Nazwa	Ilość miejsc noclegowych
1.	Szpital Uzdrowiskowy „Bałtyk” z bazą rehabilitacyjną (zabiegową)	88
2.	Szpital Uzdrowiskowy i sanatorium „Światowid” z bazą rehabilitacyjną (zabiegową)	74 (50+24)
3.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Adam i Ewa” z bazą rehabilitacyjną (zabiegową)	60
4.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Bursztyn” z bazą rehabilitacyjną (zabiegową)	65
5.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Trzygłów”	51
6.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Admirał II”	92
7.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Korał”	70
8.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Admirał I” z bazą rehabilitacyjną (zabiegową)	103
9.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Tryton”	130
10.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Swarożyc”	47
11.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Henryk” z bazą rehabilitacyjną (zabiegową)	149
12.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Złoty Kłosa”	180
13.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Energetyk” z bazą rehabilitacyjną (zabiegową)	140
14.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Sobótka”	196
15.	Sanatorium Uzdrowiskowe „Jantar” z bazą rehabilitacyjną (zabiegową)	83
16.	Zakład Przyrodoleczniczy „Rusałka”	-
17.	Przychodnia Uzdrowiskowa „Bałtyk”	-
	Razem miejsc noclegowych: 1528 (w tym 133 w szpitalach uzdrowiskowych)	

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne na podstawie *Operat uzdrowiskowy dla Gminy Miasto Świnoujście – Korekta*.

⁵⁶ Ibidem.

⁵⁷ *Operat Uzdrowiskowy Uzdrowisko Świnoujście, część ogólna. Wersja po zmianie*, Świnoujście, 2018.

Baza sanatoryjno-rehabilitacyjna tworzona jest również m.in. w sanatorium Wodnik, Sasanka i Rybniczanka oraz ośrodka sanatoryjno-wypoczynkowym Uzdrowiska Połczyn Zdrój - Barbarka.

Ponadto różnego rodzaju zabiegi rehabilitacyjne prowadzone są w 37 obiektach turystycznych, zabiegi SPA w 21 obiektach, a w 22 prowadzone są przez instruktora inne zajęcia (np. fitness, joga, aerobik, gimnastyka). W windy przystosowane dla osób niepełnosprawnych ruchowo posiadają 32 obiekty, a pochylnie wjazdowe 26 obiektów⁵⁸.

Wnioski:

Baza uzdrowska Świnoujścia składa się z zaplecza przedsiębiorstwa Uzdrowisko Świnoujście S.A., będącego spółką Samorządu Województwa Zachodniopomorskiego (podobnie jak Uzdrowiska Kołobrzeg S.A.) oraz obiektów sanatoryjno-rehabilitacyjnych niepublicznych. Na bazę uzdrowską składa się łącznie 2 szpitale uzdrowskie, zakład przyrodolecznicy, 14 sanatoriów i inne obiekty z bazą rehabilitacyjno-noclegową. Można przyjąć, że w obiektach, których główną rolą jest rehabilitacja i leczenie uzdrowskie, znajduje się ponad 2000 miejsc w tym ponad 2/3 przypada na Uzdrowisko Świnoujście S.A. Baza ta została w ciągu ostatnich lat gruntownie zmodernizowana. Przedsiębiorstwo uzdrowskie sprzedało część swoich zasobów, w których obecnie działają niepubliczne sanatoria.

3.3 Infrastruktura plażowa

W sezonie letnim (pomiędzy 15.06 a 15.09) na całym pasie długości plaży (ok. 3750 m) – wyznaczono obszary wodne strzeżone kąpieliska morskiego: Kąpielisko Morskie Świnoujście Uznam, Uznam Wschód i Uznam Zachód, o łącznej długości 800 metrów oraz od 1 lipca do 31 sierpnia Kąpielisko Morskie Świnoujście Warszów o długości 200 m na prawobrzeżnej części miasta, po zachodniej stronie wyspy Wolin (plaża z zewnętrzną siłownią, plac zabaw, miejsce do relaksu z ławko–hamakami, dwa boiska do piłki i przebieralnia). Kąpieliskami zarządza Ośrodek Sportu i Rekreacji „Wyspiarz” w Świnoujściu. Infrastrukturę kąpieliska Uznam tworzą⁵⁹:

- strefy bezpieczeństwa w wodzie,
- boiska sportowe,
- natryski na plaży,
- toalety (dostępne na przejściach plażowych) - na stałe 4 szt. i 1 kontenerowa, prysznice zainstalowane w trzech miejscach,
- Centrum Koordynacji Ratownictwa (ul. Powstańców Śląskich na terenie Kąpieliska Świnoujście),
- wyznaczoną strefę dla korzystających z plaży z psami (na lewo od ul. Uzdrowskiej),
- radiowęzeł,
- monitoring.

Instytucja odpowiada za utrzymanie czystości i konserwację infrastruktury, a także organizację sezonu kąpieliskowego tj. zabezpieczenie kadry ratowniczej, opracowanie procedur bezpieczeństwa, wykorzystanie sprzętu i działań dla służb ratowniczych, nadzór nad jakością wody, systemami łączności w okresie sezonu; organizacją stref strzeżonych, opracowaniem dokumentacji dotyczącej funkcjonowania kąpieliska. Tereny na plaży i w przejściach dodatkowo dzierżawione są podmiotom świadczącym usługi wynajmu sprzętu plażowego, gastronomiczne i rekreacyjne (wypożyczalnie: leżaków - 7, koszy plażowych – 5; punktów: z rekreacją

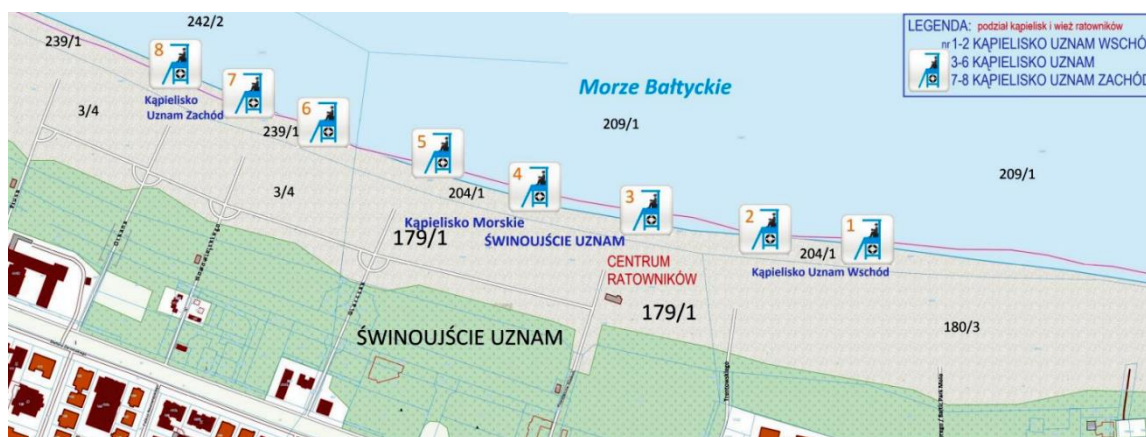
⁵⁸ bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/teryt/tablica (dostęp 14.06.2019).

⁵⁹ osir.swinoujście.pl/obiekty-sportowe/kapielisko-morskie/opis.

dla dzieci i dorosłych - 6, z dużą gastronomią - 7, z małą gastronomią - 6, szkółki kitesurfingowe - 2, tory wodne dla sprzętu pływającego -2). Organizowane są również zajęcia fitness⁶⁰.

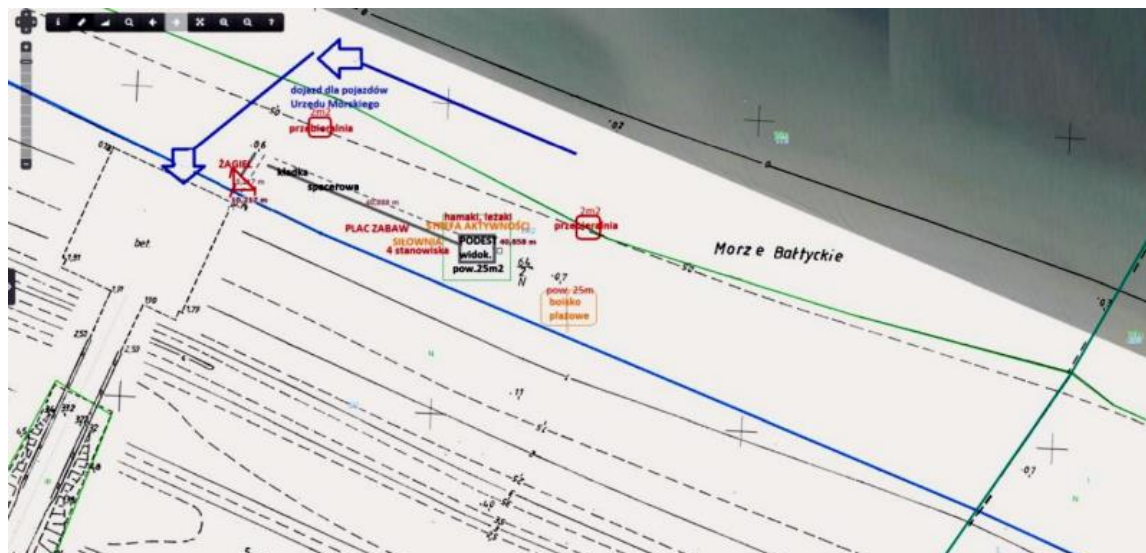
W strefie kąpieliska znajdują się boiska siatkarskie z trybunami przenośnymi umożliwiające grę w siatkówkę, piłkę nożną oraz liczne formy rekreacji sportowej (trampoliny, kule wodne, poduszki dmuchane do skoków, place zabaw). Wzdłuż promenady przebiega ścieżka rowerowa, funkcjonuje promenada na wydmach oraz podesty widokowe⁶¹.

Rysunek 9: Mapa Kąpieliska Świnoujście Uznam - strefy zabezpieczenia - stanowiska ratownicze⁶².



Źródło: osir.swinoujście.pl/obiekty-sportowe/kąpielisko-morskie/opis

Rysunek 10: Mapa Kąpieliska Świnoujście Warszów – zagospodarowanie plaży.



Źródło: osir.swinoujście.pl/wp-content/uploads/2019/03/SIWZ-wersja-publicacja-28.03.2019-r.

⁶⁰ Ibidem.

⁶¹ osir.swinoujście.pl/wp-content/uploads/2018/04/Profil-wody-2018-k%C4%85pielisko-Uznam-Wsch%C3%B3d_IV-2018.pdf.

⁶² Profil Wody Kąpieliska Morskiego Świnoujście Uznam Świnoujście III 2019 r, Ośrodek Sportu i Rekreacji „Wyspiarz” .

Natomiast na zagospodarowanie plaży Warszów składa się:

- kładka spacerowa (o długości ok. 40 m w terenie plaży),
- 2 podesty widokowe z zamontowanymi na nich ławko-leżakami (10 szt.),
- przenośna siłownia (4 elementy),
- plac zabaw dla dzieci (3 elementy),
- boisko do piłki nożnej plażowej,
- boisko do piłki siatkowej plażowej,
- przebieralnie 2 szt.

Kąpielisko Morskie Uznam wyróżniane jest corocznie od 2006 r. tytułem Błękitnej Flagi przyznawanym przez międzynarodowe jury w Kopenhadze (jako jedyne Kąpielisko Morskie w Polsce wyróżnione w 2019 roku po raz czternasty z rzędu). Budowa moła na wysokości Hotelu Radisson Blu, planowana na 2022 rok może ją jeszcze uatrakcyjnić. Natomiast Kąpielisko Warszów w 2019 r. zostało wyróżnione po raz drugi certyfikatem „Przyjazna plaża” (jest to krajowy odpowiednik Błękitnej Flagi).

Zwrócono jednak uwagę na wjazdy na plaże pojazdów, które nie wskazują na ich służbowy charakter oraz obecność turystów spacerujących z psami wzdłuż całej plaży, a nie tylko w wyznaczonych strefach.

Wnioski:

Infrastruktura plażowa została w ciągu ostatnich lat zmodernizowana i wyposażona. Nowoczesne zaplecze zapewnia bezpieczeństwo i atrakcje dodatkowe dla komfortowego wypoczynku turystów i mieszkańców. Inwestycje związane z Promenadą Zdrowia oraz stały monitoring przestrzegania regulaminu użytkowania plaży powinny jeszcze mocniej podkreślić rolę tego atutu Świnoujścia.

Turyści uczestniczący w badaniu w 2018 roku byli zadowoleni z wypoczynku na świnoujskiej plaży.

Zadbana plaża z płytką linią brzegową i ciepłą wodą o małym zafalowaniu pozwala na bezpieczny wypoczynek, szczególnie rodzin z dziećmi. Po sezonie takie warunki sprzyjają również rozwojowi surfingu (przy wiatrach północnych, północno-wschodnich i północno-zachodnich).

3.4 Infrastruktura turystyki biznesowej

Świnoujskie turystyczne obiekty noclegowe oferują możliwość organizacji szkoleń, konferencji, spotkań biznesowych i pobytów motywacyjnych. W Świnoujściu znajdowało się w 2017 roku 18 takich obiektów. Posiadały one łącznie 23 sale konferencyjne z 1 520 miejscami. Poniższa tabela wyszczególnia wyposażenie obiektów z zapleczem konferencyjnym.

Tabela 6: Zaplecze konferencyjne w Świnoujściu w 2017 roku⁶³.

Rodzaj zaplecza	Jednostka	Liczba
Obiekty z salą konferencyjną	Obiekt	18
Liczba sal konferencyjnych	Sztuk	23
Liczba miejsc w salach konferencyjnych	Miejsc	1520
Z nagłośnieniem	Obiekt	13
Z mikrofonem bezprzewodowym	Obiekt	16
Z projektorem multimedialnym	Obiekt	13
Z zestawem do wideokonferencji	Obiekt	7
Z obsługą techniczną	Obiekt	13
Z ekranem	Obiekt	16

⁶³ bdl.stat.gov.pl/BDL/dane/teryt/tablica (dostęp 14.06.2019, GUS).

Z flipchartem (tablica suchościeralna)	Obiekt	15
Z komputerem/laptopem na wyposażeniu	Obiekt	15
Z siecią WiFi na terenie obiektu	Obiekt	75

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne na podstawie danych GUS

Zaplecze konferencyjne posiadają przede wszystkim następujące obiekty: Radisson Blu Resort, Interferie Medical SPA, Hotel Hampton by Hilton, Hotel Cesarskie Ogrody i Hotel Trzy Wyspy.

Potencjał konferencyjny Świnoujścia podniosło powstanie hoteli sieci Radisson Blu i Hampton by Hilton. Hotele dysponują obecnie zapleczem konferencyjnym o wysokim standardzie i są atrakcyjnym miejscem na organizację szkoleń, konferencji i spotkań biznesowych. Organizatorzy konferencji zwracają uwagę na przeszkodę komunikacyjną w postaci przeprawy promowej. Atrakcyjność i konkurencyjność tego rodzaju infrastruktury wzrosnie po otwarciu tunelu pod Świną i w miarę dalszego rozwoju bazy noclegowej z zapleczem konferencyjnym. Łatwiej będzie organizować duże konferencje i kongresy, które pozwolą wykorzystać potencjał bazy o wysokim standardzie również poza okresem letnim.

3.5 Infrastruktura żeglarska i portowa

Szczegółowy opis infrastruktury prezentowany jest w wyspecjalizowanym dokumencie *Plan Zagospodarowania Przestrzennego dla części morza terytorialnego oraz morskich wód wewnętrznych w obszarze kompetencji dyrektora Urzędu Morskiego – Port Morski w Świnoujściu*.

Na infrastrukturę portową Świnoujścia składają się: akweny, falochrony, nabrzeża przeładunkowe, baseny portowe i terminale wraz z okoliczną infrastrukturą.

Biorąc pod uwagę znaczenie dla ruchu turystycznego decydującą rolę ma port jachtowy w Basenie Północnym, przeprawy promowe Świnoujście-Warszów i Centrum oraz Terminal Promowy. Zawiadujące firmy w dwóch przypadkach są również jednostkami miejskimi Świnoujścia.

Marina w Świnoujściu leży na trasie w kierunku: Bornholmu, Christianso, Malmo, Kopenhagi, Sassnitz, Szczecina, Rugii, a także Rostocku, Lubeki i Gdańska. Rozbudowana baza żeglarska Świnoujścia pozwala łączyć żeglarstwo morskie z wewnątrzlądowym i dysponuje 405 miejscami dla jednostek pływających⁶⁴.

Zarządzany przez OSIR „Wyspiarz” port jachtowy w Basenie Północnym jest jednym z największych polskich portów jachtowych nad Bałtykiem, a zarazem portem morsko – śródlądowym. Obiekt zapewnia dostęp do energii elektrycznej, wody, odbiór nieczystości, tankowanie paliwa oraz zaplecze socjalne (toalety, natryski), automat pralniczy z suszarnią, wi-fi. Na terenie portu znajduje się również wypożyczalnia rowerów, sklep spożywczy i żeglarski, tawerna żeglarska, pole namiotowe i karawaningowe oraz parking. Istnieje także możliwość przyjmowania jednostek o zanurzeniu do 6 m na nabrzeżu zewnętrznym. Marina została wyróżniona po raz 11 znakiem jakości - „Błękitna Flaga”. Rośnie liczba jachtodni (ilość dni, w których jachty cumowały w marinie) z 8945 w 2016 do 9342 w 2018 roku, a także liczba osobodni na jachtach z 28185 w 2016 do 36033 w 2018 roku⁶⁵. Z danych wynika, że średnio na jachcie nocują 3-4 osoby. Realizacja zatwierdzonego planu zagospodarowania rejonu Basenu Północnego pozwoliłaby znacznie rozwinąć infrastrukturę żeglarską i konkurencyjność Świnoujścia w tej dziedzinie w rejonie Morza Bałtyckiego. Na turystyczny rozwój tego obszaru ma wpływ nabrzeże przeładunkowe suchych ładunków masowych na prawobrzeżu.

⁶⁴ *Strategia promocji turystyki wodnej w województwie zachodniopomorskim na lata 2013-2020*, Stowarzyszenie POMOST – Instytut Gospodarki Morskiej w Szczecinie, Szczecin 2013.

⁶⁵ Informacja własna – dyr. OSIR „Wyspiarz”.

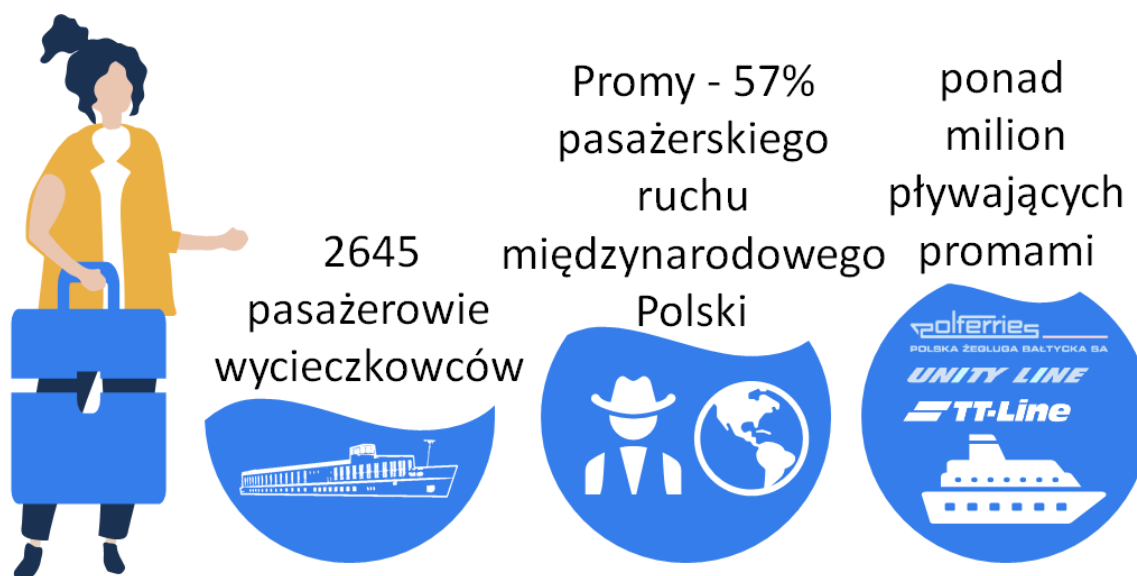
Kolejne obiekty żeglarskie to: przystań Jacht Klubu „Cztery Wiatry”, Przystań Łunowo, przystań Jacht Klubu Marynarki Wojennej „Kotwica” i przystań UKS w Przytorze. Ponadto funkcjonuje wypożyczalnia sprzętu wodnego (kajaki) oraz kilkanaście miejsc postojowych dla małych jachtów. Infrastruktura związana z żeglarstwem to obok przystani również instytucje, kluby i organizacje.

Świnoujście wkrótce też wzbogaci się o nowe przystanie pozwalające rozwijać turystykę również na wodach Zalewu Szczecińskiego:

- jachtową w Przytorze-Łunowie (pięć pomostów dla 60 jachtów oraz 20 mniejszych jednostek pływających, np. skuterów czy łodzi) wraz z obiektem sanitarno-administracyjnym, toaletami, natryskami oraz tarasem widokowym. Ponadto powstanie slip do wodowania łodzi, wiata rowerowa i grillowa,
- kajakową na wyspie Karsibór przy ulicy 1 Maja w Karsiborze. Powstanie tam slip, pomosty pływające i cumownicze, zaplecze sanitarne oraz zadaszona wiata piknikowa z miejscem na ognisko i parking.

Ponadto realizowany jest projekt „Modernizacja przystani rybackiej w Świnoujściu – Karsiborze” oraz „Punkt przystankowy turystyki pieszej i wodnej w Ognicy” (w zakresie turystyki wodnej powstanie slip i pomosty do cumowania i wędkowania).

Rysunek 11: Potencjał żeglugi pasażerskiej w Świnoujściu.



Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne

Żegluga Świnoujska obsługuje dwie przeprawy promowe łączące wyspy. Dla ruchu turystycznego podstawowe znaczenie mają promy pływające pomiędzy wyspami Uznam i Wolin. Zapewniają je dwie przeprawy promowe: „Przeprawa Centrum”, obsługiwana przez promy „Karsibór”, oraz „Przeprawa Warszów” – obsługiwana przez promy „Bielik”. Dla przeważającej części turystów polskich przeprawa promowa stanowi początek pobytu w Świnoujściu. Obsługujący je pracownicy i promy stanowią wizytówkę i pierwszy kontakt z miastem. Dla wielu turystów, obok funkcji transportowej, promy stanowią bezpłatną formę rejsów i są istotną atrakcją turystyczną. Obserwacja wpływających do portu statków, których rokrocznie zawija prawie 6000⁶⁶ nie jest wzbogacona jednak żadną formą informacyjną.

Natomiast Terminal Promowy obsługuje połączenia promowe łączące Polskę ze Szwecją i Danią. W Szwecji promy dopływają do portu w Ystad, Trelleborg, w Dani do Rønne. Obsługiwany przez Unity Line sp. z o.o.

⁶⁶ Rocznik Statystyczny Gospodarki Morskiej 2018, GUS.

(7 promów) i Polską Żeglugę Bałtycką S.A. Polferries (5 promów) oraz TT-Line (6 promów) promami do Świnoujścia przychodzi prawie 1,2 miliona pasażerów, ćwierć miliona samochodów osobowych i ponad tysiąc autokarów. Promy te w 2017 roku zawinęły do Świnoujścia prawie 1000 razy⁶⁷. Port w Świnoujściu odpowiada za ponad 57% międzynarodowego ruchu pasażerskiego w portach morskich Polski i udział ten stale się zwiększa. Planowane powiększenie terminala pozwoli przyjmować większe promy i jednostki pasażerskie. W obecnych warunkach trudno określić ilość turystów przybywających tą drogą z krajów UE. Jednakże część z nich przewożona jest spod terminalu busami/autobusami do Kołobrzegu⁶⁸.

Unity Line oferuje również weekendowe rejsy ze Szczecina do Świnoujścia. Żeglugę do Międzyzdrojów oraz Niemiec obsługuje firma Adler-Schiffe, (do Ahlbeck, Heringsdorf, Bansin). Połączenia z portami niemieckimi i polskimi obsługują także inni polscy i niemieccy armatorzy „białej floty”. Na trasie Ueckermünde – Świnoujście: Oderhaff Reederei Peters GmbH & Co. KG, a statek „Chateaubriand” regularnie wykonuje rejsy po porcie w Świnoujściu. Na zamówienie pływa solar katamaran „Kon-tiki”, natomiast piracki statek „Róża Weneda” odbywa rejsy spacerowe po morzu i porcie. Rejsy z Karsiboru Starą Świną i przez Jezioro Wicko prowadzą katamarany „Wodniczka” i „Rybacówka”.

Turystyczna żegluga śródlądowa od marca do października stanowi potencjał dla Świnoujścia (w okresie 1.07-31.08 2019 roku planowane jest około 35 rejsów na trasie z Poczdamu do portów niemieckich na Bałtyku przez Szczecin, przy czym tylko część zatrzymuje się w Świnoujściu)⁶⁹. W 2017 zawinęło do Świnoujścia 40 statków wycieczkowych z 2645 pasażerami⁷⁰ (odpowiednio w 2016 roku – 2738 pasażerów, 2015 – 3508, 2014 – 1539)⁷¹. Do Szczecina zawija około 100, a do Wolina 10-15 takich statków. Rejsy np. na trasie Poczdam - Zingst prowadzi kilkanaście statków śródlądowych należących do armatorów europejskich. Wielkość tych statków wynika z ograniczeń drogi wodnej (długość ok. 82 m, szerokość ok. 9,50 m, zanurzenie ok. 1,4 m)⁷².

Natomiast turystyczną żeglugę morską obsługują statki wycieczkowe od kwietnia do października. Większość z nich zawija z polskich portów do Gdyni i Gdańska. Ograniczeniem dla cruiserów są parametry techniczne nabrzeży. Jednakże wraz z ich modernizacją mogą pojawić się takie możliwości, ponieważ obecnie wizyty takie są sporadyczne⁷³. Częstsze wizyty w Szczecinie i przez to w Świnoujściu mogą być związane z szybszym dojazdem ich pasażerów do Berlina.

Stralsund, Świnoujście i Gdańsk – to zdaniem naukowców ze wschodniego wybrzeża Polski najbardziej atrakcyjne turystycznie miasta południowego Bałtyku. Wyniki swoich badań zaprezentowali na konferencji „Porty Morskie 2018”, która odbyła się w Szczecinie⁷⁴.

Wnioski:

W ubiegłym sezonie w świnoujskiej marinie cumowały jachty przez ponad 9300 dni⁷⁵. Po raz jedenasty została ona wyróżniona międzynarodowym symbolem Błękitnej Flagi. W dalszym ciągu rozwijana jest infrastruktura służąca uprawianiu żeglarstwa.

Rejsy promami i statkami są istotną atrakcją dla osób wypoczywających w Świnoujściu.

Ponad milion osób rocznie korzysta z promów pływających do Skandynawii.

⁶⁷ Ibidem.

⁶⁸ Informacja własna wg uczestników spotkania w UM Świnoujście 5.06.2019 .

⁶⁹ www.cruiseportal.de dostęp 20.06.2019.

⁷⁰ Pasażerowie wycieczkowców na wycieczce, którzy zeszli na ląd w celu zwiedzania atrakcji turystycznych związanych z portem, lub okolicą, a następnie powrócili na wycieczkowiec.

⁷¹ *Rocznik Statystyczny Gospodarki Morskiej 2018*.

⁷² *Ruch statków wycieczkowych w portach ujścia Odry*, Polsteam Shipping Agency Sp. z o.o., Szczecin maj 2019.

⁷³ Ibidem.

⁷⁴ www.am.szczecin.pl/wydzial-wiet/4434-konferencja-porty-morskie-2018.

⁷⁵ Jachtodni

3.6 Infrastruktura rekreacyjno-sportowa

Infrastruktura sportowa została dokładnie scharakteryzowana w *przygotowanej Strategii Rozwoju Sportu Miasta Świnoujście na lata 2019 – 2028*⁷⁶ (natomiast znaczenie turystyki potraktowano w przywołanej Strategii marginalnie), dlatego w opisie skoncentrowano się na najważniejszych grupach istotnych z punktu widzenia rozwoju turystyki.

Infrastrukturę sportową Świnoujścia można podzielić na:

- obiekty miejskie – ogólnodostępne,
- obiekty przyszkolne,
- tereny rekreacyjne,
- obiekty prywatne.

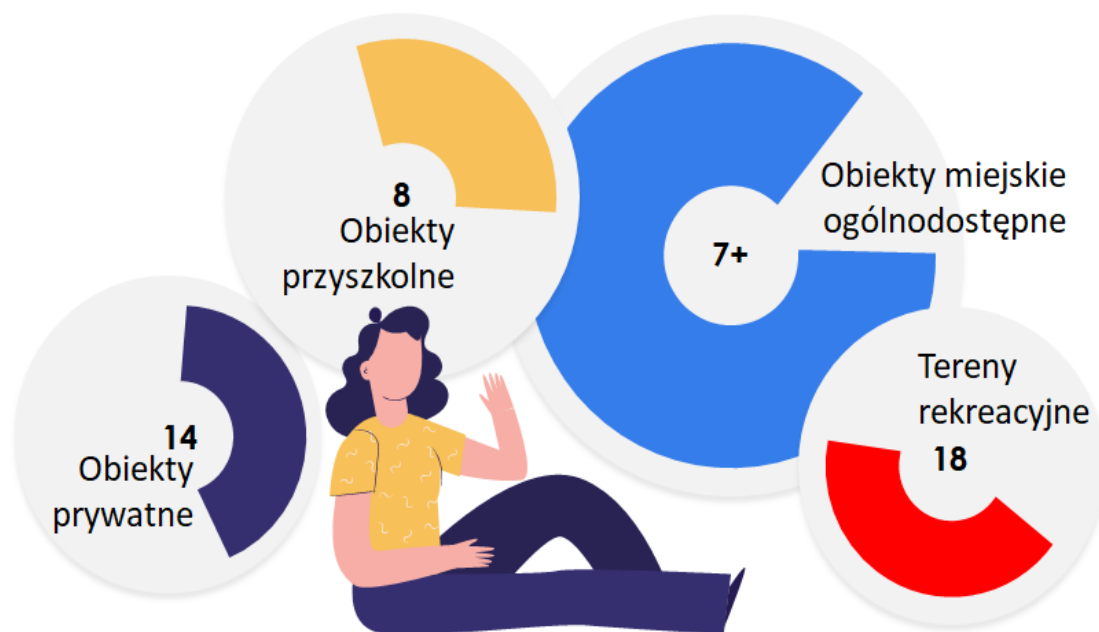
Na infrastrukturę sportową składają się:

1. Obiekty miejskie – ogólnodostępne:
 - Pływalnia miejska,
 - Stadion Miejski z boiskiem piłkarskim i otaczającą infrastrukturą,
 - Infrastruktura lekkoatletyczna, zgodna z wymaganiami IAAF oraz PZLA ,
 - Centrum Sportu z kortami i halą tenisową, skateparkiem oraz boiskiem piłkarskim ze sztuczną nawierzchnią i boiskiem do piłki plażowej oraz zapleczem,
 - Siłownia, boisko do koszykówki i siatkówki, boisko piłkarskie, infrastruktura lekkoatletyczna i sala gimnastyczna zlokalizowane w obiektach znajdujących się na terenach prawobrzeża przy ul. Białoruskiej,
 - Hala sportowa przy ul. Piłsudskiego,
 - Port jachtowy znajdujący się w tzw. Basenie Północnym,
 - Sala gimnastyczna przy Miejskim Domu Kultury,
 - obiekty przyszkolne przy 5 szkołach podstawowych i 3 ponadpodstawowych,
 - tereny rekreacyjne w tym place zabaw, place sportowe, otwarte siłownie,
 - obiekty prywatne w tym przede wszystkim Baltic Park Molo Aquapark, centr, fitness, kryte baseny, pływalnie i centra spa.

W Świnoujściu powstaje kompleks sportowy przy Centrum Edukacji Zawodowej i Turystyki (CEZiT): kryty, 25- metrowy, sportowy basen pływacki, basen dla dzieci i elementy rekreacji wodnej oraz szkolna sala sportowa i wielofunkcyjne boisko sportowe wraz z otaczającą infrastrukturą. Ponadto (więcej w rozdziale Infrastruktura żeglarska) budowana jest przystań kajakowa w Krasiborze w ramach projektu „Wzmocnienie potencjału rozwoju wyspy Karsibór w oparciu o cenne walory przyrodnicze i kulturowe”.

⁷⁶ *Strategia rozwoju sportu Miasta Świnoujście na lata 2019 – 2028, Grupa BST 2019.*

Rysunek 12: Potencjał obiektów sportowych w Świnoujściu.



Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne

Udostępnione dane dotyczące liczby postojów udzielonych w porcie jachtowym w Świnoujściu w latach 2011-2017 wahają się i trudno zaobserwować tendencję wzrostową. Utrzymuje się ona na poziomie 9 tysięcy dni postojów jachtów rocznie⁷⁷. Jest to istotne zarówno dla rozwoju turystyki, w tym szczególnie związanej z turystami zagranicznymi, jak i ważne dla mieszkańców Świnoujścia, co znalazło swoje odzwierciedlenie jako druga najważniejsza dyscyplina – „sporty wodne, w tym żeglarstwo” wskazana po piątce nożnej przez 56,1% ankietowanych⁷⁸. W planie zagospodarowania miasta – rejon Basenu Północnego i fortów szczegółowo zaplanowano zagospodarowanie związane z priorytetami miasta⁷⁹ (żeglarstwo). Realizacja tych planów pozwoliłaby rozwinąć tę dziedzinę.

W obiektach noclegowych wg GUS funkcjonuje jeszcze 17⁸⁰ basenów krytych i jeden otwarty, 27 wypożyczalni sprzętu turystycznego, 22 sauny, 17 siłowni, boiska do piłki nożnej i siatkówki, kręgielnia i mini golf.

W Baltic Park Molo Aquapark znajduje się jedyny w Polsce basen z falą do surfingu, co w połączeniu z korzystnymi warunkami do jego uprawiania na wodach morskich czy Zalewu Szczecińskiego rozszerza tematycznie możliwość pobytu w Świnoujściu. Kolejnym elementem powiększającym ofertę turystyczną są pola golfowe w Korswandt (Niemcy) i Amber Baltic Golf Club.

W analizie należy również wziąć pod uwagę infrastrukturę niemiecką, z której korzystają zarówno mieszkańcy jak i turyści przyjeżdżający do Świnoujścia. Dotyczy to przede wszystkim położonych w pobliżu Bałtyckich Term Usedom (aqua fitness - świnoujska firma Aquado) i lodowiska w pobliskim Heringsdorfie.

⁷⁷ *Badanie ruchu turystycznego przyjazdowego w Świnoujściu w 2018 r.*, str. 17, Grupa BST.

⁷⁸ *Strategia rozwoju sportu Miasta Świnoujście na lata 2019 – 2028*, Grupa BST 2019.

⁷⁹ Uchwała nr XLVIII/248/2013 RM Świnoujście.

⁸⁰ Informacja własna uczestników spotkania w UM Świnoujście 5.06.2019 w obiektach noclegowych znajdują się 23 baseny kryte.

Brak jest stymulacji działań zarządców obiektów sportowych, którzy we współpracy z podmiotami bazy noclegowej przyczynią się do lepszego jej wykorzystania na potrzeby profesjonalnych grup sportowych, szczególnie w okresie jesienno-wiosennym.

Wnioski:

Rezydenci w Świnoujściu mają do dyspozycji rozbudowaną infrastrukturę sportową zarządzaną w przewarżającej części przez OSiR „Wyspiarz”.

Firma prywatna zainwestowała w budowę zaplecza rekreacyjno-sportowego takiego jak aquapark, co odciążło budżet miasta.

Również budowany kompleks sportowy wraz z funkcjonującą pływalnią wyróżniają statystycznie miasto spośród innych podobnej wielkości. Funkcjonuje także organizacyjno-infrastrukturalne zaplecze tworzone przez firmy i instytucje, które wypełnia potrzeby turystów i mieszkańców.

3.7 Infrastruktura i rozwiązania komunikacyjne

Świnoujście położone jest na obrzeżu Polski. Odizolowanie miasta, związane z jego położeniem na wyspach, starają się niwelować inwestycje rozwijające transport morski i rozwój portu. Port w Świnoujściu obok portu morskiego w Gdańsku, Gdyni i Szczecinie został uznany za port o podstawowym znaczeniu dla gospodarki narodowej. Dzięki tym inwestycjom skomunikowanie miasta z aglomeracjami zachodniej Polski drogą S3 (część E65) oraz magistralą kolejową E-59 przez Szczecin, Poznań do Wrocławia i dalej oraz CE-59 do Wrocławia pozwala dogodnie dojechać do Świnoujścia. Powstałe rozwiązania komunikacyjne na potrzeby ruchu towarowego kolidują ze wzmożonym ruchem turystycznym, ponieważ w obu dziedzinach następuje gwałtowny rozwój. Planowane inwestycje związane z rozbudową portu (rozbudowa terminalu LNG, terminalu promowego, budowa portu kontenerowego) oraz nowe rozwiązania komunikacyjne (tunel pod Świną, rozbudowa drogi S3 oraz modernizacja linii kolejowej nr 401) stanowią będą w ciągu najbliższych lat dalsze niedogodności dla turystów i duże wyzwanie planistyczno-organizacyjne dla władz miasta.

Połączenia kolejowe (PKP) i autobusowe (kilkanaście połączeń dziennie - Emilbus, Jomsborg) ulegają sezonowym wahaniom, jednakże dynamiczny i stały rozwój infrastruktury portowej i turystycznej sprzyja ich dalszemu rozwojowi. Dostępność transportowa z dużych ośrodków miejskich, skąd przyjeżdżają turyści: Poznań, Wrocław jest dobra, gorsza z Warszawy (2 pociągi Intercity, przejazd około 9 - 10 godzin⁸¹). W sezonie zaplanowanych jest 16 kursów pociągów PKP ze Świnoujścia do Szczecina⁸² oraz 38 połączeń UBB ze Świnoujścia do Niemiec⁸³.

Zwiększenie dostępności kolejowej do i ze Szczecina oraz Goleniowa zakłada Projekt Szczecińskiej Kolei Metropolitalnej wykorzystując istniejące linie kolejowe na obszarze Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego. Modernizacja będzie dotyczyć linii kolejowej 401 na odcinku Szczecin Dąbie – Goleniów – Świnoujście wraz z odcinkiem linii kolejowej nr 402 oraz 434 do Portu Lotniczego Szczecin Goleniów⁸⁴.

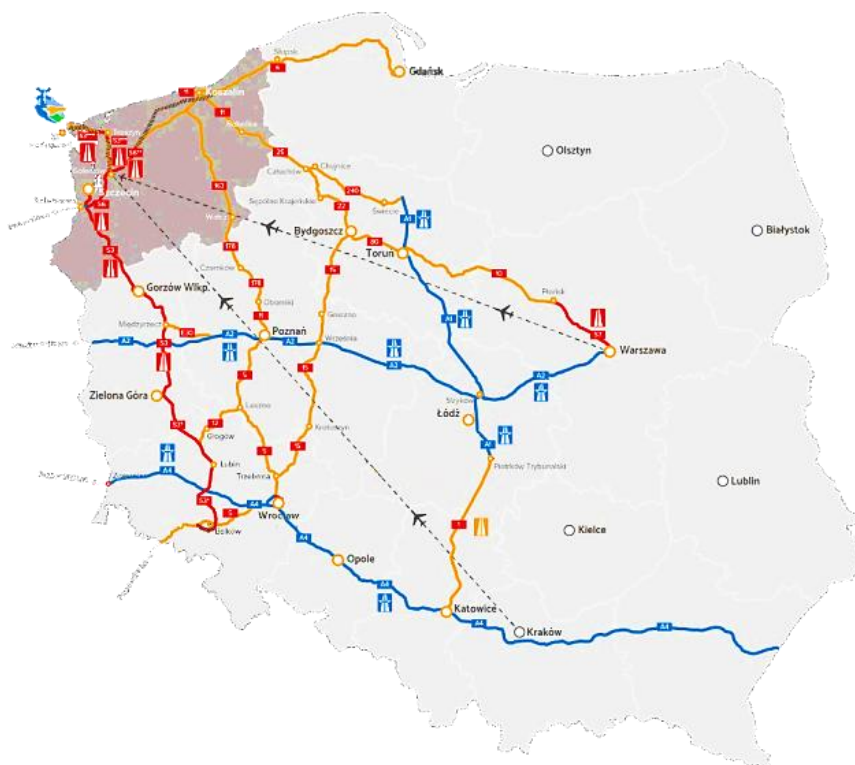
⁸¹ rozklad-pkp.pl/ (dostęp 15.06.2019).

⁸² koleo.pl/rozklad-pkp/swinoujście/szczecin-główny/13-07-2019_18:00/all/all (dostęp 15.06.2019).

⁸³ reiseauskunft.bahn.de (dostęp 15.06.2019).

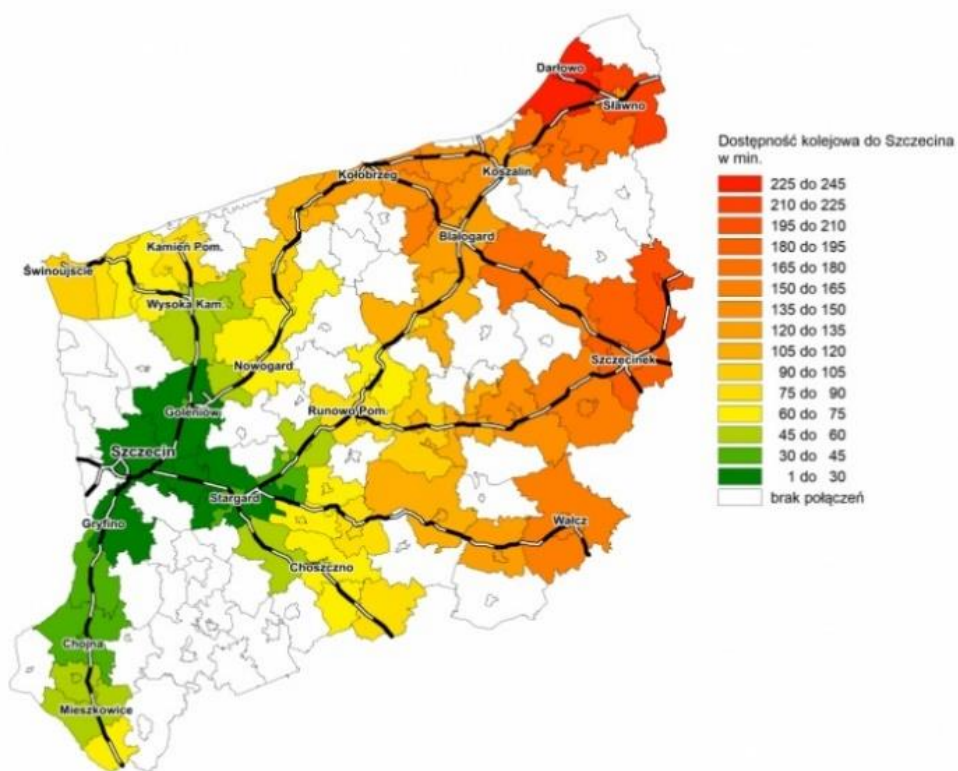
⁸⁴ *Studium Wykonalności Szczecińska Kolej Metropolitalna*. Szczecin 2018.

Rysunek 13: Dostępność drogowa i lotnicza z Polski do Świnoujścia.



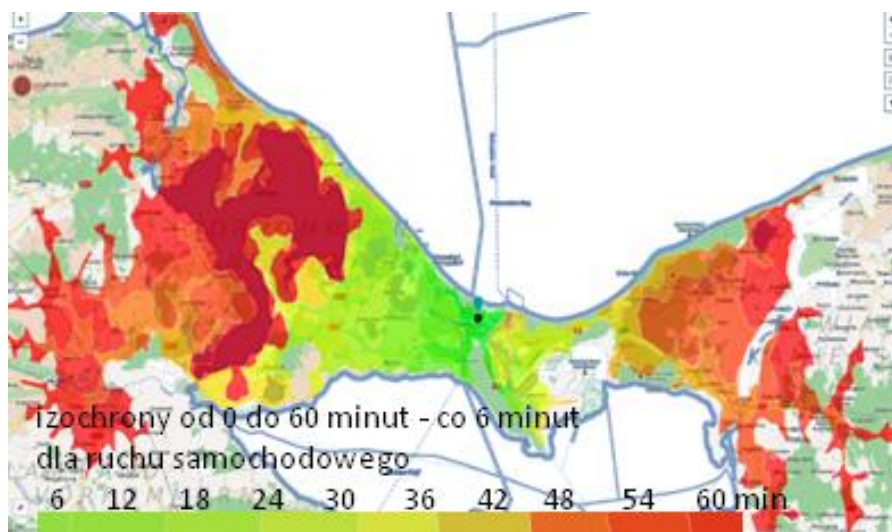
Źródło: oprac. własne ZBA na podstawie zdrojowahotels.pl

Rysunek 14: Dostępność kolejowa do Szczecina w roku 2018.



Źródło: eregion.wzp.pl/obszary/dostepnosc-przestrzenna, oprac. RBGPWZ na podstawie rozkładu jazdy PKP – 12. 2018 r.

Rysunek 15: Dostępność samochodowa Dzielnicy Nadmorskiej 60 minut (izochrony co 6 minut).



Źródło: openrouteservice.org

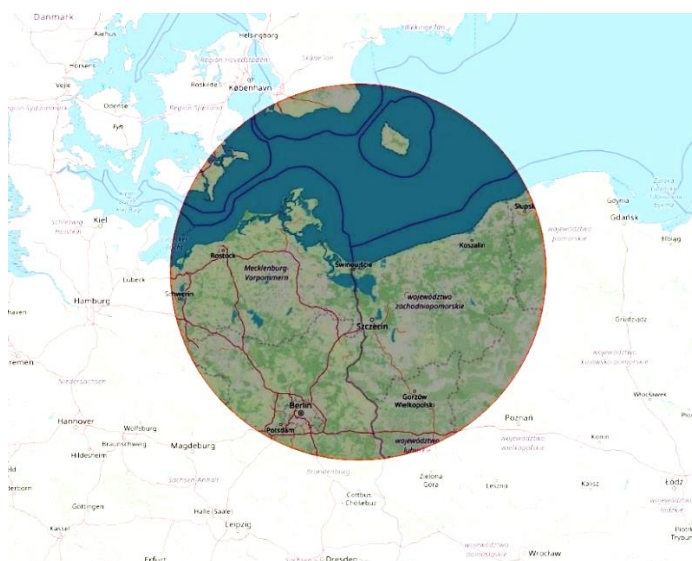
Generalnie dostępność winna być jednak brana pod uwagę w kontekście liczby potencjalnych klientów, którzy zamieszkują w pobliżu Świnoujścia. Poniżej przedstawiono analizę liczby ludności na tle konkurencyjnych ośrodków w promieniu 100 i 200 km od Świnoujścia. Wynika z niej, że 2/3 potencjalnych turystów w odległości do 200 km stanowią obywatele Niemiec.

Tabela 7: Populacja ludności zamieszkała w podanych odległościach od wybranych miast.

Miejscowość	Odległość 100 km	200 km	200 km tylko obywatele Niemiec
Świnoujście	1.761.036	9.525.966	6.616.000
Kołobrzeg	1.041.121	5.846.481	
Sopot	2.355.210	6.934.062	
Warszawa	4.905.878	14.078.110	

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne na podstawie freemaptools.com/find-population.htm

Rysunek 16: Charakter obszaru wokół Świnoujścia w promieniu 200 km.



Źródło: freemaptools.com/find-population.htm

Powstała infrastruktura transportowa na zachód od Świnoujścia sprzyja rozwojowi turystyki. Od strony Niemiec do granicy z Polską dochodzą szosy nr 110 i 111 oraz dociera Kolej Uzdrowska UBB łącząca miasto ze Stralsundem, a z przesiadką – także z Berlinem. Do Ahlbeck i Heringsdorf dojeżdżają z Berlina zarówno autobusy europejskiego przewoźnika FlixBus (3-4 godziny), jak i pociągi DB przez Szczecin lub Züssow z przesiadką nawet w 3,5 godziny.

Najbliższe lotnisko znajduje się w Heringsdorf (niemiecka część wyspy Uznam) – około 12 km od przejścia granicznego oraz w Goleniowie – około 70 km od Świnoujścia. Rozkład lotniska w Heringsdorf obejmuje regularne połączenia do Frankfurtu nad Menem, Dusseldorfu, Stuttgartu i Zurychu. Hotelarze z Uznamu zdecydowali się wyczarterować samoloty na regularne loty z i do Dortmundu od maja do października. Niestety liczba połączeń lotniczych i pasażerów maleje od 2016 roku⁸⁵. Nastąpił spadek liczby przylotów i odlotów pomiędzy 2013 a 2017 rokiem o 14,7%. W 2018 roku skorzystały z regularnych połączeń pasażerskich z Niemiec 12152 osoby podczas 219 lotów⁸⁶.

Natomiast infrastrukturę komunikacyjną w Świnoujściu tworzą drogi, parkingi oraz miejska i prywatna komunikacja. Rytm rozkładów Komunikacji Autobusowej sp. z o.o. dostosowany jest głównie do potrzeb mieszkańców. Turysta, który na krótki okres przyjeżdża do Świnoujścia, nie zdąży jej poznać. Brak jest na przystankach podstawowych schematów linii autobusowych, informacji w języku niemieckim ani dowolnego elektronicznego systemu informacyjnego, który pozwoliłby skoordynować przejazd turystów promem przez Świnę z dojazdem do dzielnicy Nadmorskiej. Turysty - mieszkańcy polskich aglomeracji przyzwyczajeni są do takich rozwiązań komunikacyjnych, które nie są wdrażane w Świnoujściu (np. Mapy Google, JakDojade.pl, Transpoid), bądź brak jest o nich dostatecznej informacji. Należy również wziąć pod uwagę Żeglugę Świnoujską, która świadczy usługi zarówno dla mieszkańców jak i turystów. Wobec najnowszych informacji oznakowanie przeprawy promowej przez Warszów powinno zostać zmodyfikowane, ponieważ wprowadza w błąd turystów a mieszkańcom jest ono zbędne. Przeprawa promowa jest wizytówką Świnoujścia i spełnia tylko podstawową funkcję transportową i ewentualnie komercyjną (reklamy np. Termy Usedom). Podobnie jak w przypadku transportu komunikacją autobusową brak jest wykorzystania przystanków i środków transportu dla działań informacyjnych, (np. komunikaty, informacje o imprezach, wystawach, atrakcjach), które przynosiłyby Świnoujściu korzyści gospodarcze i usługowe.

Ograniczony obszar miasta przy dynamicznie rosnącej bazie noclegowej i perspektywie zwiększenia ruchu po wybudowaniu tunelu pod Świną powoduje konieczność dokonania analiz uwarunkowań odnośnie systemów transportu publicznego ze szczególnym uwzględnieniem systemów transportu elastycznego.

W Świnoujściu zarejestrowanych jest ok. 23.000 pojazdów, w tym ponad 19 tysięcy samochodów osobowych⁸⁷, zarejestrowano również 253 taksówki⁸⁸. Typowe auto osobowe ma szacunkowy wiek 17,4 lat, masę całkowitą 1900 kg i więcej, napędzane jest silnikiem benzynowym o pojemności 1400-1999 cm³.

Od 2016 Świnoujście uzyskało 136 ogólnodostępnych miejsc parkingowych, a w budowie jest 450 miejsc, m.in. przy ulicach Karsiborskiej (171 miejsc), Legionów (180 miejsc), Bałtyckiej (108 miejsc). W planach jest połączenie parkingu przy ul. Barlickiego z dworcem PKP, dworcem komunikacji autobusowej i przystanią promową kładką nad torami i ul. Dworcową. Te zmiany są szczególnie istotne w kontekście budowy tunelu pod Świną, a tym samym potrzebą organizacji nowych linii komunikacyjnych łączących lewobrzeże i prawobrzeże miasta.

⁸⁵ de.wikipedia.org/wiki/Flughafen_Heringsdorf (dostęp 15.06.2019).

⁸⁶ *Verkehr Luftverkehr auf Hauptverkehrsflughäfen*, Statistisches Bundesamt 2018.

⁸⁷ polskawliczbach.pl/Swinoujście (dostęp 15.06.2019).

⁸⁸ polskawliczbach.pl/Swinoujście (dostęp 15.06.2019).

Wnioski:

Rozwój turystyki i dalszy rozwój bazy portowej przy jednoczesnym występowaniu istotnych ograniczeń przestrzenno-funkcyjnych już powoduje i będzie powodował jeszcze większe problemy komunikacyjne dojazdu do Świnoujścia i poruszania się po samym mieście. Ograniczona dostępność komunikacyjna wnętrza przestrzeni turystycznej limituje skalę dalszego rozwoju potencjału turystycznego (przeprawa promowa). Brak jest systemowych rozwiązań wykorzystania transportu zbiorowego przez turystów – koordynacji autobus – prom. Dodatkowym ograniczeniem jest brak klasycznego obszaru funkcjonalnego wokół miasta wynikający z jego położenia fizyczno-geograficznego.

Ponad 2/3 potencjalnych turystów, którzy mogą łatwiej i szybciej dojechać do Świnoujścia to Niemcy. Natomiast mieszkańcy polskich aglomeracji przyzwyczajeni są do nowoczesnych i przyjaznych rozwiązań komunikacyjnych, które nie są wdrażane w Świnoujściu.

3.8 Infrastruktura szlaków turystycznych

Łączna długość szlaków turystycznych w Świnoujściu wynosi 123,6 km. Na terenie Świnoujścia wyznaczono 5 szlaków rowerowych o długości 81 km, 3 szlaki piesze o długości 42,6 km oraz 2 szlaki kajakowe o łącznej długości 90 km. W istotnych turystycznie i komunikacyjnie punktach miasta ustawiono 152 stojaki na rowery. Infrastrukturę szlaków tworzy 108 tablic informacyjno-edukacyjnych, ławki, kosze na śmieci, 5 wiat i system znaków. Oznakowanie szlaków zostało w latach 2014-2018 poddane konserwacji i odnowione. Długość ścieżek rowerowych i ciągów pieszo-rowerowych systematycznie rośnie: w 2014 roku na terenie miasta znajdowało się 30,8 km ścieżek pieszych i rowerowych. W 2015 roku ścieżek rowerowych było 31,1 km, w 2016 roku – 31,6 km, a w 2018 roku – 32,6 km. Realizowane są kolejne projekty w tym zakresie m.in. „Punkt przystankowy turystyki pieszej, rowerowej i wodnej z dodatkową funkcją placu integracyjno-festynowego” w Ognicy. Poprzez projekt „Wzmocnienie potencjału rozwojowego wyspy Karsibór w oparciu o cenne walory przyrodnicze i kulturowe” nastąpi budowa miejsc piknikowych z infrastrukturą dla turystyki pieszej i rowerowej w Karasiborze.

Szlaki rowerowe

- Świdny Las (14 km),
- Dookoła wyspy Karsibór (17 km),
- Odcinek Międzynarodowego Nadmorskiego Szlaku Rowerowego R-10 (19 km) – zły stan techniczny⁸⁹,
- Odcinek szlaku rowerowego Dookoła Zalewu Szczecińskiego (19 km),
- Odcinek szlaku rowerowego im. L. Feiningera (12 km).

Szlaki piesze

- Ścieżka dydaktyczna Szlak Fortyfikacyjny (4,9 km),
- Międzynarodowy nadmorski szlak pieszy E-9 (22,7 km),
- Odcinek szlaku św. Jakuba (15 km).

Szlaki kajakowe

- Szlak Kajakowy 44 Wysp (30 km),
- Szlak Kajakowy Wzdłuż Brzegów Wyspy Wolin (60 km).

Ponadto marina w Świnoujściu funkcjonuje w ramach Zachodniopomorskiego Szlaku Żeglarskiego.

⁸⁹ www.iswinoujscie.pl/artykuly/58085/?page=0&sort=DESC&showall=1 (dostęp 15.06.2019).

Wnioski:

Potencjał szlaków turystycznych Świnoujścia rozwinął się znacząco od 2002 roku, kiedy w opracowaniach⁹⁰ wskazano jako słabość niedostatecznie rozwiniętą infrastrukturę szlaków turystycznych, zwłaszcza rowerowych i wodnych. Postulowano projektowanie i tworzenie szlaków dla turystów aktywnych, kulturowych i przyrodniczych. Długość i atrakcyjność szlaków pieszych, rowerowych i wodnych uległa zdecydowanemu zwiększeniu. Odcinek szlaku R10 łączącego z Międzyzdrojami wymaga poprawy.

3.9 Infrastruktura i rozwój turystyki w planach strategicznych Miasta Świnoujście

Zgodnie ze *Strategią Rozwoju Miasta na lata 2014-2020* turystyka jest wiodącą dziedziną gospodarki miasta o dużym potencjale rozwojowym. O jej rozwoju decydują walory naturalne (położenie geograficzne, w tym sąsiedztwo Niemiec, zróżnicowanie przyrodnicze, szeroka, piaszczysta plaża, różnorodność akwenów umożliwiające uprawianie różnych form turystyki wodnej, walory uzdrowiskowe), dziedzictwo kulturowe w postaci dawnych obiektów militarnych, rozwijająca się oferta usług turystycznych i stosunkowo dobrze rozwinięta infrastruktura turystyczna. Świnoujście jako jedyne miasto w Polsce otrzymało po raz czternasty Błękitną Flagę - wyróżnienie nadawane kąpieliskom spełniającym najwyższe kryteria w zakresie jakości wody, zarządzania środowiskowego i bezpieczeństwa.

Cele, jakie strategia stawia do 2020, można odnaleźć w dokumencie *Strategii Rozwoju Miasta na lata 2014-2020*. Wśród nich sformułowano⁹¹:

- Cel strategiczny A: POPRAWA ZEWNĘTRZNEGO I WEWNĘTRZNEGO SYSTEMU KOMUNIKACJI I TRANSPORTU MIASTA (KRAJOWEGO, REGIONALNEGO, MIĘDZYNARODOWEGO). W tym cel operacyjny:
 - 1. Usprawnienie połączeń transportowych między wyspami Uznam i Wolin.
- Cel strategiczny B: ŚWINOUJŚCIE CAŁOROCZNYM KURORTEM. W tym cel operacyjny:
 - 1. Tworzenie optymalnych warunków do rozwoju branży turystycznej.
 - 3. Rozszerzenie oferty turystycznej w oparciu o walory przyrodnicze, wartości historyczne i transgraniczność Miasta.
- Cel strategiczny C: ŚWINOUJŚCIE ATRAKCYJNE DLA INWESTORÓW, SZCZEGÓLNIENIE ZWIĄZANYCH Z GOSPODARKĄ MORSKĄ. W tym cel operacyjny:
 - 1. Tworzenie warunków koegzystencji turystyki i gospodarki morskiej.
- Cel strategiczny D: WZMOCNIENIE KAPITAŁU SPOŁECZNEGO, w tym cel operacyjny:
 - 1. Tworzenie warunków do zwiększenia zaangażowania społeczeństwa w życie społeczno-gospodarcze i we współpracę transgraniczną.

W celu A zawarto: Tworzenie optymalnych warunków do rozwoju branży turystycznej:

- rozbudowę infrastruktury miejskiej w tym; zagospodarowanie turystyczne przestrzeni miejskiej, przebudowę dróg celem poprawy dostępności do obiektów turystycznych, budowę systemów parkingowych, rozbudowę sieci wodno-kanalizacyjnej, budowę obiektów kulturalno - sportowych o charakterze całorocznym,
- opracowywanie miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego uwzględniających zapisy *Strategii Rozwoju Miasta*,

⁹⁰ *Program Rozwoju Produktu Turystycznego oraz Kreacji Marki Miasta*, PART, 2012.

⁹¹ *Strategia Rozwoju Miasta na lata 2014-2020, Wieloletnie Strategiczne Programy Operacyjne Miasta Świnoujście na lata 2014-2020*, Świnoujście, 2013 rok.

- tworzenie przyjaznego klimatu do inwestowania w mieście (sprawne procedury, kompleksowa obsługa inwestorów, otwartość na inwestorów zamierzających zrealizować przedsięwzięcia wzbogacające ofertę turystyczną miasta, partnerstwo publiczno-prywatne, system zachęt),
- atrakcyjną (zróżnicowaną cenowo w zależności od pory roku) ofertę dzierżawy nieruchomości np. na kąpielisku miejskim,
- przygotowywanie i udostępnianie terenów dla przedsiębiorców świadczących usługi turystyczne (m.in. dla przewoźników turystycznych stwarzając możliwość parkowania autokarów turystycznych),
- tworzenie i rozwój oferty kulturalnej, która będzie magnesem przyciągającym turystów poza sezonem letnim.

W celu C zawarto: Tworzenie warunków koegzystencji turystyki i gospodarki morskiej

Przestrzeń Świnoujścia uformowały zasadniczo trzy czynniki tj. port, uzdrowisko i funkcje militarne, które są wypadkową szczególnych uwarunkowań naturalnych związanych z położeniem geograficznym Miasta. Wyspiarskie położenie przyczyniło się do rozlokowania różnych funkcji miasta na poszczególnych wyspach. Dwie główne funkcje Miasta Świnoujście: turystyczno-uzdrowska oraz przemysłowo-portowa powinny rozwijać się w sposób bezkolizyjny w ustalonych miejscowymi planami zagospodarowania przestrzennego kierunkach, nie tworząc dla siebie barier kolizyjnych, transportowych i kulturowych.

Elementy, które mogą poprawić koegzystencję funkcji turystycznej i uzdrowskiej to:

- poprawa układu transportowego z siecią parkingów strategicznych,
- wykorzystanie nadmorskich walorów środowiskowych.

Miasto ma ograniczone możliwości rozwoju terytorialnego, pomimo stosunkowo dużej ilości terenów niezurbanizowanych. Wynika to głównie z uwarunkowań przyrodniczych, a zwłaszcza z Natury 2000. W związku z tym w ramach równomiernego rozwoju poszczególnych wysp należy dążyć do większego wykorzystania walorów przyrodniczych wysp Wolin i Karsibór. Dlatego też tereny przeznaczone w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego pod zabudowę powinny być wykorzystane optymalnie.

Do głównych kierunków zagospodarowania przestrzennego Świnoujścia zaliczyć należy m.in. zapewnienie warunków rozwoju przestrzennego przy zachowaniu walorów funkcji miejskich oraz funkcji uzdrowskich i turystycznych, środowiska naturalnego, kulturowego i krajobrazu zindywidualizowanego lokalnie.

Po stronie wyspy Uznam:

- istnieje połączenie kolejowe (kolej osobowo-turystyczna UBB) na odcinku od granicy państwa z miejscowością Ahlbeck do ul. 11-go Listopada;
- projektowana jest rezerwa terenowa połączenia kolejowego na odcinku od wariantu południowego połączenia stałego do granicy.

Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania Miasta Świnoujście przewiduje na wyspie Uznam nowe połączenie kolejowe (głównie dla ruchu osobowo-turystycznego) w relacji Świnoujście - Berlin. Ustalenie w m.p.z.p. w tym zakresie zostało odłożone do odrębnego opracowania. *Studium* oraz kolejne jego zmiany uwzględniają rozwój wiodącej funkcji miasta⁹² – turystyki przeznaczając nowe tereny i modyfikując zapisy dotyczące rozwoju tej funkcji (np. reprezentacyjna przestrzeń publiczna, pieszy, ogólnodostępny, bulwar miejski wzdłuż ulicy Wyrbrzeże Władysława IV). Uzupełniającą funkcję ma stanowić przystań statków pasażerskich

⁹² *Zmiana Studium Uwarunkowań i Kierunków Zagospodarowania Przestrzennego Miasta Świnoujście*, załącznik nr 1 do Uchwały Nr L/372/2017 Rady Miasta Świnoujście z dnia 23 listopada 2017 r. str. 19.

i nabrzeże postojowe wraz z infrastrukturą do obsługi statków pasażerskich i pasażerów, w tym obiektami i usługami obsługi ruchu turystycznego m.in. małej gastronomii.

*Gminny Program Rewitalizacji dla Gminy Miasto Świnoujście na lata 2017–2027*⁹³ zakłada szereg działań i inwestycji, które mają również znaczenie dla rozwoju turystyki. Dotyczą one przede wszystkim obszarów atrakcyjnych turystycznie – atrakcji m.in. Fortów: Gerharda i Anioła, otoczenia Basenu Północnego oraz Wyspy Karsibór: wzmocnienie potencjału rozwojowego wyspy Karsibór w oparciu o cenne walory przyrodnicze i kulturowe.

Wnioski:

Rola turystyki została podkreślona w dwóch najważniejszych dokumentach Miasta Świnoujście: *Strategii Rozwoju Miasta na lata 2014-2020*, *Wieloletnich Strategicznych Programach Operacyjnych Miasta Świnoujście na lata 2014-2020* oraz *Studium uwarunkowań i kierunków zagospodarowania przestrzennego*. Dwa na cztery cele strategii rozwoju odnoszą się bezpośrednio do turystyki, w tym do rozwoju infrastruktury turystycznej, paraturystycznej i uzdrowskiej. Realizowane obecnie inwestycje miejskie zostały zapisane w *Wieloletnich Strategicznych Programach Operacyjnych Miasta Świnoujście na lata 2014-2020*: rewitalizacja Centrum, remont Promenady i budowa nowej Promenady Zdrowia, mariny w Łunowie i infrastruktury parkingowej.

Do turystyki odnoszą się również inne przywoływane w niniejszej analizie dokumenty strategiczne Świnoujścia, w tym *Program Ochrony Środowiska* i *Operat Uzdrowski*, *Gminny Program Rewitalizacji dla Gminy Miasto Świnoujście na lata 2017–2027*.

Strategiczne znaczenie turystyki dla regionu uwzględniają również plany rozwojowe województwa zachodniopomorskiego.

⁹³ *Gminny Program Rewitalizacji dla Gminy Miasto Świnoujście na lata 2017–2027* - Uchwała Nr LV/408/2018 Rady Miasta Świnoujście.

4. Infrastruktura społeczna, współpraca w turystyce w Świnoujściu, aktywność lokalna i wewnętrzne uwarunkowania rozwoju turystyki

Analiza infrastruktury społecznej obejmuje instytucjonalną strukturę zarządzania rozwojem turystyki w Świnoujściu, w tym: komórki Urzędu Miasta Świnoujście i miejskie jednostki organizacyjne, Świnoujską Organizację Turystyczną (ŚOT), organizacje pozarządowe działające w obszarze turystyki, kultury i sportu, podmioty branży turystycznej (przedsiębiorstwo uzdrowskie, przedsiębiorstwa świadczące usługi noclegowe, gastronomiczne, biura podróży, przewoźników, wypożyczalnie sprzętu, podmioty zarządzające atrakcjami turystycznymi).

W strukturach Urzędu Miasta Świnoujście znajduje się Wydział Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu (WPT), który odpowiada m.in. za kierunki polityki turystycznej, działania dotyczące rozwoju turystyki i infrastruktury turystycznej, prowadzenie spraw związanych z posiadaniem przez Świnoujście statusu uzdrowska, opracowanie i aktualizację ewidencji obiektów świadczących usługi hotelarskie, prowadzenie informacji turystycznej oraz spraw związanych z członkostwem miasta w ŚOT⁹⁴.

Jeszcze do niedawna za sprawy związane z turystyką w WPT odpowiadała jedna osoba (łącznie z kierownictwem WPT liczy 11 pracowników). W Centrum Informacji Turystycznej w Świnoujściu zatrudnione są 3 osoby (kierownik i dwóch informatorów). W sezonie letnim prowadzony jest punkt informacji turystycznej przy Promenadzie, obsługiwany przez dodatkowo zatrudnionych pracowników.

Zgodnie ze strukturą organizacyjną Urzędu Miasta Świnoujście w ramach WPT działają miejskie jednostki organizacyjne – instytucje zajmujące się kulturą, sportem i turystyką (zarządzają infrastrukturą turystyczną i atrakcjami oraz organizują imprezy adresowane również do turystów). Są to: Muzeum Rybołówstwa Morskiego, Miejski Dom Kultury wraz z filiami Ośrodek Sportu i Rekreacji „Wyspiarz”, a także Miejska Biblioteka Publiczna im. Stefana Flukowskiego. Jednostką organizacyjną Miasta Świnoujście obsługującą turystów jest również Żegluga Świnoujska, która jest m.in. operatorem przeprawy promowej przez Świnę oraz realizatorem inwestycji związanych z zagospodarowaniem portu.

Miasto Świnoujście jest członkiem Świnoujskiej Organizacji Turystycznej. Podmiot zrzecza hotele (m.in. Hampton by Hilton, Inferferie, Nat, Ottaviano, Herkules), Apartamenty Świnoujście, biura turystyczne (Cyrus Tours, Hotele i Turystyka Michał Faligowski, Fregata i Gold Tourist) oraz atrakcje (Park Linowy Bluszcz). ŚOT organizuje wydarzenia oraz imprezy kulturalne i historyczne adresowane również do turystów (cykliczne Dni Twierdzy na Wyspach, Wyspy Wielkanocne)⁹⁵.

Branża turystyczna Świnoujścia jest zróżnicowana pod względem potencjału technicznego, organizacyjnego i struktury własnościowej. Zaplecze noclegowe miasta rozwija się dzięki inwestycjom zewnętrznym (m.in. Zdrojowa Invest – inwestor kompleksu Baltic Park Molo, właściciel marki Hampton by Hilton, Hotel Trzy Wyspy – inwestor Dom Inwest (spółka wyróżnia się zaangażowaniem w różne działania promocyjne), Interferie Medical Spa Spółka z o.o., Spółka Auran – inwestor Hotelu Ewerdin, Spółka Techagra – inwestor West Baltic Resort Spa & Wellness, kompleks Aquamarina – inwestor SABE Investments). Rozmiar inwestycji mierzony pojemnością miejsc noclegowych pozwala stwierdzić, że są to kluczowi gracze branży hotelarskiej na świnoujskim rynku. Inwestycjami zewnętrznymi są również obiekty noclegowe zrealizowane w dawnych obiektach bazy uzdrowskiej, FWP (Funduszu Wczasów Pracowniczych) oraz zakładowych ośrodków wczasowych.

⁹⁴ bip.um.swinoujscie.pl/artukul/193/1142/wydzial-promocji-turystyki-kultury-i-sportu-wpt (dostęp 9.06.2019).

⁹⁵ sot.swinoujscie.pl/nasi-czlonkowie/ (dostęp 10.06.2019).

Publicznym inwestorem jest Samorząd Województwa Zachodniopomorskiego, właściciel przedsiębiorstwa Uzdrowisko Świnoujście S.A. Świnoujskimi inwestorami branży hotelarskiej są m.in.: Hotel Cesarskie Ogrody Sp. z o.o, Hotel Ottaviano Ewa Dziedzicka, Hotel Cis Danuta Dziedzicka, Rehakur Sp. z o.o. – właściciel Hotelu Herkules⁹⁶. W Świnoujściu działa 11 biur zakwaterowań i podmiotów zajmujących się pośrednictwem w wynajmie pokoi i mieszkań wakacyjnych, m.in. Apartamenty Świnoujście, Ambria Apartments, Baltic Home, Baltic Park Fregata, Salon Nieruchomości. Wymienione podmioty mają swoją siedzibę w Świnoujściu. Oprócz tego funkcjonują przedsiębiorstwa świadczące tego typu usługi spoza Świnoujścia, m.in.: Casamundo, Baltic Apartments, Edom Sp. z.o.o, czy Visito.

Wewnętrzny (mający siedzibę rejestrową w Świnoujściu) potencjał branży turystycznej tworzą również przedsiębiorstwa świadczące usługi w zakresie organizatorów turystyki i pośredników turystycznych. Zgodnie z Centralną Ewidencją i Wykazami w Turystyce Ministerstwa Sportu i Turystyki w Świnoujściu znajduje się 9 takich podmiotów, w tym organizujących imprezy turystyczne do i po Świnoujściu (Fregata Biuro Turystyki Skandynawskiej – właściciel Biura Zakwaterowań Apartamenty Świnoujście, Gold Tourist - Agencja Turystyczna, Centrum Turystyki i Przewozy autokarowe, Hotele i Turystyka Michał Faligowski, Wybrzeże Biuro Turystyczne s.c.)⁹⁷.

W Świnoujściu funkcjonują również organizacje pozarządowe, które mają w zakresie swojej działalności turystykę, kulturę i sport. Są to m.in.: Towarzystwo Rozwoju Portu Świnoujście, Towarzystwo Zielone Wyspy Świnoujście, Stowarzyszenie Kibiców Floty Świnoujście Wyspiarze, Stowarzyszenie Kierunek Świnoujście, Lokalna Grupa Rybacka Zalew Szczeciński, Fundacja Grobla Przez Zalew, Stowarzyszenie Bikers Świnoujście⁹⁸, jak również Świnoujskiego Stowarzyszenia Lokalni, Stowarzyszenie Miłośników Latarni Morskich, zarządzające Latarnią Morską w Świnoujściu.

Aktywność lokalna i współpraca w turystyce jest niewystarczająca, jak określili to uczestnicy branżowi i instytucjonalni spotkań dotyczących opracowania niniejszej *Strategii*. Zwracają oni uwagę na partykularność interesów i działań oraz słabe zaangażowanie w realizację wspólnych przedsięwzięć. Jest to widoczne m.in. po aktywności podmiotów branży turystycznej w zakresie współrealizacji imprez i wydarzeń turystycznych, kulturalnych i sportowych (współorganizatorzy i partnerzy wymienieni w programach). Opinię tę potwierdzają zarówno przedstawiciele Miasta Świnoujście, jak również Świnoujskiej Organizacji Turystycznej. Podkreślają, że podmioty branży turystycznej są przede wszystkim biorcą inwestycji miejskich i usług w zakresie wsparcia rozwoju i promocji turystyki podejmowanych przez samorząd lokalny. Opinie te są również wyrażane podczas indywidualnych wywiadów pogłębionych z osobami reprezentującymi środowisko turystyczne. Zauważalne jest natomiast nakładanie się na siebie w czasie wydarzeń i imprez organizowanych przez różne podmioty, co wskazuje na trudności z uzgodnieniem wspólnego kalendarza. Opinie zgłaszane przez przedstawicieli branży turystycznej podczas spotkań świadczą o rywalizacji pomiędzy poszczególnymi podmiotami w tym zakresie. Coraz częściej środowisko turystyczne zwraca uwagę na przejawy negatywnego podejścia do turystów przebywających w Świnoujściu⁹⁹. Jest to ważny sygnał mogący świadczyć o zjawisku overtourismu.

Partnerami dla Urzędu Miasta Świnoujście do współpracy w rozwoju i promocji turystyki są przede wszystkim Świnoujska Organizacja Turystyczna, której miasto jest członkiem, Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego (m.in. partner w projekcie Zachodniopomorskiego Szlaku Żeglarskiego), Stowarzyszenie

⁹⁶ turystyka.gov.pl/cwoh/index (dostęp 10.06.2019).

⁹⁷ turystyka.gov.pl/ceotipt/podmioty/wyszukiwanie_p_77.htm (dostęp 10.06.2019).

⁹⁸ spis.ngo.pl/?search=%C5%9Awinouj%C5%9Bcie (dostęp 10.06.2019).

⁹⁹ Wywiady indywidualne IDI i TDI techniką wywiadów swobodnych (nieustrukturyzowane) przeprowadzone zostały pomiędzy spotkaniami z branżą turystyczną, Zespołem ds. Strategii oraz Radnymi Miasta Świnoujście zaplanowanymi realizowanymi na potrzeby niniejszej strategii. Wzięło w nich udział 5 osób reprezentujących podmioty hotelarskie, gastronomiczne i atrakcje turystyczne.

Gmin Uzdrawiskowych, Port Szczecin-Świnoujście, partnerzy medialni (m.in. TVN w ramach wydarzenia Projekt Plaża TVN), Centrum Edukacji Zawodowej i Turystyki, podmioty turystyczne występujące jako sponsorzy i partnerzy imprez i wydarzeń organizowanych przez Miasto Świnoujście (m.in. właściciele obiektów hotelarskich Interferie, Hotel Trzy Wyspy, Hampton by Hilton, Dom Zdrojowy Senator, Hotel Ewerdin). Potencjalnymi partnerami są inni przedsiębiorcy turystyczni mający duży udział w rynku turystycznym Świnoujścia (wymienieni wcześniej). Dobrą praktyką, którą można twórczo zaadaptować w Świnoujściu, są wspólne działania podejmowane przez Uzdrawiska Cesarskie w zakresie marketingu turystycznego (m.in. wspólny kalendarz imprez i wydarzeń, spoty telewizyjne, największy koszt plażowy na świecie i telebim w Bałtyku w Heringsdorf).

Analiza benchmarkingowa miast nadmorskich w Polsce o porównywalnej liczbie mieszkańców i potencjale turystycznym (Kołobrzeg i Sopot) pokazuje odmienne podejście do organizacji systemu zarządzania turystyką na poziomie gminy (diagnoza innych destynacji turystycznych znajduje się w analizie otoczenia konkurencyjnego). W Kołobrzegu utworzono po reorganizacji Miasta jednoosobowe stanowisko ds. informacji turystycznej w Biurze Prezydenta. Urząd Miasta Kołobrzeg prowadzi Miejską Informację Turystyczną. Zarządza adresowanym do turystów i mieszkańców portalem internetowym Klimatyczny Kołobrzeg, stanowiącym wirtualną informację turystyczną. Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji zarządza kompleksem Milenium, który organizuje imprezy kulturalne, sportowe i estradowe. Miasto jest członkiem Lokalnej Organizacji Turystycznej Regionu Kołobrzeg, której przekazało w 2018 roku składkę członkowską w wysokości 200 000 złotych (analiza budżetu w latach 2014-2017 znajduje się w rozdziale poświęconym analizie otoczenia konkurencyjnego)¹⁰⁰. LOT prowadzi dwa punkty informacji turystycznej w Kołobrzegu, profile w mediach społecznościowych oraz stronę internetową. Struktura organizacyjna Urzędu Miasta przeszła reorganizację, która ograniczyła zakres działań dot. rozwoju i promocji turystyki na rzecz Organizacji Turystycznej Regionu Kołobrzeg. Nadal jednak Urząd Miasta obsługuje informację turystyczną i promuje markę Klimatyczny Kołobrzeg.

W Urzędzie Miasta Sopot w strukturach Biura Promocji i Komunikacji Społecznej utworzono jednoosobowe stanowisko ds. turystyki i współpracy zagranicznej. Kulturą, sportem i turystyką zajmują się również miejskie jednostki organizacyjne: Państwowa Galeria Sztuki, Muzeum Sopotu, Bałtycka Agencja Artystyczna BART, Miejska Biblioteka Publiczna im. Józefa Wybickiego oraz Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji w Sopocie¹⁰¹. Rozwojem turystyki, promocją i informacją turystyczną zajmuje się Sopotcka Organizacja Turystyczna (samorząd miejski nie prowadzi takiej działalności i wspiera SOT w tym zakresie). W jej strukturach znajduje się Informacja Turystyczna i Biuro Zakwaterowań, które pełni rolę touroperatora lokalnego (zgodnie ze *Strategią Marketingu Turystycznego Miasta Sopot* z 2005 roku). W 2018 roku z budżetu Miasta Sopot przekazano dla SOT składkę członkowską w wysokości 490 000 złotych na prowadzenie dwóch punktów Informacji Turystycznej i Biura Zakwaterowań wraz z Pijalnią Wód w Domu Zdrojowym oraz udział w targach turystycznych, warsztatach, spotkaniach b2b z branżą turystyczną. STS współpracuje z Urzędem Miasta przy aktualizacji i wydawaniu folderów promocyjnych, współorganizuje wizyty studyjne, zarządza stronami kalendarz.sopot.pl i visit.sopot.pl, organizuje spotkania z branżą turystyczną, prowadzi sprzedaż biletów na wydarzenia kulturalno-rozrywkowe, współpracuje z mediami, prowadzi działalność gospodarczą (kawiarenkę turystyczną, sklepik z pamiątkami, ogródek gastronomiczny), współpracuje z organizacjami turystycznymi¹⁰².

Metoda analizy trójwymiarowej przestrzeni strategicznej pozwala na określenie, czy obecny rozwój technologiczny i innowacje w turystyce Świnoujścia oraz podejście do zarządzania wiedzą i relacjami oparte są na przywództwie, czy na naśladownictwie. W Świnoujściu następuje intensywny rozwój infrastruktury turystycznej i paraturystycznej (baza noclegowa, parkingi, sieć komunikacyjna wewnątrz miasta i dojazdowa, przestrzeń miejska i rekreacyjna), jak również przemysłowej związanej z inwestycjami istotnymi dla kraju. Znaczenie Świnoujścia wynika ze strategicznego położenia miasta i funkcji Portu Szczecin-Świnoujście (również

¹⁰⁰ umkolobrzeg.esp.parseta.pl/index.php?id=706 (dostęp 11.06.2019).

¹⁰¹ bip.sopot.pl/m,47,jednostki-budzetowe-miasta-oraz-komunalne-jednostki-kultury.html (dostęp 11.06.2019).

¹⁰² bip.sopot.pl/m,91,budzet-miasta.html (dostęp 11.06.2019).

w kontekście turystycznej dostępności komunikacyjnej). Źródła rozwoju społeczno-gospodarczego i technologicznego znajdują się zarówno na zewnątrz (kapitał, know-how i innowacje w turystyce podmiotów inwestujących w Świnoujściu, istotne strategicznie inwestycje regionalne i krajowe), jak również wewnątrz (kapitał pozyskany ze sprzedaży terenów pod inwestycje, kodyfikacja zarządzania wiedzą i informacją w postaci aktualnych strategii i planów rozwojowych, w tym sektorowych). Jednocześnie samorząd Miasta Świnoujście współpracuje z ekspertami i instytucjami z zewnątrz w zakresie rozwiązań pozwalających lepiej planować rozwój poprzez skorzystanie z know-how i doświadczeń innych (m.in. Cesarskich Uzdrowisk). W analizie trójwymiarowej przestrzeni strategicznej jest to strategia lidera technologicznego korzystającego z mieszanych źródeł wiedzy, innowacji i technologii przy koncentracji na planowaniu i formalizacji rozwoju. Jest to jeden z sześciu modeli zarządzania wiedzą¹⁰³.

Wnioski:

Samorząd Miasta Świnoujście pełni istotną rolę w stymulacji rozwoju turystycznego. Tworzy infrastrukturę społeczną odpowiadającą za planowanie rozwoju, współpracę z branżą turystyczną, tworzenie produktów turystycznych, promocję turystyki, organizację imprez i wydarzeń kulturalnych i sportowych. Biorąc pod uwagę zakres realizowanych zadań i potencjał kadrowy należy stwierdzić, że zaplecze organizacyjne wymaga wsparcia bądź reorganizacji (np. adaptując model funkcjonujący w innych nadbałtyckich uzdrowiskach w Polsce). Pozwoliłoby to na zwiększenie efektywności wsparcia rozwoju turystyki, w tym w zakresie współpracy z branżą turystyczną i relacji pomiędzy Urzędem Miasta Świnoujście i miejskimi jednostkami organizacyjnymi a Świnoujską Organizacją Turystyczną. Podmiot ten nie działa tak efektywnie, jak wymagałby tego potencjał turystyczny Świnoujścia. Przyczyn można upatrywać m.in. w wysokości wsparcia z budżetu miasta, które jest niższe, niż w konkurencyjnych uzdrowiskach nadmorskich, jak również w ograniczonym potencjale organizacyjnym i kadrowym.

Współpraca lokalna na rzecz rozwoju turystyki nie spełnia oczekiwań Urzędu Miasta Świnoujście, jak i reprezentacji branży turystycznej. Z drugiej strony aktywność samego środowiska turystycznego jest na stosunkowo niskim poziomie (biorąc pod uwagę liczbę podmiotów tej branży w Świnoujściu, aktywność i zaangażowanie – przejawiające się choćby uczestnictwem w spotkaniach poświęconych strategii – można oszacować tę aktywność na ok. 1%.

Należy zwrócić uwagę na przejawy negatywnego nastawienia mieszkańców do turystów. Zjawisko to wymagałoby monitorowania. Niemniej jest sygnałem do uwzględnienia tego aspektu w opracowywanej strategii.

Miasto Świnoujście przyjęło model zarządzania rozwojem (również turystycznym) poprzez zarządzanie wiedzą. Rozpoznanie modelu trójwymiarowej przestrzeni strategicznej pozwoli na takie programowanie rozwoju turystyki, które uwzględni podejście Władz Miasta do zarządzania jego rozwojem.

¹⁰³ Zakrzewska – Bielawska, A., *Technologia, innowacje i wiedza a strategia przedsiębiorstw high tech* [w:] *Zarządzanie strategiczne w praktyce i teorii*, A. Kaleta, K. Moszkowicz (red.), Prace Naukowe UE we Wrocławiu nr 116, Wydawnictwo UE we Wrocławiu, Wrocław 2010, s. 538-548.

5. Formy turystyki w Świnoujściu

Nadmorski, wyspiarski i uzdrowiskowy charakter Świnoujścia stwarza dogodne warunki do rozwoju wybranych form turystyki. Najważniejszymi są: turystyka rekreacyjna (wypoczynkowa), turystyka zdrowotna oraz aktywna i kwalifikowana. Wymienić należy również turystykę kulturową oraz formy turystyki poznawczej (przyrodniczą, birdwatching i krajoznawczą). Informacji o dominujących formach turystyki w Świnoujściu dostarcza raport z *Badania ruchu turystycznego przyjazdowego w Świnoujściu w 2018 roku*, przygotowany na zlecenie Miasta Świnoujście przez Grupę BST.

W trakcie przeprowadzonych konsultacji¹⁰⁴ pojawiły się następujące wnioski dotyczące profilu i ilości klientów w bazie noclegowej Świnoujścia.

- Klienci przyjeżdżający na szeroko rozumiane kuracje zdrowotne stanowią 2/3 wszystkich turystów.
- Struktura podziału na turystykę wypoczynkową i zdrowotną jest złożona i zależy od typu obiektu, natomiast w przypadku komercyjnie działających przez cały rok obiektów noclegowych o średnim poziomie bazy w najgorszym miesiącu (np. marcu) jest to ok 90/10% (tj. 90% turyści przyjeżdżający w celach zdrowotnych – kuracjusze niemieccy, 10% w celach wypoczynkowych), a w sezonie 30/70% (lipiec – sierpień).
- Mniejsze obiekty noclegowe, o niższym standardzie, funkcjonują w okresie: maj-październik.
- Turyści niemieccy stanowią ponad 50% ogólnej liczby turystów.

5.1 Turystyka rekreacyjna (wypoczynkowa)

Atrakcyjne położenie, łagodny klimat, ciepłe morze i szeroka, bezpieczna plaża stwarzają doskonałe warunki do rozwoju tej formy turystyki. Potwierdza to wspomniane badanie turystów oraz dynamiczny wzrost i aktualna struktura bazy noclegowej w Świnoujściu. Według tego badania blisko 2/3 turystów wybrała na pobyt lato, a 1/4 wiosnę. Były to długookresowe pobyty (8-dniowe) w towarzystwie znajomych lub rodziny lub pobyty weekendowe (z dwoma noclegami). Na miejsce zakwaterowania w Świnoujściu turyści wybierają obiekty hotelarskie, a 1/5 zdecydowała się na pobyt w hotelu. Blisko 3/4 badanych przyjechało do Świnoujścia na wypoczynek. Taka charakterystyka potwierdza istotność turystyki wypoczynkowej.

Najbardziej atrakcyjną formą w Świnoujściu jest wypoczynek nad wodą. Sprzyjają temu nie tylko walory krajobrazowe i środowiska naturalnego, ale również coraz lepiej zagospodarowana plaża (została ona scharakteryzowana wcześniej). Na 800-metrowej plaży Kąpieliska Świnoujście Uznam i w jej okolicach skupia się ruch turystyczny w sezonie letnim. Atrakcją dla turystów jest promenada spacerowa na wydmach. Po stronie wschodniej miasta w lipcu funkcjonuje Kąpielisko Morskie Świnoujście Warszów z 200-metrową plażą.

Nowa promenada w kierunku wschodnim posiada bardzo dobre zaplecze sklepowo-restauracyjne, w tym letnie ogródki kawiarniane i restauracyjne. Tutaj również znajduje się pas zieleni i infrastruktura służąca wypoczynkowi i rekreacji (ławki, fontanny, ścieżka rowerowa). Promenada jest miejscem organizacji wydarzeń kulturalnych i imprez sportowych. Przed sezonem letnim 2019 trwają prace remontowe w starej części promenady mające na celu podniesienie jej atrakcyjności i funkcjonalności. Na sezon letni oddana będzie również Promenada Zdrowia – nowy produkt rekreacyjno-wypoczynkowy. Wypoczynkowi i rekreacji służy zrewitalizowany Park Zdrojowy oraz centrum miasta (głównie Plac Wolności i Park Chopina). W kierunku zachodnim turyści prowadzeni są do niemieckich miejscowości uzdrowiskowych oferujących dopracowane produkty.

¹⁰⁴ Informacja własna z konsultacji z branżą turystyczną 3.06.2019 w Świnoujściu.

Oprócz tego turyści odwiedzający miasto mogą odpoczywać w bliskim kontakcie w nadmorską przyrodą. Wiąże się to ze spacerami i wędrówkami pieszymi, w tym po wyznaczonych szlakach i ścieżkach dydaktycznych, wypoczynku w lesie oraz na terenach cennych przyrodniczo (spacery po Wolińskim Parku Narodowym, odwiedzanie Rezerwatu Przyrody Karsiborskie Paprocie) oraz do niemieckich miejscowości wyposażonych w kompleksową infrastrukturę.

W Świnoujściu mogą być uprawiane również inne formy turystyki wypoczynkowej. Jedną z nich jest turystyka krajoznawcza, w wypadku rejsów statkami wycieczkowymi, czemu sprzyja bardzo dobra infrastruktura żegluga pasażerskiej oraz do uprawiania żeglarstwa (port jachtowy na wyspie Uznam, przystań w Karsiborze oraz budowana przystań jachtowa w Łunowie na wyspie Wolin). Odwiedzający miasto mogą uczestniczyć w lokalnych rejsach po Świnie, Zatoce Pomorskiej, Zalewie Szczecińskim, dookoła wyspy Wolin, szlakiem infrastruktury portowej Świnoujścia, do rezerwatów przyrody, do Uzdrowisk Cesarskich, jak również wycieczkach na Bornholm, Rugię, czy do Szwecji. Inną formą turystyki wypoczynkowej może być wypoczynek w miejscach o ciekawej historii, jakimi są fortyfikacje znajdujące się na wyspach Uznam i Wolin. Można je nie tylko zwiedzać, ale wypoczywać w nich korzystając z oferty imprez i wydarzeń.

5.2 Turystyka zdrowotna

W ramach turystyki zdrowotnej w Świnoujściu realizowane są wszystkie jej trzy formy: uzdrowska, medyczna oraz spa&wellness. Świnoujście posiada status uzdrowska i związane z tym zaplecze w postaci zasobów złóż naturalnych (wody solankowe i borowina), warunków bioklimatycznych oraz bazy sanatoryjnej. Przywoływany Operat Uzdrowski Uzdrowska Świnoujście zakłada, że posiadane walory i duże zapotrzebowanie na leczenie uzdrowskie uzasadniają dalszy rozwój funkcji uzdrowskiej miasta. Uważa się, że jest to działalność konkurencyjna w stosunku do usług turystycznych, gdyż charakteryzuje się znacznie mniejszą sezonowością (duże wykorzystanie miejsc noclegowych w okresie całorocznym). Usługi uzdrowskie cechuje natomiast niski wskaźnik świadczenia oferty o charakterze komercyjnym. Obecnie kładziony jest nacisk na zwiększenie atrakcyjności zasobów i komercjalizację usług¹⁰⁵.

Turystyka uzdrowska była jeszcze na początku XXI wieku dominującą formą. Świadczy o tym udział zakładów uzdrowskich w bazie noclegowej miasta. Jeszcze w 2010 roku wynosił on 18,8%, natomiast w 2017 roku zmniejszył się do 9%¹⁰⁶. W tym samym okresie liczba hoteli zwiększyła się blisko 4-krotnie, innych obiektów hotelowych ponad 2-krotnie, a ośrodków wczasowych o ponad 60%. Znacząco rozwinął się rynek usług spa&wellness i medi-spa. Powstały nowe hotele i ośrodki o wysokim standardzie (m.in. Hotel Radisson Blu Resort *****, Hotel Interferie Medical Spa *****, Hotel Ewerdin *****, Hotel *** "Sanatorium Uzdrowskie Rybniczanka", Hotel & Spa Trzy Wyspy ***, Hotel Cesarskie Ogrody ***, Hotel Herkules ***) oraz domy wczasowe i wypoczynkowe. Część z nich to dawna baza sanatoryjna (m.in. Dom Wczasowy Koral, Ośrodek Wypoczynkowy Admirał II, Dom Zdrojowy „Senator”). Wymienione obiekty oferują zarówno pakiety spa, jak i pakiety lecznicze. Według danych GUS w 2017 roku zabiegi spa oferowane były w 21 obiektach noclegowych Świnoujścia. Baseny kryte posiadało 17 obiektów, tyle samo siłownię, 22 saunę, a 37 obiektów miało w swojej ofercie zabiegi rehabilitacyjne (masaże, fizykoterapia itp.)¹⁰⁷. Infrastruktura uzdrowska zinwentaryzowana i przeanalizowana została w rozdziale dotyczącym infrastruktury.

Na przestrzeni lat zmienił się profil kuracjusza i turysty przebywającego w Świnoujściu na kuracjach leczniczych i pobytach wellness. Zmieniała się również oferta samego przedsiębiorstwa Uzdrowska Świnoujście S.A. Większość z 17 obiektów została zmodernizowana. Utworzono Regionalny Ośrodek Rehabilitacji Leczniczej Henryk. Oferta dostosowana jest do potrzeb klienta komercyjnego (usługi spa&wellness, gastronomiczne,

¹⁰⁵ Operat Uzdrowski Uzdrowska Świnoujście, część ogólna. Wersja po zmianie, Świnoujście, 2018, s. 84.

¹⁰⁶ Szacunek wg danych dot. bazy noclegowej UM Świnoujście i aktualizacji operat uzdrowski 2018.

¹⁰⁷ bdl.stat.gov.pl/BDL.

rekreacyjne). Zgodnie z danymi GUS w latach 2010-2014 (tylko w tych lata takie dane są dostępne) zmniejszył się odsetek turystów przebywających w zakładach uzdrowiskowych (z 21,6% do 7,4%) na korzyść hoteli (wzrost z 13,1% do 36,3%). Udział kuracjuszy zza granicy w Uzdrowisku zmniejszył się w tych latach z 19,6% do 1,5%¹⁰⁸.

5.3 Turystyka aktywna i kwalifikowana

Świnoujście jest dobrze przygotowane dla turystów zainteresowanych turystyką aktywną i kwalifikowaną: żeglarską i kajakową, sportów wodnych (surfingu, windsurfingu, kitesurfingu i skimboardu), wędkarstwem, jak również rowerową i pieszą. Sprzyja temu zarówno baza sieci oznakowanych i wyposażonych w niezbędną infrastrukturę szlaków turystycznych, jak również zaplecze techniczne i instytucjonalne. Infrastruktura ta opisana została w rozdziale 2.

Położenie Świnoujścia na Zachodniopomorskim Szlaku Żeglarskim i istniejąca infrastruktura mariny na wyspie Uznam i powstająca przystań jachtowa w Łunowie oraz przystań w Karsiborze stwarza bardzo dobre warunki do uprawiania żeglarstwa morskiego i śródlądowego. Istnieje możliwość wypożyczenia sprzętu pływającego lub zamówienia rejsu. Analiza organizowanych imprez sportowych pokazała, że w Świnoujściu odbywają się wydarzenia o krajowej i europejskiej randze. Deltą Świny i Zalewem Szczecińskim wytyczono dwa szlaki kajakowe (szlak kajakowy 44 wysp oraz szlak kajakowy wzdłuż brzegów wyspy Wolin). Można również wypożyczyć kajaki w Karsiborze. Umożliwia to organizacje spływów kajakowych. Położenie i warunki klimatyczne wysp czynią Świnoujście atrakcyjne dla uprawiających wind- i kitesurfing. Znajdują się tutaj cztery szkoły i wypożyczalnia takiego sprzętu.

W ciągu ostatnich kilku lat Świnoujście zwiększyło swoją atrakcyjność dla uprawiających turystykę i rekreację rowerową. Istnieje ponad 100 kilometrów oznakowanych tras rowerowych, w tym łączących Świnoujście z niemiecką częścią wyspy Uznam oraz z siecią szlaków dookoła Zalewu Szczecińskiego i o charakterze międzynarodowym (Międzynarodowy Nadmorski Szlak Rowerowy R-10). Świnoujście należy do sieci UsedomRad i na terenie miasta znajduje się osiem stacji rowerowych. Turyści mogą skorzystać również z wypożyczalni sieci Balticbike.pl.

Rowery wypożyczają również niektóre obiekty noclegowe. Miasto Świnoujście przygotowało przewodnik rowerowy i mapę rowerową (w wersji analogowej i cyfrowej). Na terenie miasta znajdują się znaki i mapy z trasami rowerowymi. Organizowane są również imprezy rowerowe (Wyspiarze na rowery – cykl maratonów i wyścigów kolarskich, Ultramaraton Kolarski Bałtyk-Bieszczady Tour oraz Świnoujska Masa Krytyczna). Po niemieckiej stronie natomiast rowerzyści znajdą wzorową i kompleksową infrastrukturę, która bezpiecznie pozwoli ocenić bogactwo tej wyspy.

Na terenie Świnoujścia uprawiać można również turystykę pieszą oznakowanymi szlakami. Stworzono produkt turystyki pieszej - ścieżka dydaktyczna Szlak Fortyfikacji o długości 4,9 km, jak również ścieżka dydaktyczna Karsiborskie Paprocie. Świnoujście leży na Międzynarodowym Nadmorskim Szlaku Pieszym E9 oraz Drodze św. Jakuba. Szlaki piesze umożliwiają aktywne spędzanie czasu turystom i mieszkańcom oraz rekreację w otoczeniu nadmorskiej przyrody.

¹⁰⁸ *Badanie ruchu turystycznego przyjazdowego w Świnoujściu w 2018 r.*, str. 15, Grupa BST.

5.4 Turystyka kulturowa

W Świnoujściu można uprawiać kilka form turystyki kulturowej: obiektów militarnych i żywej historii, miejską i kulinarną. Na przestrzeni ostatnich lat Świnoujście poprawiło swoją atrakcyjność dla zainteresowanych turystyką kulturową. Może być ona celem głównym odwiedzenia miasta (np. uczestnictwo w Grechuta Festival Świnoujście lub Kontrapunkt). Może to być zwiedzanie obiektów fortecznych w połączeniu z uczestnictwem w organizowanych na ich terenie wydarzeniach albo wzięcie udziału w evencie kultury popularnej (turyści mają do wyboru wiele imprez związanych z morskim i wyspiarskim charakterem miasta), jak również spędzanie czasu w przestrzeni miasta w restauracjach, kawiarniach, podczas degustowania kuchni regionu.

Najczęściej wymienione formy turystyki są uzupełniające względem pobytów wypoczynkowych, leczniczych, rehabilitacyjnych lub spa, na co zwracali uwagę uczestnicy przywoływanego powyżej *Badania ruchu turystycznego przyjazdowego w Świnoujściu w 2018 roku*. Potwierdzają to również informacje znajdujące się na stronach internetowych poszczególnych obiektów bazy noclegowej Świnoujścia, które polecają swoim gościom atrakcje kulturalne miasta jako uatrakcyjnienie ich pobytu.

5.5 Turystyka poznawcza

Położenie geograficzne Świnoujścia i bogactwo przyrodnicze stwarzają bardzo dobre warunki do uprawiania turystyki edukacyjnej, ekologicznej i krajoznawczej. Szczególnie atrakcyjną formą jest obserwacja ptaków w Ostoje OTOP Karsiborska Kępa. Rezerwat jest cenionym miejscem dla zainteresowanych birdwatchingiem. Znajduje się tutaj wieża i platforma widokowa. Pracownicy Ogólnopolskiego Towarzystwa Ochrony Ptaków oferują usługi przewodnickie, a w Karsiborze można wypożyczyć sprzęt pływający. Drugim atrakcyjnym miejscem obserwacji przyrody jest Rezerwat Przyrody Karsiborskie Paprocie. Poprowadzono tam ścieżkę dydaktyczną i ustawiono wieżę i platformę widokową. Wiosną i jesienią planowane jest ponowne organizowanie wycieczek krajoznawczych oraz zielonych szkół po Wolińskim Parku Narodowym oraz wyspie Uznam, których bazą pobytową będzie Świnoujście.

W Świnoujściu dominującymi formami turystyki są: uzdrowska, wypoczynkowo-rodzinna, aktywna i kwalifikowana, ekologiczno-edukacyjna, morska oraz miejska i kulturowa. Za kluczowe uznano dwie pierwsze formy oraz ekologiczno-edukacyjną. Jednocześnie zauważono słabości infrastruktury dla turystyki aktywnej i kwalifikowanej (żeglarskiej, kajakowej, rowerowej i pieszej) oraz niewystarczający potencjał dla turystyki miejskiej i kulturowej.

W odniesieniu do turystyki aktywnej i kwalifikowanej potencjał Świnoujścia zwiększył się w istotny sposób. Dotyczy to zwłaszcza turystyki żeglarskiej i rowerowej. Stworzono zaplecze infrastrukturalne o wysokim standardzie, które jest w dalszym ciągu rozwijane. Uzupełniono je o bogatą ofertę wydarzeń sportowych. Wzrosła również atrakcyjność turystyki zdrowotnej poprzez rozwój oferty spa&wellness, jak również modernizację zaplecza uzdrowskiego.

Rozwinął się potencjał i atrakcyjność oferty kulturalnej. Widoczne jest to po wzroście odwiedzających świnoujskie fortyfikacje, jak również liczbie i cyklicznym charakterze wydarzeń kulturalnych związanych z fortecznym, portowym i morskim charakterem miasta. Nie rozwinęła się natomiast oferta w zakresie turystyki poznawczej i związane z nią zagospodarowanie turystyczne wyspy Karsibór.

Aktualnie najistotniejszą formą turystyki w Świnoujściu jest turystyka zdrowotna i rekreacyjna (wypoczynkowa), a inne scharakteryzowane formy stanowią uzupełnienie i uatrakcyjnienie pobytu dla przebywających w Świnoujściu na wypoczynku w sezonie letnim i wiosennym.

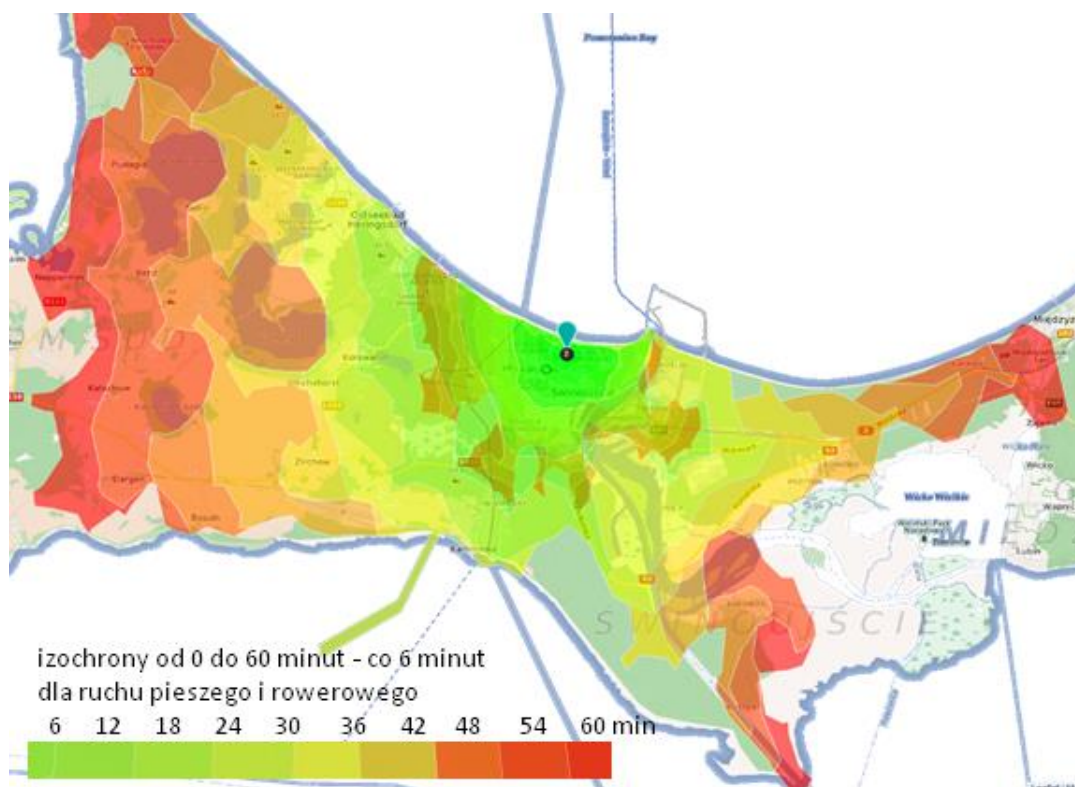
6. Marketing turystyczny

Analiza marketingowa w obszarze turystyki obejmuje różne kategorie produktu turystycznego, jego pozycjonowanie, sprzedaż i promocję. Charakteryzuje również nabywcę oferty turystycznej Świnoujścia oraz konkurencyjne destynacje turystyczne względem Świnoujścia na wybrzeżu polskim i niemieckim.

L. Garbarski i B. Sojkin zwracają uwagę na istnienie ugruntowanej koncepcji produktu, jego polityki i zarządzania nim. W tej koncepcji produkt jest jednym z najważniejszych instrumentów służących osiągnięciu celów marketingowych. Obejmuje ona: kształtowanie struktury produktu, produkt-mix, czyli koncepcja doboru i wykorzystania rozmaitych narzędzi budowania i promocji produktu, jego pozycjonowanie, cykl życia, wprowadzanie nowych produktów na rynek, budowanie i umacnianie marki produktu¹⁰⁹. Do określenia produktu turystycznego można zastosować marketingowe podejście, które określa marketingową strukturę produktu: rdzeń, produkt rzeczywisty, produkt poszerzony.

Natomiast należy również pamiętać, że produkt, oferta turystyczna musi być dostępna dla potencjalnego klienta w samym Świnoujściu. Rysunek obrazuje dostępność obszaru wokół Dzielnicy Nadmorskiej dla turysty pieszo i rowerowego. Z mapy dostępności wynika, że turysta ma możliwość szybszej i głębszej eksploracji niemieckiej części wyspy Uznam, niż dotarcia do największych atrakcji turystycznych na wyspie Wolin lub atrakcyjnych przyrodniczo terenów wyspy Karsibór.

Rysunek 17: Dostępność piesza i rowerowa Dzielnicy Nadmorskiej do 60 minut (izochrony co 6 minut).



Źródło: openrouteservice.org

¹⁰⁹ Olearnik J., *Produkt turystyczny regionu – podejście marketingowe*, artykuł pochodzi ze strony www.olearnik.pl.

6.1 Klienci – nabywcy oferty turystycznej

Segmentacja *á priori* ma na celu zidentyfikowanie aktualnych kluczowych i uzupełniających segmentów popytowej strony rynku turystycznego Świnoujścia. Przy jej opracowaniu wykorzystano dane GUS, informacje z *Badania ruchu turystycznego przyjazdowego w Świnoujściu w 2018 roku*, informacje z cyklicznych badań ruchu turystycznego w województwie zachodniopomorskim, jak również informacje własne pochodzące z obserwacji i z konsultacji z branżą turystyczną, a także komunikaty promocyjne miasta i obiektów branży turystycznej Świnoujścia. Klasyfikując kluczowe i uzupełniające segmenty turystów odwiedzających Świnoujście należy uwzględnić następujące kryteria:

- demograficzne,
- geograficzne,
- związane z motywacjami.

Duży udział w liczbie odwiedzających Świnoujście mają osoby korzystające z kuracji leczniczych i rehabilitacyjnych w przedsiębiorstwie Uzdrowisko Świnoujście i w innych obiektach sanatoryjno-rehabilitacyjnych. Tym istotniejszy, im bardziej będzie rosła proporcja kuracjuszy poza skierowaniem z NFZ w bazie uzdrowskowej. Poniższa tabela przedstawia wstępną segmentację gości odwiedzających Świnoujście.

W kolumnie „nazwa segmentu” wyszczególniono segmenty główne wyodrębnione ze względu na główną motywację wyboru Świnoujścia na miejsce przyjazdu. W kolumnie „udział w rynku” wskazano aktualny udział w całkowitych pobytach. W podobnej skali oceniono atrakcyjność segmentu z punktu widzenia planów rozwoju turystyki, które zostały dotychczas zawarte w planach strategicznych Miasta Świnoujście, realizowanych inwestycji w infrastrukturę turystyczną. W kolumnie „prognozowane trendy” oceniono przyszłość segmentu na podstawie prognozowanych trendów społecznych, turystycznych i kulturowych na najbliższą dekadę. W kolumnie „aktywność” scharakteryzowano model zachowań poszczególnych segmentów w podziale na okres.

Tabela 8: Kategorie nabywców oferty turystycznej Świnoujścia.

Lp.	Nazwa segmentu	Udział w rynku	Atrakcyjność segmentu	Prognozowane trendy	Aktywność
1	Kuracjusz	****	***	↗	D, C
2	Turysta spa&wellness	**	***	↗	W, K, C
3	Turysta wypoczynkowy	***	***	↗	W, D, L
4	Turysta kulturowy	**	***	↗	W, K, C, J
5	Turysta aktywny	***	***	↗	W, K, C
6	Turysta sentymentalny – rodzinny	*	*	→	W, K, C
7	Turysta biznesowy	*	***	↗	W, K, C
8	Dzieci i młodzież szkolna – turysta krajoznawczy	*	*	→	K, D, C
9	Przyrodnik-amator	*	**	→	W, K, D, L
10	Profesjonalny przyrodnik	*	*	→	W, K, C
11	Turystyka żeglarska	*	**	↗	W, K, C
12	Turysta zakupowy	**	**	→	J, C
Legenda: mały (*), średni (**), duży (***) i bardzo duży (****) W – weekendowy, K – krótkookresowy, D – długookresowy, L – letni, C – całoroczny, J – jednodniowy					

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

Kuracjusz

To osoba przyjeżdżająca na pobyty lecznicze i rehabilitacyjne do przedsiębiorstwa Uzdrowisko Świnoujście S.A. oraz innych obiektów świadczących usługi w tym zakresie. Jest to medycyna uzdrowiskowa realizowana w zakładach opieki zdrowotnej. Te świadczenia mają charakter typowo medyczny, przeznaczone są do leczenia chorych w różnym okresie rozwoju choroby, czasami bardzo zaawansowanym. Z badań oraz z konsultacji przeprowadzonych z branżą turystyczną wynika, że od kilku lat ¾ takich osób stanowią obywatele Niemiec¹¹⁰. Ofertę około 30 obiektów można odnaleźć na stronach biur podróży np.: kuren.de i eberhardt-travel.de. Wśród tych chorych największą grupę stanowią osoby w wieku podeszłym z licznymi chorobami przewlekłymi. Są to ludzie o zróżnicowanym kryterium geograficznym i dochodowym. Przeważnie korzystają z usług w podstawowym zakresie. W zależności od stopnia mobilności ruchowej nabywają również usługi adresowane do turystów poza szpitalem uzdrowiskowym lub sanatorium. Starzenie się społeczeństwa, większa świadomość i potrzeba rehabilitacji powodują, że znaczenie lecznictwa uzdrowiskowego będzie rosnąć. Z uwagi na korzystne ceny do Świnoujścia (szczególnie poza sezonem letnim) przyjeżdżają w większości kuracjusze niemieccy, którzy mają (jak wykazały przywoływane badania) przeważający i stabilny udział w rynku. Kuracja w Świnoujściu zapewnia im bezpieczeństwo (w przypadku pogorszenia zdrowia są kilka kilometrów od Niemiec) oraz w miarę wygodny dojazd z Niemiec. Branża turystyczna powinna być również przygotowana na możliwość świadczenia pomocy osobom porozumiewającym się w języku niemieckim.

Turysta spa&wellness

Jest to aktywność rekreacyjno-wypoczynkowa, czasami również o charakterze profilaktycznym, przeznaczona głównie dla osób młodych i w średnim wieku, nierzadko realizowana w luksusowo wyposażonych hotelach. Usługi te opłacają sami turyści, a ich pobyty są zwykle krótkie. Jest to klient o budżecie na wyjazd powyżej średniej, o zróżnicowanym kryterium geograficznym. Stosowane w hotelach zabiegi mają charakter relaksujący, profilaktyczny lub upiększający. Jest to bardzo atrakcyjny segment, do którego ofertę dostosowują zarówno hotele, niepubliczne sanatoria i ośrodki rehabilitacyjne, jak również ośrodki wypoczynkowe. Pobyty mają raczej charakter weekendowy. Oferta jest dostępna w ciągu całego roku, a zaplecza rekreacyjne i odnowy biologicznej hoteli spa&wellness posiadają atrakcyjne oferty na pory roku o relatywnie mniejszym ruchu turystycznym. Przeważają goście krajowi¹¹¹ (rośnie udział turystów z Niemiec) korzystający z różnego rodzaju promocji cenowych. Częste połączenia promowe ze Skandynawią stanowią również potencjał rozwojowy tego segmentu. Udział tego segmentu wraz ze wzrostem ilości nowych obiektów w standardzie 3 gwiazdek i wyższej będzie nadal rósł.

Turysta wypoczynkowy

Aktualnie jest to turysta o średnim udziale w rynku i dużej atrakcyjności. Segment ten wykazuje największą aktywność w sezonie letnim. Wówczas przyjeżdża taki turysta z rodziną na pobyty długookresowe (tygodniowe i dłuższe). Coraz częściej decyduje się na przyjazd do Świnoujścia wiosną oraz jesienią podczas weekendu i coraz częściej w okresach świątecznych. Jest to segment o zróżnicowanym kryterium dochodowym. W sezonie letnim przeważają rodziny oraz grupy znajomych. Tradycyjnymi kierunkami geograficznymi turyści krajowego są województwa Polski zachodniej i południowo-zachodniej. Badania ruchu turystycznego w województwie zachodniopomorskim pokazują, że zwiększa się udział przyjeżdżających z województw mazowieckiego i łódzkiego. Oczekiwania branży na gości z dużych aglomeracji Polski centralnej i południowej są jednak dużo większe¹¹². Duży jest również udział wewnątrzregionalnego ruchu turystycznego. Natomiast rośnie także liczba turystów niemieckich wypoczywających w Świnoujściu. Turyści wybierają noclegi w różnych typach obiektów, w zależności od stopnia zamożności. Często zatrzymują się w „pensjonatach” (inne obiekty hotelowe), ale coraz

¹¹⁰ Informacja własna z konsultacji z branżą turystyczną 19.02 i 3.06.2019 w Świnoujściu.

¹¹¹ *Badanie ruchu turystycznego przyjazdowego w Świnoujściu w 2018 r.*, raport końcowy, Grupa BST.

¹¹² Informacja własna z konsultacji z branżą turystyczną 19.02 i 3.06.2019 w Świnoujściu.

częściej decydują się na pobyt w hotelach, na co wskazuje duży procentowy wzrost noclegów w tego typu obiektach na przestrzeni ostatnich pięciu lat. Dla przyjeżdżających z Polski centralnej i południowej atrakcyjnym dodatkiem do wypoczynku są rejsy i wycieczki do krajów Skandynawskich bądź miast, atrakcji położonych na wybrzeżu Niemiec. Dynamika ruchu turystycznego na przestrzeni ostatnich pięciu lat pokazuje, że segment będzie miał charakter wzrostowy. Popyt w okresie wakacyjnym na wypoczynek nad morzem (nie tylko w Świnoujściu) od kilku lat rośnie i jest często większy niż podaż.

Turysta kulturowy

Segment ten jest zróżnicowany. W tej kategorii mieści się kilka podsegmentów określonych pod względem stopnia zanurzenia w kulturze. Pierwszy to turysta najbardziej zmotywowany kulturowo, zainteresowany historią Świnoujścia (portowo-morską i militarną) oraz Pomorza Zachodniego i rejonu Morza Bałtyckiego. Osoby należące do tej grupy mają skonkretyzowane zainteresowania i dużą wiedzę. Jest to turysta indywidualny, podróżujący samodzielnie, albo w niewielkich grupach o podobnych zainteresowaniach. Mogą to być wyjazdy krótkookresowe i weekendowe. Podczas jednej podróży odwiedza kilka miejsc, łącząc wiele aktywności (zwiedzanie, wypoczynek, sport, udział w imprezie przy dominującym zainteresowaniu aspektami kulturowymi). Jest aktywny i mobilny i nie będzie poświęcał zbyt dużo czasu np. na zwiedzenie Muzeum Rybołówstwa, latarni, czy fortów. Kolejną grupą są Polacy wypoczywający na wyspie Wolin i Niemcy z wyspy Uznam oraz okolic korzystający z oferty gastronomicznej i kulturalnej (np. rejs Adler-Schiffe) połączonej ze zwiedzaniem Foru Gerharda z wieloma niemieckimi pamiątkami (ekspozycje militarne z okresu II wojny światowej są w Niemczech bardzo oszczędne). Jest to jedyny produkt Świnoujścia powszechnie prezentowany w niemieckich miejscowościach turystycznych wyspy Uznam (pakiet: rejs statkiem Adler-Schiffe wraz ze zwiedzaniem fortu Gerharda)

Długość trwania pobytu zależy od rodzaju podejmowanych aktywności. W przypadku udziału w imprezach będzie to pobyt krótkookresowy (jeden dzień bez noclegu, z noclegiem, ew. weekend). Wyjazdy odbywają się przeważnie w weekendy w okresie od maja do października, rzadziej w ciągu tygodnia. Turysta kulturowy to osoby w wieku 25+, wykształcone, zarówno turysta krajowy, jak również zagraniczny. Świnoujście może być dla nich elementem większej wycieczki – mogą zatrzymać się tutaj tylko na kilka godzin lub na jeden dzień, albo wybiorą się tu specjalnie w celu zapoznania się z zabytkami militarnymi lub związanymi z morzem. Jest to segment zróżnicowany geograficznie. W przypadku wydarzeń i imprez kulturalnych jest duży udział wewnątrzregionalnego ruchu turystycznego – mieszkańców województwa zachodniopomorskiego. Jest to segment obecnie o średnim udziale w rynku, ale dużej atrakcyjności. Rosnąca popularność turystyki kulturowej w Polsce i w Europie pozwala sądzić, że segment będzie miał charakter wzrostowy.

Turysta aktywny

Również ten segment jest zróżnicowany wewnętrznie. Mogą to być osoby przyjeżdżające do Świnoujścia jako profesjonalni sportowcy lub sportowcy amatorzy – uczestnicy imprez sportowych. Mogą to być również zgrupowania sportowe dzieci i młodzieży. Do tego segmentu należeć będą również osoby uczestniczące w imprezach i wydarzeniach sportowych jako publiczność. Wreszcie turysta aktywny to osoba zainteresowana przede wszystkim rekreacją i aktywnym wypoczynkiem na świeżym powietrzu, na wyspach. Będzie korzystać z infrastruktury szlaków rowerowych, pieszych lub kajakowych oraz wypożyczalni sprzętu. Będzie uczestniczyć w zajęciach rekreacyjnych i sportowych organizowanych w przestrzeni miasta (np. na świnoujskiej plaży lub promenadzie). Wielu Niemców korzystając z wzorowej i kompleksowej infrastruktury w Niemczech „przenosi” swoją aktywność na polską stronę. Dostępność pieszą i rowerową z Dzielnicy Nadmorskiej Świnoujścia prezentuje wcześniejsza mapa.

Profil geograficzny i czasokres pobytu jest podobny jak w przypadku turysty kulturowego. Długość trwania pobytu zależy od rodzaju podejmowanych aktywności. Na pobyt wybiera się raczej sezon wakacyjny, względnie wiosnę lub jesień. W przypadku imprezy decyduje termin jej organizacji, jednak kalendarz cyklicznych imprez sportowych pokazuje, że większość z nich odbywa się od czerwca do sierpnia. Dużą część uczestników imprez stanowią turyści

regionalni, przyjeżdżający do Świnoujścia na jeden dzień lub weekend. Jest to segment o dużej atrakcyjności i udziale w rynku. Będzie mieć charakter wzrostowy.

Turysta sentymentalno-rodzinny

Jako turystę sentymentalnego nie należy rozumieć tylko dawnych, przedwojennych mieszkańców regionu (jest to segment schyłkowy), ale również osoby urodzone tutaj po wojnie i obecnie odwiedzający w czasie urlopów, świąt i weekendów swoje rodziny lub znajomych. Trudno jest oszacować wielkość tego segmentu i zakres korzystania przez jego przedstawicieli z oferty turystycznej Świnoujścia. Jedyną wskazówką jest informacja pochodząca z badań turystów w Świnoujściu i w województwie zachodniopomorskim, która mówi, że w przypadku miasta osoby zatrzymujące się u rodziny lub znajomych stanowią nieco powyżej jednego procenta. Segment o małym udziale i niskiej atrakcyjności. Jego znaczenie nie powinno maleć, jeśli będziemy go traktować jako sentymentalno-rodzinny.

Turysta biznesowy

Jest to zarówno biznesmeni odwiedzający przedsiębiorstwa znajdujące się w Świnoujściu, przyjeżdżający na spotkania biznesowe i korzystający z bogatej oferty hoteli o wysokim standardzie, albo osoby przebywające krótkotrwale w Świnoujściu w związku z wykonywaną pracą. Korzystają przede wszystkim z oferty obiektu, w którym się zatrzymali. Długość pobytu jest uzależniona od zakresu obowiązków służbowych. Turystą biznesowym może być uczestnik szkolenia i konferencji odbywającej się w świnoujskim obiekcie z zapleczem konferencyjnym. Są to pobyty krótkookresowe w ciągu tygodnia, względnie weekendowe poza sezonem letnim. Również ta grupa korzysta przede wszystkim z zaplecza obiektu. Mogą to być wreszcie wyjazdy motywacyjne dla pracowników firm połączone z rekreacją i korzystaniem z oferty kulturalnej oraz rekreacyjno-sportowej Świnoujścia i okolic. Turysta o zróżnicowanym kryterium geograficznym i demograficznym oraz dochodowym. Dla miasta jest to segment o średniej atrakcyjności i obecnie małym udziale w rynku. Udział ten będzie rósł po otwarciu tunelu pod Świną i realizacji inwestycji związanych z rozbudową portu.

Dzieci i młodzież szkolna – turysta krajoznawczy

Grupy dzieci i młodzieży szkolnej przyjeżdżają do Świnoujścia i w okolice w celach krajoznawczych. Są to uczestnicy wycieczek do Wolińskiego Parku Narodowego, na wyspę Wolin i dookoła Zalewu Szczecińskiego, zielonych szkół i obozów. Za wyjątkiem kolonii ich aktywność ma charakter pozasezonowy (maj-czerwiec i wrzesień-październik). Dla tego segmentu Świnoujście jest docelowym miejscem pobytu lub turysta przyjeżdża tutaj na jednodniową wycieczkę, mając miejsce zakwaterowania na wyspie Wolin albo w innym miejscu regionu. Jest zainteresowany przede wszystkim edukacją przyrodniczą i kulturową. Jest to segment ekonomiczny o ustalonym programie pobytu i korzystający w ograniczonym zakresie z innych usług, np. gastronomicznych oraz o zróżnicowanym kryterium geograficznym. Udział ogólny w rynku tego segmentu jest średni przy małej atrakcyjności, jednakże ma duże znaczenie dla atrakcji turystycznych z uwagi na obecnie ich małą dostępność dla indywidualnego turysty. Można prognozować, że pozostanie na tym samym poziomie w ciągu najbliższych lat.

Przyrodnik-amator

Przyrodnik amator to segment przyciągany do Świnoujścia atrakcyjnym położeniem geograficznym oraz bogactwem świata przyrody. Jest to hobbysta poszukujący ciekawych przyrodniczo miejsc, znanych i polecanych, którymi można pochwalić się wśród rodziny i znajomych (np. zdjęciami okazów przyrodniczych, krajobrazów). Są to również mieszkańcy dużych i średnich miast poszukujący ciszy, spokoju, kontaktu z naturą, przyjeżdżający do Świnoujścia w celu relaksu i wyciszenia w kontakcie z przyrodą.

Jest to turysta o zróżnicowanym profilu geograficznym. Mogą przeważać mieszkańcy średnich i dużych miast Polski południowej i Niemiec, jak również Szczecina i większych miast regionu. Dysponują zróżnicowanym budżetem i wybierają na pobyt różne obiekty. Również długość pobytu jest zróżnicowana. Przyjeżdżają

najczęściej do Świnoujścia w okresie wiosenno-jesiennym. Często decydują się na nocleg na wyspie Wolin lub Karsibór, z dala od dzielnicy nadmorskiej. Jest to segment o średniej atrakcyjności i średnim, ale stabilnym udziale w rynku.

Profesjonalny przyrodnik

Do tej grupy należą: fotograf przyrody, ekolog, zawodowy przyrodnik, uczestnik wypraw w celu obserwowania ptaków organizowanych przez OTOP¹¹³ lub przewodników lokalnych¹¹⁴. Również ten segment nocuje z dala od dzielnicy nadmorskiej. Czas i długość pobytu zależą od celu i charakteru aktywności, jak również okresów lęgowych i możliwości obserwacji świata przyrody. Atrakcyjność segmentu i jego udział w rynku turystycznym Świnoujścia jest mała i nie powinna się zmienić.

Turystyka żeglarska

Ten segment podporządkowuje swoją aktywność planowanej trasie żeglarskiej. Ma charakter ekonomiczny i nocuje na jachcie, w marinie kilka dni (w zależności od planu, pogody, stanu jachtu). Atrakcyjność segmentu i jego udział w rynku turystycznym Świnoujścia jest niewielki. Jednak plany rozbudowy mariny (Basen Północny) i budowa nowej w Łunowie oraz rozwój Zachodniopomorskiego Szlaku Żeglarskiego powinny to zmienić i zwiększyć ilość i atrakcyjność tego segmentu.

Turysta zakupowy

Jest to turysta jednodniowy, głównie niemiecki. Do Świnoujścia przyciągany jest atrakcyjną ofertą handlową. Może korzystać z oferty szeroko rozumianej sfery usług w tym również gastronomicznych i rozrywkowych. Drugą grupę stanowią mieszkańcy Skandynawii przyjeżdżający do Świnoujścia promami pasażerskimi. Znaczenie tego segmentu utrzymuje się i jest istotne dla wielu przedsiębiorców w Świnoujściu.

Wnioski:

Obecnie segmentami o największym udziale w rynku są kuracjusze, turyści wypoczynkowi i aktywni. O średnim i powyżej średnim udziale są dwa segmenty: turysta spa&wellness oraz turysta aktywny. Mają one wysoką atrakcyjność (podobnie segment turysty wypoczynkowego i kulturowego). Prognozy względem wszystkich pięciu segmentów są dobre i ich udział w rynku turystycznym Świnoujścia powinien rosnąć. Postępuje proces starzenia się społeczeństwa, wzrasta świadomość profilaktyki zdrowotnej oraz popularność turystyki aktywnej. Jednocześnie coraz więcej osób ma świadomość, że wypoczynek i regeneracja mają bardzo duże znaczenie dla zachowania dobrego zdrowia i kondycji. Dlatego będzie rósł również rynek podróży wellness, co pokazują statystyki w Polsce i w Europie.

Turystów z Niemiec wypoczywa więcej niż z Polski, co wynika również z faktu, że „Wyspa Uznam jest najbardziej oddalonym miejscem od Warszawy w całym kraju „ponad 650 kilometrów i minimum 6,5 godziny podróży w tym część po najdroższej w kraju autostradzie”¹¹⁵.

Rosnącym dla Świnoujścia segmentem może być segment biznesowy i żeglarski posiadający obecnie niewielki udział i średnią atrakcyjność. Obie zmienne powinny mieć charakter wzrostowy.

¹¹³ Ogólnopolskie Towarzystwo Ochrony Ptaków, www.otpp.pl.

¹¹⁴ Plan zarządzania dla obszaru Karsiborska Kępa, Ogólnopolskie Towarzystwo Ochrony Ptaków 2012.

¹¹⁵ hopcycling.pl/wyspa-uznam-rowerem/ dostęp 15.06.2019.

6.2 Produkty turystyczne

Za produkt turystyczny można uznać taki komponent produktów materialnych i usług, które są świadczone odpłatnie, częściowo odpłatnie lub nieodpłatnie turystom odwiedzającym wybrzeże Bałtyku. Przedmiotem produktu w ujęciu przestrzennym jest produkt turystyczny o złożonej strukturze, na którą składają się: dobra turystyczne (stworzone przez przyrodę i człowieka), stanowiące cel podróży turystycznych (walory turystyczne), dobra materialne oraz świadczone usługi, usługi infrastruktury ogólnej (w tym dostępność komunikacyjna)¹¹⁶.

Należy zwrócić uwagę na interpretację produktu turystycznego, którą przyjęła Polska Organizacja Turystyczna w Regulaminie Konkursu na Najlepszy Produkt Turystyczny – Certyfikat POT. Według Regulaminu regionalne organizacje turystyczne mogą zgłaszać propozycje w następujących kategoriach: wydarzenie cykliczne, pakiet usług turystycznych/impreza turystyczna, obiekt, szlak i obszar¹¹⁷.

Atrakcje turystyczne

Są to punktowe atrakcje wymienione wcześniej, stanowiące produkty turystyczne w sensie marketingowym, możliwe do zakupu przez turystę w oznaczonym miejscu i czasie po ustalonej cenie lub bezpłatnie (Latarnia Morska, Muzeum Rybołówstwa Morskiego, obiekty forteczne, wieża po dawnym kościele protestanckim Marcina Lutra, Podziemne Miasto, gotycki kościół na wyspie Karsibór, Aquapark, pływalnia miejska, korty tenisowe, port jachtowy).

Usługi turystyczne

Są to: usługi hotelarskie, gastronomiczne, przewodnickie i pilotażu, transportowe, informacji turystycznej oraz organizatorów turystyki w Świnoujściu: wycieczki statkami i łodziami po porcie, Zatoce Pomorskiej i Zalewie Szczecińskim, wypożyczalnia sprzętu wodnego i rowerów, wycieczki jednodniowe po regionie i zagraniczne autokarowe i promowe, usługi kosmetyczne i odnowy biologicznej w obiektach sanatoryjnych i hotelarskich.

Rzeczy, dobra materialne nabywane przez turystów

Są to przewodniki, mapy, albumy, pocztówki, pamiątki, produkty regionalne, które turysta nabywa podczas pobytu w Świnoujściu. Świnoujście nie wykreowało do tej pory lokalnych produktów kulinarnych i niespożywczych (jak np. produkty z rokitnika na Rugii). Regionalny charakter mają potrawy z ryb serwowane w tawernach na wyspie Karsibór (Marina Karsibór Tawerna Rybacka, Rybaczówka Karczma Rybna oraz Piwo Jasne Świnoujskie).

Szlaki turystyczne

Są to szlaki wymienione w poprzednim rozdziale. Oprócz szlaków pieszych i rowerowych duże znaczenie mają tematyczne szlaki kulturowe i przyrodnicze: fortyfikacyjna ścieżka dydaktyczna oraz ścieżka dydaktyczna Karsiborskie Paprocie. Potencjał ten należałoby rozwijać poprzez tworzenie nowych szlaków tematycznych na terenie Świnoujścia, szczególnie w oparciu o znane osoby, historie i żeglugę.

Wydarzenia i imprezy

Najważniejsze wydarzenia i imprezy kulturalne i sportowe wymienione zostały w poprzednim rozdziale. Mają one charakter zamknięty lub plenerowy, a uczestnictwo w części z nich jest odpłatne, w zależności od charakteru i miejsca organizacji (np. koncerty w ramach Uznamskiego Festiwalu Muzyki lub Międzynarodowego

¹¹⁶ E. Dziedzic, *Obszar recepcji turystycznej jako przedmiot zarządzania strategicznego*, „Monografie i Opracowania” 1998, nr 442, SGH, s. 19–21.

¹¹⁷ POT, polskapodajdalej.pl.

Festiwalu Muzycznego Świnoujskie Wieczory Organowe). Są one samodzielnymi produktami, które mogą nabywać turyści, bądź stanowią część zintegrowanego produktu (jak zwiedzanie obiektów fortecznych podczas Dni Twierdzy na Wyspach).

Pakiety usług turystycznych, które oferują regionalni i lokalni organizatorzy turystyki

Są to np. pobyty łączące kilka usług turystycznych, jak: nocleg, wyżywienie, usługa rekreacyjna, zwiedzanie. Takie pakiety tworzą zarówno przedsiębiorstwo Uzdrowisko Świnoujście S.A., obiekty hotelowe, przewoźnicy promowi (w ramach usług świadczonych w obiekcie i pośrednicząc w sprzedaży oferty podmiotów trzecich), jak również organizatorzy turystyki uprawnieni do tworzenia i sprzedaży usług turystycznych. Oferują oni wycieczki: autokarowe z usługami towarzyszącymi, rejsy promami i statkami, zajęcia edukacyjne dla dzieci, wycieczki kajakowe, loty widokowe, wieczory tematyczne, imprezy i konferencje, przejażdżki kolejką turystyczną (świnoujskie biura podróży: m.in. Wybrzeże, Fregata, Morskie Biuro Podróży, Hotele i Turystyka Michał Faligowski i inne).

W Programie Rozwoju Produktu Turystycznego oraz Kreacji Marki Miasta Świnoujście zaproponowane zostały markowe produkty turystyczne miasta. Część z nich zostało zrealizowanych w całości (rewitalizacja Parku Zdrojowego, port jachtowy - marina żeglarska, Dzwon Bunkier, szlaki na wyspach – forteczny, do latarni). Niektóre zrealizowano tylko częściowo lub są w trakcie realizacji (Promenada Sztuki, rewitalizacja Placu Wolności, baza dla sportów wodnych, centrum edukacji ekologicznej i turystyki). Nie udało się do tej pory zrealizować produktów rybackich i ekologicznych na wyspie Karsibór (Mini Skansen Rybacki, Targ Rybny). Były to koncepcje, które należałoby wziąć pod uwagę planując działania dla opracowywanej strategii turystyki.

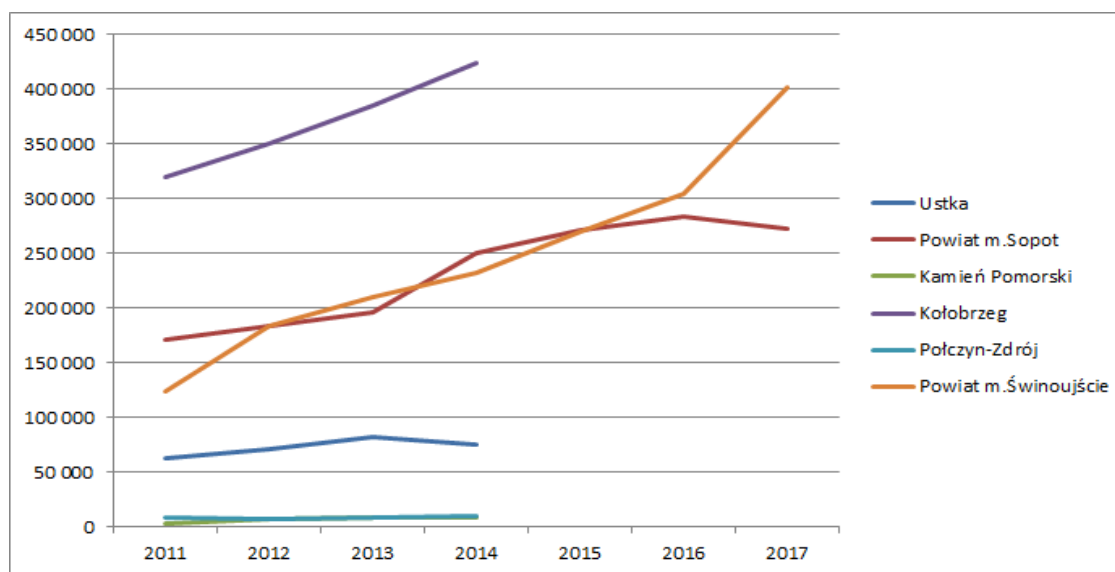
Elementem analizy produktów turystycznych jest określenie cyklu życia Świnoujścia rozumianego jako produkt turystyczny. Cykl życia obszaru turystycznego charakteryzuje się specyfiką wynikającą z wielości podmiotów (producentów produktu), określonego obszaru rozumianego w sensie administracyjnym lub turystycznym (miasta, powiatu, województwa, regionu turystycznego), a także udziału turystów w kreowaniu produktu. Koncepcja cyklu życia produktu jako obszaru – destynacji turystycznej określa trendy, etapy i fazy rozwoju obszarowego produktu turystycznego i oferowany przez ten obszar poszczególnych i konkretnych produktów, których kategorie zostały wymienione na początku tego rozdziału. Cykl życia produktu tak rozumianego produktu turystycznego obrazuje zmiany wielkości ruchu turystycznego w czasie¹¹⁸.

Analizy krzywej cyklu życia dla Świnoujścia jako produktu turystycznego dokonano na podstawie danych GUS o liczbie turystów w bazie noclegowej miasta za latach 2011-2017. Dane te przedstawiono na wykresie, który uzupełniono o porównywalne z innymi uzdrowiskami województw zachodniopomorskiego i pomorskiego: Kamieniem Pomorskim, Kołobrzegiem, Ustką i Sopotem. W przypadku jednostek niebędących miastami na prawach powiatu dane o wielkości ruchu turystycznego są dostępne tylko do 2014 roku. W latach 2011-2014 największą wielkością i dynamiką wzrostu odpowiadającego w cyklu życia fazy intensywnego rozwoju produktu charakteryzował się Kołobrzeg. Krzywa dla Świnoujścia jest w latach 2013-2014 bardziej spłaszczona, natomiast lata 2016-2017 są okresem największej dynamiki, kiedy krzywa rośnie ostro w górę. Obserwacje wieloletnie ruchu turystycznego pozwalają sądzić, że okres intensywnego wzrostu będzie trwał nadal i nic nie wskazuje na to, aby w ciągu najbliższych lat miało nastąpić spowolnienie, czy moment szczytowego wzrostu. W analogicznym czasie w Sopocie nastąpił okres dojrzałości i lekkiego schyłku.

Znajdowanie się Świnoujścia na krzywej w fazie wzrostu sprzedaży powinno skłonić do dalszego rozwoju produktów turystycznych, umacniania pozycji rynkowej oraz budowania lojalności turystów.

¹¹⁸ Butler R.W., *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*, "The Canadian Geographer" 1980, No. 24.

Rysunek 18: Cykl życia Świnoujścia jako produktu turystycznego w porównaniu do innych nadmorskich uzdrowisk w Polsce.



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne na podstawie danych GUS.

Wnioski:

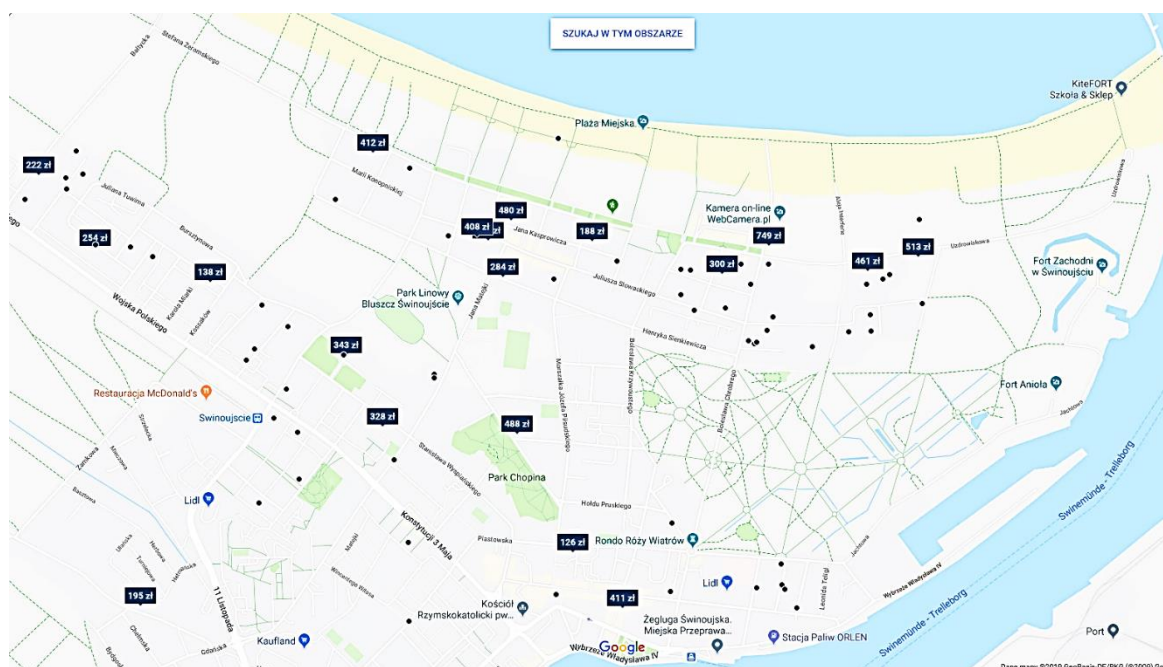
Świnoujście jest bardzo atrakcyjne jako produkt marketingowy. Zwiększa swój udział w rynku turystycznym, a wzrost ten jest bardziej dynamiczny niż w innych nadmorskich uzdrowiskach. Sam produkt turystyczny miasta jest bardzo zróżnicowany i złożony. Frekwencja w biletowanych atrakcjach Świnoujścia pokazuje, że w przypadku części z nich wzrost produktu jest umiarkowany (Fort Anioła, Fort Zachodni, Podziemne Miasto i Muzeum Rybołówstwa Morskiego), co powinno skłonić do konsolidacji działań w celu zwiększenia atrakcyjności tych obiektów.

6.3 Atrakcyjność cenowa i kanały dystrybucji oferty turystycznej

Badanie ruchu turystycznego w Świnoujściu wykazało duże zróżnicowanie cenowe pobytów. Najważniejszym składnikiem wydatków na przyjazd jest nocleg, który zgodnie z wynikami tych badań stanowi od 60 do 70%. Jak pokazuje analiza bazy noclegowej miasta, jest ona bardzo zróżnicowana pod względem standardu i umiejscowienia, co przekłada się na cenę za jeden nocleg dla dwóch osób. Najwyższe ceny noclegi osiągają w Dzielnicy Nadmorskiej i wahają się średnio w przedziale od 250 zł do 900 zł (ceny proponowane w szczycie sezonu letniego 2019). Tańsze noclegi można znaleźć w dzielnicy Warszów i Łunowo (ceny w przedziale od 188 zł do 250 zł za nocleg w pokoju dwuosobowym). Drożej wypadają noclegi na wyspie Karsibór (ceny w przedziale od 184 do 358 zł). Już poza sezonem (w weekend w połowie września) ceny są niższe w Dzielnicy Nadmorskiej wynoszą od 179 zł do 746 zł. Poniższa mapa pokazuje ceny noclegów w Świnoujściu w czerwcowy weekend pomiędzy 7 i 9 czerwca za nocleg dla dwóch osób. Porównując, w oparciu o to źródło ceny noclegów w Świnoujściu i na polskim wybrzeżu, można zauważyć, że w analizowanym okresie średnie ceny pobytów w Świnoujściu były wyższe, niż w Kołobrzegu, Mielnie, Darłowie, Ustce, Władysławowie i Sopotcie. Na porównywalnym poziomie ceny są oferowane w Międzyzdrojach. Natomiast przedział cenowy noclegów w pasie nadmorskim niemieckiej części wyspy Uznam wynosi w analogicznym okresie od 513 zł do 1200 zł¹¹⁹.

¹¹⁹ Na podstawie analizy własnej cen pobytów w Świnoujściu zawartych w zasobach Google.maps.

Rysunek 19: Ceny noclegów w Świnoujściu w okresie od 7 do 9 czerwca 2019 roku.



Źródło: Booking.com

Obiekty noclegowe w Świnoujściu mają elastyczną politykę cenową i wyodrębniają w większości przypadków cztery sezony z czterema przedziałami cenowymi (od końca czerwca do końca wakacji, kwiecień-wrzesień i okres Świąt Bożego Narodzenia, kwiecień i październik oraz listopad-połowa grudnia). Najwyższe ceny są oferowane latem, a najniższe w okresie listopad-połowa grudnia. Różnice w cenach pomiędzy sezonem letnim i tym ostatnim wynoszą średnio od 100 zł do 200 zł za nocleg w pokoju dwuosobowym.

Dobrym i wiarygodnym źródłem informacji o polityce cenowej branży hotelarskiej w Świnoujściu jest portal rezerwacyjny Booking. Cena noclegów w sezonie letnim (lipiec-sierpień) kształtuje się w przedziale od 130 zł do 600 zł za nocleg dla dwóch osób przy długości pobytu 3-4 dni. Po sezonie przedział ten wynosi od 80 zł do 600 zł¹²⁰.

Informacji o atrakcyjności cenowej noclegów w Świnoujściu dostarcza badanie ruchu turystycznego z 2018 roku. Turyści mają podzielone zdanie w kwestii wysokości cen noclegów. Większość akceptuje, że znajduje się w nadmorskim uzdrowisku o atrakcyjnym położeniu, co może stanowić uzasadnienie dla cen wyższych niż w innych miejscowościach nadmorskich. Niektórzy badani są zdania, że wyższe ceny wynikają również z dużej liczby przebywających tutaj turystów niemieckich. Blisko 75% turystów uczestniczących w badaniu uznało, że ceny usług noclegowych są w sam raz¹²¹. Nieco mniej, bo 62,2% sądzi tak o usługach gastronomicznych. Najwięcej osób uznało, że cena usług kulturalnych i gastronomicznych jest zbyt wysoka (odpowiednio 19,8% i 18,5%). Nieco ponad 3/4 turystów planowało wydać na pobyt w Świnoujściu na jedną osobę od 801 zł do 1000 zł (najwięcej badanych deklarowało, że zamierza zatrzymać się w Świnoujściu 8 dni). Relatywnie najwięcej wydają osoby przyjeżdżające tutaj na 2 dni (64,4% wydawało od 201 zł do 400 zł). Średnia cena za dzień pobytu wahała się od 100 zł do 200 zł na osobę¹²².

¹²⁰ Opracowanie własne na podstawie statystyk portalu Booking.com.

¹²¹ *Badania ruchu turystycznego przyjazdowego w Świnoujściu w 2018 roku*, BST na zlecenie Miasta Świnoujście, Świnoujście 2018, s. 26-29.

¹²² *Badania ruchu turystycznego przyjazdowego w Świnoujściu w 2018 roku*, BST na zlecenie Miasta Świnoujście, Świnoujście 2018, s. 26-29.

Oferta noclegowa Świnoujścia sprzedawana jest za pomocą następujących kanałów:

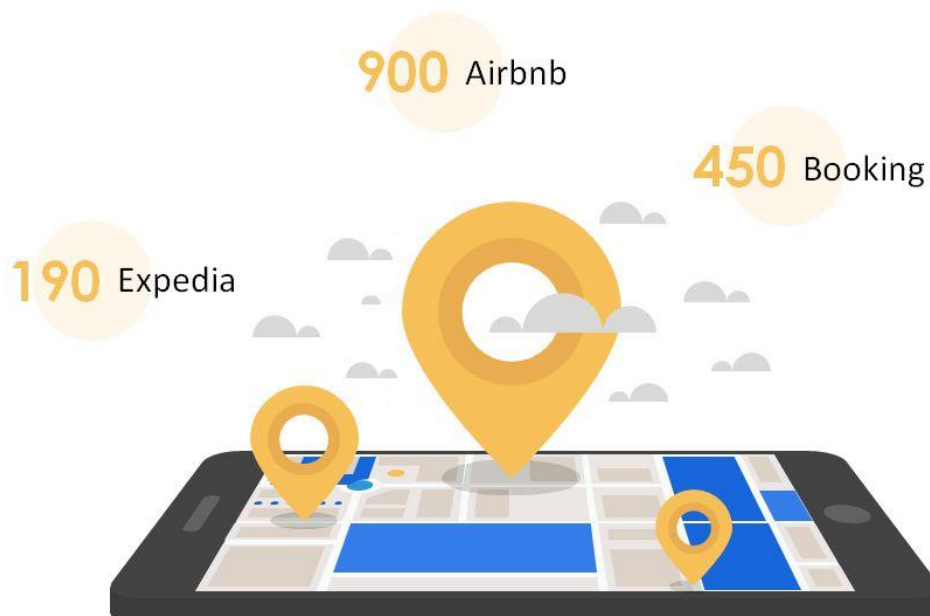
- sprzedaż bezpośrednia przez obiekt (rezerwacja „przy ladzie”),
- sprzedaż poprzez swój własny system rezerwacji (telefonicznie lub on-line),
- sprzedaż bezpośrednia poprzez portale rezerwacyjne (m.in. Booking.com),
- sprzedaż poprzez biura podróży.

Obiekty bazy noclegowej w Świnoujściu obecne są m.in. na trzech portalach rezerwacyjnych: Booking.com, Airbnb.com i Expedia.com. W portalu Booking.com znajduje się około 450 obiektów według stanu na przełom maja i czerwca 2019 roku. W platformie Airbnb.com zarejestrowano 900 obiektów, zaś na Expedia.com – 190 (infografika i tabela na następnej stronie)¹²³.

Natomiast z analizy własnej opinii turystów pobytu w Świnoujściu publikowanych na portalu booking.com wyciągnięto poniższe wnioski:

- w sezonie mieszane są segmenty wymagających turystów przyjeżdżających aktywnie wypoczywać z mocno zaawansowanymi w wieku kuracjuszami niemieckimi,
- ceny za pobyt w Świnoujściu są wysokie i często nie uwzględniają dodatkowych usług niezbędnych turystyce (wysokie ceny za usługi parkingowe),
- na pobyt istotny wpływ mają turyści niemieccy (odpowiedzi personelu po niemiecku, zwracanie większej uwagi na Niemców i dostosowywanie do nich działalności obiektów), a jest to szczególnie podkreślane przez osoby z centralnej części kraju,
- problemy z jakością usług świadczona przez obsługę szczególnie w sezonie, personel, z którym trudno porozumieć się w j. polskim,
- uliczny hałas w Dzielnicy Nadmorskiej, od którego trudno się odizolować w lecie z uwagi na brak klimatyzacji w większości obiektów,
- problem z parkowaniem pojazdów.

Rysunek 20: Obecność obiektów noclegowych Świnoujścia w portalach rezerwacyjnych.



Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne

¹²³ Według stanu na 30.06.2019 rok.

Tabela 9: Liczba obiektów noclegowych w portalach rezerwacyjnych.

Liczba obiektów noclegowych Świnoujścia dostępnych w bazie Booking.com	209 obiektów w sezonie letnim: od 480 zł do 3136 zł za 3 noclegi 2 osoby ¹²⁴ . 450 obiektów całorocznych w sezonie jesiennym: od 264 zł do 1800 zł za 3 noclegi 2 osoby.
Liczba obiektów noclegowych Świnoujścia dostępnych w bazie Expedia	190
Liczba obiektów noclegowych Świnoujścia dostępnych w bazie AirBnB	900

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne wg danych platform booking.com, expedia.com i airbnb.com

Wnioski:

Analiza cen usług pokazuje, że w szczególności ceny noclegów w sezonie letnim są w Świnoujściu na poziomie wyższym, niż w innych destynacjach nadmorskich. Turyści odwiedzający miasto uważają jednak ceny za adekwatne do charakteru miejsca i są zadowoleni ze stosunku ceny do jakości. Ceny noclegu są najważniejszym składnikiem pobytu. Na drugim miejscu jest gastronomia, a następnie wydatki na kulturę, rekreację i transport. Baza noclegowa Świnoujścia jest licznie reprezentowana w portalach rezerwacyjnych, szczególnie na Booking.com, gdzie można wybrać pobyt w 450 obiektach.

6.4 Promocja i wizerunek

Założenia strategiczne budowania marki miasta pod nazwą Świnoujście – Kurort na wyspach zawierał wspomniany wcześniej Program. Opracowano logo - znak promocyjny przedstawiający „trzy największe świnoujskie wyspy, na których położone jest miasto (Uznam, Wolin oraz Karsibór); kolory oznaczają: żółty – piasek, plaża, słońce, niebieski – morze, rozlewiska Świny, zielony – ekologia, lasy, ostoja ptactwa, spokój. Wiatrak jest charakterystycznym symbolem Świnoujścia, który w części umysłów turystów jest już z nim silnie kojarzony”¹²⁵. Do tego zaproponowano pakiet markowych produktów turystycznych nawiązujących nazwą do wypsiarskiego położenia: poza na wyspach, Wyspy Zdrowia, Karnawał na wyspach. Na podstawie tego znaku opracowano system identyfikacji wizualnej obejmującej: linię wydawnictw promocyjnych, portal internetowy, nośniki reklamy zewnętrznej, gadżety reklamowe i moduły reklamy prasowej.

Identyfikacja wizualna oraz przekazywane treści większości publikacji turystyczno-promocyjnych są spójne z założeniami marki. Kreują wizerunek turystyczny Świnoujścia jako kurortu na 44 wyspach, spokojnego i wymarzonego miejsca na letni wypoczynek, ale również miejsca z bogatą ofertą szlaków turystycznych, wydarzeń i imprez kulturalnych oraz sportowych oraz skarbów przyrody. Layout tych publikacji zawiera charakterystyczne, ikoniczne logo miasta, jak również zaprojektowaną w systemie falę. Kolorystyka wydawnictw utrzymana jest w barwach logo (niebieski, zielony i żółty). Dzięki tym działaniom budowany jest spójny przekaz promocyjny Świnoujścia jako atrakcyjnej nadmorskiej destynacji turystycznej i jednocześnie uzdrowiska.

Następnie powstały znaki odwołujące się do logo, które są niezgodne z kreacją marki¹²⁶ i nie powinny funkcjonować, tym bardziej, że są to jednostki organizacyjne i inne podmioty współpracujące z Urzędem Miasta Świnoujście. Zostały one stworzone dla działań, wydarzeń, imprez kulturalnych i sportowych, instytucji i wybranych produktów turystycznych (m.in. dla szlaków rowerowych). Należałoby również uporządkować zagadnienie wizualnej promocji Miasta Świnoujście w kluczowych wydarzeniach (herb miasta czy logo) jak np. Sail Świnoujście, Baltic Business Forum, Festiwal Fama czy Usedomer Musik Festival.

¹²⁴ Booking.com (dostęp 24.06.2019).

¹²⁵ Program Rozwoju Produktu Turystycznego oraz Kreacji Marki Miasta Świnoujście, Polska Agencja Rozwoju Turystyki na zlecenie Miasta Świnoujście, 2002, s. 145.

¹²⁶ Ibidem s. 145.

Rysunek 21: Funkcjonująca identyfikacja wizualna Świnoujścia – logo podstawowe i znaki produktowe.



Źródło: portal swinoujście.pl

Rysunek 22: Identyfikacja wizualna Świnoujścia – publikacje promujące turystykę.



Źródło: Portal swinoujście.pl

Za rozwój i promocję turystyki w strukturach Urzędu Miasta Świnoujście odpowiada Wydział Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu. W kompetencjach wydziału jest również prowadzenie Centrum Informacji Turystycznej w Świnoujściu i sezonowego punktu przy Promenadzie. Centrum zostało skategoryzowane na 4 gwiazdki według Polskiego Systemu Informacji Turystycznej. W latach 2014-2018 Miasto Świnoujście realizowało systematycznie działania promujące turystykę. Obejmowały one między innymi następujące narzędzia i formy¹²⁷:

¹²⁷ Sprawozdanie z podsumowania kadencji. Promocja turystyki w latach 2014-2018, Dane własne Wydziału Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu.

- promocja poprzez imprezy kulturalne i sportowe,
- promocja w mediach (Projekt Plaża TVN, Słoneczna Stacja, działania reklamowe na antenie stacji Polsat, Super Polsat i 4 FUN TV, Prognoza pogody – TVN i TVP, programy poradnikowe na antenie TVP Zakochaj się w Polsce, Ukryte Skarby oraz Mapa Gwiazd - turystyczno-muzyczny projekt, emitowany na antenie KINO POLSKA Muzyka),
- publikacje promocyjne (plany miasta, foldery promocyjne, mapa rowerowa, kalendarz, plakaty i ulotki z programem imprez, kolorowanka i broszura dla dzieci, ulotka Karsibór, Gazeta Wakacyjna, Przewodnik Gastronomiczny),
- promocja wystawiennicza (udział w targach turystycznych w kraju i za granicą m.in. Wrocław, Jelenia Góra, Kleve, Hamburg, Poznań),
- multimedia (Panoramy sferyczne - prezentacje w postaci zdjęć sferycznych Miasta Świnoujście w formie wirtualnego spaceru 360°, dołączone do wirtualnej wycieczki po Pomorzu Zachodnim w ramach projektu pomorzezachodnie360.pl),
- autorskie programy (*Gościnne Miasta* - współpraca partnerska miast Świnoujście i Jelenia Góra w zakresie promocji oraz *Gościnny Port* – działania zmierzające do wykorzystania i promocji morskiego potencjału Świnoujścia m.in. poprzez goszczenie jednostek żaglowych udostępnianych do zwiedzania).

Inne podjęte działania związane z upowszechnianiem turystyki obejmowały¹²⁸:

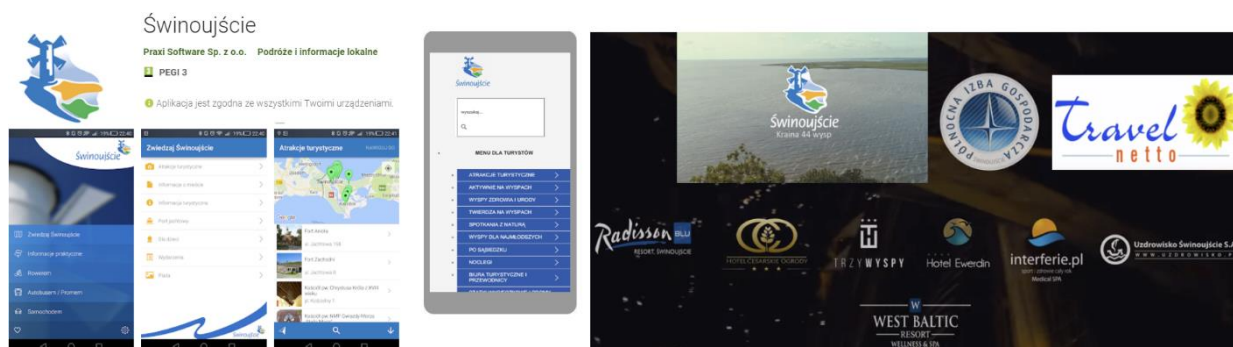
- opracowanie projektu, wykonanie i montaż w 13 lokalizacjach tablic informacyjnych (tj. elewacyjnych i wolno stojących) przy obiektach turystycznych i zabytkowych,
- przeprowadzenie kompleksowej inwentaryzacji przebiegu i oznakowania szlaków turystycznych na terenie Miasta Świnoujście oraz odnowienia i konserwacji oznakowania 4 rowerowych szlaków turystycznych, pieszego szlaku fortyfikacyjnego oraz tras spacerowo-biegowych w terenie leśnym,
- opracowanie nowego Operatu Uzdrowskiego dla Miasta Świnoujście,
- wykonanie dokumentacji projektowo-kosztorysowej oznakowania szlaku kajakowego „44 wysp”,
- opracowanie koncepcji metodologicznej badania ruchu turystycznego przyjazdowego (krajowego i zagranicznego) w Świnoujściu w roku 2018 oraz przeprowadzenie badania.

Informacja elektroniczna dla turystów to głównie strona internetowa miasta z zakładką: dla turystów. Brak jest oddzielnej strony poświęconej tylko wiadomościom dla turystów w tym skierowaną do segmentu niemieckiego. Pomimo bogatej zawartości danych i responsywności strony www.swinoujście.pl wykorzystanie informacji tam zawartych przez turystę jest utrudnione i podane daty aktualizacji mogą wzbudzać wątpliwość co do zawartości. Funkcjonuje również aplikacja mobilna, która zawiera dane ze strony internetowej. Miasto posiada również profil na Facebooku i Twitterze, którym kieruje rzecznik prasowy. Brak jest natomiast oficjalnego kanału na Youtube, a jednym z najpopularniejszych filmów o Świnoujściu jest „Olbrzymi dzik w Świnoujściu”¹²⁹.

¹²⁸ *Sprawozdanie z podsumowania kadencji. Rozwój i upowszechnianie turystyki w latach 2014-2018*, Dane własne Wydziału Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu.

¹²⁹ www.youtube.com/watch?v=2ktxHr-FmUs

Rysunek 23: Świnoujście poprzez media elektroniczne.



Źródło: opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne na podstawie social mediów

Promocję turystyczną Świnoujścia prowadzi również Świnoujska Organizacja Turystyczna linie żeglugowe obsługujące żeglugę promową do i ze Skandynawii (również poprzez czasopismo Baltic Panorama – Unity Line), Zdrowisko Świnoujście S.A., które rokrocznie uczestniczy np. w Targach Turystycznych ITB w Berlinie oraz baza turystyczna i biura podróży (np. Baltichome wydaje katalog bazy noclegowej i gastronomicznej Świnoujścia), które sprzedają i przywożą Niemców na kurację. Wstrzymano wydawanie magazynu „Wyspy”, którego charakter korespondował z uzdrowskim charakterem Świnoujścia.

Na promocję i wizerunek miasta mają również wpływ doniesienia mediowe związane z krajowymi inwestycjami drogowymi, budową i rozbudową terminalu PLNG, tunelu pod Świną i innymi^{130 131}.

Zauważone działania promocyjne po niemieckiej stronie wyspy Uznam, a dotyczące Świnoujścia to reklama Adler-Schiffe - rejs do Świnoujścia, który jest połączony ze zwiedzaniem Fortu Gerharda oraz gazeta turystyczna Świnoujście w języku niemieckim, w punktach informacji turystycznej.

Stały punkt informacji turystycznej powinien mieć swoją siedzibę przy promenadzie.

Wnioski:

W strukturach Urzędu Miasta Świnoujście działa Wydział Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu, który prowadzi również Centrum Informacji Turystycznej. Działania promocyjne realizowane są w sposób ciągły, konsekwentny i zgodny z założeniami programu kreacji marki Świnoujścia. Zauważalny jest wzrost wydatków na promocję turystyki. Rosną one zdecydowanie bardziej dynamicznie, niż te związane z promocją gospodarczą. Należy upatrywać związku pomiędzy wydatkami na promocję, a wielkością ruchu turystycznego. Zależność tę potwierdzają wyniki Badania ruchu turystycznego przyjazdowego w Świnoujściu w 2018 roku.

Działania promocyjne dotyczące turystyki prowadzone są również przez Biuro Informacji i Konsultacji Społecznych oraz jednostki Miasta Świnoujście (w szczególności Miejski Dom Kultury oraz Ośrodek Sportu i Rekreacji w Świnoujściu „Wyspiarz”), podmioty bazy noclegowej i zarządzających atrakcjami turystycznymi, jak również Świnoujską Organizację Turystyczną i Północną Izbę Gospodarczą. Analiza komunikatów promocyjnych tych podmiotów pozwala stwierdzić, że ich działania są spójne wizerunkowo z marką Świnoujście – Kurort na wyspach. Kreują one wizerunek miasta jako nadmorskiego uzdrowiska położonego na wyspach, gwarantującego dobry wypoczynek w otoczeniu atrakcyjnej przyrody.

¹³⁰ Zarządzanie promocją miejscowości nadmorskich na przykładzie Świnoujścia w opinii mieszkańców Polski Wschodniej, Logistyka 4/15.

¹³¹ www.eswinoujście.pl/2015/03/10/promocja-swinoujścia-modrzejewskiej-20-polskie-centrum-dowodzenia-wszechświatem.

7. Analiza otoczenia konkurencyjnego

Analiza otoczenia konkurencyjnego Świnoujścia obejmuje przede wszystkim analizę benchmarkingową względem destynacji o podobnym charakterze, położeniu, ofercie i profilu adresata. Można takie miejsca określić jako strategiczną konkurencję w sektorze. Należy zatem określić: o co? /o kogo? konkuruje Świnoujście, jaki jest zasięg geograficzny wyznaczania konkurencji oraz według jakich kryteriów i na jakich polach odbywa się rywalizacja. Jeśli chodzi o ujęcie konkurencji w charakterze podmiotowym i przedmiotowym są to: kluczowi adresaci oferty turystycznej w zakresie turystyki zdrowotnej i wypoczynkowej oraz wodnej (morskiej i śródlądowej), a także inwestorzy turystyczni i ich kapitał, pracownicy branży turystycznej, środki unijne, krajowe i regionalne na inwestycje turystyczne i paraturystyczne oraz partnerzy do współpracy. Takie ujęcie pod względem podmiotu, przedmiotu i kategorii konkurencji determinuje jej zasięg geograficzny: będą to uzdrowiska nadmorskie w Polsce i w Niemczech (nad Bałtykiem i Morzem Północnym) charakteryzujące się zbliżonym potencjałem turystycznym mierzonym wielkością bazy noclegowej i ruchu turystycznego.

Przyjmując powyższe kryteria, zasięg i zakres konkurencji do analizy wybrano następujące uzdrowiska: miasta Kołobrzeg i Sopot w Polsce, gminę Heringsdorf (uzdrowiska Heringsdorf, Ahlbeck i Bansin), miasto Cuxhaven nad Morzem Północnym oraz kurorty nadbałtyckie Warnemünde (dzielnica Rostocku) i Binn na wyspie Rugii. W analizie nie uwzględniono dwóch uzdrowisk Pomorza Środkowego: wsi Dąbki koło Koszalina (305 mieszkańców i 5 zakładów uzdrowiskowych) i Ustki (blisko 16 tys. mieszkańców i 7 zakładów uzdrowiskowych). Oprócz analizy porównawczej obejmującej potencjał konkurencyjny wybranych jednostek administracyjnych w ujęciu liczbowym (w tym zasobów turystycznych) dokonano analizy jakościowej pozwalającej na określenie dobrych praktyk. Analiza otoczenia konkurencyjnego metodą pięciu sił konkurencyjnych (model Portera) obejmuje: konkurencję w sektorze, nabywców, dostawców, substytuty i potencjalnych konkurentów.

Poniższą analizę konkurencji Świnoujścia w obszarze turystyki oparto na dwóch rodzajach źródeł. Pierwszą stanowią oficjalne dane urzędów statystycznych w Polsce i w Niemczech (Główny Urząd Statystyczny i dane z Banku Danych Lokalnych¹³² dla Świnoujścia, Kołobrzegu i Sopotu, Landesamt für innere Verwaltung Statistisches Amt¹³³ dla gminy Heringsdorf – Cesarskie Uzdrowiska, Warnemünde i Rostock oraz Binn oraz Landesamt für Statistik Niedersachsen¹³⁴ i TourismusMarketing Niedersachsen GmbH¹³⁵ dla Cuxhaven). Do analizy przyjęto lata 2014-2017. Dane urzędów statystycznych w większości przypadków nie odzwierciedlają faktycznej wielkości bazy noclegowej i ruchu turystycznego, jednak są jedynym źródłem umożliwiającym dokonanie analizy porównawczej, ponieważ są gromadzone i przetwarzane według metodyki obowiązującej na terenie Unii Europejskiej. Wykorzystano również stronę Google.maps dla określenia odległości poszczególnych jednostek administracyjnych od Berlina (mierzonej najkrótszą liczbą kilometrów dla komunikacji samochodowej). Kolejną kategorią były strony internetowe tych jednostek oraz strony dedykowane turystyce i informacji turystycznej (jeśli taka strona istnieje). Źródło to wykorzystano przede wszystkim do analizy jakościowej opisującej potencjał turystyczny oraz uwarunkowania związane z położeniem i dostępnością komunikacyjną.

Porównując podstawowe dane niezbędne do określenia wskaźników rozwoju funkcji turystycznej (Baretje'a-Deferta, Schneidera, Charvata czy Deferta) to jest: powierzchnię jednostki, liczbę mieszkańców oraz gęstość zaludnienia, Świnoujście miało w 2017 roku największą powierzchnię całkowitą spośród porównywanych uzdrowisk i kurortów nadmorskich (197 km²), większą, niż w Rostocku (181,26 km²), który liczy ponad

¹³² bdl.stat.gov.pl/BDL/start (dostęp 17.06.2019).

¹³³ laiv-mv.de/Statistik/Zahlen-und-Fakten/Wirtschaftsbereiche/Gastgewerbe-und-Tourismus (dostęp 17.06. 2019).

¹³⁴ <https://www.statistik.niedersachsen.de> (dostęp 17.06.2019).

¹³⁵ <http://www.tourismuspartner-niedersachsen.de> (dostęp 17.06.2019).

pięciokrotnie więcej mieszkańców i Cuxhaven (161,91 km²). Miasto to miało zbliżoną do Świnoujścia liczbę mieszkańców (48 700 osób). Podobnie jak Kołobrzeg (46 586 osób) i Sopot (36 553 osoby). Najmniejszą powierzchnię miały: Warnemünde (5,9 km²) i Sopot (17 km²). Mający powierzchnię podobną do Sopotu Binz (25,32 km²) liczył najmniej mieszkańców (5 311 osób) i miał gęstość zaludnienia (211 osób na km²). Świnoujście cechuje najmniejsza gęstość zaludnienia spośród porównywanych miejsc (208 osób na km²). Sopot miał największą gęstość zaludnienia (2 114). Niewiele mniejsza gęstość zaludnienia cechuje Kołobrzeg (1 814). Małą gęstość zaludnienia względem Kołobrzegu, Sopotu, Rostocku i Warnemünde miała gmina Heringsdorf (252 osoby na km²), której powierzchnia była o ponad 11 km² większa od Sopotu. W latach 2014-2017 mieszkańców ubyło w Warnemünde, Sopocie, Cesarskich Uzdrowiskach i Kołobrzegu. Spadła liczba mieszkańców Świnoujścia. Liczbę mieszkańców zwiększyły miasta Binz, Rostock i Cuxhaven. Opisywane zjawiska obrazuje poniższa tabela.

Tabela 10: Porównanie danych dot. Świnoujścia i destynacji konkurencyjnych w zakresie powierzchni, liczby mieszkańców i gęstości zaludnienia w latach 2014-2017.

Lp.	Gmina	Powierzchnia (km ²) w 2017 roku	Liczba mieszkańców w 2014 r. (tys. osób)	Liczba mieszkańców w 2015 r. (tys. osób)	Liczba mieszkańców w 2016 r. (tys. osób)	Liczba mieszkańców w 2017 r. (tys. osób)	Gęstość zaludnienia (liczba mieszkańców na km ² w 2017 r.)	Dynamika 2017-2014 w %
1	Świnoujście	197	41 276	41 152	41 115	41 032	208	-0,59
2	Kołobrzeg	26	46 712	46 671	46 463	46 586	1 814	-0,27
3	Sopot	17	37 654	37 231	36 849	36 553	2 114	-2,92
4	Gmina Heringsdorf	37,66	8 883	8 839	8 714	8 646	252	-2,67
5	Cuxhaven	161,91	48 221	48 264	48 551	48 470	299	0,52
6	Warnemünde (część miasta Rostock)	5,9	7 911	7 860	7 955	5 937	1 006	-24,95
7	Rostock	181,26	204 167	206 011	207 492	208 409	1 150	2,08
8	Binz	25,23	5 172	5 536	5 366	5 311	211	2,69

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne na podstawie danych urzędów statystycznych.

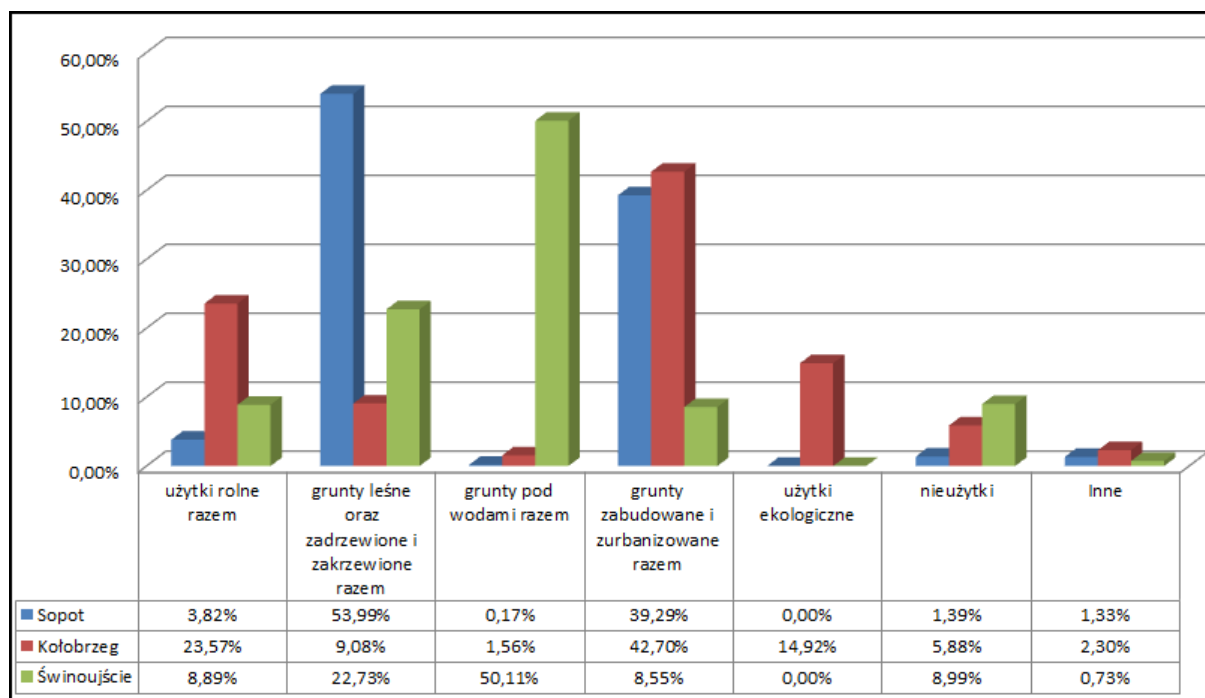
Podsumowując można zauważyć, że Świnoujście miało największą powierzchnię przy najmniejszej gęstości zaludnienia. Taka wartość wskaźnika gęstości zaludnienia wynika ze specyfiki położenia na wyspach i struktury powierzchni miasta pod względem jej wykorzystania. Świnoujście charakteryzuje się największym, ponad 50-procentowym udziałem terenów znajdujących się pod wodą w ogólnej powierzchni na tle Kołobrzegu i Sopotu (dane dla destynacji niemieckich nie są dostępne, a porównywalną do Świnoujścia powierzchnię wód ma portowe miasto Rostock). Gmina Heringsdorf i Cuxhaven nie mają obszarów pod wodą. Wprawdzie Świnoujście posiada na swoim terenie duży udział obszarów leśnych i zadrzewionych (blisko ¼ powierzchni miasta), ale w Sopocie jest ona ponad dwukrotnie większa (wykres na rysunku poniżej). Na podstawie mapy satelitarnej można zauważyć, że duży udział lasów na poziomie ok. 50% powierzchni mają również Rostock z Warnemünde, Binz i gmina Heringsdorf. Najmniejszy udział lasów mają Kołobrzeg i Cuxhaven. Świnoujście posiada również niższy względem Sopotu i Kołobrzegu odsetek gruntów zamieszkałych i zurbanizowanych.

Kolejnym aspektem istotnym z punktu widzenia funkcji turystycznej jest nierównomierne zaludnienie obszaru Świnoujścia i niezamieszkały charakter wysp, w wyjątku Uznamu, Wolina i Karsiboru. Na wyspie Uznam mieszka nieco ponad 87% procent ludności Świnoujścia (na Wolinie w granicach miasta mieszka nieco ponad 10% osób, a na wyspie Karsibór zaledwie 1,7%)¹³⁶. Charakterystyczny jest również nierównomierny rozkład bazy noclegowej (według danych własnych Urzędu Miasta w Świnoujściu w samej dzielnicy uzdrowskiej znajduje

¹³⁶ bdl.stat.gov.pl/BDL/start (dostęp 18.06.2019).

się obecnie 47,3% miejsc noclegowych, nie licząc nowo powstających inwestycji hotelarskich)¹³⁷. Jest to istotne w kontekście określania wskaźników funkcji turystycznej miasta.

Rysunek 24: Struktura powierzchni Świnoujścia względem Kołobrzegu i Sopotu w kontekście formy użytkowania gruntów w 2017 roku.



Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne na podstawie danych GUS.

Według danych GUS Świnoujście dysponowało w 2017 roku 10 949 miejscami noclegowymi w 107 obiektach. Liczba obiektów była taka sama, jak w kurorcie Binz, ale o nieco ponad 40% mniejsza niż w Cesarskich Uzdrowiskach łącznie i o około ponad 30% mniejsza, niż w Cuxhaven i Kołobrzegu. Mniej obiektów noclegowych jest tylko w Sopocie (43) i Warnemünde (60). Podobnie jest w przypadku liczby miejsc noclegowych: największą ich liczbą dysponował Kołobrzeg (17 323), następnie Rostock (15 304), Cesarskie Uzdrowiska (14 485) i Binz (13 702). Sopot posiadał najmniej miejsc noclegowych, bo zaledwie 5 964. Opierając się na szacunkowych obliczeniach dla Kołobrzegu (według wyjaśnienia w przypisie dolnym¹³⁸), Kołobrzeg mógł przyjąć w 2017 roku największą liczbę turystów, z najwyższą liczbą udzielonych noclegów (tabela). Dużą liczbę przyjazdów odnotowano również w Rostocku (774 927 osób, którym udzielono 1 996 539 noclegów), a następnie w gminie Heringsdorf (485 772 osób, którym udzielono 2 336 911 noclegów). Świnoujście odwiedziło 264 301 turystów, którym udzielono 1 964 714 noclegów. Najbardziej zbliżoną liczbę turystów odnotowano w Sopocie (272 921). Można zauważyć jednak, że liczba udzielonych noclegów w tym mieście była najmniejsza i wyniosła 791 580.

Relacja pomiędzy liczbą udzielonych noclegów i liczbą turystów pokazuje średnią długość pobytu w danej destinacji. Według szacunków turyści zatrzymywali się najdłużej w Kołobrzegu (na 7,65 doby) i w Świnoujściu (na 7,43 doby). Najkrócej turyści pozostawali w Sopocie (2,9 doby) oraz w Rostocku (2,6 doby). W Cesarskich Uzdrowiskach średnia długość pobytu trwała 4,8 doby. Kołobrzeg, Świnoujście i Sopot miały najwyższy wskaźnik

¹³⁷ Dane według stanu na dzień 26.01.2019.

¹³⁸ W przypadku Kołobrzegu GUS nie podaje danych o liczbie turystów, liczbie udzielonych noclegów, stopnia wykorzystania miejsc noclegowych i długości pobytu (dane dostępne są tylko do poziomu powiatu kołobrzegskiego). Prezentowane w tabeli liczby stanowią szacunek, gdzie za podstawę obliczeń liczby turystów i udzielonych noclegów przyjęto dynamikę wzrostu, jaka wystąpiła w latach 2014-2017 w Świnoujściu.

wykorzystania bazy noclegowej (odpowiednio 64,73%, 56,9% i 52,3%). Najniższe wykorzystanie bazy noclegowej odnotowano w Warnemünde (31,8%) i w Cuxhaven (34,04%). Cesarskie Uzdrowiska miały ten wskaźnik na poziomie 49,4%.

Analizę porównawczą bazy noclegowej, jej wykorzystania i ruchu turystycznego obrazuje poniższa tabela.

Tabela 11: Potencjał bazy noclegowej i ruch turystyczny w Świnoujściu i destynacjach konkurencyjnych w 2017 roku.

	2017 rok / gmina	Liczba obiektów noclegowych	Liczba miejsc noclegowych	Stopień wykorzystania miejsc noclegowych (%)	Średnia długość pobytu (doba)	Liczba turystów	Liczba udzielonych noclegów
1	Świnoujście	107	10 949	56,90	7,43	264 301	1 964 714
2	Kołobrzeg ¹³⁹	150	17 323	64,74	7,65	849 208	4 383 214
3	Sopot	43	5 964	52,30	2,90	272 921	791 580
4	Gmina Heringsdorf	179	14 485	49,40	4,80	485 722	2 336 911
5	Warnemünde (część miasta Rostock)	60	10 628	31,80	3,10	387 393	1 196 955
6	Rostock	110	15 304	37,10	2,60	774 927	1 996 539
7	Binz	107	13 702	44,30	4,60	402 852	1 853 387
8	Cuxhaven	152	12 074	34,04	4,00	373 637	1 500 035

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne na podstawie danych urzędów statystycznych.

Funkcję turystyczną Świnoujścia i destynacji konkurencyjnych można mierzyć za pomocą służących do tego wskaźników. Pierwszy ze wskaźników, gęstość bazy noclegowej, pozwala na określenie zagęszczenia miejsc noclegowych. Mierzony jest on liczbą miejsc noclegowych na kilometr kwadratowy powierzchni jednostki. Świnoujście ma najmniejszą gęstość bazy noclegowej (55,58). Spośród porównywanych uzdrowisk i kurortów nadmorskich w Polsce i w Niemczech największą gęstość bazy noclegowej ma Warnemünde (1 801,36). Dużą liczbę miejsc noclegowych na kilometr kwadratowy ma Kołobrzeg (666,27) i Binz (543,08). Cesarskie Uzdrowiska mają gęstość bazy noclegowej na poziomie 384,63.

Należy jednak podkreślić, że gęstość ta jest mierzona na łączną powierzchnię miasta, w tym na tereny znajdujące się pod wodą i wyspy niezamieszkałe. Baza noclegowa zlokalizowana jest przede wszystkim na wyspie Uznam. Na podstawie bazy obiektów noclegowych znajdujących się w ewidencji Urzędu Miasta w Świnoujściu można oszacować, że tylko w Dzielnicy Nadmorskiej znajduje się ok. 47% miejsc noclegowych, zaś na wyspie Uznam, na której mieszka nieco ponad 87% mieszkańców miasta, znajduje się 97% miejsc noclegowych Świnoujścia¹⁴⁰. Powoduje to, że gęstość bazy turystycznej dla wysp Uznam, Karsibór i Wolin są bardzo zróżnicowane. Opierając się z danych Urzędu Miasta Świnoujście można wyliczyć, że zagęszczenie miejsc noclegowych na Uznamie jest na poziomie 230,9. Dla świnoujskiej części wyspy Wolin wynosi ono 24,35, a dla wyspy Karsibór 10,07. Niemniej można zauważyć, biorąc tylko pod uwagę bazę noclegową wyspy Uznam, że jej gęstość ma wartość jedną z niższych niż w Cesarskich Uzdrowiskach, Sopocie, Binz i Kołobrzegu.

¹³⁹ W przypadku Kołobrzegu GUS nie podaje danych o liczbie turystów, liczbie udzielonych noclegów, stopnia wykorzystania miejsc noclegowych i długości pobytu (dane dostępne są tylko do poziomu powiatu kołobrzegskiego). Prezentowane w tabeli liczby stanowią szacunek, gdzie za podstawę obliczeń liczby turystów i udzielonych noclegów przyjęto dynamikę wzrostu, jaka wystąpiła w latach 2014-2017 w Świnoujściu.

¹⁴⁰ Szacunki na podstawie rejestru miejsc noclegowych oraz strony internetowej miasta w listą obiektów.

Kolejnym wskaźnikiem jest miernik zagospodarowania turystycznego Baretj'a-Deferta (liczba miejsc noclegowych na 100 mieszkańców). Ten wskaźnik jest również w Świnoujściu na niższym poziomie niż w porównywanych miejscach (26,68). Niższą wartość osiągnął on tylko w Rostocku (7,34), Sopotcie (16,32) i Cuxhaven (24,91). Również w Kołobrzegu jest on porównywalny (37,18). Wysokim zagospodarowaniem turystycznym mierzonym tym wskaźnikiem charakteryzuje się Binz (257,99), następnie Warnemünde (179,01) i Cesarskie Uzdrowiska (167,53). Opierając się na danych Urzędu Miasta w Świnoujściu wyliczono wskaźnik dla wyspy Uznam. Wynosi on 46,55 (dla wysp Wolin i Karsibór odpowiednio 7,00 i 28,02).

Wskaźnik zatłoczenia turystycznego Deferta dostarcza informacji o liczbie turystów przypadających na kilometr kwadratowy powierzchni. Świnoujście ma najniższą wartość tego wskaźnika na tle porównywanych destynacji (1 341,63 osób na kilometr kwadratowy). Najwięcej turystów na kilometr kwadratowy przypada w Warnemünde (kurort ten ma jednak swoją specyfikę, ponieważ jest dzielnicą ponad 200-tysięcznego Rostocku), następnie w Kołobrzegu (32 661,85). Gmina Heringsdorf ma zatłoczenie turystyczne na poziomie 12 897,56 turystów przypadających na kilometr kwadratowy. Wskaźnik na poziomie najbardziej zbliżonym do Świnoujścia ma Cuxhaven (2 307,68). Ponieważ brak jest szczegółowych danych dot. liczby turystów na wyspie Uznam, można oszacować wielkość zatłoczenia turystycznego zakładając, że przebywa tutaj ok. 97% turystów przebywających w Świnoujściu. Przyjmując takie założenia na jeden kilometr wyspy Uznam w Świnoujściu przypada 3 563,88 turystów, co nadal oznacza jedną z najniższych wartości wskaźnika na tle porównywanych uzdrowisk i kurortów. Dla wysp Wolin i Karsibór wskaźnik może być na poziomie odpowiednio 375,91 i 217,19.

Na podstawie wskaźnika intensywności ruchu turystycznego Schneidera określana jest liczba turystów przypadająca na 100 mieszkańców. Świnoujście ma ten wskaźnik na poziomie 644,13. Najwyższą wartość osiągnął on w rugijskim kurorcie Binz (7 585,24), następnie w Warnemünde (6 525,06) i Cesarskich Uzdrowiskach (5 617,88). Najniższą relację turystów do liczby mieszkańców ma Rostock (371,83). Na poziomie porównywalnym do Świnoujścia jest on w Sopotcie (746,64) i w Cuxhaven (770,86). Z kolei wskaźnik ruchu turystycznego Charvata mierzy liczbę udzielonych noclegów przypadającą na 100 mieszkańców. Również tutaj wskaźnik ten osiągnął najwyższą wartość w Binz (34 897,14), następnie w Cesarskich Uzdrowiskach (27 028,81) i w Warnemünde (20 160,94). Najniższą intensywność ruchu turystycznego według wskaźnika Charvata odnotowano w Rostocku (957,99). Mniej udzielonych noclegów w relacji do liczby mieszkańców (niż w Świnoujściu) było w 2017 roku w Sopotcie (2 165,57) i w Cuxhaven (3 094,77).

Tabela 12: Wskaźniki rozwoju funkcji turystycznej w Świnoujściu i destynacjach konkurencyjnych w 2017 roku.

Lp.	2017 rok / gmina	Gęstość bazy noclegowej	Wskaźnik zagospodarowania turystycznego Baretj'a-Deferta	Wskaźnik zatłoczenia turystycznego Deferta	Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego Schneidera	Wskaźnik intensywności ruchu turystycznego Charvata
1	Świnoujście	55,58	26,68	1 341,63	644,13	4 788,25
2	Kołobrzeg	666,27	37,18	32 661,85	1 822,88	9 408,86
3	Sopot	350,82	16,32	16 054,18	746,64	2 165,57
4	Gmina Heringsdorf	384,63	167,53	12 897,56	5 617,88	27 028,81
5	Warnemünde (część miasta Rostock)	1 801,36	179,01	65 659,83	6 525,06	20 160,94
6	Rostock	84,43	7,34	4 275,22	371,83	957,99
7	Binz	543,08	257,99	15 967,18	7 585,24	34 897,14
8	Cuxhaven	74,57	24,91	2 307,68	770,86	3 094,77

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne na podstawie danych urzędów statystycznych.

Podsumowując należy podkreślić, że zgodnie z metodyką pomiaru rozwoju funkcji turystycznej, opracowaną przez prof. Szromka, Świnoujście ma wszystkie wskaźniki (oprócz zagospodarowania turystycznego Baretj'a-Deferta) na poziomie najwyższym w skali pięciostopniowej. Zagospodarowanie turystyczne jest oceniane dobrze (na poziomie czwartym). Niemniej w porównaniu do innych nadmorskich uzdrowisk i kurortów w Polsce i w Niemczech wartości wszystkich wskaźników są jednymi z najniższych. Oceniając rozwój funkcji turystycznych według tych wskaźników można stwierdzić, że funkcje turystyczne są rozwinięte najlepiej w Binz, Warnemünde, Cesarskich Uzdrowiskach i Kołobrzegu. Świnoujście jest najbardziej podobne pod względem wartości wskaźników do Cuxhaven.

Punktem odniesienia w analizie konkurencji są wydatki na rozwój i promocję turystyki. Porównano te, które są ponoszone z budżetu Miasta Świnoujście z wydatkami w Kołobrzegu i Sopocie w latach 2014-2017 (dane dot. budżetów niemieckich miast są nieporównywalne). Poniższe dane pochodzą ze sprawozdań z wykonania budżetu w wymienionych samorządach. Należy podkreślić, że poszczególne miasta mają odmienną strukturę pod względem przyporządkowywania poszczególnych kategorii wydatków. W Sopocie zadania związane z promocją zostały zaszeregowane jako upowszechnianie turystyki, pozostała działalność oraz w pozycji dotacja dla Sopotkiej Organizacji Turystycznej. Imprezy i wydarzenia promujące turystykę realizowane są również przez tę organizację. W przypadku Kołobrzegu działania z zakresu upowszechniania turystyki nie dotyczą działań adresowanych do turystów i zostały ujęte jako promocja JST, a w pozostałej działalności znajdują się zakupy i usługi nieinwestycyjne oraz inwestycje (te ostatnie uwzględniono w poniższej tabeli w pozycji inwestycje). W Świnoujściu natomiast jako pozostałą działalność ujęto zadania inwestycyjne. W kategorii imprezy ujęto te, które są realizowane przez jednostki organizacyjne oraz dotacje dla organizacji pozarządowych na realizację wydarzeń i imprez kulturalnych i sportowych. W kategorii inwestycje uwzględniono inwestycje w infrastrukturę turystyczną realizowane przez wydziały i jednostki organizacyjne.

Tabela 13: Porównanie wydatków 2014-2017.

Rok	Budżet	Świnoujście	Kołobrzeg	Sopot
2014	Turystyka i promocja turystyki łącznie	3 650 539,64	6 427 137,41	8 786 822,59
1	Inwestycje	1 829 928,71	3 997 108,17	247 170,48
2	Dotacja dla organizacji turystycznych	161 931,87	100 792,00	400 000,00
3	Zadania w zakresie upowszechniania turystyki	119 491,47	318,00	168 246,04
4	Pozostała działalność	0,00	56 219,88	1 416 279,57
5	Promocja	589 769,61	2 091 083,36	0,00
6	Imprezy	949 417,98	181 616,00	6 555 126,50
2015	Turystyka i promocja turystyki łącznie	4 993 229,40	12 543 878,04	5 552 872,18
1	Inwestycje	2 118 491,38	11 729 049,47	406 791,66
2	Dotacja dla organizacji turystycznych	181 744,34	97 679,00	456 000,00
3	Zadania w zakresie upowszechniania turystyki	162 552,15	318,00	184 736,01
4	Pozostała działalność	82 027,00	0,00	1 665 844,51
5	Promocja	515 072,63	471 852,60	0,00
6	Imprezy	1 933 341,90	244 978,97	2 839 500,00
2016	Turystyka i promocja turystyki łącznie	2 914 518,92	3 701 905,03	4 923 229,15
1	Inwestycje	589 694,03	631 085,53	0,00
2	Dotacja dla organizacji turystycznych	181 013,84	300 000,00	487 000,00
3	Zadania w zakresie upowszechniania turystyki	81 538,31	0,00	198 111,49
4	Pozostała działalność	0,00	702 736,03	1 327 657,66
5	Promocja	750 433,60	1 675 254,44	0,00

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029

6	Imprezy	1 311 839,14	392 829,03	2 910 460,00
2017	Turystyka i promocja turystyki łącznie	3 737 984,88	10 147 745,68	5 546 851,31
1	Inwestycje	871 280,12	7 150 922,32	0,00
2	Dotacja dla organizacji turystycznych	212 894,70	400 000,00	475 000,00
3	Zadania w zakresie upowszechniania turystyki	156 455,89	47 911,20	199 586,23
4	Pozostała działalność	0,00	0	1 540 453,08
5	Promocja	1 100 367,84	1 997 818,01	0,00
6	Imprezy	1 396 986,33	551 094,15	3 331 812,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie sprawozdań z realizacji budżetu za lata 2014-2017

Z powyższej tabeli wynika, że największe wydatki na inwestycje związane z infrastrukturą turystyczną były ponoszone w analizowanym okresie przez samorząd Miasta Kołobrzeg. Z kolei dotacje dla organizacji turystycznych najwyższe były w Sopocie. Miasto to wydaje również najwięcej na organizację imprez (bez tych, które finansuje poprzez składkę płaconą dla Sopotkiej Organizacji Turystycznej). W przypadku wydatków ponoszonych na promocję trudniej jest je porównać z uwagi na odmienne przyporządkowanie.

Analizę ilościową konkurencji Świnoujścia w obszarze turystyki uzupełnia analiza jakościowa (poniżej).

Kołobrzeg¹⁴¹

Uzdrowisko Kołobrzeg zostało założone wcześniej niż w Świnoujściu (1802 rok). U ujścia Parsęty istniała do 1872 roku twierdza. W tym samym czasie miasto uzyskało połączenie kolejowe, co przyczyniło się do rozwoju uzdrowiska. W 1899 roku przy plaży powstał reprezentacyjny dom zdrojowy Strandschloß. Miasto zostało mocno zniszczone w czasie II wojny światowej i architektura uzdrowiskowa z przełomu XIX i XX wieku zachowała się tylko w jednym kwadracie. W Dzielnicy Uzdrowiskowej znajdują się: moło (najdłuższe moło żelbetonowe w Polsce), bulwar wzdłuż plaży, Morskie Oko (dawne kąpielisko na plaży), muszla koncertowa, falochrony, korty tenisowe, Kamienny Szaniec, amfiteatr i latarnia morska (pozostałości twierdzy), lapidarium żydowskie i parki (Stefana Żeromskiego i Aleksandra Fredry). Tutaj znajduje się baza uzdrowiskowa, która jest bardziej rozbudowana niż w Świnoujściu (21 zakładów uzdrowiskowych według GUS w 2017 roku w stosunku do 11-tu w Świnoujściu) oraz dwa 5-gwiazdkowe hotele (Marine i Aquarius Spa). Zasoby lecznicze są takie jak w Świnoujściu (solanki i borowina, która jest – w przeciwieństwie do Świnoujścia – eksploatowana). Woda morska w Kołobrzegu ma temperaturę jedną z najniższych na polskim Wybrzeżu Bałtyku.

Dzielnice Uzdrowiskową oddziela od miasta linia kolejowa. Kołobrzeg jest dawnym hanzeatyckim miastem o ponad 1000-letniej historii. W połowie XVII wieku powstała Twierdza Kołobrzeg. W zniszczonym w czasie II wojny światowej mieście zachowała się XIV-wieczna gotycka katedra, XV-wieczna Baszta Lontowa i domek kata, ruiny Baszty Więziennej, kościół Jana Chrzyciela, Kolumna Adebara i pręgierz miejski, XV-wieczna kamienica kupiecka. Miasto leży na Europejskim Szlaku Gotyku Ceglanego. Obiekty neogotyckie to: dawny ratusz a obecnie Galeria Sztuki Współczesnej, budynki poczty i policji. Pozostałości fortu na terenie miasta to: Bastion Magdeburg i Pommern, Akademia Rycerska, Brama Radzikowska Batardeau (Grodzka), Most na rzece Parsęcie, Reduta Solna, i Kuźnia. Pozostała zabudowa ma charakter współczesny. W Kołobrzegu znajduje się port handlowy o znaczeniu regionalnym z funkcją rybacką, jachtową (marina na wyspie Solnej) oraz przystanią pasażerską Polskiej Żeglugi Bałtyckiej (wycieczki morskie, na Bornholm i do Szwecji), jak również port wojenny.

Z pozostałych atrakcji należy wymienić: bulwar przy ul. Rzecznej, dworzec kolejowy, falochron wschodni, kino 8D, Klockowisko, Lotnisko Bagicz, Oceanarium, Centrum Atrakcji Wojskowych, Muzeum Oręża Polskiego (odwiedza je 140 tys. osób rocznie) wraz z oddziałami, Muzeum 6D Maszoperia, Muzeum Figur Woskowych, Muzeum

¹⁴¹ klimatycznykolobrzeg.pl/ (dostęp 21.06.2019).

Bursztynu, Muzeum Mineratów, Muzeum Partia Colbergensis. Najważniejsze imprezy i wydarzenia cykliczne to: Światowy Festiwal Morsowania, Obchody rocznicy Walk o Kołobrzeg i Zaślubin Polski z Morzem, Kołobrzeski Festiwal Zdrowia, Międzynarodowy Wyścig Kolarski "Bałtyk-Karkonosze TOUR", Hanzeatycki Festyn Historyczny „Targ Solny”, Europejskie Warsztaty Muzyczne i Letnie Warsztaty Orkiestrowe, Międzynarodowy Festiwal „Muzyka w Katedrze” i Ogólnopolski Przegląd Twórczości Zbigniewa Herberta "Herbertiada". Kołobrzeg leży na pomorskiej Drodze św. Jakuba, szlaku pieszym E9, szlaku rowerowym R9 oraz Bike the Baltic. W mieście wyznaczono następujące szlaki i trasy: Miejski Szlak Fortyfikacji i szlak kajakowy po rzece Parsęcie.

Kołobrzeg od ponad dziesięciu lat buduje spójną markę turystyczną Klimatyczny Kołobrzeg oraz submarki produktowe. Widoczna jest obecność miasta na najważniejszych wydarzeniach targowych i w mediach. Miasto leży poza głównymi szlakami komunikacyjnymi i ma małą dostępność drogową i lotniczą.

Sopot^{142 143}

Sopot jest miastem, którego początki sięgają X wieku i uzdrowiskiem (pierwsze kąpielisko morskie powstało w 1819 roku). Obecnie działa tam 5 zakładów uzdrowiskowych, a surowcem leczniczym są wody solankowe i jodkowe. Charakterystyczne jest położenie miasta w Aglomeracji Trójmiejskiej (pomiędzy Gdańskiem i Gdynią) oraz nad Zatoką Pomorską. Dostępność komunikacyjna miasta (drogowa, kolejowa i samolotowa) jest bardzo dobra. W Sopocie nie znajduje się ani port, ani ujście rzeki. Statki turystyczne mają przystań przy sopockim mołu. Najważniejszymi atrakcjami turystycznymi są: najdłuższy w Europie drewniany pomost (molo) z przystanią jachtową, Monciak, plaża o długości 4,5 kilometra, Krzywy Domek, Muzeum Sopotu w zabytkowej Willi Claaszena z 1904 r., Pijalnia Wód Solankowych w nowym Domu Zdrojowym, Zakład Balneologiczny z 1903 roku, latarnia, przystań rybacka i Muzeum Rybołówstwa, Dworek Sierakowskich (Galeria Sztuki i siedziba Towarzystwa Przyjaciół Sopotu), Państwowa Galeria Sztuki, rekonstrukcja średniowiecznego grodziska z X wieku (obecnie Skansen Archeologiczny), neogotycki kościół św. Jerzego, reprezentacyjna architektura zdrojowa (Grand Hotel – obecnie 5-gwiazdkowy Hotel Sofitel i Dom Zdrojowy z 1824 roku), Opera Leśna, Teatr na Plaży, Scena Kameralna Teatru Wybrzeże, Bałtycka Agencja Artystyczna BART (jednostka organizacyjna Miasta Sopotu), liczne parki i Sopocki Las, a także obiekty sportowe: Sopocki Hipodrom, Aquapark, kompleks kortów tenisowych otwarty w 1897 roku, Łysa Góra z 300-metrowym wyciągiem narciarskim, Kart Center (jeden z największych i najnowocześniejszych torów gokartowych w Polsce), Ergo-Arena.

Sopot to miejsce organizacji znanych wydarzeń/imprez kulturalnych i sportowych: Sopotka Majówka w stylu retro-uzdrowiska, Tyczka na Molo (najstarszy poza stadionowy mityng lekkoatletyczny na świecie), Polsat SuperHit Festiwal, Sopot Jazz Festival, CSIO (Najważniejsze wydarzenie jeździeckie w Polsce), Festiwal Teatru Polskiego Radia i Teatru Telewizji Polskiej „Dwa Teatry”, Slow Fest (jeden z największych i najciekawszych festiwali kulinarnych w Polsce), Sopot Film Festival, Grand Prix Sopot-Gdynia, Górskie Samochodowe Mistrzostwa Polski, Sopot Festival, Międzynarodowy Festiwal Sopot Classic, Literacki Sopot. Większość z nich jest nadal organizowanych przede wszystkim w sezonie letnim. Sopot pozycjonuje się jako najbardziej ekskluzywne uzdrowisko w Polsce i najważniejsze centrum balneologiczne (w oparciu o Strategię Marketingu Turystycznego z 2004 roku, jedną z pierwszych w Polsce wraz z programem marki). Obecnie funkcjonują tutaj zakłady uzdrowiskowe i kilkanaście renomowanych ośrodków spa, w tym w wysokiej klasy hotelach (Centrum Zdrowia i Urody Orchid, Grand SPA w Hotelu Sofitel*****, Sheraton Hotel Spa*****, Hafner Spa w Hotelu Hafner*****, Mera Spa, Botanical Wellness & Day Spa w Hotelu Sopot, Spa Hotel Testa***** oraz Aqua Spa w Aquaparku Sopot. Turyści odwiedzający miasto mogą kupić Sopocką Kartę Turystyczną umożliwiającą korzystanie z atrakcyjnych zniżek w obiektach kultury, hotelach, restauracjach i obiektach sportowych.

¹⁴² sts.sopot.pl/ (dostęp 21.06.2019).

¹⁴³ visit.sopot.pl/odkrywaj-sopot/ (dostęp 21.06.2019).

Gmina Heringsdorf (Cesarskie Uzdrowiska)^{144 145}

Gminę Heringsdorf tworzą 3 dawne uzdrowiska cesarskie – miejsca spędzania lata berlińskiego dworu królewskiego i arystokracji niemieckiej. Charakterystyczną cechą uzdrowisk Heringsdorf, Bansin i Ahlbeck jest biała architektura uzdrowskowa (Bäderarchitektur) z przełomu XIX i XX wieku (Villa Achterkerke z 1845 roku jest najstarszą zachowaną budowlą tego stylu). Bansin jest najstarszą miejscowością datowaną na połowę XIII wieku (wsie rybackie Heringsdorf i Ahlbeck są o 500 lat młodsze). Pierwsze kąpielisko morskie powstało w 1808 roku w Ahlbeck. Drugim kąpieliskiem na wyspie Uznam było Świnoujście (1824 rok), a trzecim Heringsdorf (1825 rok). W latach 1876-1894 wybudowano linię kolejową Berlin-Świnoujście przez trzy uzdrowiska. W 1891 roku powstało w Heringsdorf molo Kaiser-Wilhelm-Brücke, a w 1898 molo w Ahlbeck. Uzdrowiska rozwinęły się z wiosek rybackich. Nie ma portów ani ujścia rzek (statki żeglugi pasażerskiej cumują przy molo).

Uzdrowiska mają dużą dostępność komunikacyjną kolejową (pociąg z Berlina) i samolotową (lotnisko w Heringsdorf). Do najważniejszych atrakcji turystycznych należą¹⁴⁶: najdłuższa w Europie promenada wzdłuż plaży o długości pięciu kilometrów, która łączy Bansin i Świnoujście, molo i plaża w Heringsdorf (certyfikowana białą flagą), Muzeum Villa Irmgard, Obserwatorium „Manfred von Ardenne”, Naturerlebniswelt Heringsdorf, pierwszy w Europie Las Kuracyjny i Zdrowotny w Heringsdorf, Izba Regionalna w Ahlbeck, jezioro polodowcowe Schloonsee, molo i plaża o szerokości 70 m w Ahlbeck, Pawilon Muzyczny przy Promenadzie, OstseeTherme Usedom, kościół neogotycki, plaża w Ahlbeck (w tym dla naturystów i psów), molo w Bansin, wybrzeże klifowe, Gothensee (jedno z największych jezior na Pomorzu Zachodnim), Museum Rolf Werner, Hans Werner Richter Haus, wieża widokowa, Pawilon Muzyczny i oryginalne wozy-przebiegalnie przy Promenadzie w Bansin.

W Cesarskich Uzdrowiskach odbywa się wiele wydarzeń/imprez kulturalnych i sportowych: Wydarzenia Noworoczne, Mistrzostwa Świata Strandkorb Sprint, Zimowy Spektakl Kąpielowy, Tydzień Śledzia Uznamskiego, Festiwal Psych Zaprzęgów BalticLights, Festiwal Wielkanocny, otwarcie sezonu letniego w weekend majowy, cykl imprez Uznam Jeździ na Rowerze, Kulinarna Plaża, Międzynarodowy Festiwal Kleinkunstfest, Uznamskie Dni Literatury, Usedomer Gesundheitstag, Namiot Teatralny Chapeau Rouge, Kitesurf Masters Usedom, Musikfestival Usedom, Pier Festival Bansin, Letnie Kino na Plaży w Heringsdorf, letni festiwal Ahlbeck, Dni Cesarskie Heringsdorf, Międzynarodowy Festiwal Bodypainting, Noc Gwiazd Cesarskich Uzdrowisk, Festiwal Literacki, Festiwal Latawców, Jarmark Bożonarodzeniowy w Cesarskich Uzdrowiskach. Na uwagę zasługuje fakt, że wydarzenia i imprezy rozłożone są bardziej równomiernie w ciągu roku, inaczej niż ma to miejsce w uzdrowiskach polskich. Istotne jest również to, że istnieje wspólny kalendarz imprez organizowanych przez różne podmioty i jest duże zaangażowanie branży turystycznej w sponsoring i współorganizację. Należy zwrócić również uwagę na bardzo dobrze rozwiniętą infrastrukturę sportową i rekreacyjną, w tym sieć szlaków pieszych i rowerowych.

W Cesarskich Uzdrowiskach znajdują się liczne hotele uzdrowskowe i spa o standardzie 4 i 5 gwiazdek, jak: Maritim Hotel Kaiserhof, Steigerberger Grandhotel & Spa, Travel Charme Strandidyll, Upstalsboom Hotel Ostseestrand, Aurelia Hotel St. Humertus, Standhotel Heringsdorf, Seetelhotel Kasierstand Heringsdorf, SEETELHOTEL Ostseehotel Ahlbeck, SEETELHOTEL Ahlbecker Hof, Ostseehotel Vilien im Park, SEETELHOTEL Hotel Esplanade, SEETELHOTEL Ostseeresidenz Bansin, Das Ahlbeck Hotel & Spa, Kaiser Spa Hotel zur Post Bansin, Promenadenhotel Admiral Bansin. Gmina Heringsdorf utworzyła spółkę Eigenbetrieb Kaiserbäder Insel Usedom, która zajmuje się promocją oraz zarządzaniem ruchem turystycznym. Do Cesarskich Uzdrowisk przyjeżdżają klienci przede wszystkim z Berlina, Brandenburgii, Saksonii i Nadrenii-Północnej Westfalii. Wysoki sezon turystyczny trwa od kwietnia do października.

¹⁴⁴ gemeinde-ostseebad-heringsdorf.de/ris/instanz_4/index.htm (dostęp 21.06.2019).

¹⁴⁵ kaiserbaeder-auf-usedom.de/ (dostęp 21.06.2019).

¹⁴⁶ heringsdorf.m-vp.de/sehenswertes/ (dostęp 21.06.2019).

Warnemünde (Rostock)¹⁴⁷

Nadbałtycki kurort kąpielowy (Ostseebad) Warnemünde jest starą wioską rybacką i portem u ujścia rzeki Warnow, której początki sięgają XIII wieku. Od 1323 roku należy do hanzeatyckiego miasta Rostock (obecnie jest jedną z jego dzielnic). W 1821 roku powstało tutaj kąpielisko morskie. W Warnemünde plaża ma szerokość 150 metrów i należy do najszerzych na niemieckim wybrzeżu Morza Bałtyckiego. Najważniejszymi atrakcjami turystycznymi Warnemünde są: 37-metrowa latarnia morska z 1897 roku, neogotycki kościół z 1871 roku, kompleks restauracyjny Teepot w kształcie muszli, Dom Zdrojowy z 1828 roku, Park Zdrojowy, domy rybackie, Promenada Nadmorska, szeroka i piaszczysta plaża z infrastrukturą plażową, gastronomiczną i sportową, Muzeum Regionalne, wiatrak holenderski w 1866 roku, falochrony, Alten Storm, dawna odnoga ujścia rzeki Warnow, obecnie port rybacki, targ rybny, Hotel Am Alten Storm o 150-letniej historii, restauracje, kawiarnie i hotele, w tym 7 hoteli w standardzie 4 i 5 gwiazdek. Na półwyspie przy ujściu Unterwarnow do Bałtyku w kształcie laguny o szerokości 2,5 kilometra (Breiling) znajduje się nowoczesny terminal pasażerki dla statków wycieczkowych. Odbyna się tutaj cykliczny festiwal morski Warnemünde Week oraz Hanse Sail.

Warnemünde razem z Rostockiem tworzą największy zespół portowy wschodniej części kraju. W południowej części laguny Breitling znajduje się port o przeładunku w wysokości 28 milionów ton¹⁴⁸, port rybacki, stocznia, port marynarki wojennej i terminal promowy, z którego odpływają promy do Danii, Szwecji i Polski (do Gdyni). W 2017 roku odbyło się 190 rejsów 36-cioma statkami wycieczkowymi, w których wzięło udział ponad 900 tysięcy pasażerów¹⁴⁹. Organizowane są wycieczki po porcie pozwalające obejrzeć obiekty marynarki wojennej.

Warnemünde jest oddalone od historycznego centrum Rostocku o 15 kilometrów (ok. 20 minut drogi samochodem osobowym). Rostock jest największym miastem kraju związkowego Meklemburgii-Pomorza Przedniego, ośrodkiem hanzeatyckim i uniwersyteckim z licznymi zabytkami średniowiecznymi, w tym: Kościołem Mariackim z 1230 roku, kościołami św. Piotra i Mikołaja, Klasztorem św. Krzyża z 1270 roku, Klasztorem św. Katarzyny z 1223 roku, domem rodziny Kerkhoff, ratuszem, Kamienną Bramą, pozostałościami murów miejskich, bramą Kröpelin z 1280 roku. Atrakcją jest port miejski z muzeum i portem jachtowym. Miasto oferuje bogatą ofertę kulturalną i sportową, z której korzystają również turyści przebywający w Warnemünde. Mogą oni kupić kartę RostockCARD, która umożliwia korzystanie z oferty miasta na preferencyjnych warunkach.

Binz^{150 151}

Jest małym miastem na Rugii, dawną osadą rybacką i rolniczą, której historia sięga początków XIX wieku. Binz stał się nadmorskim kurortem w 1885 roku. Została zbudowana architektura uzdrowiskowa, promenada i molo. Do najważniejszych atrakcji turystycznych należą: architektura uzdrowiskowa, molo, Pałac Myśliwski Garnitz, klif Teufelsschlucht, wieża Müther, Promenada Nadmorska, Park Zdrojowy, wieża widokowa Adlerhorst, Las Zdrojowy, wieża widokowa Baumwipfelpfad Prora, kompleks Prora z czasów narodowego socjalizmu, Muzeum Starych Samochodów, Miła Sztuki, wycieczki statkiem, jezioro Schmachter. Binz ma całoroczną ofertę wydarzeń/imprez kulturalnych i sportowych: Targ Schmachter, Krajowe Mistrzostwa w Piłce Plażowej, Schmachter Lounge, Kulturalny Kuter, Festiwal Zamkowy w Binz, Festiwal Filmów Plażowych, Festiwal Wina nad jeziorem Schmachter, Duckstein Festival, Molo Festival, Jesienny Tydzień Zdrowia, Jarmark Bożonarodzeniowy. W Binz znajdują się luksusowe hotele, w tym sieciowe: Grand Hotel*****, Hotel CERËS AM MEER*****, Travel Charme Kurhaus Binz, Hotel am Meer & Spa*****, Dorint Seehotel Binz-Therme*****, Standhotel Binz*****, Suite

¹⁴⁷ rostock.de/warnemuende.html (dostęp 21.06.2019).

¹⁴⁸ hansa-online.de (dostęp 22.06.2019).

¹⁴⁹ thb.info (dostęp 22.06.2019).

¹⁵⁰ ostseebad-binz.de (dostęp 22.06.2019).

¹⁵¹ mv-baederverband.de/de/kur-und-erholungsorte/seebaeder/ostseebad-binz (dostęp 22.06.2019).

Hotel****, Hotel Four Seasons****, Rugard Strandhotel****, Loev Hotel Rügen****, Nixe Boutikhotel & Spa****, Strandschloss****.

Cuxhaven^{152 153}

Jest to trzecie pod względem wielkości miasto kraju związkowego Dolna Saksonia i największe nadmorskie uzdrowisko w Niemczech i jeden z największych niemieckich portów rybackich oraz port marynarki wojennej. Leży nad Morzem Wattowym wpisanym na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO, u lagunowego ujścia Łaby, w odległości 40 kilometrów od Bremy i 125 kilometrów od Hamburga. Jest dobrze skomunikowane autostradą z Hanowerem i Nadrenią-Północną Westfalią. Funkcje turystyczno-uzdrowskie rozwijają się równomiernie i bezkolizyjnie. Port powstał w historycznym centrum miasta, w pobliżu zamków Lotsenviertel i Ritzebüttel, a uzdrowisko i zaplecze turystyczne w najbardziej na północ wysuniętych dzielnicach Döse Duhnen i Sahlenburg. Miasto było związane z hanzeatyckim Hamburgiem (obecnie jest częścią obszaru metropolitalnego Hamburga). Jest to jeden z najbardziej ruchliwych szlaków wodnych na świecie. Do portu w Cuxhaven przyprawiają kontenerowce i wycieczkowce. Tuż za miastem znajduje się lotnisko pasażerskie.

Cuxhaven to uzdrowisko z bogatą ofertą thalassoterapii w Thalasso Center Ahoy!, dwóch klinikach uzdrowskich (Klinik Strandrobbe i Klinik Nordseeküste) oraz w ośrodkach spa&wellness. Kuracje oparte są na surowcach pochodzących z morza. Miasto posiada bogatą ofertę hoteli i domów zdrojowych: Badhotel Sternhagen****, Hotel Strandperle Duhnen****, Strandhotel Duhnen Aparthotel Kamp****, Best Western Donner's Hotel & Spa****, Hotel Wernerwald****, Hotel Seelust****, Hotel Muschelgrund****.

W Cuxhaven znajduje się wiele zabytków i atrakcji turystycznych: romański kościół z kamienia z jednymi z najstarszych organów w Europie, romański kamienny kościół św. Jakuba, XIII-wieczny kościół św. Abunduas oraz 4 kościoły neogotyckie, platforma widokowa Alte Liebe, Zamek Ritzebüttel z XIV wieku, Kugelbake (drewniany punkt nawigacyjny w porcie – symbol Cuxhaven), największa istniejąca turbina wiatrowa na świecie, kurhany Twellbeg, Twierdza Galgenberg, Spanger Berg, latarnia morska, cmentarz żydowski, wieża ciśnienia z 1897 roku, Wieża Friedricha Clemensa Gerke, archiwum okrętów podwodnych w Cuxhaven Altenbruch, Muzeum Joachima Ringelnatz, Park Zdrojowy, Park Zamkowy, wrzosowiska Altenwalde, piaszczysta plaża. Najważniejsze imprezy cykliczne to: Dni Portu Cuxhaven, Spektakl Średniowieczny, Letnie Wieczory nad Morzem, Deichband – Festiwal Rockowy, Festiwal Szanty, unikalne wyścigi konne na Morzu Wattowym Duhner Wattrennen.

Analiza sił konkurencyjnych Porter'a obejmuje konkurentów w sektorze, potencjalnych konkurentów, klientów, dostawców usług turystycznych i substytuty.

Tabela 14: Analiza sił konkurencyjnych Świnoujścia.

Kategoria	Opis	Groźba / siła oddziaływania
Konkurenci w sektorze	Strategicznymi konkurentami dla Świnoujścia są inne nadmorskie uzdrowiska. W Polsce są to Kołobrzeg i Sopot, a w Niemczech przede wszystkim Cesarskie Uzdrowiska. We wszystkich analizowanych uzdrowskach i kurortach wzrastają inwestycje w bazę hotelową o wysokim standardzie. Powstają nowe atrakcje. Nasila się rywalizacja o najbardziej rentowne segmenty turystów (turysta spa&wellness, medyczny, kulturowy). Koszt wyjścia z sektora jest wysoki ze względu na rozmiar inwestycji i posiadany status uzdrowiska. Konkurenci inwestują w skuteczne działania strategiczne podnoszące ich atrakcyjność i konkurencyjność. Istnieje duże zróżnicowanie charakteru konkurencji, a jednocześnie w zakresie turystyki zdrowotnej, wypoczynkowej i aktywnej oferta analizowanych miejsc jest zbliżona. Konkurencyjność cenowa w obszarze turystyki kulturowej Świnoujścia jest	Siła konkurencji w sektorze jest duża i ma charakter wzrostowy.

¹⁵² baederland-niedersachsen.de/DE/Kurorte/Cuxhaven.html (dostęp 22.06.2019).

¹⁵³ tourismus.cuxhaven.de/staticsite/staticsite.php?menuid=201&topmenu=195 (dostęp 22.06.2019).

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029

	niższa niż w innych destynacjach. Istnieje ryzyko, że odwiedzający Świnoujście mogą zrezygnować ze Świnoujścia na korzyść innych miejsc. Ponadto rośnie zagrożenie konkurencyjne ze strony dwóch uzdrowisk nieuwzględnionych w analizie benchmarkingowej; Ustki i Dąbek.	
Potencjalni konkurenci	Możliwość pojawienia się nowych uzdrowisk nadmorskich istnieje, ale jest ograniczona wysoką barierą wejścia na rynek, tj. uzyskania statusu gminy uzdrowiskowej. Atrakcyjność sektora jest jednak duża i nie można wykluczyć, że inne nadbałtyckie gminy będą poszukiwać możliwości stania się uzdrowiskiem (jak np. powiat darłowski). Barierą jest również możliwość rozwoju inwestycji turystycznych publicznych i prywatnych, które przyciąga do Świnoujścia atrakcyjne położenie geograficzne oraz duży ruch turystyczny (dotyczy to jednak również m.in. Sopotu oraz nadmorskich kąpielisk niemających statusu uzdrowiska, jak Dziwnów, Międzyzdroje, czy Władysławowo), jak również kurortów nad Morzem Śródziemnym (duża konkurencyjność cenowa wyjazdów zorganizowanych). Przewaga konkurencyjna Świnoujścia wynika z zamożności samorządu, jakkolwiek wydatki na rozwój i promocję turystyki są mniejsze, niż w obu nadmorskich uzdrowiskach.	Groźba pojawienia się nowych konkurentów dla miasta uzdrowiskowego Świnoujście jest średnia.
Klienci	Popyt na pobyty zdrowotne i wypoczynkowe nad Bałtykiem rośnie (widać to po rosnącym ruchu turystycznym w Świnoujściu oraz uzdrowiskach i kurortach konkurencyjnych), a siła nabywców jest większa, niż dostawców (szczególnie w zakresie polityki cenowej po sezonie). W sezonie letnim w ciągu ostatnich 2 lat popyt jest większy, niż podaż, a analiza dostępności obiektów w Świnoujściu w lipcu 2019 roku pokazuje, że miejsca noclegowe są wyprzedane. Jak wspomniano wcześniej turyści przyjeżdżający do Świnoujścia mogą zrezygnować z urlopów w tym mieście na korzyść innych nadmorskich destynacji (m.in. w związku z mniejszą konkurencyjnością cenową). Wzrastają oczekiwania turystów względem jakości oferty i relacji ceny do jakości ¹⁵⁴ . Natomiast w niskim sezonie (szczególnie zimą) koszty świadczenia usług w całorocznych obiektach noclegowych są wysokie w stosunku do możliwości osiągnięcia zysku.	Siła oddziaływania głównych nabywców jest duża.
Dostawcy usług	Dostawcami usług turystycznych są lokalne podmioty (usługi gastronomiczne, transportowe, atrakcje i usługi noclegowe), jak również spoza Świnoujścia (inwestorzy branży noclegowej, dostawcy usług transportu publicznego, rozwiązań komunikacyjnych, zakupów surowców dla sektora HoReCa). Szczególnie dostawcy surowców i usług transportowych mają silną pozycję przetargową, z uwagi na izolację wyspy Uznam i konieczność dostarczania produktów i usług przeprawą promową. Jednocześnie rozwój turystyczny Świnoujścia jest uwarunkowany wielkością i jakością oferty usług uzupełniających, w tym oferty kulturalnej, sportowej i atrakcji. O ile dostawcą bazy i imprez sportowo-rekreacyjnych dla turystów jest przede wszystkim samorząd miejski (oprócz tego zaplecze takie mają obiekty noclegowe, o czym jest mowa w analizie infrastruktury sportowej), o tyle infrastruktura, usługi kulturalne i atrakcje kulturowe są rozwinięte słabiej, niż w konkurencyjnych destynacjach (szczególnie w Sopocie, Kołobrzegu i Cuxhaven).	Siła oddziaływania dostawców usług turystycznych jest duża.
Substytuty	Substytutami względem pobytów w Świnoujściu może być oferta turystyki zdrowotnej (medycznej oraz spa & wellness) innych nadbałtyckich kurortów niebędących uzdrowiskami (np. Hotel Sandra Spa w Pogorzeliczy, Interferie Medical Spa w Trzęsaczu). Analizując ceny na portalu Booking.com takich usług na Środkowym Wybrzeżu można zauważyć, że są one bardziej atrakcyjne cenowo niż obiekty o porównywalnym standardzie w Świnoujściu. Substytutami może być wybór pobytu w małych kąpieliskach nadmorskich, jak również w uzdrowiskach nieleżących nad morzem (np. na Dolnym Śląsku, czy w Małopolsce).	Groźba pojawienia się oferty substytucyjnej jest średnia.

Źródło: Opracowanie własne ZBA doradztwo strategiczne

¹⁵⁴ Wprawdzie z wypowiedzi uczestników badania ruchu turystycznego w Świnoujściu wynika, że ceny usług noclegowych są w sam raz, jednak analiza cen sprzedaży w portalu Booking.com i wypowiedzi przebywających w Świnoujściu na forach internetowych (m.in. hopcycling.pl) i w mediach społecznościowych pokazują, że ceny noclegów są oceniane jako zbyt wysokie i klienci oczekiwaliby za tę cenę lepszej jakości obsługi. Nie bez znaczenia są również inne elementy składowe kosztów pobytu: parking, usługi gastronomiczne, toalety.

Wnioski:

Analiza ilościowa w sektorze (najważniejszych, generujących największy ruch turystyczny, nadmorskich uzdrowisk i kurortów na polskim i niemieckim wybrzeżu Morza Bałtyckiego i Północnego) w oparciu dane statystyczne pokazuje, że wskaźniki rozwoju funkcji turystycznej są niższe, niż w porównywanych destynacjach. Oznacza to że możliwości rozwoju i zwiększenia funkcji turystycznej są duże, szczególnie na wyspach Wolin i Karsibór. Porównując wydatki samorządu na rozwój i promocję turystyki z sytuacją w Kołobrzegu i w Sopocie można stwierdzić, że w latach 2014-2017 były one globalnie niższe, niż w tych uzdrowiskach.

Analiza jakościowa pozwoliła porównać położenie, dostępność komunikacyjną, atrakcje turystyczne, wydarzenia/imprezy kulturalne i sportowe oraz występowanie bazy hotelowej o wysokim standardzie. Na podstawie analizy benchmarkingowej można stwierdzić, że Świnoujście ma swoją specyfikę i trudno porównać to miasto do innych kurortów z uwagi na uwarunkowania rozwoju gospodarczego i strategiczne decyzje w skali kraju - znaczenie świnoujskiego portu. Pod tym względem najbardziej adekwatne jest porównanie z Rostockiem, gdzie port ma równie strategiczne znaczenie. Jednak Rostock jest ponad 200-tysięcznym miastem z bogatą ofertą zabytków, wydarzeń kulturalnych i atrakcji turystycznych. Z kolei porównywanie do Cesarskich Uzdrowisk i Binz – jednostek małych pod względem liczby mieszkańców, powierzchni i funkcji miastotwórczych oraz gospodarczej, wydaje się nieadekwatne. Z drugiej strony Cesarskie Uzdrowiska i Binz odwiedza więcej turystów i te pierwsze mają większy potencjał bazy noclegowej. Kołobrzeg jest natomiast polskim uzdrowiskiem o największym potencjale mierzonym ilością zakładów uzdrowiskowych, miejsc noclegowych i liczbą odwiedzanych turystów. Miasto to (podobnie, jak Rostock) jest starym hanzeatyckim ośrodkiem o znaczących zabytkach średniowiecznych. Sopot posiada specyficzne położenie i dużą dostępność komunikacyjną dla mieszkańców Warszawy. Jest znane z wydarzeń/imprez kulturalnych i sportowych oraz flagowych atrakcji (molo, Monciak). Luksusowa baza noclegowa w miastach konkurencyjnych jest rozwinięta lepiej, niż w Świnoujściu. Najbardziej zbliżonym pod względem potencjału jest Cuxhaven (porównywalna powierzchnia, liczba mieszkańców, duży port, wskaźniki rozwoju funkcji turystycznej, potencjał wydarzeń i imprez, atrakcji, ale większy udział zabytków).

8. Uwarunkowania zewnętrzne rozwoju turystyki w Świnoujściu

Uwarunkowania zewnętrzne rozwoju turystyki w Świnoujściu należy rozpatrywać w kontekście europejskim, transgranicznym i krajowym oraz regionalnym. Przedmiotowo wyodrębnić można pięć kategorii uwarunkowań: prawno-polityczne, ekonomiczno-gospodarcze, społeczne, demograficzne i kulturowe oraz techniczne, technologiczne i środowiskowe.

8.1 Uwarunkowania prawno-polityczne

Dokumenty wyższego rzędu odnoszące się do rozwoju turystyki i/lub Świnoujścia

Uwarunkowania polityczne związane są z sektorowymi strategiami i programami odnoszącymi się do rozwoju turystyki na poziomie unijnym, krajowym i regionalnym (w województwie zachodniopomorskim). Poniższa tabela zawiera wykaz najważniejszych obowiązujących dokumentów.

Tabela 15: Wykaz dokumentów wyższego rzędu oraz polityk stanowiących odniesienie w zakresie wpisywania się Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029.

Lp.	Dokument	Poziom
1	<i>Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu</i>	Unijny
2	<i>Europejska Strategia Turystyczna i plan działań - 2015-2020</i>	Unijny
3	<i>Strategia UE dla regionu Morza Bałtyckiego (SUE RMB)</i>	Unijny
4	<i>Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku (PRT do 2020 roku)</i>	Krajowy
5	<i>Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010 – 2020: Regiony, Miasta, Obszary wiejskie (KSRR)</i>	Krajowy
6	<i>Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020</i>	Krajowy
7	<i>Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia 18 listopada 2011 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Sportu i Turystyki</i>	Krajowy
8	<i>Strategia Rozwoju Polski Zachodniej do roku 2020</i>	Makroregionalny
9	<i>Strategia Rozwoju Województw Zachodniopomorskiego do 2030 roku</i>	Regionalny
10	<i>Polityka samorządu województwa zachodniopomorskiego w sektorze turystyki</i>	Regionalny
11	<i>Koncepcja utworzenia, rozwoju i komercjalizacji zachodniopomorskiego szlaku „Parki, ogrody, krajobrazy, smaki Pomorza Zachodniego bramą do poznawania regionu” wraz z programem jego wdrażania, zarządzania i promocji</i>	Regionalny
12	<i>Strategia promocji turystyki wodnej w Województwie Zachodniopomorskim na lata 2013-2020</i>	Regionalny

Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne

Do czynników politycznych związanych z członkostwem Polski w Unii Europejskiej należą te związane ze strategicznym planowaniem i zarządzaniem turystyką. *EUROPA 2020 Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu* mówi o zwiększaniu konkurencyjności europejskiej turystyki. *Europejska Strategia Turystyczna i plan działań - 2015-2020* odnoszą się do: usprawnienia ram regulacyjnych dla turystyki na poziomie europejskim, krajowym, regionalnym i lokalnym, promowania digitalizacji małych i średnich przedsiębiorstw turystycznych, podnoszenia umiejętności i kompetencji w sektorze, promowania zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki (m.in. poprzez przyjęcie *Karty zrównoważonej i odpowiedzialnej turystyki*), poprawy intermodalności i przejrzystej łączności w turystyce, w szczególności na obszarach oddalonych i peryferyjnych, dla których turystyka jest siłą napędową gospodarki, jak w przypadku Świnoujścia), czy poprawy zarządzania turystyką (poprzez implementację dobrych praktyk, adaptację modeli zarządzania strategicznego turystyką)¹⁵⁵.

Głównym celem *Strategii UE dla regionu Morza Bałtyckiego* jest zacieśnienie współpracy w regionie i wykorzystanie jego potencjału. Strategia obejmuje makroregion leżący wokół Morza Bałtyckiego i dotyczy państw członkowskich UE: Danii, Estonii, Finlandii, Litwy, Łotwy, Niemiec, Polski, Szwecji, a także Białorusi, Norwegii i Rosji. Turystyka jest jednym z obszarów priorytetowych strategii. Tworzenie i promowanie zrównoważonych i innowacyjnych produktów i usług z zakresu turystyki na szczeblu transgranicznym i transnarodowym przyczynia się do podkreślenia atutów regionu jako kierunku turystycznego. Dzięki podkreśleniu wspólnego dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego oraz historii współpraca w zakresie turystyki przyniesie korzyści gospodarcze dla regionu¹⁵⁶.

Na poziomie krajowym punktem odniesienia jest *Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku*. Zgodnie z wizją tego dokumentu „nowoczesna i otwarta gospodarka turystyczna, oparta na inteligentnych specjalizacjach turystycznych w polskich regionach, stanowiąca bazujący na wiedzy jeden z kluczowych czynników rozwoju regionalnego i kraju, wzmacniająca konkurencyjność kraju w Unii Europejskiej”, a głównym celem jest „wzmocnienie rozwoju konkurencyjnej i innowacyjnej turystyki poprzez wspieranie przedsiębiorstw, organizacji

¹⁵⁵ aalep.eu/european-tourism-strategy-and-plan-actions-2015-2020 (dostęp 12.06.2019).

¹⁵⁶ *Strategia UE dla regionu Morza Bałtyckiego*, ewt.wzp.pl/strategia-baltycka (dostęp 11.06.2019).

i instytucji oraz inicjatyw sektora turystyki¹⁵⁷. Dzieje się to poprzez: zapewnienie wysokiej jakości usług i zarządzania, budowa sieci klastrowych w turystyce, wzmacnianie systemów certyfikacji produktowej i jakościowej, wykorzystanie regionalnych potencjałów i zasobów do tworzenia specjalizacji turystycznych jako elementu nowoczesnej i konkurencyjnej gospodarki, włączenie wsparcia turystyki w ramach budowy spójności regionalnej i tworzenia szans rozwojowych regionów w oparciu o infrastrukturę, walory i potencjał dla rozwoju turystyki, rozwój kompetencji i kwalifikacji kadr oraz innowacyjności w działaniu na rzecz zarządzania, czy rozwój kompetencji i kwalifikacji kadr oraz innowacyjności w działaniu na rzecz zarządzania turystyką jako dziedziną gospodarki opartą na aktywności przedsiębiorców oraz ich innowacyjnych produktach i usługach¹⁵⁸. W dokumencie jest mowa o województwie zachodniopomorskim w kontekście wybitnych walorów dla turystyki wypoczynkowej, przyrodniczej, aktywnej i uzdrowiskowej, w tym w Świnoujściu.

W *Krajowej Strategii Rozwoju Regionalnego 2010 – 2020: Regiony, Miasta, Obszary wiejskie* jest mowa o lepszym wykorzystaniu potencjału kulturowego i turystycznego dla rozwoju regionalnego. Podkreślono, że turystyka jest sferą działalności gospodarczej i społecznej oraz dziedziną pozwalającą na aktywizację obszarów miejskich i wiejskich. Powinna kształtować świadomość mieszkańców, pobudzać do większej dbałości o miejsce, w którym żyją. Może sprzyjać zmianom strukturalnym i powinna być traktowana jako element specjalizacji miejsc o wybitnych walorach turystycznych¹⁵⁹. Transport wodny śródlądowy i morski może mieć zasadnicze znaczenie dla rozwoju regionalnego w kontekście przewozów towarowych, pasażerskich, jak i turystyki wodnej, wpływając na wzrost atrakcyjności regionów, jako miejsc działalności gospodarczej, przemysłu i zamieszkania¹⁶⁰. Wyznaczono trzy cele w zakresie polityki regionalnej do 2020 roku: wspomaganie wzrostu konkurencyjności regionów, budowanie spójności terytorialnej i przeciwdziałanie marginalizacji obszarów problemowych (m.in. peryferyjnych) oraz tworzenie warunków dla skutecznej, efektywnej i partnerskiej realizacji działań rozwojowych ukierunkowanych terytorialnie¹⁶¹.

Podstawowym celem opracowania *Marketingowej strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020* jest wskazanie najważniejszych kierunków i form działania, które należy podjąć w promocji turystyki krajowej. Celami strategii są: zaspokajanie potrzeb informacyjnych w zakresie turystyki, marketingowe wspieranie rozwoju produktu turystycznego oraz zwiększanie dotarcia z przekazem informacyjno-promocyjnym o atrakcyjności turystycznej Polski¹⁶². W dokumencie jest mowa o wybitnych walorach województwa zachodniopomorskiego w zakresie uprawiania turystyki aktywnej (żeglarstwo, golf), uzdrowiskowej, spa&wellness, wypoczynku nad morzem oraz turystyki kulinarnej, jak również dużej atrakcyjności regionu dla turystów z Danii i Szwecji¹⁶³.

Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia 18 listopada 2011 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Sportu i Turystyki określa w następujące zadania Polskiej Organizacji Turystycznej: promocja Polski, jako kraju atrakcyjnego turystycznie, zapewnianie funkcjonowania i rozwijania polskiego systemu informacji turystycznej w kraju i na świecie oraz inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej¹⁶⁴.

Strategia Rozwoju Polski Zachodniej do roku 2020 stanowi jedną ze strategii rozwoju przygotowywanych w celu odpowiedzi na wyzwania specyficzne dla obszaru o charakterze ponadregionalnym. Główny kierunek rozwoju

¹⁵⁷ *Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2014, s.30.

¹⁵⁸ *Ibidem*, s. 31.

¹⁵⁹ *Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010 – 2020: Regiony, Miasta, Obszary wiejskie*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa, 2014, s. 58-60.

¹⁶⁰ *Ibidem*, s. 65.

¹⁶¹ *Ibidem*, s. 87.

¹⁶² *Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020*, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa, 2011, s. 79-80.

¹⁶³ *Ibidem*, s. 46.

¹⁶⁴ *Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku*, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa 2014, s.12.

Polski Zachodniej skoncentrowany jest na działaniach służących zwiększeniu konkurencyjności makroregionu w wymiarze europejskim. Celem głównym jest wzrost konkurencyjności Polski Zachodniej w wymiarze europejskim przez efektywne wykorzystanie potencjałów makroregionu, a celami szczegółowymi są: integracja przestrzenna i funkcjonalna, budowa oferty gospodarczej oraz wzmacnianie potencjału naukowo-badawczego makroregionu¹⁶⁵. Według strategii „korzystne położenie w Europie, a także walory przyrodnicze, kulturowe i uzdrowiskowe obszaru Polski Zachodniej stanowią znaczący, lecz nie w pełni wykorzystany potencjał rozwojowy”¹⁶⁶.

Istotnym uwarunkowaniem rozwoju turystyki w Świnoujściu jest uwzględnienie strategii rozwoju i planów na szczeblu regionalnym województwa zachodniopomorskiego, w tym *Strategii Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego do 2030 roku*. Według tego dokumentu „unikalność i bogactwo walorów naturalnych (m.in. bogactwo akwenów, a także sąsiadujących z nimi rozległych obszarów leśnych i terenów chronionych) oraz zasoby kulturowe regionu sprawiają, że jedną z najważniejszych dziedzin gospodarki Pomorza Zachodniego jest także turystyka”¹⁶⁷. Kolejnym istotnym dokumentem jest *Polityka samorządu województwa zachodniopomorskiego w sektorze turystyki* wraz z jej instrumentami strategiczno-programowymi. Zapisano tam, że „Strategiczne długofalowe działania samorządu w sektorze turystyki ukierunkowane są na zrównoważony rozwój gospodarki turystycznej jako zasadniczego elementu rozwoju lokalnego i subregionalnego w obszarze transgranicznym, generującego miejsca pracy oraz tworzącego pozytywne środowisko dla nowych inwestycji oraz powiązań ponadregionalnych i międzynarodowych”¹⁶⁸. Zgodnie ze *Strategią* port w Świnoujściu pełni rolę lidera w przewozach promowych (m.in. z uwagi na niewielką odległość do szwedzkiej Skanii). Port ten skupia prawie ⅓ polskiego ruchu promowego w relacji północ-południe. Jedną z kluczowych inwestycji dla regionu jest inwestycja dotycząca drogi S3 (na północy doprowadzenie do terminalu promowego w Świnoujściu i na południu połączenie z czeską siecią autostrad).

Przez województwo przebiegają międzynarodowe i krajowe szlaki transportowe w układzie północ-południe i wschód-zachód. Węzłem, w którym większość z nich się krzyżuje jest Szczecin. Cztery z trzynastu dróg krajowych, przebiegających przez region i zaliczonych do sieci TEN-T5 na coraz dłuższych odcinkach, zyskują parametry dróg ekspresowych, co w przypadku drogi nr 6 zapewni powiązanie Szczecina i Koszalina oraz ośrodków o znaczeniu ponadregionalnym, ich skomunikowanie z regionem, a także stworzenie dogodnego układu dróg wzdłuż wybrzeża Bałtyku (gminy nadmorskie i uzdrowiska staną się bardziej dostępne dla turystów). Zgodnie z zapisami strategii, jednym z celów strategicznych województwa jest wzmocnienie roli województwa w relacjach międzyregionalnych i transgranicznych¹⁶⁹.

Koncepcja utworzenia, rozwoju i komercjalizacji zachodniopomorskiego szlaku „Parki, ogrody, krajobrazy, smaki Pomorza Zachodniego bramą do poznawania regionu” wraz z programem jego wdrażania, zarządzania i promocji dotyczy również Świnoujścia. Celami koncepcji są: zwiększenie atrakcyjności zasobów przyrodniczych i kulinarnych Pomorza Zachodniego poprzez poprawienie dostępności, spójności oferty, sprawne zarządzanie, sieciowanie oraz efektywną promocję, powstanie regionalnej sieci współpracy w budowaniu i promocji owego szlaku oraz włączenie szlaku w międzynarodowe sieci współpracy w obszarze dziedzictwa przyrodniczego, a także zbudowanie szlaku jako nowej regionalnej marki produktowej, konkurencyjnej w skali krajowej i międzynarodowej¹⁷⁰. Według koncepcji „Świnoujście to przede wszystkim nadbałtyckie uzdrowisko

¹⁶⁵ Strategia Rozwoju Polski Zachodniej do roku 2020, Rada Ministrów, 2014, s. 40

¹⁶⁶ Ibidem, s. 23.

¹⁶⁷ *Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego do roku 2030*, Wydział Zarządzania Strategicznego Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin, 2017, s. 10.

¹⁶⁸ *Polityka samorządu województwa zachodniopomorskiego w sektorze turystyki*, Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin, 2016, s. 2.

¹⁶⁹ *Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego do roku 2030* – projekt

¹⁷⁰ *Koncepcja utworzenia, rozwoju i komercjalizacji zachodniopomorskiego szlaku „Parki, ogrody, krajobrazy, smaki Pomorza Zachodniego bramą do poznawania regionu” wraz z programem jego wdrażania, zarządzania*

z architekturą uzdrowiskową. Atrakcją miasta jest położenie na wyspach, przeprawa promowa, ale również zespół fortów twierdzy Świnoujście, Latarnia Morska – najwyższa latarnia na polskim wybrzeżu Bałtyku i Muzeum Rybołówstwa Morskiego w dawnym ratuszu¹⁷¹. Świnoujście, z uwagi na rangę walorów uzdrowiskowych i przyrodniczych, zostało jednym z węzłowych punktów szlaku.

Strategia promocji turystyki wodnej w Województwie Zachodniopomorskim na lata 2013-2020 określa pozycję regionu wyrażoną w wizji w następujący sposób: „W roku 2020 Województwo Zachodniopomorskie będzie uznawane za bardzo atrakcyjny region turystyki wodnej, rozpoznawalny w skali regionu i Europy¹⁷². Celami strategii są: tworzenie informacji, budowa marki, dystrybucja informacji¹⁷³. Świnoujście jest zdaniem autorów jednym z kluczowych obszarów regionu dla uprawiania żeglarstwa, kitesurfingu i windsurfingu, jak również istotną destynacją dla turystów z rynków skandynawskich¹⁷⁴.

Czynniki polityczne wpływające na rozwój funkcji turystycznej

Istotne znaczenie dla rozwoju turystyki mają regulacje sanitarne i bezpieczeństwa, czyli wszelkie niezbędne regulacje prawne w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy oraz zabezpieczania majątku podmiotów turystycznych. Zauważalne są częste zmiany przepisów w tej kwestii, szczególnie związane z koniecznością ponoszenia dodatkowych nakładów inwestycyjnych. Barięą w rozwoju turystyki może być restrykcyjność polityki podatkowej państwa. Im wyższe podatki nakłada państwo, tym mniej pozostaje środków na modernizację i działalność rozwojową. Dotyczy to również podwyższenia obowiązującej w turystyce obniżonej stawki podatku VAT: jej podniesienie do poziomu 23% może mieć negatywne skutki dla usługodawców turystycznych. Brak ulg w podatku od nieruchomości dla obiektów turystycznych powoduje duże dodatkowe obciążenie. Taka sama stawka podatku dla firmy produkcyjnej i obiektu turystycznego powoduje słaby rozwój małej turystyki. Podobnie jest w przypadku konsumentów – zaostrzenie polityki podatkowej powoduje, iż posiadają oni mniej środków, które mogliby przeznaczyć na konsumpcję dóbr i usług związanych z turystyką. Rozbudowana i uciążliwa administracja ogranicza możliwości funkcjonowania przedsiębiorstw. W Polsce system ten jest bardzo nieczytelny, a prawo jest niespójne.

Pozytywnym czynnikiem politycznym jest postępująca integracja Polski z krajami Unii Europejskiej oraz wynikające z niej korzyści w obszarze współpracy. Innym aspektem jest możliwość korzystania z zewnętrznych źródeł finansowania rozwoju turystyki, kultury, ochrony dziedzictwa kulturowego czy naturalnego (m.in.: fundusze europejskie, inicjatywy wspólnotowe, Mechanizm Finansowy Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweski Mechanizm Finansowy).

Rząd RP kształtuje również politykę socjalną (prawodawstwo tworzone przez władze państwowe wspiera lub ogranicza działania turystyczne obywateli kraju i cudzoziemców, np. poprzez system ochrony zdrowia czy bezpieczeństwa publicznego, wpływając na stabilność kraju), jak również politykę gospodarczą (tempo wzrostu gospodarczego, idący za tym wzrost dochodów realnych obywateli, ale także inwestycje wspierane przez skarb państwa dotyczące sektora turystycznego lub z nim powiązanych). Istotna jest również polityka w zakresie promocji zatrudnienia i systemu ubezpieczeń społecznych – wzrastające obciążenia składników płacowych sprawiają, że realne koszty związane z wynagrodzeniami pracowników rosną, co może powodować, że dotychczasowa polityka przedsiębiorstw turystycznych Świnoujścia (oparta na oferowaniu niższych cen za

i promocji, konsorcjum 2BA doradztwo strategiczne, na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin – Nysa – Wrocław, 2015, s. 46.

¹⁷¹ Ibidem, s. 14.

¹⁷² *Strategia promocji turystyki wodnej w Województwie Zachodniopomorskim na lata 2013-2020*, Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin, 2014, s. 40.

¹⁷³ Ibidem, s. 41.

¹⁷⁴ Ibidem, s. 36.

pobyty dla turystów niemieckich, będąca przewagą komparatywną) może stracić na aktualności. Z kolei polityka krajów Unii Europejskiej (szczególnie Niemiec) w zakresie otwarcia rynku pracy dla osób z krajów spoza wspólnoty (m.in. z Ukrainy) stanowi realne zagrożenie odpływu pracowników tego kraju.

Istotne znaczenie ma polityka gospodarcza i obronności państwa polskiego związana m.in. ze strategicznym znaczeniem portu w Świnoujściu i realizowanymi tutaj inwestycjami (rozbudowa terminalu PLNG, budowa portu kontenerowego). O ile decyzje rządowe w tym zakresie będą bez wątpienia korzystne dla rozwoju ekonomiczno-gospodarczego miasta, o tyle mogą negatywnie wpływać na funkcję turystyczną i uzdrowską Świnoujścia poprzez wzrost zanieczyszczenia powietrza, zagrożenie hałasem, ograniczenie dostępności do plaży i atrakcji na prawobrzeżu. W tym kontekście można mówić również o niekorzystnych skutkach polityki operatorów portu na zagospodarowanie turystyczne i paraturystyczne atrakcji turystycznych o dużym znaczeniu dla rozwoju turystyki kulturowej i generowania ruchu turystycznego (Fort Gerharda i Muzeum Obrony Wybrzeża oraz Latarnia Morska). Realizacja dotacji na budowę podmorskiego tunelu drogowego w ramach unijnego programu operacyjnego "Infrastruktura i środowisko", finansowanego z budżetu UE na lata 2014-2020, ułatwi poruszanie się mieszkańcom i turystom pomiędzy wyspą Wolin i Uznam, zwiększając dostępność komunikacyjną Świnoujścia.

Rozwój turystyki w Świnoujściu w skali mikrootoczenia uwarunkowany jest również polityką Samorządu Województwa Zachodniopomorskiego. Jest ona związana ze wspieraniem inwestycji i działań o kluczowym znaczeniu dla rozwoju turystyki w regionie, w tym m.in.: modernizacją obiektów należących do przedsiębiorstwa Uzdrowiska Świnoujście S.A., współfinansowaniem ze środków *Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego* inwestycji poprawiających atrakcyjność i konkurencyjność turystyczną Świnoujścia, jak: rozwój i modernizacja linii kolejowej do Świnoujścia, pogłębienie toru wodnego Szczecin - Świnoujście¹⁷⁵, a także rozwoju infrastruktury do uprawiania żeglarstwa (strategiczne znaczenie mariny w Świnoujściu), turystyki kajakowej w obszarze Zalewu Szczecińskiego oraz ujścia Świny i Dziwnej.

Czynniki polityczne związane są także ze współpracą na poziomie transgranicznym i międzynarodowym w rejonie Morza Bałtyckiego. Szczególne znaczenie ma współpraca Samorządu Gminy Miasto Świnoujście z samorządami Gminy Heringsdorf i Powiatu Ziemskiego Vorpommern-Greifswald. Dotyczy to nie tylko realizacji wspólnych inwestycji o wymiarze transgranicznym w ramach Programu Współpracy Interreg VA Meklemburgia-Pomorze Przednie (transgraniczna promenada, szlaki rowerowe, oznakowanie turystyczne), jak również wspólnych działań w zakresie promocji turystycznej i innych inicjatyw realizowanych w Euroregionie Pomerania. Polityka w zakresie współpracy transgranicznej znajduje odzwierciedlenie poprawie dostępności komunikacyjnej dla turystów przyjeżdżających na wyspę Uznam, jak także działaniach związanych z wykorzystaniem możliwości generowania i selektywnego podejścia do ruchu turystycznego (zmiana nazwy portu z Heringsdorf na Heringsdorf-Świnoujście i wykorzystanie szansy związanej z turystami korzystającymi z tego lotniska).

8.2 Uwarunkowania ekonomiczno-gospodarcze

Otoczenie ekonomiczne obejmuje zjawiska i procesy ekonomiczne, które powstają jako rezultat świadomej i celowej działalności gospodarczej osób fizycznych i podmiotów gospodarczych, a także organów władzy.

Ekonomiści mówią o symptomach spowolnienia gospodarczego. Rosnąca inflacja może niekorzystnie wpływać na wielkość ruchu turystycznego oraz popyt na usługi turystyczne, ponieważ turyści odczuwają spadek siły nabywczej pieniądza, a wzrost cen towarów i usług może dodatkowo przyczynić się do wzrostu kosztów

¹⁷⁵ *Regionalny Program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020*, Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin, 2015, s.15 i 135.

bieżących ponoszonych przez obiekty i podmioty z branży turystycznej. Na rozwój turystyki w Polsce może wpływać słabsza pozycja złotówki. Powoduje to, że ceny wycieczek zagranicznych są relatywnie droższe, a w konsekwencji mniejsze zainteresowanie turystyką zagraniczną przy wzrastającej liczbie wyjazdów krajowych. Jednocześnie efektem tego może być wzrost zainteresowania obszarem Polski ze strony zagranicznych turystów, którzy stanowią również potencjalną grupę klientów.

Jednoczenie na razie można zaobserwować wzrost zamożności Polaków, co napędza konsumpcję. Zwiększa się częstotliwość podróży i związanych z nimi wydatków. W połączeniu z uwarunkowaniami klimatycznymi skutkuje to na przestrzeni ostatnich 3 lat systematycznym wzrostem ruchu turystycznego nad Bałtykiem (dotyczy to również Świnoujścia)¹⁷⁶. Nie bez znaczenia jest tutaj polityka państwa polskiego w obszarze socjalnym (m.in. Program 500+). Realny wzrost dochodów ludności jest jednym z powodów zwiększania się ruchu turystycznego, ponieważ uprawianie turystyki jako potrzeba wyższego rzędu jest możliwa po zaspokojeniu na odpowiednim poziomie dóbr niezbędnych do życia. Do grupy tych czynników należy także korzystna koniunktura gospodarczo-społeczna. Wzrost środków i wydatków na turystykę widoczne jest w zwiększeniu popytu na pobyty w hotelach o wysokim standardzie oraz ofertę typu spa & wellness. Przejawia się to w dynamicznym wzroście podaży takich obiektów, co potwierdza rozwój inwestycji w Świnoujściu.

W kontekście czynników ekonomiczno-gospodarczych należy zwrócić uwagę na rosnące ceny paliw i energii. Powoduje to wzrost kosztów związanych z wyjazdami turystycznymi, a jednocześnie większe ceny na stacjach benzynowych przyczyniają się do wzrostu cen niemal wszystkich produktów i usług (również w turystyce). Przekłada się to na poziom cen na usługi turystyczne. Biorąc pod uwagę specyfikę położenia Świnoujścia na wyspach, czynnik ten może stanowić duże zagrożenie i powodować odpływ turystów do miejsc oferujących niższe ceny.

8.3 Uwarunkowania społeczne, demograficzne i kulturowe

Wraz z rozwojem społeczeństw zmianie ulegają potrzeby odczuwane przez ludzi. Na rozwój turystyki wpływają zmiany w strukturze zatrudnienia (m.in. normalizacja czasu pracy, ustanowienie dni wolnych od pracy, przyznawanie urlopów wypoczynkowych) oraz przemiany kulturowe i mentalne zachodzące w poszczególnych społecznościach (m.in. większa otwartość, powszechny kosmopolityzm, czy globalizm). Wzrost gospodarczy i poziomu edukacji oraz dobrobytu będą mieć wpływ zarówno na stronę podażową jak i popytową oferty turystycznej. Będzie ona w większym stopniu uwzględniać bardziej wyrafinowane potrzeby turystów.

Najistotniejszym czynnikiem i wyzwaniem dla Europy, w tym Polski, jest starzenie się społeczeństwa. Może to mieć pozytywny wpływ na rozwój turystyki zdrowotnej (szczególnie uzdrowiskowej), wypoczynkowej, kulturowej i aktywnej. Szczególnie istotnym z punktu widzenia Świnoujścia może okazać się trend większej dbałości o zdrowie i aktywność ruchową pozwalającą na utrzymanie organizmu na dłużej w dobrej kondycji. Rosnące zainteresowanie zdrowiem stwarza możliwości rozwoju turystyki aktywnej, ze szczególnym uwzględnieniem rekreacji wodnej i rowerowej. Otwartość potencjalnych turystów na nowe przeżycia wymaga dywersyfikacji ofert poprzez tworzenie nowych kategorii produktów turystycznych. Jest to szansa dla rozwoju turystyki zdrowotnej. Oprócz zróżnicowanych form usług lecznictwa uzdrowiskowego oraz noclegu i wyżywienia obiekty w Świnoujściu oferują również zabiegi wellness & spa oraz liczne atrakcje służące poprawie zdrowia i samopoczucia, jak np. baseny, sauny, masaże.

¹⁷⁶ msit.gov.pl/pl/turystyka/badania-ryнку-turystycz/statystyka-komunikaty-i/8445,PODSTAWOWE-DANE-STATYSTYCZNE-TURYSTYKA-W-ROKU-2018.html.

W Polsce zwiększa się odsetek osób w wieku poprodukcyjnym. Nie bez znaczenia jest, że pogarszający się stan poziomu zabezpieczenia socjalnego i ekonomicznego osób starszych może skutkować mniejszymi wydatkami na turystykę. Starzenie się polskiego społeczeństwa powoduje również spadek oszczędności i spowolnienie produkcji, co nie sprzyja rozwojowi turystyki oraz zmniejszony ruch turystyczny z powodu mniejszej mobilności osób starszych.

Kolejnym uwarunkowaniem jest rosnący poziom wykształcenia Polaków i zmiana ich potrzeb. Młodzi ludzie coraz częściej inwestują w siebie, są coraz bardziej mobilni i coraz dłużej się kształcą. Ma to przyczynić się do zdobycia dobrze płatnej pracy, która spowoduje wzrost zarobków zapewniających nie tylko godne życie, ale również możliwość zaspokajania potrzeb wyższego rzędu. Do takich dóbr można zaliczyć turystykę. Poziom wykształcenia zmienia światopogląd ludzi, przez co chętniej odwiedzają oni miejsca, w których mogą dowiedzieć się więcej o historii, kulturze i tradycjach.

Zmianie ulegają również wzorce konsumpcji. Trendy w tym zakresie ukierunkowane są na poznawanie otaczającego świata, innych kultur sprzyjają rozwojowi turystyki kulturowej. Obiekty zabytkowe, muzea, galerie itp. stanowią jedno z głównych miejsc, w których można zaspokajać te potrzeby. Zmieniające się wzorce konsumpcji związane są również ze zmianą stylu życia ludności. Obecnie coraz więcej osób zaczyna doceniać czas wolny, odpoczynek na świeżym powietrzu, wyjazdy w celach rekreacyjnych i zdrowotnych. W zakresie wolnego czasu widoczna jest rezygnacja z jednego dłuższego urlopu na rzecz kilku krótszych. Następuje wzrost zainteresowania turystyką aktywną i kulturową, ukierunkowaną na aktywne formy spędzania wolnego czasu przy jednoczesnym poznawaniu kultury tradycji i historii miejsca odpoczynku. Poprawia się jakość życia Polaków. Wzrasta również liczba osób uprawiających turystykę i korzystających z ofert kulturalnych, co związane jest ze zmieniającymi się wzorcami konsumpcji oraz stylem życia. Wymaga to odpowiedniej ilości i jakości infrastruktury i produktów turystycznych.

Bezpieczeństwo podróży należy również do czynników społecznych. Zagrożenia polityczne, społeczne, terrorystyczne i gospodarcze w innych krajach mogą powodować, że Polacy będą obawiać się podróży zagranicznych i wybiorą wypoczynek w Polsce. Ma to również znaczenie w kontekście turystyki przyjazdowej do Polski. Jest to istotne przede wszystkim dla Niemców, co podkreślają badania dot. trendów i modeli zachowań turystów, które prezentowane są co roku przez firmę IPK Consulting podczas Międzynarodowych Targów Turystycznych ITB Berlin. Polska prezentowana była w latach 2017-2019 w Berlinie jako kraj zapewniający turystom zagranicznym wysoki poziom bezpieczeństwa¹⁷⁷.

8.4 Uwarunkowania techniczne, technologiczne i środowiskowe

Postęp techniczny i technologiczny zmienia turystykę. Rozwój technologii informacyjnych i komunikacyjnych wywiera wpływ na sposób świadczenia usług turystycznych, ale także na zwiększenie dostępności usług turystycznych i ich dopasowania do różnorodnych potrzeb konsumentów.

Kolejnym czynnikiem jest technologia komunikacyjna i systemy informacji. Dzięki postępowi technologicznemu i technicznemu podmioty turystyczne są w stanie w sposób bardziej pełny i przejrzysty prezentować treści, jakie chcą przekazać odbiorcom. Rozwój systemów informacji oraz technologii komunikacyjnej może przyczynić się do poszerzenia liczby możliwych sposobów dotarcia do potencjalnych zainteresowanych ofertą podmiotów turystycznych Świnoujścia. Wyposażenie sal wystawienniczych i konferencyjnych w sprzęt typu: projekторы, mikrofony bezprzewodowe, komputery, łącza internetowe przyczynia się do poprawy jakości ich oferty. Rozwój

¹⁷⁷ itb-kongress.de/media/itbk/itbk_dl_all/ITB_2019_WTTR_Factsheets_ALLE_Web_4.pdf (dostęp 13.06.2019).

powyższych systemów może w istotny sposób wpływać na gromadzenie, przetwarzanie i weryfikowanie informacji o atrakcjach turystycznych.

Postępuje wirtualizacja podróży, prezentacje atrakcji w 3D, także rozwój aplikacji mobilnych informacyjno-rezerwacyjnych, GPS, SMS, WAP. W promocji wzrosło znaczenie technologii Web 2.0 i 3.0 oraz GPS. Od kilku lat widoczne jest tworzenie się społeczności internetowych i wypieranie przez nie znaczenia tradycyjnych portali promocyjnych w komunikacji marketingowej. Wybór miejsca wypoczynku prawie w 65% oparty jest na przeszukiwaniu zasobów elektronicznych, ale wspomagany tradycyjnymi formami materiałów drukowanych w 35%¹⁷⁸. Stale rośnie liczba rezerwacji dokonywanych przez Internet. Zwiększa się rola social-mediów i influencerów na wybór destynacji. Zmniejsza się natomiast rola globalnych narzędzi typu Facebook na korzyść innych, takich jak Instagram czy Tweeter.

Istotne znaczenie ma infrastruktura transportowa warunkująca dostępność komunikacyjną Świnoujścia. Wzrost i poprawa jakości infrastruktury transportowej przyczynia się do poprawy szybkości i jakości podróżowania, jak również warunkuje bardziej płynny transport. Odpowiednia infrastruktura transportowa, zarówno jej jakość, jak i ilość, może przyczynić się do poprawy dostępności (w wymiarze regionalnym), a w konsekwencji powodować napływ większej liczby turystów.

Wzrastająca świadomość społeczna w odniesieniu do ochrony środowiska i klimatu skutkować będzie zmianami w ofercie turystycznej w kierunku zapewnienia jak najwyższego poziomu ochrony środowiska naturalnego także w obszarze turystyki w Świnoujściu. Turystyka masowa znacząco wpływa na środowisko naturalne. Sektor turystyczny jest mocno uzależniony od atrakcyjności zasobów naturalnych, dlatego konieczne jest utrzymanie nienaruszonego stanu środowiska. Wprowadzenie zasad zrównoważonego rozwoju stało się priorytetem dla wielu państw, w tym całej Wspólnoty Europejskiej¹⁷⁹.

Jednocześnie w podróżach turystycznych można dostrzec większe wykorzystywanie własnego środka transportu. Tendencja ta obserwowana jest szczególnie w krajach wysokorozwiniętych. Powoduje to brak płynności w ruchu drogowym i poszukiwanie alternatywnych środków transportu (jak szybka kolej czy połączenia lotnicze). Dla rozwoju turystyki w Świnoujściu istotne będą modernizacja linii kolejowej do Świnoujścia oraz większe wykorzystanie ruchu generowanego przez lotnisko Heringsdorf. Ważny jest również transport morski i wykorzystanie ruchu w żegludze pasażerskiej z kierunków skandynawskich, która ma obecnie przede wszystkim charakter tranzytowy. Rosnący ruch samochodowy generowany przez turystów może być zagrożeniem dla funkcji uzdrowiskowej i wypoczynkowej Świnoujścia, a jednocześnie dla jakości życia mieszkańców i pociągać za sobą wydatki związane z adaptacją rozwiązań komunikacyjnych do zwiększonego zatłoczenia miasta samochodami turystów, jak również wymuszać zwiększanie działań związanych z ochroną przed zanieczyszczeniem powietrza i hałasem. Może się to nasilić po otwarciu tunelu pod Świną.

W kontekście środowiskowym należy zwrócić uwagę na zmiany klimatyczne oraz zanieczyszczenia wód, gleby i powietrza, które generowane są przez rozwój gospodarczy i turystyczny. Widoczne jest ocieplanie się klimatu. Wzrost średnich temperatur w okresie letnim powoduje przesuwanie się wypoczynku typu "3S" bardziej na północ. Ma to pozytywne, jak i negatywne skutki. Gorące i bezdeszczowe lata przyciągają nad Bałtyk amatorów wypoczynku nad wodą. Ocieplający się klimat sprzyja podniesieniu się poziomu wody w Bałtyku, równocześnie biologicznemu zanieczyszczeniu wód poprzez sinice i wiąże się z ograniczeniem kąpieli w morzu. Wzrasta zanieczyszczenie wód Bałtyku generowane przez przemysł i rolnictwo. Dużym zagrożeniem może być

¹⁷⁸ itb-kongress.de/media/itbk/itbk_dl_all/ITB_2019_WTTR_Factsheets_ALLE_Web_4.pdf (dostęp 13.06.2019).

¹⁷⁹ Gaworecki, W.W.: *Turystyka*, PWE, Warszawa 2003, s. 105-149 oraz Alejski, W.: *Turystyka w obliczu wyzwań XXI wieku*, ALBIS, Kraków 1999, s. 71-114.

zatopiona po drugiej wojnie światowej broń chemiczna. W najbardziej pesymistycznym scenariuszu jej uwolnienie może doprowadzić do skażenia Bałtyku na dużą skalę uniemożliwiającą rozwój turystyki.

8.5 Analiza otoczenia zewnętrznego PEST i wnioski

Analiza PEST jest metodą służącą do badania makrootoczenia. Inaczej nazywana jest generalną segmentacją otoczenia. Określa podstawowe sfery otoczenia, czyli obszary, które mają kluczowe znaczenie dla rozwoju turystyki w Świnoujściu. W pierwszej fazie określono najważniejsze czynniki poszczególnych segmentów otoczenia (punkty powyżej), które znacząco wpływają lub mogą wpływać na rozwój i promocję turystyki w Świnoujściu. Druga faza polega na określeniu, które czynniki zewnętrzne mogą determinować rozwój turystyki. Każdy z czynników oceniany jest w skali 5-cio punktowej (od 1 do 5), w której 5 - oznacza bardzo wysoką siłę wpływu danego czynnika na analizowany obszar, a 1 - bardzo niską siłę wpływu danego czynnika. Ocena ogólna średnich wyników odnoszona jest do poniższej skali: 5 – 4,4 - środowisko o bardzo dużym wpływie, 4,3 – 3,7 - środowisko o dużym wpływie, 3,6 – 3,0 - środowisko neutralne, 2,9 – 2,3 - środowisko o małym wpływie, 2,2 i poniżej - środowisko o bardzo małym wpływie.

Tabela 16: Ocena wpływu poszczególnych obszarów makrootoczenia na rozwój turystyki przy zastosowaniu skali 5-cio punktowej.

Czynniki polityczne	Ocena punktowa
Umieszczenie rozwoju turystyki w Świnoujściu w dokumentach wyższego rzędu	4,0
Regulacje sanitarne i bezpieczeństwa	3,0
Restrykcyjność polityki podatkowej	4,5
Integracja Polski z krajami Unii Europejskiej	2,5
Polityka społeczna i socjalna rządu	4,5
Polityka gospodarcza i obronnościowa państwa polskiego	5,0
Polityka Samorządu Województwa Zachodniopomorskiego	4,0
Współpraca na poziomie transgranicznym i międzynarodowym w rejonie Morza Bałtyckiego	4,0
Ocena ogólna	3,4
Czynniki ekonomiczno-gospodarcze	
Spowolnienie gospodarcze i poziom inflacji	4,0
Poziom PKB	3,0
Zamożność Polaków i poziom konsumpcji	4,5
Poziom wynagrodzeń	4,0
Poziom cen paliw i energii	4,5
Ocena ogólna	4,0
Czynniki społeczne, demograficzne i kulturowe	
Starzenie się społeczeństwa	4,5
Zmiana w zakresie grup ekonomicznych ludności (wzrost odsetka osób w wieku poprodukcyjnym)	4,0
Dbłość o zdrowie i sprawność fizyczną	5,0
Poziom wykształcenia	3,0
Zmiana wzorców konsumpcji	4,5
Styl życia	4,0
Zamożność i jakość życia	4,0
Potrzeba bezpieczeństwa	5,0
Ocena ogólna	4,3

Czynniki techniczne, technologiczne i środowiskowe	
Postęp techniczny i technologiczny	4,0
Technologia komunikacyjna i systemy informacji	4,5
Wirtualizacja podróży	3,0
Świadomość społeczna w odniesieniu do spraw związanych z ochroną środowiska i klimatu	4,0
Zanieczyszczenie środowiska	4,5
Zmiany klimatyczne	5,0
Ocena ogólna	4,2

Źródło: Opracowanie 2BA doradztwo strategiczne

Wnioski:

Z powyższej analizy wynika, że największy wpływ na rozwój turystyki w Świnoujściu mogą mieć uwarunkowania społeczne, demograficzne i kulturowe oraz techniczne, technologiczne i środowiskowe, przy czym te pierwsze mogą oddziaływać najsilniej (ocena łączna 4,3 w skali 5-cio stopniowej oznaczająca środowisko o dużym wpływie). Kluczowe są tutaj dbałość o zdrowie i sprawność fizyczną, potrzeba bezpieczeństwa, jak również starzenie się społeczeństwa i zmiana wzorców konsumpcji. W zakresie czynników technicznych, technologicznych i środowiskowych prognozowany jest ich duży wpływ na rozwój turystyczny Świnoujścia (ocena 4,2 w skali 5-cio punktowej). Szczególnie oddziaływać mogą zmiany klimatyczne i zanieczyszczenie środowiska oraz technologia komunikacyjna i systemy informacji. Wpływ czynników politycznych może być niższy (ocena 3,4 w skali 5-cio stopniowej oznacza środowisko neutralne). Wynika to z faktu, że Samorząd Miasta Świnoujście nie ma zbyt dużego wpływu na kształtowanie polityki rządu RP, czy Unii Europejskiej. Większe oddziaływanie może mieć miejsce w przypadku udziału w określaniu polityki w wymiarze regionalnym i transgranicznym (szczególnie w relacjach z sąsiadującą ze Świnoujściem gminą Heringsdorf). Znaczenie czynników ekonomiczno-społecznych oceniono jako o dużym wpływie (ocena 4,0). Kluczowe będą tutaj zamożność Polaków i nowe wzorce konsumpcji oraz poziom cen paliw i energii.

9. Spis rysunków

Rysunek 1: Mapa atrakcyjności walorów i atrakcji krajobrazowych oraz środowiska	11
Rysunek 2: Struktura terenów Świnoujścia.....	12
Rysunek 3: Mapa atrakcyjności walorów i atrakcji antropogenicznych	15
Rysunek 4: Porównanie ewidencjonowanych miejsc noclegowych w obiektach noclegowych Świnoujścia wg GUS i UM Świnoujście.....	18
Rysunek 5: Rozmieszczenie noclegów oferowanych w Świnoujściu przez portal Airbnb.	20
Rysunek 6: Struktura obiektów noclegowych wg GUS w 2017 roku.....	21
Rysunek 7: Struktura obiektów noclegowych wg UM Świnoujście 2017 roku.....	21
Rysunek 8: Struktura obiektów uzdrowiskowych Świnoujścia.....	25
Rysunek 9: Mapa Kąpieliska Świnoujście Uznam - strefy zabezpieczenia - stanowiska ratownicze	27
Rysunek 10: Mapa Kąpieliska Świnoujście Warszów – zagospodarowanie plaży	27
Rysunek 11: Potencjał żeglugi pasażerskiej w Świnoujściu	30
Rysunek 12: Potencjał obiektów sportowych w Świnoujściu.....	33
Rysunek 13: Dostępność drogowa i lotnicza z Polski do Świnoujścia.	35
Rysunek 14: Dostępność kolejowa do Szczecina w roku 2018.....	35
Rysunek 15: Dostępność samochodowa Dzielnicy Nadmorskiej 60 minut (izochrony co 6 minut)	36
Rysunek 16: Charakter obszaru wokół Świnoujścia w promieniu 200 km	36
Rysunek 17: Dostępność piesza i rowerowa Dzielnicy Nadmorskiej do 60 minut (izochrony co 6 minut)	50
Rysunek 18: Cykl życia Świnoujścia jako produktu turystycznego w porównaniu do innych nadmorskich uzdrowisk w Polsce	58
Rysunek 19: Ceny noclegów w Świnoujściu w okresie od 7 do 9 czerwca 2019 roku.....	59
Rysunek 20: Obecność obiektów noclegowych Świnoujścia w portalach rezerwacyjnych.....	60
Rysunek 21: Funkcjonująca identyfikacja wizualna Świnoujścia – logo podstawowe i znaki produktowe.....	62
Rysunek 22: Identyfikacja wizualna Świnoujścia – publikacje promujące turystykę.	62
Rysunek 23: Świnoujście poprzez media elektroniczne.	64
Rysunek 24: Struktura powierzchni Świnoujścia względem Kołobrzegu i Sopotu w kontekście formy użytkowania gruntów w 2017 roku.	67

10. Spis tabel

Tabela 1: Frekwencja w najważniejszych atrakcjach turystycznych (liczba odwiedzających) w latach 2011-2019.....	14
Tabela 2: Porównanie zewidencjonowanych miejsc noclegowych w obiektach noclegowych Świnoujścia wg GUS i Urzędu Miasta Świnoujście.	19
Tabela 3: Struktura obiektów noclegowych wg GUS w 2017 roku.	20
Tabela 4: Symulacja ilości udzielonych noclegów w Świnoujściu w oparciu o dane GUS i UM Świnoujście oraz odniesienie jej do rzeczywistych i hipotetycznych wpływów z opłaty uzdrowskiej.	22
Tabela 5: Zakłady lecznictwa uzdrowskiego na terenie Uzdrowska Świnoujście.	25
Tabela 6: Zaplecze konferencyjne w Świnoujściu w 2017 roku.	28
Tabela 7: Populacja ludności zamieszkała w podanych odległościach od wybranych miast.	36
Tabela 8: Kategorie nabywców oferty turystycznej Świnoujścia.	51
Tabela 9: Liczba obiektów noclegowych w portalach rezerwacyjnych.....	61
Tabela 10: Porównanie danych dot. Świnoujścia i destynacji konkurencyjnych w zakresie powierzchni, liczby mieszkańców i gęstości zaludnienia w latach 2014-2017.	66
Tabela 11: Potencjał bazy noclegowej i ruch turystyczny w Świnoujściu i destynacjach konkurencyjnych w 2017 roku.	68
Tabela 12: Wskaźniki rozwoju funkcji turystycznej w Świnoujściu i destynacjach konkurencyjnych w 2017 roku.	69
Tabela 13: Porównanie wydatków 2014-2017.....	70
Tabela 14: Analiza sił konkurencyjnych Świnoujścia.....	75
Tabela 15: Wykaz dokumentów wyższego rzędu oraz polityk stanowiących odniesienie w zakresie wpisywania się <i>Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029</i>	78
Tabela 16: Ocena wpływu poszczególnych obszarów makrootoczenia na rozwój turystyki przy zastosowaniu skali 5-cio punktowej.	86

Raport metodologiczny. Cel, zakres i metodyka prac nad *Strategią*

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029 jest sektorowym dokumentem w obszarze, będącym jednym z kluczowych fundamentów rozwoju miasta. Świnoujście należy bezsprzecznie do najbardziej atrakcyjnych miejsc na mapie Polski. Przyczynia się do tego unikatowe położenie na wyspach oraz znaczące walory uzdrowiskowe, krajobrazowe, a także sprzyjające uprawianiu turystyki aktywnej. Miasto jest nie tylko rozpoznawalnym wakacyjnym kurortem, ale również całorocznym uzdrowiskiem z największym procentowym udziałem turystów zagranicznych w skali kraju, co prezentują dane Głównego Urzędu Statystycznego. Jednocześnie Świnoujście ma ograniczenia w rozwoju przestrzennym i komunikacyjnym. Nadmierny ruch turystyczny może powodować negatywne skutki dla środowiska naturalnego i jakości życia mieszkańców. Chłonność turystyczna kurortu jest w silnym stopniu uwarunkowana jego wyspiarskim położeniem. Oprócz tego Świnoujście jest ponad czterdziestotysięcznym miastem, ośrodkiem administracyjnym, kulturalnym i gospodarczym oraz portem międzynarodowym, o strategicznym znaczeniu dla Polski. Biorąc pod uwagę wymienione czynniki programowanie rozwoju turystycznego jest dużym wyzwaniem.

Celem niniejszej *Strategii* jest zaprogramowanie rozwoju turystycznego Świnoujścia na najbliższe dziesięć lat. Najważniejszym zadaniem będzie określenie wizji turystycznej, czyli obrazu miasta, do którego będą dążyć realizatorzy. Spełnienie wizji nastąpi poprzez wykonanie celów strategicznych, kierunkowych i operacyjnych oraz składających się na nie przekrojowych, strategicznych programów operacyjnych i zadań. Wymienione elementy określają zakres przedmiotowy *Strategii*. Oprócz tego opracowanie zawiera również rekomendacje w zakresie rozwoju infrastruktury turystycznej i produktów turystycznych, a także ramowy plan promocji turystycznej powiązany z kluczowymi determinantami rozwoju turystycznego. Niezbędnym elementem *Strategii* rozwoju jest opracowanie systemu jej wdrażania, monitorowania i ewaluacji. Ponadto zaproponowano plan jej promocji. Plan taki umożliwi poinformowanie głównych grup interesariuszy i partnerów o celach oraz oczekiwanych rezultatach przedsięwzięcia, jak również będzie zachętą do włączenia się w realizację zaplanowanych działań.

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029 powstała na zlecenie i we współpracy z Gminą Miasto Świnoujście. Została opracowana metodą ekspercko-partycypacyjną przez wykonawcę wybranego w trybie zapytania ofertowego. Firma 2BA doradztwo strategiczne koordynowała prace nad *Strategią*, współpracowała z przedstawicielami Urzędu Miasta Świnoujście, rady miasta oraz zespołem ekspertów lokalnych składających się zarówno z przedstawicieli branży turystycznej, jak również zarządzających miejską bazą turystyczną, kulturalną i sportową. Poszczególne etapy prac konsultowano podczas czterech spotkań z reprezentacją branży turystycznej oraz dwóch spotkań z radnymi i zespołem. Oprócz tego prowadzono indywidualne konsultacje telefoniczne i via e-mail z wymienionymi interesariuszami. Lista osób biorących udział w opracowaniu *Strategii* znajduje się w załączniku. Za koordynowanie prac oraz komunikację z ekspertami firmy 2BA odpowiadał bezpośrednio Wydział Promocji, Turystyki, Kultury i Sportu. Na wszystkich etapach prac zaangażowany był Pan Paweł Sujka, Zastępca Prezydenta Miasta Świnoujście.

Prace nad *Strategią* rozpoczęły się w styczniu 2019 roku. Podczas pierwszego spotkania konsultacyjnego z branżą turystyczną omawiano plan i koncepcję współpracy nad dokumentem. Zaplanowano dwa etapy: diagnostyczny i strategiczny, jak również omówiono metodykę, czyli metody i narzędzia służące opracowaniu dokumentu. Drugie spotkanie konsultacyjne zorganizowano w lutym. Poświęcone one były diagnozie uwarunkowań wewnętrznych rozwoju turystyki w Świnoujściu. W czerwcu odbyły się spotkania z przedstawicielami Rady Miasta Świnoujście, zespołem ds. strategii oraz branżą turystyczną. Firma 2BA prezentowała wstępną wersję diagnozy. W lipcu przedstawiła dokument po uwzględnieniu uwag interesariuszy oraz przeprowadziła warsztaty strategiczne dla radnych i zespołu ds. strategii. Były one poświęcone

wpracowaniu analizy SWOT, a także wizji i celów strategicznych w obszarze turystyki. W lipcu i sierpniu kontynuowano konsultacje i prace nad koncepcją *Strategii*.

Podczas opracowywania dokumentu wykorzystane zostały m.in. następujące metody i techniki analizy konceptualnej: analiza zasobów i kluczowych czynników sukcesu, analiza uwarunkowań prawnych i technicznych rozwoju turystyki, metody relacyjne, analiza potrzeb turystów, cykl życia produktu, metoda segmentacji rynku, analiza benchmarkingowa, analiza pięciu sił konkurencji i przewagi konkurencyjnej, analiza PEST, metoda delficka, analiza strategiczna SWOT/TOWS, indywidualne wywiady pogłębione, metoda etnografii wirtualnej – badania społeczne w przestrzeni internetowej, badanie ilościowe metodą CAWI, analiza źródeł zastanych metodą desk research, warsztat strategiczny z elementami pogłębionego wywiadu grupowego, metody ankietowe, burza mózgów, asocjacje, metoda drzewa problemów i drzewa celów, metoda określania celów strategii, model interesariuszy oraz drzewo procedur.

Struktura dokumentu odzwierciedla proces prac. Składa się on z dwóch części: diagnostycznej i planistycznej. Część diagnostyczna zawiera: opis uwarunkowań formalno-prawnych *Strategii*, analizę walorów w kontekście turystycznym, analizę zagospodarowania turystycznego i paraturystycznego Świnoujścia, analizę potencjału kadrowego i współpracy w turystyce, charakterystykę form turystyki i działań prowadzonych w zakresie marketingu turystycznego, analizę otoczenia konkurencyjnego oraz uwarunkowań zewnętrznych rozwoju turystyki w Świnoujściu. Diagnoza stanowi załącznik do niniejszej *Strategii*. Część planistyczna składa się z rozdziałów wymienionych wcześniej. Opisaną strukturę prac nad dokumentem przedstawia grafika na rysunku 1.

Rysunek 1: Graficzna prezentacja prac nad *Strategią Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029*



Źródło: Opracowanie własne 2BA doradztwo strategiczne

UZASADNIENIE

Zasadność podjęcia przedmiotowej uchwały wynika z art. 7 ust. 1 pkt 10 ustawy z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2019 r. poz. 506, 1309, 1571, 1696, 1815), który wskazuje na kulturę fizyczną i turystykę jako zadanie własne gminy.

„Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029” jest sektorowym dokumentem w obszarze, będącym jednym z kluczowych fundamentów rozwoju Miasta Świnoujście.

Celem Strategii było zaprogramowanie rozwoju turystycznego Świnoujścia na najbliższe dziesięć lat. Najważniejszym zadaniem było określenie wizji turystycznej w 2029 roku, czyli obrazu miasta, do którego będą dążyć realizatorzy. Spełnienie wizji nastąpi poprzez wykonanie celów strategicznych, kierunkowych i operacyjnych oraz składających się na nie przekrojowych, strategicznych programów operacyjnych i zadań. Wymienione elementy określają zakres przedmiotowy Strategii. Oprócz tego opracowanie zawiera rekomendacje w zakresie rozwoju infrastruktury turystycznej i produktów turystycznych, a także ramowy plan promocji turystycznej powiązany z kluczowymi determinantami rozwoju turystycznego. Niezbędnym elementem Strategii było opracowanie systemu jej wdrażania, monitorowania i ewaluacji. Plan promocji umożliwi poinformowanie głównych grup interesariuszy i partnerów o celach oraz oczekiwanych rezultatach przedsięwzięcia, jak również będzie zachętą do włączenia się w realizację zaplanowanych działań.

Struktura dokumentu odzwierciedla proces przeprowadzonych prac. Składa się on z dwóch części: diagnostycznej, będącej załącznikiem do Strategii i planistycznej. Część diagnostyczna zawiera: opis uwarunkowań formalno-prawnych Strategii, analizę walorów w kontekście turystycznym, analizę zagospodarowania turystycznego i paraturystycznego Świnoujścia, analizę potencjału kadrowego i współpracy w turystyce, charakterystykę form turystyki i działań prowadzonych w zakresie marketingu turystycznego, analizę otoczenia konkurencyjnego oraz uwarunkowań zewnętrznych rozwoju turystyki w Świnoujściu.

Podsumowanie diagnozy stanowi analiza mocnych i słabych stron, a także szans i zagrożeń dla turystyki w Świnoujściu. Analiza SWOT stanowiła punkt wyjścia dla opracowania części planistycznej składającej się z rozdziałów wymienionych powyżej.

„Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świnoujście na lata 2019-2029” powstała na zlecenie i we współpracy z Gminą Miasto Świnoujście. Została opracowana metodą ekspercko-partycypacyjną przez wykonawcę wybranego w trybie zapytania ofertowego. Firma 2BA Doradztwo Strategiczne koordynowała prace nad Strategią, współpracowała z przedstawicielami Urzędu Miasta Świnoujście, Rady Miasta oraz zespołem ekspertów lokalnych, składających się zarówno z przedstawicieli branży turystycznej, jak również zarządzających miejską bazą turystyczną, kulturalną i sportową. Poszczególne etapy prac konsultowano podczas spotkań z przedstawicielami branży turystycznej, Radnymi Rady Miasta Świnoujście i zespołem roboczym powołanym przez Prezydenta Miasta Świnoujście Zarządzeniem Nr 331/2019 z dnia 30 maja 2019 r. Dodatkowo prowadzone były indywidualne konsultacje telefoniczne i via e-mail z wymienionymi interesariuszami.

W terminie 31.10.-06.11.2019 r. przeprowadzone zostały konsultacje społeczne, których celem było zebranie, na specjalnie przygotowanym w tym celu formularzu, uwag do przedstawionego projektu Strategii. Konsultacje miały zasięg ogólnogminny. W procesie konsultacji nie wpłynęły żadne uwagi.

Treści i zapisy znajdujące się w prezentowanej Strategii umożliwią prowadzenie odpowiednich działań wspierających rozwój tej bardzo ważnej dziedziny życia w naszym mieście.

Mając powyższe na uwadze, zasadnym jest podjęcie przedmiotowej uchwały.