



STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI
DLA MIASTA STARGARD
do roku 2020 z perspektywą do 2023 roku

STARGARD 2016

SPIS TREŚCI:

1. Wprowadzenie do dokumentu Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Stargard	4
2. Diagnoza stanu aktualnego turystyki w Mieście.....	6
2.1 Analiza produktu turystycznego Miasta	8
2.1.1 Turystyka miejska i kulturowa	8
2.1.2 Turystyka piesza i rowerowa	18
2.1.3. Turystyka wodna	20
3. Analiza liczby turystów przebywających w Stargardzie	23
4. Ocena mocnych i słabych stron oferty turystycznej Miasta	25
5. Cele główne Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Stargard	26
5.1 Rozwój produktów turystycznych	27
5.1.1 Rozwój turystyki miejskiej i kulturowej - wytworzenie nowych jakościowo produktów turystycznych	27
5.1.2 Rozwój turystyki rowerowej.....	32
5.1.3 Rozwój turystyki wodnej z wprowadzeniem elementów turystyki specjalistycznej.....	33
5.1.4 Rozwój turystyki specjalistycznej	35
5.1.5 Rozwój tzw. turystyki uzdrowiskowej	36
5.1.6 Rozwój usług dla turystów	36
5.1.6.1 Baza hotelowa.....	36
5.1.6.2 Baza gastronomiczna	38
5.2 Rozwój zasobów ludzkich	40
5.3 Wsparcie marketingowe	41
6. Główni odbiorcy produktu turystycznego	45
7. Wdrażanie i monitoring działań.....	47

7.1 Wdrażanie	47
7.2 Monitoring	48
8. Bibliografia	51

1. WPROWADZENIE DO DOKUMENTU STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI DLA MIASTA STARGARD

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Stargard została stworzona, jako dokument analizujący obecny stan rozwoju tego sektora gospodarki w mieście i wskazujący perspektywiczny jego rozwój.

Jako stan bieżący rozwoju sektora turystyki należy rozumieć wszystkie walory przyrodnicze oraz kulturowe, a także działania podjęte dotychczas oraz obszar ich występowania. Dokument ma również za zadanie uświadomić wszystkim pracownikom JST, instytucjom miejskim, spółkom miejskim, organizacjom i stowarzyszeniom oraz samym mieszkańcom Miasta, że rozwój sektora turystyki jest niezbędnym elementem w szerokim procesie rozwoju Stargardu.

Posiadanie przez Miasto Stargard nowoczesnej, unikalnej w skali regionu, oferty turystycznej jest istotnym ogniwem wypromowania obsługi turystyki jako istotnej gałęzi gospodarki i aktywności mieszkańców miasta, zaś zagospodarowanie wolnego czasu turystów otwiera nowe możliwości dla najbardziej dynamicznie rozwijającego się rynku obsługi ruchu turystycznego.

Sektor turystyczny, jako jeden z najbardziej rozwijających się sektorów gospodarki krajów europejskich, dostarcza nowych miejsc pracy, wytwarza znaczne przychody oraz rozwija cywilizacyjnie i kulturowo obszary często zaniedbane lub zdegradowane.

Ponadto rozpoczęła się nowa perspektywa finansowa 2014-2020, która jest ważnym czynnikiem pomagającym wydzwignąć się regionom i jednostkom zaniedbanym dotychczas. Warto więc wytyczać przez władze samorządowe perspektywiczne plany rozwoju sektora turystyki z myślą właśnie o pomocy ze środków pomocowych funduszy Unii Europejskiej. Stąd też ważkość i konieczność aktualizacji takiego dokumentu jak Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Stargard.

W celu aktualizacji dokumentu została opracowana ankieta, która była ogólnodostępna. Znajdowała się w Centrum Informacji Turystycznej, w Ratuszu, w siedzibie Urzędu Miejskiego w Stargardzie przy ul. Hetmana S. Czarnieckiego 17, w Muzeum Archeologiczno-Historycznym oraz innych instytucjach kultury, a także na stronie internetowej Miasta Stargard www.stargard.pl, ankieta trafiła także do uczniów szkół ponadgimnazjalnych, klas o profilu turystycznym i hotelarskim. W opracowaniu aktualizacji Strategii Turystyki uczestniczyli przedstawiciele Urzędu Miejskiego w Stargardzie, Starostwa Powiatowego w Stargardzie, instytucji kultury, organizacji pozarządowych i placówek oświatowych:

- Biuro Strategii Miasta Urzędu Miejskiego w Stargardzie,
- Wydział Kultury, Sportu i Turystyki Urzędu Miejskiego w Stargardzie
- Biuro Prezydenta Miasta Urzędu Miejskiego w Stargardzie,
- Biuro Funduszy Europejskich i Rozwoju Gospodarczego Urzędu Miejskiego w Stargardzie,
- Wydział Oświaty i Kultury Starostwa Powiatowego w Stargardzie,
- Towarzystwo Przyjaciół Stargardu,
- Stargardzka Organizacja Turystyczna,
- PTTK Oddział Kolejowy,
- Muzeum Archeologiczno – Historyczne w Stargardzie,
- Młodzieżowy Dom Kultury,
- Książnica Stargardzka,
- Stargardzkie Centrum Kultury,
- Ośrodek Sportu i Rekreacji Spółka z o.o.,
- Centrum Informacji Turystycznej,
- Zespół Szkół Nr 2 w Stargardzie,
- Zespół Szkół Nr 1 w Stargardzie.

Zadaniem ww. instytucji było podsumowanie poprzedniej Strategii obowiązującej do roku 2013. W wyniku spotkań z zespołem roboczym oraz konsultacji i dyskusji, a także na podstawie wyników z ankiet adresowanych do wyżej wymienionych oraz do wszystkich mieszkańców Miasta, jako potencjalnych użytkowników Strategii, zebrano i usystematyzowano interesujący materiał poglądowy, który z uwagi na posiadające informacje praktyczne zajął istotne miejsce w aktualizowaniu dokumentu. Aktualizacja tego dokumentu polegała w głównej mierze na aktualizacji danych statystycznych za rok 2015 oraz treści merytorycznych i wpisaniu nowych zadań w wytyczonych już kierunkach rozwoju turystyki w Stargardzie w latach 2014-2020. Tak więc zaktualizowany dokument będzie obowiązywał do roku 2020 z perspektywą do 2023.

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Stargardu ma być dokumentem praktycznym, czyli takim, którego zapisy ogólne i szczegółowe mają pełne formalne zrozumienie dla jego odbiorcy i czytelnika. W założeniach Strategia ma być dokumentem otwartym, takim w którym zapisy można zmieniać i na bieżąco reagować na zmiany i potrzeby Miasta. Nie będzie więc to dokument martwy, czysto teoretyczny. Jego realność i praktyczność ma polegać na tym, że zawarte w nim analizy, wskazane kierunki rozwoju i konkretne pomysły realizacyjne mają służyć jako mapa działań.

Stąd też ważny język pisanego dokumentu, oparty o zasady przystępności. Możliwość zrozumienia tego dokumentu poprzez otwarty, opisowy i praktyczny język ma lokować jego wartość jako dokumentu nie czysto teoretycznego, ale praktycznego planu działań na najbliższe lata. Ma też za zadanie uświadomić konieczność podjęcia opisanych działań.

2. DIAGNOZA STANU AKTUALNEGO TURYSTYKI W STARGARDZIE

Podstawą rozwoju turystyki na danym obszarze jest oferta turystyczna - tzw. produkt turystyczny. Poszukiwanie wartości unikatowych, na podstawie których powstaje wyjątkowa oferta turystyczna, jest kluczowym zadaniem „kreatorów” produktów turystycznych.

Atrakcyjne produkty turystyczne to te, które wykorzystują zasoby obszaru zakorzenione w jego specyfice, historii, kulturze, folklorze, obyczajowości, a zarazem zagospodarowujące istniejącą infrastrukturę oraz odpowiadające na potrzeby odbiorców. Stargard posiada warunki i predyspozycje do rozwoju turystyki miejskiej i tranzytowej, co zbadano w Audycie Turystycznym Województwa Zachodniopomorskiego. Należy również stworzyć warunki i przygotować ofertę skierowaną do rodzin z dziećmi wspólnie z innymi ościennymi gminami z Powiatu Stargardzkiego. Od kilku lat trwają intensywne prace nad wykreowaniem istniejącej już submarki turystycznej „Stargard – Gwiazdozbiór Gotyku”, która już jest identyfikowana wśród mieszkańców Stargardu i Ziemi Stargardzkiej, ale należy ją wzmocnić na rynku turystyki krajowej i europejskiej. Poza występowaniem na terenie Stargardu licznych zabytków architektonicznych, wyraźnie widać duże zainteresowanie mieszkańców spuścizną historyczną miasta, o czym świadczy istnienie organizacji pozarządowych działających na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego i promocji Miasta oraz licznych publikacji historycznych, których autorzy wywodzą się z lokalnej społeczności. Potencjał ten stwarza idealne warunki do zwrócenia uwagi na Stargard jako miasta, które może być miejscem pracy a także miejscem spędzenia wolnego czasu i wypoczynku. Ponadto prócz

wspomnianego wyżej wspaniałego dziedzictwa kulturowego, bogatej historii oraz unikatowych zabytków w skali kraju czy świata, nie wolno zapominać, że w pobliżu Stargardu leży Jezioro Miedwie, drugie co do wielkości w regionie, piąte w Polsce, a przez samo Miasto przepływa rzeka Ina, która wraz z rzeką Krąpiel powinny stanowić turystyczne szlaki wodne. Ponadto w ankietach wskazano na potrzebę promocji oraz wykreowania produktu turystycznego, jaki mogłaby stanowić zabytkowa, ale niestety nieczynna kolejka wąskotorowa, która stanowi własność na terenie miasta PKP, a poza miastem Powiatu Stargardzkiego.

Badając Stargard pod kątem rozwoju turystyki, należy zwrócić szczególną uwagę na walory turystyczne całego województwa zachodniopomorskiego oraz na prowadzoną przez Województwo politykę. W województwie zachodniopomorskim, szczególną wagę przywiązuje się do turystyki. W punkcie I.5.6. Strategii Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego do roku 2020 mówi się, że „Turystyka jest ważnym działem gospodarki województwa zachodniopomorskiego, który ma duże potencjalne możliwości rozwoju, zwłaszcza turystyka aktywna i specjalistyczna (na przykład turystyka piesza, rowerowa, konna, wodna, lotnicza), przygraniczna i morska, biznesowa, na terenach wiejskich (agroturystyka, ekoturystyka)”.

Województwo zachodniopomorskie poza walorami przyrodniczymi i kulturowymi, posiada niezbędną infrastrukturę turystyczną rokującą dalszy sprawny rozwój tego sektora gospodarki: największą bazę noclegową w kraju 70,79 miejsc noclegowych na 1000 mieszkańców (w kraju średnia wynosi 18,03 miejsca na 1000 mieszkańców)¹.

O olbrzymim potencjale rozwojowym stanowi między innymi fakt, iż z noclegów na obszarze Zachodniopomorskiego w 2015 roku korzystało około 550 000 turystów zagranicznych. Stargard ze względu na swoją lokalizację ma szanse wykorzystania tego faktu.

¹ Dane statystyczne z Banku Danych Lokalnych GUS za 2015 r.

2.1. ANALIZA PRODUKTU TURYSTYCZNEGO STARGARDU

2.1.1. TURYSTYKA MIEJSKA I KULTUROWA

Typowa turystyka miejska to krótkookresowe (kilkudniowe) wyjazdy lub wycieczki do dużych miast, najczęściej organizowane indywidualnie.

Głównym motywem jest potrzeba poznawcza, związana z walorami historyczno-kulturowymi lub etnograficznymi danego miejsca. Istotną szansę stwarzają także obecne tendencje w turystyce krajowej i zagranicznej – wypoczynek na terenach miejskich jest celem 42% krajowych podróży krótkookresowych i 27% długookresowych, z kolei wg prognoz ETC (European Travel Commission) i WTO (United Nations World Tourism Organization) należy się spodziewać w kolejnych latach dalszego wzrostu rynku turystyki miejskiej kulturowej w Europie.

W audycie turystycznym opracowanym dla województwa zachodniopomorskiego stwierdzono, że Stargard ma ogromny potencjał w zakresie produktu turystyki miejskiej w osi z ośrodkiem szczecińskim. Główny walor turystyczny Stargardu stanowią zabytki, które w roku 2010 zostały wpisane na listę Pomników Historii Prezydenta RP ² w tym Kolegiata oraz średniowieczny system obronny z murami systemem baszt, bram i bastei. Okalające Stare Miasto planty, należą do największych w Polsce. Stargard posiada największy w Polsce krzyż pokutny z 1572 r., renesansowy ratusz oraz kilka średniowiecznych mieszczańskich kamienic. Atrakcyjność turystyczna tych miejsc ma swoje miejsce w świadomości mieszkańców Stargardu, 75 % ankietowanych na potrzeby tego dokumentu wskazało Starówkę i jej zabytki jako główne atrybuty Miasta.

Starówka wytyczona jest rejonem ulic: hetmana Stefana Czarnieckiego wraz z Parkiem Bolesława Chrobrego, dalej wzdłuż al. Słowiczej, ul. Spichrzowej wraz z Parkiem Zamkowym do ul. Światopełka, wzdłuż ul. Marii Curie-Skłodowskiej do Parku Jagiellońskiego wzdłuż koryta rzeki Iny przez Park Piastowski do ul. Popiela ze wszystkimi znajdującymi się na tym terenie obiektami zabytkowymi (dokładnie opisanymi w załączniku nr 2):

Rynek Staromiejski

Ratusz

Odwach

Kamienice barokowe

² Rozporządzeniem Prezydenta RP z dnia 17 września 2010 r. (Dz.U. 2010 nr 184 poz. 1236).

Kolegiata Najświętszej Marii Panny Królowej Świata

Plebania przy kościele NMP w Stargardzie

Baszta Jeńców

Mury obronne

Baszta Tkaczy (Lodowa)

Basteje

Brama Pyrzycka

Kościół Ducha Świętego

Dom Kletzina (Rohledera)

Baszta Morze Czerwone

Wieża Ciśnień

Cerkiew Świętych Piotra i Pawła

Brama Świętojańska

Kościół Św. Jana Chrzciciela

Brama Młyńska (Portowa)

Spichlerz

Baszta Białogłówka.

Brama Wałowa

Arsenał

Kamienica gotycka

Hotel PTTK.

Tutaj też zlokalizowane są obiekty tzw. bazy turystycznej mające za zadanie obsługę turystów, tj. Muzeum Archeologiczno-Historyczne mające swoje siedziby przy Rynku Staromiejskim oraz w Parku Piastowskim, Centrum Informacji Turystycznej, obiekty gastronomiczne w postaci: restauracji, kawiarni, pizzerii oraz hoteli: Hotel PTTK – 3-kondygnacyjny budynek zbudowany w roku 1878, posiadający 30 miejsc noclegowych oraz Hotel Grodzki z 30 pokojami. Poza obszarem Starego Miasta znajdują się następujące hotele: Hotel 104 posiada 49 miejsc noclegowych, Hotel Mały Młyn 17 pokoi 3 apartamenty oraz pokój przystosowany dla osób niepełnosprawnych, Hotel Spichlerz 46 pokoi, Hotel Lord posiada 62 miejsca noclegowe.

Obszar Starego Miasta stanowi teren aktywnego działania organizacji zajmujących się promocją tej historycznej części Miasta i rewaloryzacją jej zabytków. Najbardziej zaangażowane i dynamicznie działające w tym zakresie są:

Towarzystwo Przyjaciół Stargardu, które statutowo zajmuje się pobudzaniem i wspieraniem wszelkich inicjatyw kulturalnych i turystyczno-krajoznawczych zmierzających do rozwoju i promocji Stargardu. Poglębia w społeczeństwie wiedzę o dawnym i dzisiejszym Stargardzie, pielęgnuje i rozwija poczucie tożsamości mieszkańców z historią swojego Miasta. Z inicjatywy Towarzystwa Przyjaciół Stargardu zostało uruchomione Centrum Informacji Turystycznej. Członkowie TPS opracowali koncepcję szlaku turystycznego „Stargard – Klejnot Pomorza”, która jest promowana przez Gminę Miasto Stargard. Szlak ten eksponuje walory zabytkowe i krajobrazowe Miasta, w szczególności terenu Starego Miasta. Towarzystwo Przyjaciół Stargardu prowadzi również działalność wydawniczą (książki, mapki, widokówki). Przez ostatnie kilka lat Towarzystwo wydało publikacje o tematyce krajoznawczo- turystycznej: dwie edycje „Stargardzkiego ABC”, przewodnik po atrakcjach Powiatu Stargardzkiego „Ziemia Stargardzka z bliska”, monografia zabytku „Kościół św. Jana”, mapki szlaku turystycznego „Stargard Klejnot Pomorza” (w języku polskim, niemieckim i angielskim), a także historyczne: „Dzieje Kolei Stargardzkiej”, „Stargard –1945.” (w języku polskim i niemieckim), czy „Przewodnik po Stargardzie”, oraz wydany przez Wydawnictwo Walkowska na podstawie opracowań TPS w 2013 roku „Stargard. Praktyczny Przewodnik Turystyczny”, ponadto "Stargard nie tylko dla dzieci".

TPS było inicjatorem zmiany nazwy Miasta Stargard Szczeciński na Stargard uwieńczonej sukcesem po ponad 10 latach starań., zmiana obowiązuje od 1 stycznia 2016 r.

Atrakcje turystyczne Stargardu i oferta turystyczna prezentowana są też na stronie internetowej Centrum Informacji Turystycznej stworzonej przez Towarzystwo www.cit.stargard.com.pl walory miasta prezentuje też TPS na własnej stronie www.tps-stargard.pl.

PTTK Oddział w Stargardzie, którego statutowym obowiązkiem jest gromadzenie i opieka nad dokumentami, publikowanie i upowszechnianie wiadomości o Ziemi Stargardzkiej i historii Miasta Stargardu. Stargardzki Oddział PTTK, opiekuje się wyznaczonymi szlakami rowerowymi i pieszymi w okolicach Stargardu oraz organizuje i promuje takie imprezy jak: rajdy piesze, rowerowe oraz wycieczki autokarowe.

Stargardzka Organizacja Turystyczna - Stowarzyszenie istnieje od 2010 roku. Swoją działalnością obejmuje obszar Powiatu Stargardzkiego ze wszystkimi jego gminami i Miastem Stargard. W chwili obecnej SOT skupia 50 członków - przedstawiciele stargardzkiego biznesu turystycznego, stowarzyszeń, jednostek samorządu terytorialnego i osób fizycznych - pasjonatów tych ziem. Zadaniem SOT-u powinien być spójny marketing i promocja wszystkich Gmin Powiatu Stargardzkiego, oraz stworzenie wspólnej oferty turystycznej.

Jednym z modeli funkcjonowania turystyki miejskiej i kulturowej jest zorganizowanie jej w produkty turystyczne, skupione wokół sieci szlaków historycznych i kulturowych. Stargard ze względu na swoją bogata spuściznę kulturowa wpisuje się w liczne z nich, o zróżnicowanej tematyce, najważniejsze z nich to:

Szlak czerwony *Hetmana Stefana Czarnieckiego* o długości 62,5 km; 50 km przebiega przez Powiat Stargardzki (Stargard (PKP) - Strachocin - Bębniąt (rzeka Krąpiel) - Ulikowski Potok (grodzisko) - Pęczino - Czarnkowo - Marianowo - Wiechowo - Odargowo - Szadzko - Dobrzany - Bytowo) dalej szlak prowadzi do Recza i kończy się przy Baszcie Drawieńskiej.

Szlak czerwony *Ziemi Pyrzyckiej im. Stanisława Jansona* o długości 58 km; 14 km przebiega przez Powiat Stargardzki (Morzyczyn - Kunowo - Wierzchląd - Koszewko (grodzisko) - Koszewo -) dalej szlak prowadzi do Pyrzyc.

Szlak nosi nazwę Stanisława Jansona - stargardzianina żyjącego w latach 1948 - 1992, przodownika turystyki pieszej, fachowca od znakowania szlaków turystycznych oraz działacza PTTK w Stargardzie.

Szlak zielony biegnący wzniesieniami moreny czołowej o długości 51 km ; na terenie Powiatu Stargardzkiego 40 km (Cieszyno Łobeskie (PKP) - Dłusko - skrzyżowanie dróg pod Głowaczem (180 m n.p.m.) - Ińsko - jez. Stubnica - Dobrzany - Szadzko - Ognica) dalej prowadzi do Choszczna.

Szlak niebieski *Anny Jagiellonki* o długości 35 km; 19 km przebiega przez Powiat Stargardzki (Stargard - os. Kossaka - Grzędzice - Kępa Bukowa k. Cisewa - Sowno - Strumiany) dalej przez Nadleśnictwo Kliniska do Szczecina Załomia.

Szlak niebieski *Błękitny Szlak Pojezierza Ińskiego* o długości ok. 44,5 km; Ińsko - jez. Ińsko - Piaszczyste - Granica - Przytoń - Węgorzyno - Podlipce - Kowale - Dłusko - Sątysz II - Kamienny Most - Chociwel (PKP).

Czasów Prasłowiańskich:

Szlak Kamiennych Kręgów Megalitycznych

Okresu średniowiecza:

Szlak I misji chrystianizacyjnej Ottona z Bambergu na terenie Stargardu

Szlak Sydonii von Borck - Stargard, Krępcowo, Marianowo

Szlak Templariuszy

Szlak Cysterski

Szlak Joannitów

Szlak Hanzeatyckich Kupców

Okresów późniejszych:

Szlak Spichlerzy Pomorskich

Projekt 15 południk

Stargard jest jednym z miast, przez które przebiega 15 południk długości geograficznej wschodniej. W pobliżu tego miejsca znajduje się, ustawiony tam w okresie międzywojennym kamienny obelisk. W celu prowadzenia działań promocyjnych Gminy leżące na tej długości geograficznej: Gmina Rewal, Gmina Pyrzyce, Gmina Golczewo, Gmina Osina i Gmina Miasto Stargard podpisały list intencyjny dotyczący współpracy.

Utworzenie szlaku pozwoli na skupienie pojedynczych, rozproszonych działań wokół jednej wspólnej idei i tworzenie nowych produktów turystycznych związanych z tą właśnie ideą.

Szlak nawiązujący do wspólnej kultury europejskiej na przestrzeni wieków:

Europejski Szlak Gotyku Ceglanego

Szlak prezentuje dziedzictwo architektury gotyku ceglanego w miastach położonych w basenie Morza Bałtyckiego. Szlak powstał w ramach programu Interreg III B. Członkami projektu były 34 miasta z 7 krajów: Danii, Estonii, Litwy, Łotwy, Niemiec, Polski i Szwecji, w tym od 19 lipca 2006 r. również Miasto Stargard. Krocząc po szlaku można odkryć nie tylko fascynujący świat gotyku ceglanego, ale także przepiękne legendy, ciekawostki z przeszłości oraz malownicze krajobrazy. Celem projektu, którego koordynatorem jest Niemieckie Stowarzyszenie Budownictwa Mieszkaniowego, Urbanistyki i Planowania Przestrzennego (Deutscher Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e.V.) z siedzibą w Berlinie, jest promowanie miast, na terenie których znajdują się zabytki gotyku ceglanego.

Działania w ramach Interreg III B spowodowały, że jest to szlak najbardziej eksponowany, mający szansę zaistnienia jako identyfikowany produkt turystyczny.

Nowa Hanza

Hanza Nowożytna zwana inaczej Nową Hanzą, założona w 1980 roku jest największym międzynarodowym dobrowolnym związkiem miast. Należy do niej pod przewodnictwem Lubeki ponad 200 miast w 16 państwach, w tym od 2001 roku również Stargard.

W roku 2004 podczas posiedzenia Prezydium Międzynarodowego Związku Hanzy ustalono, że Święto Hanzy (Dzień hanzy) będzie odbywało się w maju. Oficjalnym symbolem Dni Hanzy Nowożytnej jest stylizowana koga z białym - czerwonym żaglem. Dnia 20 lutego 2004 r. została podpisana w Gdańsku *Deklaracja o Współpracy Polskich Miast Hanzeatyckich*. Polskie Miasta Hanzeatyckie zobowiązały się do rozszerzania i pogłębiania wzajemnej współpracy na terenie Polski i poza jej granicami w dziedzinach kultury, gospodarki, spraw socjalnych, polityki i ochrony środowiska. Zgodnie z *Deklaracją o Współpracy Polskich Miast Hanzeatyckich*, polskie miasta należące do związku podejmą działania stwarzające możliwość wzajemnej kooperacji oraz wspólnej promocji miast m.in. przez: wspólne uczestnictwo w pracach i Zjazdach Międzynarodowego Związku Hanzy "HANZA" oraz reprezentowanie wspólnych interesów wobec administracji państwowej

i poszczególnych władz lokalnych w kraju i za granicą, organizowanie cyklicznych Spotkań i Zjazdów Polskich Miast Hanzeatyckich, organizowanie wspólnych imprez i olimpiad sportowych, wspólne działania na rzecz rozwoju gospodarczego swoich miast i regionów, stworzenie forum wymiany inicjatyw gospodarczych, kulturalnych i turystycznych, podejmowanie wspólnych przedsięwzięć i inicjatyw dla dzieci i młodzieży, wspieranie współpracy i wspólnych projektów organizacji pozarządowych, poszukiwanie funduszy na realizację wspólnych działań i projektów.

W roku 2026 w Stargardzie odbędą się Dni Hanzy.

Związek Miast Polskich

Związek Miast Polskich, do którego od 1999 roku należy Stargard, jest organizacją o bogatych tradycjach międzywojennych. Już w latach 1917 - 1939 Związek mógł poszczycić się wieloma osiągnięciami w dziedzinie promocji gospodarczej i kulturalnej miast. Współpracował również z podobnymi organizacjami w innych krajach. Po II wojnie światowej jego działalność została uniemożliwiona, jednak w 1990 roku pojawiła się inicjatywa odtworzenia Związku i już w 1991 roku odbył się w Poznaniu - statutowej siedzibie Związku - jego Kongres Restytucyjny. Wiosną 2003 roku do Związku należało 265 miast - 76% miejskiej ludności kraju. Od lutego 2003 r. działa Zarząd Związku Miast Polskich.

Związek Miast Polskich zajmuje się promocją miast (targi krajowe i zagraniczne, konferencje, seminaria, warsztaty, wystawy, konkursy) oraz prowadzi działalność informacyjną i wydawniczą. Związek Miast Polskich jest członkiem Rady Gmin i Regionów Europy (CEMR), w skład której wchodzi 45 organizacji gmin, powiatów i regionów z 31 krajów Europy. Związek ma podpisaną umowę o współpracy z Niemiecką Sekcją CEMR, Estońskim Związkiem Miast oraz z Ukraińskim Związkiem Miast.

Nieodzownym elementem turystyki miejskiej jest życie kulturalne w Mieście, odbywające się tam imprezy i festiwale. W Stargardzie w oparciu o założenia statutowe w zakresie kultury i sztuki animują działania następujące instytucje:

Stargardzkie Centrum Kultury - istnieje od 1983 roku, kiedy to ówczesny Miejski Dom Kultury, funkcjonujący w pomieszczeniach Biblioteki Miejskiej, otrzymał nową siedzibę w budynku przy ul. Marszałka Józefa Piłsudskiego 105, jednocześnie przyjmując także nową nazwę.

Obecnie posiada dwie sale kinowe oraz prowadzi zorganizowane zajęcia artystyczne dla dzieci i młodzieży. Organizuje również wiele imprez, w tym cykliczne imprezy m.in.:

- Ogólnopolski Konkurs Piosenki Artystycznej „Złote Koło Młyńskie” ,
- W ramach Dni Stargardu, m.in: Stargardzka Noc Kabaretowa oraz dwa dni koncertowe, gdzie prezentują się gwiazdy skali krajowej,
- Stargardzki Dzień Dziecka,
- Coolturalne Wakacje,
- Ewenement – Stargardzkie Spotkania Teatralne.

Młodzieżowy Dom Kultury – powstał w 1950 roku, obecnie funkcjonuje w budynku przy ulicy Portowej, jakim jest neorenesansowa reprezentacyjna willa z 1926 roku. W programie wychowawczym i dydaktycznym głównymi kierunkami pracy są: wychowanie estetyczne, techniczne, film, fotografia, krajoznawstwo i sport.

Książnica Stargardzka - zgodnie ze Statutem służy rozwijaniu i zaspokajaniu potrzeb oświatowych, kulturalnych i informacyjnych społeczności Miasta Stargardu i Powiatu Stargardzkiego. Głównym zadaniem Książnicy jest:

- gromadzenie zbiorów bibliotecznych,
- ich opracowanie zgodne z obowiązującymi normami (klasyfikowanie zawartości, katalogowanie i opis bibliograficzny, komputerowa baza danych),
- przechowywanie oraz udostępnianie zbiorów bibliotecznych czytelnikom,
- popularyzacja książki i czytelnictwa,
- współdziałanie z bibliotekami innych sieci, instytucjami kultury, organizacjami i stowarzyszeniami.

Książnica Stargardzka jest również organizatorem Jarmarku na Ulicy Magicznej.

Muzeum Archeologiczno-Historyczne - obecne Muzeum powstało w 1960 roku dzięki inicjatywie osób skupionych wokół Polskiego Towarzystwa Turystyczno - Krajoznawczego. Pierwszą jego siedzibą była Brama Pyrzycka. W lipcu 1966 roku zbiory i wystawy przeniesiono do nowej siedziby przy Rynku Staromiejskim. Od tej pory Muzeum mieściło się w Odwachu i sąsiadującej z nim kamienicy. W latach 80. XX w. odrestaurowano z przeznaczeniem na cele muzealne Basteję, będącą

elementem średniowiecznych obwarowań miejskich. W 1997 roku Muzeum otrzymało kolejną kamienicę przy Rynku Staromiejskim. Od tej pory funkcjonuje ono w Odwachu i dwóch kamienicach przy Rynku oraz Bastei.

We wrześniu 2013 r. zakończono modernizację Bastei w ramach projektu ze środków Unii Europejskiej Interreg IVA pod nazwą „Dwa miejsca z historią - przebudowa, remont i rozbudowa obiektu Bastei w Stargardzie oraz tworzenie funkcji muzealnych w Klasztorze Franciszkanów w Neubrandenburgu oraz Bastei w Stargardzie". Dzięki realizacji tego przedsięwzięcia stargardzka placówka posiada jedną z najnowocześniejszych multimedialnych wystaw w regionie. Na czterech kondygnacjach, zgromadzono ponad 300 zabytków i około 1000 rycin, map, archiwaliów, druków, dokumentów, fotografii czy pocztówek w multimediami. W Bastei prezentowana jest historia miasta od czasów sprzed jego lokacji po początek XX wieku. W siedzibie przy Rynku Staromiejskim przygotowana jest ekspozycja stała dotycząca powojennych dziejów Stargardu oraz wystawy czasowe.

Muzeum dzięki swojej działalności statutowej, nie tylko gromadzi, opracowuje, konserwuje i udostępnia zabytki, ale także staje się ośrodkiem opiniotwórczym w zakresie badań nad przeszłością miasta, regionu i społeczeństwem Stargardu, pełni rolę kulturotwórczą, edukacyjną. Posiada bardzo szeroką ofertę edukacyjną oraz wychodząc naprzeciw zapotrzebowaniom młodzieży opracowało escape room oraz prowadzi urodziny w muzeum, a także uczestniczy w różnych eventach. MAH w ostatnich latach stało się ośrodkiem badawczym dla miasta o zasięgu ponadregionalnym, a nawet ogólnopolskim, wystarczy wymienić ostatnie publikacje:

- „Archeologia Stargardu. Badania zachodniej części kwartału V” została dofinansowana przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego w Warszawie,
- „Stargardia. Rocznik muzeum poświęcony przeszłości i kulturze Pomorza”, tomy od I do IX,
- „Katalog Zabytków Powiatu Stargardzkiego”

Wielką atrakcją turystyczną stała się inscenizacja historyczna z okresu wojny 30. letniej, której organizatorem było stargardzkie muzeum. Rekonstrukcja historyczna dotyczyła wojny, która bardzo duże piętno odcisnęła na Stargardzie. W 2014 i 2015 odbyły się takie rekonstrukcje historyczne, które w ostatnim roku obejrzało ok. 10 000 osób. Inszenizacje planowane są również w kolejnych latach.

Analiza SWOT turystyki miejskiej i kulturowej w Stargardzie

Silne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none">• Bogate tło historyczne, w tym powiązane z historią Europy poprzez zakon Joannitów, szlaki handlowe, wojnę 30. Letnią;• Różnorodność atrakcji kulturowych przy zachowaniu szczególnego charakteru, specyfiki regionu;• Liczne szlaki historyczne i turystyczne, w tym powiązane z odpowiednikami szlaków europejskich (np. szlak gotyku ceglanego);• Aktywność, zaangażowanie środowisk twórczych, pro- historycznych i pro- kulturalnych, miłośników muzyki poważnej, jazzowej, sztuki, muzealników itd.	<ul style="list-style-type: none">• Kojarzenie Pomorza Zachodniego głównie z pasem nadmorskim;• Brak wypromowanych znaczących imprez kulturalnych;• Estetyka miasta – łączenie zabudowy z wielkiej płyty z zabytkami, skutki zniszczeń wojennych;• Niski poziom poczucia bezpieczeństwa w Mieście, szczególnie na terenie Starego Miasta jak również w Centrum Miasta, mało nowoczesnych form monitoringu;• Słaba promocja turystyczna w zakresie turystyki kulturowej;• Zbyt mała infrastruktura turystyczna, brak schronisk młodzieżowych;• Brak schronisk młodzieżowych;• Bogata i urozmaicona baza noclegowa Szczecina i obszaru nadmorskiego;• Ciekawa oferta imprez kulturalnych o zasięgu regionalnym w dużych ośrodkach miejskich;• Istniejące rozproszenie inicjatyw i brak koordynacji tematycznej.

Tabela 1 Silne i słabe strony produktu turystyki miejskiej i kulturowej w Stargardzie

2.1.2 TURYSTYKA PIESZA I ROWEROWA

Okolice Stargardu posiadają atrakcyjne warunki do rozwoju turystyki pieszej oraz rowerowej. Składają się na to: bogactwo walorów naturalnych regionu, ukształtowanie terenu, położenie geograficzne oraz bogata tradycja i historia regionu. Najbardziej popularnym produktem turystyki pieszej i rowerowej są właśnie trasy wykorzystujące tematykę przyrodniczą i historyczną regionu. Szlaki rowerowe tworzone są przez lokalne władze samorządowe, które bardzo często kontaktują się z Regionalnym Oddziałem PTTK Szczecin w zakresie przebiegu szlaków i prawidłowego oznakowania. Wiodącą rolę w promocji turystyki rowerowej w Stargardzie mają stowarzyszenia rowerowe, które zawiązały w marcu 2008 roku *Stargardzkie Porozumienie Rowerowe*. W promocji turystyki pieszej prym wiedzie lokalny oddział PTTK, który opiekuje się wyznaczonymi szlakami w okolicach Stargardu oraz organizuje i promuje imprezy takie jak rajdy piesze.

Szlaki turystyczne- piesze i rowerowe:

Szlak Anny Jagiellonki - (kolor niebieski) szlak został nazwany dla uczczenia Anny Jagiellonki, która w dniu 2 lutego 1491 r. wraz z orszakiem wyruszyła ze Stargardu do Szczecina w celu ożenku z Bogusławem X. Szlak swój początek ma w Załomiu (dzielnicy Szczecina) i dalej wiedzie przez Kliniska, Strumiany, Sowno, Grzędzice, osiedle Kossaka w Stargardzie i kończy się przy dworcu PKP. Jego długość to 35,2 km.

Szlak im. Hetmana Stefana Czarnieckiego - (kolor czerwony) nazwa szlaku upamiętnia pobyt wojsk polskich pod dowództwem hetmana, w tej okolicy. Wiedzie z dworca PKP w Stargardzie przez Strachocin, Pęczino, Czarnkowo, Marianowo, Wiechowo, Szadzko, Dobrzany, Bytowo, Suliborek i kończy się przed Bramą Drawieńską w Reczu, łączna długość to 62,5 km.

Trasa rowerowa czerwona: 30 kilometrów; Stargard – Grzędzice – Morzyczyn – Wierzchląd – Koszewo – Skalin – Stargard.

Trasa rowerowa niebieska: 29 kilometrów; Stargard – Ulikowo – Pęczino – Trzebiatów – Strachocin – Stargard.

Trasa rowerowa zielona: 28 kilometrów; Stargard – Morzyczyn – Jęczydół – Bielkowo – Kołbacz – Kobyłanka – Morzyczyn – Stargard.

Analiza SWOT turystyki pieszo-rowerowej w Stargardzie

Silne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> • Korzystne położenie geograficzne: teren przygraniczny – bliskość Niemiec szczególnie zainteresowanych tą formą turystyki, bliskość zachodniej granicy kraju, położenie na szlakach tranzytowych ze Skandynawii na południe Europy; • Bliskość głównych rynków Europy Zachodniej, szczególnie Niemiec (duże zainteresowanie turystyką pieszą, a szczególnie rowerową); • Zróżnicowane, bogate biologicznie i krajobrazowo środowisko przyrodnicze okolic Stargardu; • Bogactwo zabytków kultury materialnej mogących stanowić atrakcję dla turysty aktywnego; • Liczne szlaki historyczne i turystyczne obecnie istniejące jak: Szlak Kupców Hanzeatyckich, Szlak Cysterski, Szlak Joannitów, Szlak Templariuszy, Szlak Gotyku Ceglanego; • Włączanie się Województwa w inicjatywy ponadregionalne (prowadzone prace planistyczne w zakresie rozwoju międzynarodowych tras rowerowych województwa zachodniopomorskiego). 	<ul style="list-style-type: none"> • Brak wystarczającej wymaganej infrastruktury turystycznej: <ul style="list-style-type: none"> - oznakowanie tras, miejsca postojowe, punkty serwisowe; • Niska świadomość korzyści płynących z rozwoju turystyki rowerowej i pieszej; • Słabo rozwinięty obecnie produkt turystyczny; • Niewystarczająca promocja i informacja turystyczna; • Niewystarczająco rozwinięta baza noclegowa w pobliżu istniejących szlaków (schroniska PTSM, baza agroturystyczna); • Brak wypożyczalni rowerów w Stargardzie, brak systemowego rozwiązania w zakresie wypożyczania rowerów na szlakach; • Niedostateczne bezpieczeństwo turystów i sprzętu na szlakach; • Brak specjalistycznych map i przewodników; • Mała ilość tour-operatorów sprzedających „spakietowane” produkty turystyki aktywnej z obszaru Województwa, np. rajdy rowerowe, spływy kajakowe, oferty turystyki pieszej; • Niewielka liczba ofert tematycznych dystrybuowana przez biura podróży; • Brak wystarczającej spójności funkcjonujących i planowanych szlaków pieszych i rowerowych; • Planowane szlaki mają często służyć tylko potrzebom lokalnych społeczności a nie potrzebom tworzenia kompleksowej obsługi turystycznej na danym obszarze; • Występowanie barier prawnych i przestrzenno-organizacyjnych przy tworzeniu i wyznaczaniu nowych szlaków.

Tabela 2 Silne i słabe strony turystyki pieszo-rowerowej

2.1.3. TURYSTYKA WODNA

Z badań przeprowadzonych na potrzeby opracowania Strategii Turystyki dla Województwa Zachodniopomorskiego wynika, że w kraju istnieje bardzo duże zainteresowanie sportami wodnymi. Strategia Turystyki dla Województwa Zachodniopomorskiego wyznacza kierunek rozwoju turystyki w województwie zachodniopomorskim, szczególnie pod kątem turystyki wodnej. Doskonale warunki naturalne, rozbudowana sieć rzek, bliskie położenie względem aglomeracji berlińskiej predestynują region do rozwoju turystyki wodnej jako produktu markowego.

Na potrzebę wzmocnienia turystyki wodnej, wskazuje również dokument „POMERANIA” opracowywany na zlecenie Biura Stowarzyszenia Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego, gdzie wskazano na potrzebę współpracy pomiędzy gminami leżącymi nad jeziorem Miedwie, w celu opracowania planu zagospodarowania turystycznego jeziora i jego realizacji, tak by mógł stać się Regionalną Atrakcją Turystyczną. Podstawowym zapleczem rozwoju turystyki wodnej są przystanie wodne, wypożyczalnie sprzętu wodnego, ośrodki szkoleniowe i treningowe.

Stargardzki Ośrodek Sportu i Rekreacji dysponuje obiektami i terenami w Zieleniewie (gmina Kobylanka) nad jeziorem Miedwie, piątym co do wielkości jeziorem w Polsce. Głównymi atrakcjami, szczególnie w sezonie letnim, jest 400 – metrowa plaża przyciągająca turystów biernych jak i aktywnych miłośników żeglarstwa, kajakarstwa, surfingu i wędkarstwa. Ponadto odbywa się tutaj promująca Miasto i jezioro impreza pod nazwą: “Wybory Miss Miedwia”.

Przez Miasto Stargard przepływa też rzeka Ina, która należy do głównych szlaków rzecznych Pomorza Zachodniego (obok Drawy, Regi, Parsęty).

Stargard powstał nad Iną i w przeszłości to właśnie dzięki rzece nastąpił jego rozwój gospodarczy, który pozwolił Stargardowi na uzyskanie przewagi nad sąsiednimi miastami i ugruntowanie znaczącej pozycji w regionie. Stargard jako miasto hanzeatyckie korzystał z portu na Inie. Po porcie zostało wspomnienie, ślady czytelne w terenie i w dokumentach archiwalnych. Życie gospodarcze rządzi się dziś innymi prawami, jednak rzeka Ina ponownie może odegrać znaczącą rolę w rozwoju Stargardu. Tym razem nie jako oś komunikacyjna, ale jako oś terenów zielonych i rekreacyjnych.

Zagospodarowanie otoczenia rzeki może znacząco wpłynąć na podniesienie atrakcyjności i standardu przestrzeni miejskiej, a przede wszystkim na jakość życia mieszkańców Stargardu.

W roku 2009 opracowany został na zlecenie Urzędu Miejskiego w Stargardzie program „Stargard nad Iną” program zagospodarowania rekreacyjnego terenów przyległych do rzeki Iny i Krąpieci w granicach miasta Stargardu. Podstawowym celem programu było stworzenie w mieście dobrej przestrzeni do wypoczynku zarówno dla odwiedzających miasto jak i dla jego mieszkańców w oparciu

o zagospodarowanie terenów przyległych do rzeki Iny i Krąpieli. Koncepcja ta obejmuje rozległą wschodnią część miasta, dotyczy Iny, Małej Iny, Krąpieli, Młynówki, Kanału Bydgoskiego, Kanału Jagiellońskiego, Kanału Młyńskiego. Łącznie w granicach opracowania długość cieków wynosi około 18,5 km. Program zakłada zagospodarowanie terenów przyległych do ww. cieków, rozbudowę ścieżek rowerowych, budowę kładek oraz przystani oraz pomostów dla łodzi i kajaków, a także rewaloryzacje parków³.

W Audycie Turystycznym Województwa Zachodniopomorskiego wskazuje się na Inę jako na niewykorzystany potencjał szlaków wodnych – niewypromowaną trasę kajakową. Również w dokumencie *Pomerania* wskazuje się na potrzebę stworzenia szlaku kajakowego rzeki Iny w powiązaniu z rzeką Krąpielą, której Dolina znajduje się w obszarze Natura 2000 (KOD Obszaru PLH 320005 objęty Dyrektywą Siedliskową).

³ „STARGARD NAD INĄ” program zagospodarowania rekreacyjnego terenów przyległych do rzeki Iny i Krąpieli w granicach miasta Stargardu, opr. Stowarzyszenie Pracowni Autorskich “AFIX” Spółka z o.o., Stargard 2009.

Analiza SWOT turystyki wodnej w Stargardzie

Silne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> • Bardzo dobre warunki do uprawiania sportów wodnych na jeziorze Miedwie; • Istniejąca już infrastruktura nad jeziorem Miedwie w Ośrodku Sportu i Rekreacji w Zielenieniu; • Przepływająca rzeka Ina przez Stargard; • Istniejące już obecnie silne produkty z zakresu turystyki wodnej w województwie zachodniopomorskim. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuregulowana forma prawna nieruchomości będącej siedzibą OSIR w Zieleniewie; • Słabo rozwinięte zaplecze socjalne i serwisowe dla form turystyki wykorzystujących akweny wodne (np. przystanie kajakowe, żeglugowe); • Brak planów spójnego zagospodarowania turystycznego Jeziora Miedwie; • Brak porozumień pomiędzy Gminami w tej kwestii; • Niewykorzystany potencjał rzeczny Iny; • Niewystarczająca promocja i informacja turystyczna; • Niedostatecznie rozwinięta baza noclegowa o zróżnicowanym standardzie szczególnie przy jeziorach i szlakach wodnych – kajakowych i żeglarskich; • Niedostateczne bezpieczeństwo wodniaków i sprzętu wodnego na szlakach i przystaniach; • Brak zintegrowanych pakietów (np. pakietów weekendowych) turystyki wodnej łączącej oferty z innymi formami turystyki.

Tabela 3. Silne i słabe strony turystyki wodnej

3. ANALIZA LICZBY TURYSTÓW PRZEBYWAJĄCYCH W STARGARDZIE

Na podstawie danych GUS z pięciu ostatnich lat (patrz tabela 4) możemy zaobserwować ustabilizowaną ilość turystów, decydujących się na nocleg na terenie Miasta, zarówno polskich jak i zagranicznych. Istnieją niewielkie wahania ilościowe pomiędzy poszczególnymi latami. Należy też zauważyć, że ta stabilna sytuacja może wiązać się z faktem, że popyt na noclegi w Stargardzie jest dużo większy niż dostępna ilość miejsc noclegowych - stąd takie równomierne wykorzystanie. Potrzebę rozbudowy bazy noclegowej zdiagnozowano już w Strategii Rozwoju Społeczno - Gospodarczego Miasta Stargard punkt 12. Działania na rzecz rozwoju turystyki, rekreacji i sportu. Analizując ilość podejmowanych noclegów przez turystów w województwie zachodniopomorskim, wyraźnie widać bardzo duże zainteresowanie tym rejonem kraju i bardzo duży wzrost odwiedzin turystów zagranicznych (patrz tabela 5) co daje perspektywy na rozwój hotelarstwa w Stargardzie, który może cenowo konkurować ze Szczecinem. W przypadku turysty tranzytowego, będącego w podróży ze wschodu na zachód lub z zachodu na wschód Europy, nocleg w Stargardzie może konkurować cenowo z ceną noclegów na terenie Niemiec.

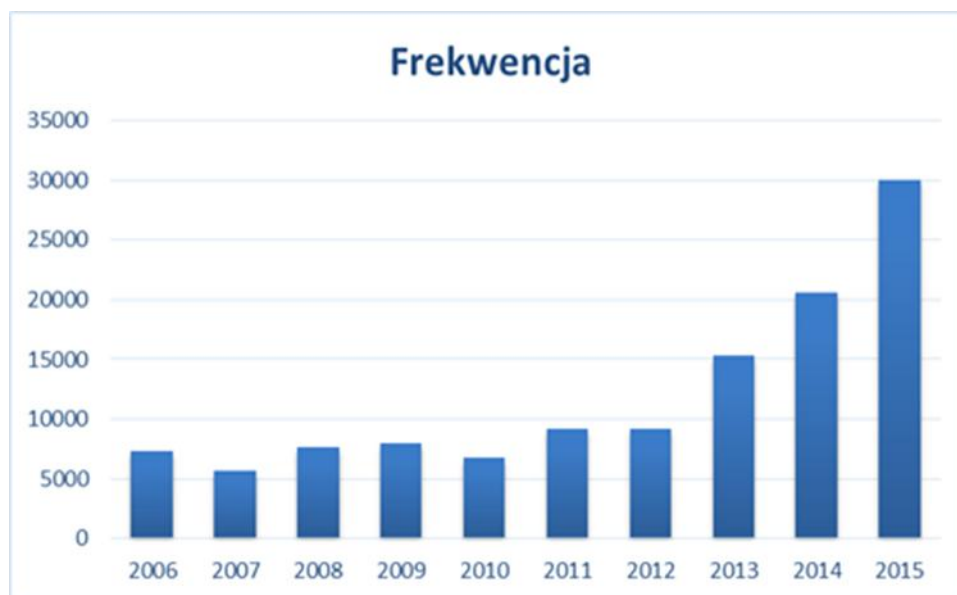
BAZA NOCLEGOWA - HOTELE	2009r.	2010r.	2011r.	2012r.	2013r.	2014r.
Obiekty całoroczne (miejsce)	227	300	303	300	365	391
Obiekty całoroczne (obiekty)	4	5	5	5	6	6
Korzystający z noclegów ogółem (os)	12 219	20 644	20 371	18 428	19 635	20 271
Korzystający z noclegów turyści zagraniczni (os)	1 197	4 334	4 209	3 473	3 638	3 051
Wynajęte pokoje ogółem	18 465	25 351	24 814	28 590	35 342	30 274
Wynajęte pokoje turystom zagranicznym	1 573	3 624	3 527	9 745	11 333	4 141

Tabela 4. Wykorzystanie bazy hotelowej w Stargardzie

Turyści zagraniczni korzystający z noclegów ogółem (os)	ZACHODNIOPOMORSKIE - ZMIANA CECH NA PRZESTRZENI LAT						
	2008r.	2009r.	2010r.	2011r.	2012r.	2013r.	2014r.
	380 196	400 717	377 939	401 654	462 608	501 830	543 009

Tabela 5. Turyści zagraniczni korzystający z noclegów w województwie zachodniopomorskim

Na przestrzeni kilku ostatnich lat widać duży wzrost odwiedzających stargardzkie Muzeum (Wykres poniżej). Spowodowany był zrealizowaną inwestycją ze środków unijnych Interreg IVa pod nazwą „Dwa miejsca z historią - przebudowa, remont i rozbudowa obiektu Bastei w Stargardzie oraz tworzenie funkcji muzealnych w Klasztorze Franciszkanów (840 m²) w Neubrandenburgu oraz Bastei (360 m²) w Stargardzie" dzięki, któremu Basteja stała się jednym z najnowocześniejszych multimedialnych muzeów na Pomorzu Zachodnim i niewątpliwie stała się ciekawym produktem turystycznym Stargardu.



*Odwiedzający Muzeum Archeologiczno-Historyczne w Stargardzie
na przestrzeni lat 2006-2015*

Analiza SWOT stron oferty turystycznej Miasta

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> • Jakość i duża ilość zabytków, w tym gotyckich; • Walory naturalne w okolicach miasta; • Dużo terenów zielonych w mieście; • Położenie blisko granicy • Dobre połączenia komunikacyjne miasta ze światem zewnętrznym zapewnione dzięki: <ul style="list-style-type: none"> - drodze krajowej nr 10 Szczecin – Piła – Bydgoszcz – Płońsk, bliskie sąsiedztwo dwóch węzłów drogowych A-6 (Szczecin – Kołbaskowo – Berlin) i drogi ekspresowej S-3- drodze krajowej nr 20 Stargard – Chociwel – Drawsko Pomorskie, wraz z drogą nr 144 do połączenia z drogą nr 10, - linii kolejowej E-59 o państwowym i międzynarodowym znaczeniu Świnoujście – Szczecin – Poznań – Wrocław i dalej Praga • duża ilość szlaków w Mieście i okolicach; • dbałość mieszkańców i Władz Miasta o Stargard; • organizacje pozarządowe, których rolą statutową jest promocja zabytków i historii Miasta; • Modernizacja i remonty zabytków w Stargardzie; • Częściowe zagospodarowanie parków i terenów zielonych, przystosowanie ich do potrzeb mieszkańców i turystów; • przystosowanie obiektu muzeum – Bastei dla potrzeb osób niepełnosprawnych ruchowo; • Częściowa iluminacja zabytków. 	<ul style="list-style-type: none"> • Niedokończone remonty zabytków; • Niedokończona iluminacja obiektów zabytkowych; • Część terenów zielonych wymaga jeszcze interwencji w postaci zagospodarowania na potrzeby turysty oraz odtworzenia i rewitalizacji • Niewystarczająca baza noclegowa dla zorganizowanych grup w mieście (brak schroniska młodzieżowego oraz parkingu dla autobusów na terenie Starego Miasta); • Zbyt mała ilość miejsc parkingowych i toalet publicznych w centrum Miasta; • Niewystarczający system informacji turystycznej; • niewystarczające oznakowanie zabytków, szlaków, toalet i innych obiektów; • Mało skuteczna promocja Miasta w kraju i za granicą.

Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> • Rozwój gospodarczy i społeczny całego regionu; • Przynależność do Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego; • Zainteresowanie turystów zagranicznych Polską; • Priorytetowe traktowanie turystyki w rozwoju województwa zachodniopomorskiego. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bliskość dużych ośrodków turystycznych (głównie Szczecina i miejscowości pasa nadmorskiego); • Mała znajomość wydarzeń historycznych w Mieście i jego walorów turystycznych w regionie i w kraju.

Tabela 6. Analiza silnych i słabych stron Stargardu pod kątem rozwoju turystycznego

5. CELE GŁÓWNE STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI MIASTA STARGARD

Cele główne zbieżne są także z priorytetami Strategii Rozwoju Turystyki w Województwie Zachodniopomorskim do 2015 roku, należą do nich:

Cel 1. Kreowanie produktów turystycznych o wysokiej konkurencyjności.

Cel 2. Rozwój infrastruktury na potrzeby rozwoju turystyki w Stargardzie .

Cel 3. Rozwój zasobów ludzkich w obszarze wartości krajoznawczych, przyrodniczych i kulturowych.

Cel 4. Informacja i promocja turystyczna Stargardu.

5.1 ROZWÓJ PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH

5.1.1 ROZWÓJ TURYSTYKI MIEJSKIEJ I KULTUROWEJ - WYTWORZENIE NOWYCH JAKOŚCIOWO PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH

Założenie urbanistyczne i zabytki na terenie Stargardu są niewątpliwie jedną z największych atrakcji Miasta. Mówią o jego historii i stanowią europejskie dziedzictwo kulturowe. Jest to produkt turystyczny zidentyfikowany w dokumentach strategicznych województwa zachodniopomorskiego oraz akceptowany i promowany przez mieszkańców Stargardu. W toku analizy ankiet i obserwacji oraz dyskusji z zespołem roboczym, jednoznacznie można stwierdzić, że Szlak Pieszy na Starym Mieście istniejący pod nazwą: Szlak Turystyczny „Stargard – Klejnot Pomorza” (w pewnym zakresie- budowle gotyckie pokrywają się z promowanym w Europie Szlakiem Gotyku Ceglanego) jest rozpoznawalny wśród mieszkańców Stargardu. Należy go bardziej promować na zewnątrz. Szlak ten powinien być najbardziej rozpoznawalnym produktem turystycznym Stargardu. Nie o charakterze skansenu dla turystów przyjeżdżających, ale tętniącym miejscem dla wszystkich użytkowników również mieszkańców Miasta. Należy także się skupić na realizacji innych działań podnoszących atrakcyjność Miasta.

Działanie I: Zagospodarowanie parków na potrzeby „turystyki ogrodowej”.

Ciekawym pomysłem, który należałoby wdrożyć do realizacji jest koncepcja „Stargardens”. Jest to idea stworzenia w Stargardzie wielofunkcyjnej przestrzeni parkowo-ogrodowej o programie adresowanym do zróżnicowanej grupy odbiorców (pod względem wieku, sposobu aktywności, zainteresowań). „Turystyka ogrodowa” (garden tourism) uważana za jeden z segmentów turystyki kulturowej, związana jest z fascynacją sztuką ogrodową, szczególnie zainteresowaniem historią powstania i rozwoju założeń ogrodowych, egzotycznymi roślinami, projektami ogrodów, które są uznane za niezwykle⁴.

Działanie 2: Poprawa infrastruktury technicznej na terenie Starego Miasta

a) Należy dążyć do przeprowadzenia lub dokończenia rozpoczętych kompleksowych remontów i konserwacji wszystkich obiektów zabytkowych na szlaku. Poprzez podjęcie działań zmierzających do pozyskania środków z Interreg Va na realizację partnerskiego projektu pn. „TRASA MUZEALNA

⁴ Koncepcja STARGARDENS, opracowana została przez Wydział Kultury, Sportu i Turystyki Urzędu Miejskiego w Stargardzie i znajduje się w posiadaniu Wydziału.

NEUBRANDENBURG – STARGARD”,

Projekt zakłada wzmocnienie dalszej współpracy pomiędzy miastami Stargard i Neubrandenburg poprzez wspólne opracowanie i stworzenie koncepcji trasy muzealnej. Średniowieczne mury obronne stanowią wspólny element identyfikujący oba miasta. W obu miastach mury obronne są częściowo odrestaurowane. Działan rewitalizacyjnych wymagają ich kolejne fragmenty. W ramach przedsięwzięcia zaplanowano, m.in.: rewitalizację zabytkowego systemu umocnień obronnych w Stargardzie, badania archeologiczne oraz przystosowanie wybranych obiektów do celów wystawienniczych oraz opracowanie i oznakowanie trasy turystycznej wraz z narzędziami ułatwiającymi zwiedzanie.

b) Należy zintensyfikować działania mające na celu przeprowadzenie remontu Amfiteatru. Inwestycja planowana do realizacji pn.: Transgraniczny Festiwal Kultury i Sztuki Euroregionu Pomerania w ramach Programu Europejska Współpraca Terytorialna, współpraca transgraniczna krajów związkowych Meklemburgia – Pomorze Przednie, Brandenburgia oraz Rzeczypospolitej Polskiej(woj. zachodniopomorskie) na lata 2014-2020 (Interreg V A). Przedsięwzięcie ma być realizowane z partnerami niemieckimi: Stowarzyszeniem Schloss Bröllin, Miastem Pasewalk, Parafią Fahrenwalde i Gminą Fahrenwalde.

c) Konieczne jest zintensyfikowanie działań mających na celu realizację projektu: „Interaktywne Centrum Dziedzictwa Kulturowego Pomorza – remont i rozbudowa Książnicy Stargardzkiej, Pałacyku Pod Lwami w Gryfinie i wyposażenie Archiwum Miejskiego i Muzeum w Stralsundzie”. Realizacja zaplanowana w ramach Programu Europejska Współpraca Terytorialna, współpraca transgraniczna krajów związkowych Meklemburgia – Pomorze przednie, Brandenburgia oraz Rzeczypospolitej Polskiej (woj. zachodniopomorskie) na lata 2014-2020 (Interreg V A).

Projekt zakłada rozszerzenie współpracy pomiędzy partnerami projektu, mn.in. poprzez stworzenie wspólnej biblioteki cyfrowej, której zasoby dostępne będą w sieci. W ramach projektu budynek Książnicy Stargardzkiej zostanie rozbudowany i wyremontowany, co pozwoli na zorganizowanie przestrzeni dla nowych funkcji biblioteki, m.in. sali dydaktyczno-wystawowej, konferencyjnej, czy multimedialnej. Budynek zostanie także przystosowany do potrzeb osób niepełnosprawnych.

d) Ponadto należy wytyczyć i połączyć już z istniejącymi sieć chodników, jezdni, deptaków i ścieżek rowerowych w obszarze całej Starówki w szczególności w komunikacji między obiektami.

e) Zagospodarować teren wokół Krzyża Pokutnego, tj. wykonać drogi dojazdowe i ścieżki dojścia.

f) Zadbać o nowe elementy małej architektury: zabezpieczenia terenów zielonych w postaci barierek, murków i pergoli; ławek, stojaków na rowery, koszy na śmieci (spójna estetyka w nawiązaniu do określonego stylu architektonicznego oraz w użyciu materiałów wykończeniowych i elementów zdobniczych), jak choćby np. Teatru Letniego i Glorietty.

g) Dokończyć rozpoczęte działania dotyczące iluminacji wszystkich obiektów i zabytków.

h) Oznaczyć teren, szlaki, obiekty i zabytki przez zuniformizowane estetycznie i plastycznie drogowskazy, tablice znamionowe na obiektach, tablice informacyjne z tekstem i fotografiami o historii obiektu.

i) Powstanie nowych obiektów bazy obsługującej turystów, w szczególności nowych miejsc parkingowych dla samochodów osobowych i autokarów, toalet i natrysków ogólnodostępnych, nowych punktów gastronomicznych, tj. kawiarni z ogródkami i tarasami, szczególnie w rejonie Rynku Staromiejskiego, plant wzdłuż rzeki Iny, restauracji, pizzerii, snack-barów i pubów.

j) Rozpocząć realizację programu „STARGARD NAD INĄ”. Programu zagospodarowania rekreacyjnego terenów przyległych do rzeki Iny i Krapieli w granicach miasta Stargard.

Działanie 3: Zagospodarowanie przestrzeni części reprezentacyjnych Miasta:

a) Obszar sąsiadujący z dworcem PKP

Gmina Miasto Stargard planuje budowę Zintegrowanego Centrum Przesiadkowego (ZCP) w Stargardzie w rejonie dworca PKP. Projekt będzie polegał m.in. na przebudowie lub budowie tunelu pasażerskiego pod torami kolejowymi stacji Stargard, który połączy infrastrukturę kolejową z ZCP, budowie zaplecza obsługującego podróżnych zmieniających środek transportu, budowie parkingów dla pojazdów i rowerów. W ramach tego projektu przebudowana zostanie ul. Towarowa w celu zapewnienia bezpieczeństwa ruchu osobom korzystającym z ZCP (w tym pieszym i rowerzystom) oraz budowa ronda na skrzyżowaniu ul. Szczecińskiej, Bema, Towarowej i 11 Listopada w Stargardzie.

b) Centrum-śródmieście

Należy rozpocząć prace planistyczne nad przebudową ul. Kard. S. Wyszyńskiego, tak by nadać jej funkcje reprezentatywne Miasta i przyjazne turystom i mieszkańcom.

Działanie 4: Wprowadzenie nowoczesnych form monitoringu Miasta

Dokończenie inwestycji w zakresie rozszerzenia monitoringu wizyjnego Miasta, ze szczególnym uwzględnieniem Starówki i Centrum. Dokończenie tej inwestycji przyczyni się do zwiększenia poczucia bezpieczeństwa mieszkańców i turystów.

Wprowadzenie systemów zabezpieczeń przed pożarem i kradzieżą w obiektach historycznych, zwłaszcza w kościołach.

Działanie 5: Podjęcie współpracy z miastami na szlakach turystycznych przebiegających przez Stargard.

Szlaki turystyczne są ważną częścią składową turystyki miejskiej i kulturowej. Wypromowanie szlaków turystycznych wpisanych w Strategię Rozwoju Turystyki, gdzie Miasto Stargard pozostaje ważnym ogniwem łączącym, wydaje się być najważniejszym zadaniem na najbliższe lata. We współpracy z innymi gminami i miastami leżącymi na ww. szlakach należy podjąć działania konsolidacyjne i promocyjne. Brak informacji w tej sferze jest dzisiaj poważną przeszkodą w odnalezieniu przez potencjalnego turystę tych interesujących miejsc na mapie turystycznej regionu i kraju. Miasto Stargard mogłoby stać się koordynatorem działań w tym zakresie i zaproponować spójny program promocji i reklamy opisanych szlaków turystycznych w regionie. Niezbędna jest w tym zakresie również dynamiczna kampania reklamowa, oparta na wystawieniu billboardów przy drogach dojazdowych i tranzytowych, jak również w innych miastach, opisujących i informujących o wydarzeniach kulturalnych, ciekawych miejscach itp.

Działanie 6 : Organizacja imprez kulturalno-artystycznych

Należy stworzyć szeroki program działań w zakresie organizacji imprez kulturalno-artystycznych na terenie Miasta. Bardzo ważnym jest ożywienie jakościowe i ilościowe tej działalności poprzez stworzenie wieloletniego programu imprez o charakterze festiwalu, przeglądów i konkursów, jak również wypromowanie kilku imprez o charakterze masowym, które powinny być zlokalizowane w plenerze najlepiej w obrębie Starego Miasta. Ciekawą inicjatywą jest prowadzona od dwóch lat rekonstrukcja historyczna z wojny 30. Letniej, organizowana przez MAH w Stargardzie w ramach Dni Stargardu. Cieszy się ona ogromnym zainteresowaniem, w ciągu dwóch dni w 2015 r. obejrzało ją około

10 000 osób.

Ponadto, na stałe w harmonogramie imprez powinny znaleźć się różnego rodzaju tematyczne jarmarki i festyny, oparte o tradycje średniowieczne, hanzeatyckie wynikające z historii Miasta. Warto jest też organizować widowiska nie tylko historyczne, np. mapping, teatry uliczne itp. które uatrakcyjniłyby pobyt turystom w Stargardzie. W ramach współpracy pomiędzy różnymi instytucjami, stowarzyszeniami i Urzędem Miasta, powinno wypracować się wspólną promocję z zakresu takich dziedzin jak:

- Literatura – konkursy i przeglądy prozy i poezji, również autorów związanych z regionem i Miastem, stworzenie i wypromowanie konkursu lub przeglądu dramaturgicznego.
- Plastyka – podniesienie rangi wernisaży artystów-plastyków tworzących w Mieście jak i zaproszonych gości. W tym celu należy wypromować Bramę Wałową, która jest miejscem spotkań artystów, twórców i ludzi kultury. Brama Wałowa jest siedzibą Stargardzkiego Stowarzyszenia Miłośników Sztuk Plastycznych „BRAMA”, która pełni funkcje nowej siedziby stowarzyszenia. Miejsce to pełni rolę Nowej Galerii jako miejsca ekspozycyjnego dla artystów. Powinno się także upowszechniać plenery plastyczne odbywające się w Stargardzie.
- Teatr – ożywienie działalności teatralnej i animacji w tej dziedzinie zarówno dla dorosłych, młodzieży i dzieci, w tym również osób niepełnosprawnych. Wyrażna potrzeba stworzenia formuły cyklu festiwalu teatralnych o różnej tematyce, dla różnego odbiorcy i z zaproszonymi artystami oraz zespołami teatralnymi (forum teatrów dla dzieci, festiwal teatrów alternatywnych, spektakle uliczne, warsztaty teatralne).
- Film – podtrzymanie tradycji istniejących amatorskich zespołów i pracowni filmowych, wprowadzenie warsztatów technik filmowych jako imprezy ponad instytucjonalnej. Wypromowanie festiwalu lub przeglądu np. filmów o określonej tematyce, filmów animowanych lub dokumentalnych, np. o historii kultury ludzi – mieszkańców pogranicza lub historii tzw. ziem odzyskanych. Muzyka i piosenka – propozycja większej ilości koncertów i przeglądów zespołów muzyki klasycznej i sakralnej. Wpisanie na stałe do kalendarza imprez odbywających się w Stargardzie, w ramach współpracy między samorządami warsztatów jazzowych, które od trzech lat z sukcesem realizuje Powiat Stargardzki. Rozbudowa dotychczas organizowanych przeglądów i festiwalu piosenki, zarówno poetyckiej jak i studenckiej, a także aktorskiej i rozrywkowej.
- Balet i taniec – z uwagi na znakomite warunki sali widowiskowej w SCK, warto byłoby

stworzyć rodzaj przeglądów zespołów tańca współczesnego, z programem adresowanym dla dorosłych oraz młodzieży i dzieci. W tym celu, należy poprawić infrastrukturę amfiteatru, by organizowane tam eventy i koncerty na stałe wpisane w kalendarium imprez kulturalnych Stargardu.

- Kabaret – ta bardzo popularna ostatnio forma estradowa znajduje w ramach stałego cyklu lub pojedynczych imprez szerokie grono odbiorców w różnym wieku. W Stargardzie z sukcesem spotkania kabaretowe organizuje Towarzystwo Przyjaciół Stargardu w swojej siedzibie w „Piwnicy” pod Ratuszem. Należy również kontynuować rozpoczęte cykliczne spotkania z kabaretem organizowane corocznie w ramach obchodów Dni Stargardu przez Miasto, pod nazwą Stargardzka Noc Kabaretowa.
- Fotografia – od kilku lat organizowane są wystawy plenerowe w Parku Chrobrego na terenie danych umocnień obronnych Stargardu. Wystawy dotyczą fotografii, dawnych dziejów miasta, czy różnych konkursów, rocznic itp. Należy kontynuować ten sposób upowszechniania wiedzy.

5.1.2 ROZWÓJ TURYSTYKI ROWEROWEJ

Turystyka rowerowa jest coraz bardzo popularną formą spędzania wolnego czasu. Mimo, że ośrodki miejskie są często omijane przez takiego turystę, to w tym przypadku należy wziąć pod uwagę szczególne położenie Stargardu w sąsiedztwie atrakcyjnych przyrodniczo obszarów. Ponadto Stargard może pełnić ważną rolę komunikacyjną ze względu na łatwość dotarcia tutaj koleją.

Działanie 1: Umieszczenie Stargardu w dokumentach programowych dotyczących rozwoju turystyki rowerowej.

Stargard został wpisany w program rozwoju turystyki rowerowej „Koncepcji międzynarodowych tras rowerowych w województwie zachodniopomorskim” opracowywanej przez Regionalne Biuro Gospodarki Przestrzennej Województwa Zachodniopomorskiego oraz „Koncepcji Funkcjonalno – Użytkowej Zintegrowanego Systemu Tras Rowerowych Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego”.

Działanie 2: Budowa ścieżek rowerowych.

Budowa ścieżek rowerowych komunikujących z Centrum Przesiadkowym ze Startym Miastem i zabytkami, które stanowią atrakcje Stargardu, a następnie połączenie komunikacyjne ze szlakami czy ścieżkami wytyczonymi poza obszar Miasta.

Działanie 3: Wykorzystanie węzła kolejowego w zdobyciu turysty.

Konieczne jest stworzenie warunków dla tego rodzaju turystów poprzez organizację sieci pociągów, które są przystosowane do przewożenia rowerów, co jest ogromnym udogodnieniem w planowaniu tras rowerowych. Drugą możliwością jest stworzenie wypożyczalni rowerów w sąsiedztwie dworca kolejowego, coraz więcej krajów w Europie oraz Miast w Polsce korzysta z takiego rozwiązania. Np. w Szwajcarii koleje oferują tego typu usługi, w Austrii wypożyczenie rowerów możliwe jest na 167 stacjach kolejowych, łącznie z zorganizowanym systemem ich zwrotu na różnych stacjach). Ponadto należy wprowadzić usługi agencji turystycznej w zakresie wędrowek rowerowych w całej Europie, łącznie z informacją o międzynarodowych połączeniach kolejowych oferujących przewóz rowerów.

5.1.3 ROZWÓJ TURYSTYKI WODNEJ Z WPROWADZENIEM ELEMENTÓW TURYSTYKI SPECJALISTYCZNEJ

W rozwoju turystyki wodnej należy wykorzystać tereny rekreacyjne wokół Miasta.

Działanie 1: Zagospodarowanie rzeki Iny

Stworzenie interesującego szlaku wodnego wzdłuż koryta rzeki Iny, który rozpoczyna się od granic Miasta (czyli od miejsca, gdzie Ina wpływa do Stargardu), aż do obszaru Puszczy Goleniowskiej i dalej do ujścia Odry powyżej jeziora Dąbie. W 2009 roku opracowano program „STARGARD NAD INĄ” program zagospodarowania rekreacyjnego terenów przyległych do rzeki Iny i Krąpieli w granicach miasta Stargardu.

Wstępna koncepcja zagospodarowania nabrzeża rzeki Iny w Centrum Miasta – załącznik nr 5.

Działanie 2: Zagospodarowanie jeziora Miedwie

Zagospodarowanie jeziora Miedwie, np. pod nazwą Lacus Maduae. Jezioro Miedwie nie ma opracowanej koncepcji zagospodarowania. By była ona spójna, gminy leżące wokół jeziora Miedwie, powinny nawiązać współpracę między sobą. Koncepcja zagospodarowania powinna uwzględniać unikatowe walory przyrodnicze oraz historyczne Jeziora Miedwie i bezpośredniej okolicy. W dokumencie „Pomerania” również zwrócono uwagę na potrzebę spójności zagospodarowania Jeziora Miedwia. Koncepcja ta mogłaby nazywać się Lacus Maduae. Powinna zawierać również spójne plany modernizowania i przebudowy całej bazy do obsługi turystów zlokalizowanej nad jeziorem Miedwie. Dotyczy to w szczególności podniesienia standardów bazy hotelowej i gastronomicznej, unowocześnienia takich obiektów jak: pola namiotowe i campingi oraz stworzenia w standardzie europejskim pola carawaningowego (dostępność wszystkich mediów dla wozów parkujących). Należy również przygotować bazę do obsługi ruchu turystycznego wyspecjalizowanego w takich dyscyplinach jak, m.in.: żeglarstwo czy windsurfing.

Dla uatrakcyjnienia można by poszerzyć wachlarz dyscyplin o inne, jak hippika, myślistwo. Chodzi tu głównie o obiekty zaplecza technicznego do obsługi, remontu i serwisu sprzętu sportowego oraz stajni.

Działanie 3: Organizacja obozów treningowych dla sportowców wyczynowych, a nawet kadry zawodowej.

Wykorzystanie warunków do uprawiania sportów wodnych nad jeziorem Miedwie oraz rzecze Inie, a także wykorzystanie obiektów sportowych OSiR w Stargardzie, jak choćby krytego basenu pływackiego - obiekt pływalni miejskiej powstał w 1935 roku.

OSiR posiada ciekawą ofertę dla mieszkańców i turystów na swoich obiektach, m.in. naukę pływania, aquafitness i inne. Żeby uatrakcyjnić i rozszerzyć ofertę należy zmodernizować basen, w tym także o funkcję rehabilitacyjną np. hydromasaże oraz mobilne urządzenia do hydrorehabilitacji, a także o pomieszczenia związane z odnową biologiczną, tj. caldarium, grota lodowa, sauna fińska, łaźnia i kamienne ławy podgrzewane. Dzięki tej niezbędnej modernizacji zostanie poszerzona oferta dla mieszkańców, a przede wszystkim dla coraz bardziej wymagającego turysty. W Stargardzie ma szansę zaistnieć także tzw. turystyka uzdrowiskowa.

Obecnie w Stargardzie turyści mogą skorzystać z infrastruktury sportowo-rekreacyjnej:

- kortów tenisowych,
- sauny,

- basenu,
- groty solnej,
- siłowni,
- fitness klubu,
- hali sportowej,
- stadionu miejskiego "Błękitni",
- stadionu miejskiego lekkoatletycznego "Pomorze",
- lodowiska (sezonowo).

5.1.4 ROZWÓJ TURYSTYKI SPECJALISTYCZNEJ

Działanie 1: Zagospodarowanie dawnej bazy lotniczej w Kluczewie

Lotnisko w Kluczewie jest obiektem, który stwarza idealne warunki do rozwoju turystyki specjalistycznej.

Pierwsze obiekty na terenie lotniska w Kluczewie zostały zbudowane przez Niemców w latach 1925-1927. Rozbudowano je w okresie II wojny światowej. Następnie teren ten został przejęty przez wojska Armii Radzieckiej i służył jako jedna z największych baz lotniczych w Zachodniej Polsce. Do 1992 roku stacjonowały tam najnowsze typy samolotów bojowych. Zachowane schrono-hangary dla samolotów, podziemne stanowisko dowodzenia, pas startowy o długości 2500 m szerokości 60 m, drogi kołowania i płyty postojowe o pow. 5 ha stanowią dużą atrakcję turystyczną dla potencjalnych pasjonatów militariów i lotnictwa. Warto rozważyć możliwość stworzenia w obiektach na terenie lotniska rodzajów muzeum lub miejsc wystawienniczych, opowiadających o najnowszej historii wojskowości i lotnictwa. Z uwagi na wielkie zainteresowanie obecnie tym tematem wśród młodzieży oraz towarzystw hobbystycznych, warto organizować na terenie lotniska różnego rodzaju plenerowe imprezy masowe o tematyce militarnej i lotniczej m.in. jak:

- pokazy sprzętu lotniczego (airshow)
- zloty starych pojazdów wojskowych
- widowiska historyczno-wojskowe pokazujące historię najnowszą w oparciu o działania organizacji, towarzystw, grup animacyjnych promujących taką tematykę
- organizacja młodzieżowych obozów przetrwania (survival)
- zawody modeli latających
- zawody na orientację / zawody na orientację z wykorzystaniem odbiorników GPS

W chwili obecnej odbywają się tam imprezy cykliczne masowe, takie jak „Czerwone Lotnisko” zlot pojazdów militarnych, czy Festyn św. Krzysztofa, Old Town Festival.

5.1.5 ROZWÓJ TZW. TURYSTYKI UZDROWISKOWEJ

Działanie 1: Przygotowanie koncepcji projektu zagospodarowania wód termalnych

Należy rozpocząć przygotowania stworzenia programu do rozwoju tzw. turystyki uzdrowiskowej, opartej o turystę pobytowego, który odwiedzałby miejscowe obiekty z myślą o leczeniu i rehabilitacji oraz o aktywnym wypoczynku sportowym.

Należy w tym wypadku przeprowadzić badania i stworzyć plany wykorzystania leczniczych walorów solanki czerpanej z podziemnych pokładów, a wykorzystywanej w tej chwili jedynie w celach grzewczych. W oparciu o to źródło wody można by wybudować kompleks obiektów rekreacyjnych, w tym baseny i termy.

W Strategii Rozwoju Turystyki dla Województwa Zachodniopomorskiego do roku 2015, jako priorytetowe przewiduje się działania mające na celu stworzenie powiązań pomiędzy realizacją funkcji turystycznej i rekreacyjnej miejscowości i terenów z nią sąsiadujących a infrastrukturą obiektów uzdrowiskowych. Działanie to ma na celu wykreowanie produktów turystyki zdrowotnej, uznawanych w standardach europejskich za najbardziej nowoczesne i konkurencyjne. Produkty te proponują w wyniku komercjalizacji całościową ofertę, składającą się z usług ułatwiających wypoczynek, rehabilitację, regenerację i profilaktykę zdrowotną.

5.1.6 ROZWÓJ USŁUG DLA TURYSTÓW

5.1.6.1 BAZA HOTELOWA

Na terenie Stargardu istnieje siedem obiektów hotelowych:

- Hotel "104" - zbudowany został w 1988 roku razem z halą sportową, a następnie odsprzedany Władzom Miasta, zlokalizowany jest w pobliżu stadionu jako obiekt Klubu Sportowego "Błękitni", Administratorem jest OSiR Spółka z o.o. Hotel posiada 49 miejsc noclegowych w pokojach z łazienkami i natryskami.

- Hotel PTTK – to 3-kondygnacyjny budynek zbudowany w roku 1878. Jest jednym z niewielu budynków ocalałych przed zniszczeniem w 1945 roku w rejonie Starego Miasta. Obecnie hotel dysponuje 30 miejscami noclegowymi w 20 pokojach i stanowi własność Zachodniopomorskiego Zespołu Gospodarki Turystycznej PTTK w Szczecinie.

- Hotel-restauracja “Mały Młyn” – znajduje się przy ulicy Gdańskiej w budynku z 1894 roku po dawnym młynie. Zbudowany z czerwonej cegły nad strumieniem dopływu rzeki Iny – Młynówki. Hotel posiada 17 pokoi, 3 apartamenty oraz pokój przyjazny osobom niepełnosprawnym, winiarnię i restauracją na około 100 miejsc oraz parking strzeżony. W regionie zachodniopomorskim uzyskał ocenę jako obiekt 3-gwiazdkowy, jest obiektem prywatnym.

- „Hotel Restauracja Spichlerz” - hotel znajduje się w dawnym zespole zabytkowych spichlerzy składa się z dwóch obiektów - leżowego i płaskiego, wybudowanym w XIX wieku. Należał on do Stargardzkiego Rolniczego Towarzystwa Kupców i Sprzedawców. Po wojnie właścicielem były Polskie Zakłady Zbożowe, a następnie Spółka ELSTAR, która sprzedała go w 2000 roku, obecnie w rękach prywatnych. Hotel posiada 46 pokoi (jedno-, dwu-, i trzyosobowych, pokój przystosowany dla osób niepełnosprawnych). Restauracja z tarasem widokowym, która może pomieścić 120 osób.

- „Hotel Grodzki” - z 30 pokojami (1- i 2-osobowe oraz apartament) oraz SPA i salą konferencyjną. Jest to nowy hotel stylizowany na starą kamienicę. Nazwa i stylistyka niektórych pokoi przypomina o historycznej postaci stargardzkiego uczonego, poety, autora dzieł astronomicznych, kalendarzy i horoskopów Davidzie Herlitzu, zwanym Herlicusem.

- „Hotel Lord” - posiada 62 miejsca noclegowe, sale bankietowe, specjalizuje się w organizacji przyjęć okolicznościowych.

Miasto Stargard dysponuje bazą noclegową o zróżnicowanym standardzie, brak jest tanich miejsc noclegowych dla zorganizowanych grup. Już w rozdziale 2.3 tego dokumentu wspominaliśmy o potrzebie rozbudowy bazy hotelowej zdiagnozowanej między innymi w Strategii Rozwoju Społeczno- Gospodarczego Miasta Stargard punkt 1.2. Działania na rzecz rozwoju turystyki, rekreacji i sportu.

Działanie 1: Rozwój taniej bazy hotelowej

Obecnie na obszarze Stargardu nie ma taniej bazy noclegowej. Tego typu obiekty

(o niższym standardzie turystycznym) są niezbędne do obsługi zorganizowanych grup turystów pobytowych. Dotyczy to głównie grup dziecięcych i młodzieżowych (szkolnych i harcerskich), ale również turystów indywidualnych przybywających do Miasta na krótki pobyt, zarówno z kraju jak i zagranicy.

Należy podjąć działania w celu utworzenia schronisk młodzieżowych i hosteli. Warto rozpatrzyć zagospodarowanie na te cele obiektów będących własnością Miasta.

Obiekty te powinny zostać wpisane w międzynarodową mapę obiektów hotelarskich stowarzyszeń turystycznych takich jak: AIESEC i PTSM.

Działanie 2: Rozwój hoteli o podwyższonym standardzie.

Należy podjąć działania w celu znalezienia potencjalnego inwestora strategicznego w branży hotelarskiej, który będzie skłonny podjąć się inwestycji - wybudowania nowoczesnego hotelu tranzytowego. Hotelu o wysokim standardzie, z dużą ilością miejsc noclegowych, z zapleczem gastronomicznym, handlowym i usługowym oraz salą konferencyjną wraz z zapleczem (miejscem do możliwej organizacji biznesowych i firmowych spotkań, konferencji, eventów) do maksymalnej liczby uczestników w przedziale 400-500 osób.

Idealny inwestor to taki, który podjąłby ciężar finansowania inwestycji w całości, a jego strategia biznesowa pozwoliłaby na uzyskiwanie zysków z eksploatacji obiektu w perspektywie co najmniej 5 lat od otwarcia obiektu.

Przykłady operatorów sieci systemowych o wskazanym standardzie, których można by było rozpatrywać jako potencjalnych inwestorów:

Accor Hotels (sieć Ibis Hotels) Best Western Hotels, Louvre Hotels (Campanile, Kyriad Prestige, Premiere Classe) Hotel 500, Qubus Hotel Gromada, Gołębiwski.

5.1.6.2 BAZA GASTRONOMICZNA

Obecna baza gastronomiczna, którą posiada Miasto Stargard, to w głównej mierze małe, prywatne pizzerie, puby, lodziarnie, punkty sprzedaży gofrów oraz pojedyncze bary szybkiej obsługi, proponujące w swym serwisie menu potraw barowych. Coraz więcej powstaje restauracji zlokalizowanych na Starym Mieście, proponujących w swoim menu potrawy różnych kuchni. Brak jest jednak restauracji z potrawami kuchni regionalnej, czy staropolskiej oraz restauracji sieciowych z ogólnie znanym cateringiem. Jediną sieciową restauracją w Stargardzie jest SFINX.

Również w obrębie Starego Miasta jest restauracja serwujących dania kuchni orientalnej. W ostatnich latach powstało kilka pierogarni oraz barów, gdzie można tanio i smacznie zjeść.

Niestety przy Rynku Staromiejskim brakuje kawiarni z ogródkami, gdzie można by serwować regionalne wypieki.

Działanie 1: Rozwój nowych obiektów gastronomicznych.

Należy podjąć działania w celu stworzenia kompleksowego projektu znalezienia potencjalnych inwestorów i organizatorów tej sfery usług.

Warto podjąć dyskusję z potencjalnymi inwestorami sieciowymi, operatorami z branży gastronomicznej, których lokale i obiekty gastronomiczne mogłyby powstać i być zlokalizowane zarówno w obszarze Starego Miasta jak i Śródmieścia, okolic Dworca PKP i PKS oraz przy trasach wyjazdowych z Miasta. Jako potencjalnych inwestorów i partnerów należy wskazać operatorów występujących zarówno jako inwestorzy jak i partnerzy franchising'owi. Warto wymienić choćby kilka marek w tej branży, których obecność w Stargardzie byłaby jak najbardziej pożądana i ustawiłaby Miasto w szeregu nowoczesnie rozwijających się ośrodków w tym rejonie Europy:

COFFE- BARY

- Coffeeheaven
- Mercer'sGourment Coffee
- Daily Cafe Tchibo
- Nescafé
- Segafredo
- Wild Bean Café
- Wayne's Coffee

RESTAURACJE I SNACK-BARY:

McDonald's.

American Restaurants - sieć restauracji KFC i Pizza Hut.

Działanie 2: Rozwój lokali o charakterze gastronomiczno-rozrywkowym

W ofercie turystycznej Stargardu mało jest lokali o charakterze gastronomiczno-rozrywkowym, funkcjonujących jako lokale nocne, proponujące odwiedzającym atrakcyjny program muzyczny, taneczny, kabaretowy, ale też formę spędzania czasu polegającą na wspólnym śpiewaniu (szanty, karaoke, itp.).

5.2 ROZWÓJ ZASOBÓW LUDZKICH

Turystyka poza wymiernym znaczeniem dla gospodarki Stargardu jest również ważną sferą społeczną, w ramach której następuje kształtowanie i rozwój postaw ogólnospołecznych, głównie tych dotyczących wartości krajoznawczych, przyrodniczych i kulturowych. Jednak aby osiągnąć cel należy mimo wszystko podjąć działania uświadamiające i edukacyjne społeczeństwa.

Działanie 1: Wychowanie dla turystyki

Przedmiotem działania jest tworzenie i rozwijanie kadr pracujących z dziećmi i młodzieżą zarówno w ramach swoich obowiązków zawodowych jak i aktywności poza zawodowej. Mowa tutaj głównie o animatorach turystyki, nauczycielach, osobach prowadzących kluby i koła turystyczne, a także o członkach towarzystw turystycznych.

W ramach działania proponuje się organizowanie systemów szkoleń i kursów, mających na celu odpowiednie ukierunkowanie kadr tworzących turystykę dzieci i młodzieży tak, aby kształtowały one postawy pro-turystyczne u dzieci i młodzieży i były w stanie należycie wykorzystać infrastrukturę turystyczną Miasta. Szkolenia powinny obejmować zarówno tematykę krajoznawczą jak i praktyczną umiejętność prowadzenia wycieczek i obozów.

Wśród przewidywanych narzędzi wsparcia przewiduje się produkcję materiałów pomocniczych w postaci np. programów o historii Miasta, materiałów edukacyjnych opracowanych w ciekawy sposób, np. aplikacje na telefony, tablety itp., broszury i publikacje dotyczących atrakcji turystycznych Miasta, adresowanych do młodego odbiorcy.

W toku realizacji działania możliwe jest również organizowanie imprez i konkursów mających na celu zainteresowanie dzieci i młodzieży walorami turystycznymi Stargardu. Zakłada się m.in. realizowanie działań typu organizacja rajdów i imprez turystycznych.

Działanie 2: Kształtowanie społecznych kadr ruchu turystycznego

Niezbędnym dla prawidłowego funkcjonowania turystyki jest istnienie społecznych kadr turystyki. Mowa tu o członkach organizacji pozarządowych mających na celu rozwijanie i animowanie turystyki. Ich działania kształtują często postawy pro-turystyczne społeczności lokalnych oraz rozwijają zainteresowania wartościami krajoznawczo - przyrodniczymi.

Stworzenie systemu szkoleń dla liderów i członków organizacji i stowarzyszeń statutowo realizujących działania dla dobra turystyki, przyczyni się do ich skuteczniejszego działania. Poprawa jakości funkcjonowania organizacji pozarządowych przyczyni się do większego zainteresowania społecznego rozwojem funkcji turystycznej regionu oraz większej aktywizacji społeczności lokalnej na polu realizacji zainteresowań turystyczno-krajoznawczych.

W ramach działania możliwa jest realizacja szkoleń obejmująca takie grupy jak: liderzy i członkowie stowarzyszeń i izb turystycznych, prowadzący koła turystyczne działające przy szkołach i domach kultury, liderzy i członkowie klubów turystycznych, nauczyciele, pracownicy świetlic, przedszkoli.

5.3 WSPARCIE MARKETINGOWE

Marketing w turystyce jest dzisiaj nieodzownym procesem informowania o istniejącej ofercie produktów w tej dziedzinie i ulega dynamicznemu rozwojowi. Jako zjawisko obejmuje swym zakresem zarówno informację turystyczną jak i promocję. Wszystkie działania marketingowe spełniają bardzo pomocną funkcję, przede wszystkim w zwiększaniu konkurencyjności sektora turystyki i wszystkich jego produktów. Tylko przez skuteczne komunikowanie Miasto Stargard jest w stanie przekazać swój tak dopracowywany wizerunek wszystkim odbiorcom usług turystycznych. Ponieważ nawet najlepiej przeprowadzone inwestycje w infrastrukturze turystycznej i doskonale zorganizowane produkty turystyczne nie zaczną pracować dla dobra Miasta, dopóki informacja o nich nie dotrze do zainteresowanych i nie zostanie stworzony silny i spójny wizerunek Miasta jako konkurencyjnego rynku turystycznego.

Działanie 1: Koordynacja działań promocyjnych

Utworzenie jednostki koordynującej, która byłaby elementem spajającym strategiczne i bieżące działania wszystkich zainteresowanych. Takim koordynatorem nadrzędnym mogłaby być Stargardzka Organizacja Turystyczna, która łączyłaby, godziłaby oraz promowała wspólne oferty gmin Powiatu Stargardzkiego innych członków należących do SOT. Opracowanie oraz wdrożenie przez SOT kierunków rozwoju tej organizacji, pomogłoby w znacznym stopniu rozwiązać w przyszłości takie problemy jak:

- przepływ informacji pomiędzy wszystkimi stronami,
- wyjście informacji i promocja sektora turystyki na zewnątrz,
- zawiązanie ścisłego kontaktu z mediami (prasa, radio, telewizja, portale internetowe) na szczeblu lokalnym, regionalnym i ogólnopolskim,
- zawiązanie kontaktu, relacji i współpracy w tej samej sferze działań w regionie, kraju i za granicą,
- koordynacja bieżących działań,
- upowszechnianie i kształtowanie wizji rozwoju turystyki wśród mieszkańców Miasta oraz innych Gmin Powiatu Stargardzkiego.

Działanie 2: Współpraca z Zachodniopomorską Regionalną Organizacją Turystyczną.

Należy podjąć działania ze ZROT poprzez wsparcie działań Stargardzkiej Organizacji Turystycznej, która znajduje się w jej strukturach, a Gmina Miasto Stargard należy do SOT. Wspólne działanie i kooperacja w zakresie wspólnego marketingu regionu wypromuje zarazem samo Miasto. Cel ten osiągnąć można tylko poprzez ścisłą współpracę i koordynację działań wszystkich regionalnych podmiotów gospodarki turystycznej. Dotyczy to planowanych i przemyślanych działań zarówno na płaszczyźnie koncepcyjnej jak i na płaszczyźnie wykonawczej.

Działanie 3: Promocja Stargardu w ramach działań marketingowych prowadzonych przez Szczeciński Obszar Metropolitalny.

Zgodnie z zapisami Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 dla Województwa Zachodniopomorskiego w ciągu najbliższych lat zakłada się promocje metropolii jako miejsca o znaczeniu międzynarodowym. Będzie ona ukierunkowana na kształtowanie międzynarodowego znaczenia Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego. Upowszechnienie regionu na arenie międzynarodowej to szeroko rozumiana praca nad podnoszeniem jego rangi i konkurencyjności

poprzez reklamowanie tego, co stanowi o jego europejskości. To między innymi promowanie unikatowych wartości środowiska przyrodniczego, znaczenia ośrodków naukowych i wszelkich przymiotów kultury narodowej poprzez udział w różnych imprezach o randze międzynarodowej (np. w festiwalach, targach, wystawach, itp.). W związku z powyższym należy podjąć przemyślane działania marketingowe i promocyjne Stargardu.

Działanie 4: Wpisanie Kolegiaty NMP Królowej Świata na listę zabytków UNESCO

Kolegiata NMP Królowej Świata jest obiektem o dużej wartości historycznej – jej walory architektoniczne stanowią wartość, dzięki której może pretendować do miana obiektu wpisanego na listę zabytków UNESCO. Istnienie na terenie Stargardu obiektu tej rangi znacznie podwyższa jego wartość turystyczną. Jest to związane również z promocją budowli i Stargardu na całym świecie, a także daje szanse na dodatkowe źródła finansowania w ramach programów skierowanych wyłącznie na renowację i rewitalizację obiektów znajdujących się na liście UNESCO. Pierwszy krok na drodze wpisania na listę UNESCO został osiągnięty, kiedy – „Kościół pod wezwaniem Najświętszej Marii Panny Królowej Świata, budynki plebanii oraz zespół obwarowań miejskich, na który składają się odcinki murów oraz Brama Młyńska (Portowa), Brama Wałowa, Brama Pырzycka, Baszta Białogłówka, Baszta Jeńców, Baszta Tkaczy (Lodowa), Baszta Morze Czerwone i trzy basteje, został uznany za Pomnik Historii Prezydenta RP⁵.

Działanie 5: Skuteczne wdrażanie w działania promocyjne istniejących rozwiązań marketingowych. Przykłady:

Opracowanie merytoryczne a nawet formalne, we współpracy z agencjami reklamowymi, systemu wydawania materiałów promocyjnych dla poszczególnych produktów markowych i typów turystyki w Mieście (foldery, broszury, ulotki, przewodniki, mapy, plany, katalogi, zdjęcia, znaki graficzne, loga, itp.).

Wprowadzenie w życie kampanii marketingowo-reklamowej skupionej wokół określonego typu turystyki lub produktu i realizowane w określonym czasie (np. rok, 2 lata). Kampania taka byłaby prowadzona w mediach, tygodnikach ogólnopolskich, portalach internetowych (turystycznych i ogólnych), centrach handlowych, w dużych miastach w kraju (Warszawa, Poznań, Wrocław, Katowice) i za granicą (np. Berlin, Kopenhaga). W postaci: reklamy zewnętrznej (w tym billboard), reklamy na środkach transportu miejskiego (autobusy i tramwaje) i przystankach tej komunikacji. Dotyczy to również tego typu działań w samym Mieście.

Przygotowanie i dystrybucja prezentacji multimedialnych i filmów promocyjno-

⁵ Rozporządzeniem Prezydenta RP z dnia 17 września 2010 r. (Dz.U. 2010 nr 184 poz. 1236).

reklamowych w Stargardzie i regionie. Rozpowszechnianie takich filmów może mieć miejsce np. na pokładzie promów płynących z Niemiec i Skandynawii, projektorach na terenie terminali lotnisk, pokładach rejsowych i czarterowych autobusów, samolotów i pociągów, na ekranach elektronicznych kiosków informacji turystycznej, czy projektorach umieszczonych na przejściach granicznych z Niemcami. Podnoszenie świadomości turystycznej mieszkańców Stargardu. m.in. poprzez regionalne i lokalne programy turystyczne w TV (zarówno sieci kablowej, analogowej i cyfrowej) oraz publikacje i artykuły w gazetach i czasopismach.

Promocja i reklama dużej cyklicznej imprezy masowej, realizowanej w Stargardzie, poprzez stały kontakt z mediami zarówno regionalnymi jak i krajowymi (głównie centrach stacji telewizyjnych).

Usprawnienie systemu informacji turystycznej poprzez budowę zintegrowanego analogowego systemu informacji turystycznej, w tym głównie rozwój sieci centrów czy punktów informacji turystycznej w Mieście, regionie oraz w punktach recepcji turystów.

Udział w stworzeniu polsko-niemieckich placówek informacji turystycznej na terenach przygranicznych i wzajemne powiązanie informacji turystycznej. Budowa zintegrowanego cyfrowego systemu informacji turystycznej, w tym rozwój informacji poprzez Internet (m. in. system rezerwacji usług), serwisów turystycznych informujących o dostępnej ofercie turystycznej Miasta. Serwisy te należy włączyć do systemów polskich i międzynarodowych. Muszą one funkcjonować przynajmniej w trzech wersjach językowych: polskiej, angielskiej i niemieckiej, a optymalnie jeszcze w duńskim, szwedzkim, holenderskim, francuskimi hiszpańskim. Niezbędnym jest stworzenie serwisu dla wodniaków, turystów specjalistycznych (golf, nurkowanie, jeździectwo, myślistwo, sporty ekstremalne, survival), turystyki przyrodniczej (edukacja przyrodnicza, obserwacja fauny i flory), turysty rowerowego, zmotoryzowanego, turysty kulturowego i pasjonata militariów i wojskowości, czy turysty z dziećmi. Wdrażanie nowych technologii, wspierających dystrybucję informacyjną, jak system geograficznej informacji przestrzennej w postaci map cyfrowych, trójwymiarowe animacje, prezentacje zdjęć i filmów z odgłosami życia natury. Również wykorzystanie telefonii komórkowej do przekazywania informacji: przekazy SMS, MMS, i innych nowoczesnych aplikacji, wykorzystanie systemów mobilnej nawigacji, w tym on-line, do celów promocji turystycznej.

Stworzenie kompleksowej i nowoczesnej bazy danych o ofercie turystycznej Stargardu, czyli systemu pozyskiwania, przetwarzania i aktualizacji danych, jako fundament działań systemu informacji turystycznej wewnętrznej i zewnętrznej.

W powstającej w ten sposób bazie danych nie może zabraknąć kalendarza imprez w Mieście podawanego do publicznej wiadomości z odpowiednim wyprzedzeniem (minimum jeden rok), a w przypadku imprez cyklicznych termin i miejsce kolejnej edycji z opisem historii i tradycji przedsięwzięcia.

6. GŁÓWNI ODBIORCY PRODUKTU TURYSTYCZNEGO

Na podstawie analizy ruchu turystycznego w regionie oraz w oparciu o rozmowy i konsultacje społeczne wyraźnie zarysował się nam obraz turysty pożądanego, który jednocześnie będzie zainteresowany zatrzymaniem się w Stargardzie.

- Turysta tranzytowy

Turysta tranzytowy to turysta przejeżdżający przez Miasto (zarówno indywidualny jak i grupowy). Należy podjąć działania, aby taki turysta chciał w nim pozostać na dłużej. Jako długość jego pobytu należy rozumieć czas do 48 godzin, należy więc skonsolidować wszystkie działania w celu wypromowania wszystkich produktów w turystyce, skierowanych na ten rodzaj odbiorcy. Należy więc udostępnić wszystkie usługi w jak najbardziej przyjaznej relacji wobec tego typu turysty (bliska, a nawet bezpośrednia dostępność nie tylko do obiektów i terenów o największej atrakcyjności, jak choćby Stare Miasto, ale również dostępność do sieci hotelowej, gastronomicznej oraz łatwość zdobywania informacji o Stargardzie i jego atrakcjach, walorach i propozycjach). Dostępność ta spowoduje, że decyzja o pozostaniu w Mieście zostaje szybko podjęta na "tak".

- Młodzież i grupy szkolne

Odwiedziny Stargardu przez młodzież i grupy szkolne są ważne w kształtowaniu świadomości historycznej dzieci i młodzieży, zarówno tej mieszkającej w Mieście i regionie, jak i tej przyjeżdżającej nawet z najdalszych regionów kraju. Młody odbiorca produktu turystycznego może ponownie powrócić tu za kilka lat, także ze swoją rodziną i znajomymi.

- Turysta zagraniczny

Położenie Stargardu, zarówno bliskość do granicy i obecność samych przejść granicznych w odległości do 100 kilometrów oraz fakt, że Stargard naturalnie znajduje się na linii dróg tranzytowych, prowadzących od zachodniej granicy na wschód do centrum kraju we wszystkich kierunkach, daje Miastu niesamowite możliwości w zdobywaniu turysty zagranicznego. Dotyczy to w większości zorganizowanych grup turystów z Niemiec i Skandynawii przejeżdżających tranzytem przez Miasto lub pobytowo odwiedzających tereny województwa zachodniopomorskiego. Ale dotyczy także turysty indywidualnego przybywającego zarówno z krajów "starej" Unii Europejskiej jak i nowych jej członków. To w głównej mierze młody mobilny turysta, zainteresowany

zwiedzaniem najdziwniejszych i często tajemniczych części naszego kontynentu. Należy go traktować jako turystę wyspecjalizowanego i doskonale zorientowanego w systemie funkcjonowania turystyki wg standardów europejskich i światowych. Pamiętajmy, że turysta przyjeżdżający do Stargardu wszystko to co zobaczy i zapamięta, przekaże dalej. Ważnym jest właśnie, żeby opinie te były jak najbardziej korzystne dla Miasta, a sam turysta chciałby tu powrócić.

Dlatego też ważnym jest przygotowanie całej gamy wielojęzycznych, nowych, uaktualnionych wydawnictw w formie broszur, informatorów, przewodników itp. Ważnym jest też zamieszczanie wielojęzycznych tablic informacyjnych zarówno przy obiektach historycznych jak i w miejscach publicznych – dworce, ciągi handlowe.

- Turysta – rodzina z dziećmi (turystyka rodzinna)

Coraz większą rolę w branży turystycznej odgrywa turystyka rodzinna. Stargard również ma szansę zdobyć takiego turystę, choćby ze względu na zasoby wodne (pobliskie Jezioro Miedwie, czy rzeka Ina). W celu pozyskania turysty- rodziny z dziećmi, należy rozszerzyć ofertę o ościennie gminy. Wspólna ofertę powinna stworzyć i wypromować Stargardzka Organizacja Turystyczna. W Stargardzie należy wprowadzić Questing, bo dzięki questom, w ciekawy sposób będzie przybliżana historia, legendy, czy promowane interesujące miejsca. Questy łączą rozmaite formy turystyki i aktywności terenowej, tak by turysta odwiedzający wybrane przez siebie miejsce mógł poczuć jego ducha i przeżyć autentyczne doświadczenie z nim związane. Oferta powinna być dostosowana tak, by całe rodziny wspólnie mogły zwiedzać korzystając z questów.

- Turysta specjalny

W zapisie Strategii Rozwoju Turystyki Województwa Zachodniopomorskiego do roku 2015 uwypuklono kierunek w zdobywaniu tzw. turysty specjalnego. Kategorię tę należy rozumieć jako dwie grupy niezależnych od siebie turystów, a nazwanych jako turysta:

- biznesowy – rozumiany jako osoba lub grupa osób odwiedzających Miasto w celu odbycia spotkań, konferencji, eventów, w ramach grupy zawodowej, firmy bądź przedsiębiorstwa. Ten rodzaj turysty na ogół korzysta z obiektów hotelowych, gastronomicznych oraz zaplecza w postaci sal konferencyjnych. W czasie wolnym natomiast chętnie skorzysta z innych propozycji i atrakcji jakie oferuje Miasto.

- handlowy – przyjeżdżający bądź przejeżdżający przez Miasto w celu dokonania transakcji handlowych. Turysta ten na ogół nie planuje dłuższego pobytu niż czas jaki wyznaczył sobie

na załatwienie spraw handlowych. Przygotowanie pod tego rodzaju osobę oferty turystycznej, jako uzupełniającej czas jego pobytu, może stać się dość poważnym źródłem przychodu w sektorze całej turystyki w Mieście.

7. WDRAŻANIE I MONITORING DZIAŁAŃ

7.1 WDRAŻANIE

„Strategia Rozwoju Turystyki dla Stargardu” ma wytaczać kierunki działania zmierzające do podniesienia atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej Miasta. Sam dokument nie jest jednak receptą na sukces. Aby niniejsza Strategia mogła przynieść zaplanowane efekty, konieczne jest sukcesywne jej wdrażanie, czuwanie nad jej realizacją i kontrolowanie jej przebiegu. Dlatego niezbędne jest stworzenie jednolitego systemu wdrażania i monitoringu, który zaangażuje wszystkie podmioty i instytucje zainteresowane rozwojem turystyki w Stargardzie. Strategia jest procesem długotrwałym, a samo opracowanie Strategii jest jedynie punktem wyjścia do konkretnych działań programowych. Konieczne jest stworzenie sprawnego i skutecznego systemu implementacji Strategii, który umożliwi włączenie w ten proces szerokiego grona uczestników rynku turystycznego, dostawców usług turystycznych oraz gestorów bazy noclegowej i produktów turystycznych. Dla realizacji Strategii niezwykle istotna jest budowa skutecznego partnerstwa na poziomie lokalnym. Udział lokalnych liderów oraz społeczności lokalnej będzie czynnikiem wspierającym lub w wielu przypadkach determinującym procesy implementacyjne. Zasadnicza odpowiedzialność w tej kwestii spoczywa jednak na władzach Miasta, do których należy realizacja polityki rozwojowej, w tym dbanie o rozwój gospodarki turystycznej.

Wszystkie podmioty zaangażowane we wdrażanie Strategii powinny podjąć współpracę na poziomie operacyjnym i strategicznym w jednej strukturze. Konieczne jest określenie „linii demarkacyjnej” pomiędzy działaniami podejmowanymi przez poszczególne podmioty, instytucje, organizacje, a tymi podejmowanymi na poziomie całego Stargardu. W szczególności dotyczy to rozwoju produktów turystycznych, zasobów ludzkich, wsparcia marketingowego oraz kształtowania przestrzeni turystycznej dla całego regionu.

W ramach realizacji poszczególnych działań zaproponowanych w Strategii, poszczególne podmioty w ramach swoich kompetencji powinny wspólnie uzgadniać plany inwestycyjne,

promocyjne, itp. Pozwoli to uniknąć powielania tych samych zadań oraz usprawni proces implementacji zadań zapisanych w Strategii.

7.2 MONITORING

Monitorowanie jest oparte na miernikach realizacji Strategii. Podstawowym zadaniem mierników jest wskazywanie na stopień realizacji określonych celów. Tak więc każdy miernik powinien być obiektywnie sprawdzalny (mierzalny). Ponadto powinno się określić podmiot (lub miejsce) odpowiedzialny za obliczanie, udostępnianie i przechowywanie wskaźnika.

Podmiotem odpowiedzialnym za monitorowanie realizacji Strategii Rozwoju Turystyki jest Wydział Kultury, Sportu i Turystyki Urzędu Miejskiego w Stargardzie. Monitoring powinien być przeprowadzany co najmniej raz na 2 lata. Niezbędne jest także ustalenie horyzontu czasowego, do którego wskaźnik powinien się odnosić. Wstępnie zakłada się, realizacja dokumentu nastąpi wraz z napływem środków unijnych w ramach pomocy strukturalnej 2014 – 2020, z perspektywą do 2023 roku. Poniżej przedstawione wskaźniki skupiają się na najważniejszych efektach proponowanych do realizacji działań, które są elementem realizacji celów Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Stargard.

Tabela 7. Wskaźniki monitoringu działań

CELE GŁÓWNE	MIERNIK/WSKAŹNIK	PODMIOT
Skuteczna promocja Stargardu	Ilość publikacji na temat Stargardu /szt.	MAH w Stargardzie; Książnica Stargardzka; Centrum Informacji Turystycznej; Urząd Miejski w Stargardzie

	Udział w targach turystycznych/ liczba dni targowych	Urząd Miejski w Stargardzie; Stargardzka Organizacja Turystyczna
	Długość tras oznaczonych pieszych wokół zabytków/ m	Urząd Miejski w Stargardzie
	Długość tras rowerowych na terenie Miasta / km	Urząd Miejski w Stargardzie
	Liczba zapytań o Stargard, telefonicznych, mailowych, osobistych	PTTK, CIT, biura podróży
	Liczba uczestników na organizowanych imprezach	Urząd Miejski w Stargardzie i jednostki podległe
	Liczba zamówień na usługę turystyczną	PTTK, CIT
	Liczba wejść do Muzeum	MAH
Optymalne wykorzystanie potencjału turystycznego miasta i okolic	Liczba udostępnionych obiektów do zwiedzania	Urząd Miejski w Stargardzie
	Liczba podświetlonych obiektów zabytkowych	Urząd Miejski w Stargardzie
	Liczba zrewitalizowanych obiektów zabytkowych	Urząd Miejski w Stargardzie
	Liczba projektów związanych z rozwojem turystyki	Urząd Miejski w Stargardzie, SOT, PTTK
	Liczba turystów w tym cudzoziemców korzystających z noclegów w Stargardzie	Urząd Miejski, CIT, hotele
	Liczba dzieci i młodzieży uczestniczących w	MAH, MDK, Urząd Miejski w Stargardzie, PTTK

	zorganizowanych formach turystyki	
	Liczba osób uczestniczących w imprezach plenerowych, kulturalnych i sportowych	SCK, MAH, Książnica Stargardzka, Urząd Miejski w Stargardzie
	Liczba odwiedzających obiekty zabytkowe i historyczne	MAH, związki wyznaniowe, CIT, MDK, Książnica Stargardzka
	Liczba pożarów i włamań do obiektów zabytkowych	Straż Pożarna, Policja,

Załączniki:

1. Możliwości finansowe - rozwój turystyki miejskiej i kulturowej.
2. Opis zabytków na terenie Starego Miasta.
3. Analiza ankiet.
4. Mapa. Trasy rowerowe w Stargardzie.
5. Koncepcja zagospodarowanie nabrzeża Iny.

8. BIBLIOGRAFIA

1. *Stargardzkie abc*, Edward Olszewski, Wydawca: Towarzystwo Przyjaciół Stargardu, Stargard 2001.
2. *Stargard Szczeciński*, Marek Ober, Wydawnictwo Arkady, Warszawa 1988.
3. *Z dziejów ziemi stargardzkiej*, praca zb. pod redakcją Bogdana Dopierały, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 1969.
4. J. Zenkner, *Stargard. Praktyczny Przewodnik Turystyczny*, Stargard 2012.
5. *Stargard Szczeciński*, Kazimiera Kalita - Skwirzyńska, Ossolineum, Gdańsk 1983.
6. *Raport „ETC Research Report 2005/1” European Travel Commission oraz WTO World Tourism Organisation.*
7. *Audyt Turystyczny Województwa Zachodniopomorskiego*, Szczecin 2013.
8. „STARGARD NAD INĄ” program zagospodarowania rekreacyjnego terenów przyległych do rzeki Iny i Krapieli w granicach miasta Stargardu, opr. Stowarzyszenie Pracowni Autorskich “AFIX” Spółka z o.o., Stargard 2009.
9. Projekt „Pomerania, opr. P. Owczarski, Szczeciński Obszar Metropolitalny.

