POWIAT WOŁOMIŃSKI

Strategia Rozwoju Turystyki Powiatu Wołomińskiego na lata 2021-2030

Zamawiający

Powiat Wołomiński

ul. Prądzyńskiego 3

05-200 Wołomin

Wykonawca

EU-CONSULT sp. z o.o.

ul. Toruńska 18C, lokal D

80-747 Gdańsk

Wołomin 2021

SPIS TREŚCI

Wstęp **4**

Streszczenie **7**

1. Koncepcja rozwoju turystyki w powiecie wołomińskim **10**

1.1 Analiza SWOT 10

1.2 Misja i wizja Powiatu Wołomińskiego w zakresie turystyki 15

1.3 Drzewo celów 16

1.4 Uzasadnienie wyboru zadań przypisanych poszczególnym celom 17

Rozwój oferty turystycznej na terenie powiatu wołomińskiego 17

Promocja obszaru Powiatu Wołomińskiego 35

Współpraca międzyinstytucjonalna w zakresie turystyki 43

2. Wdrażanie strategii **48**

2.1. Koordynacja wdrażania strategii 53

2.2. Harmonogram działań 55

2.3. Monitoring wdrożenia 59

3. Finansowanie **68**

4. Analiza zbieżności Strategii z dokumentami wyższego rzędu **70**

4.1. Poziom regionalny 70

4.2. Poziom krajowy 71

4.3. Poziom europejski 72

5. Zakończenie **73**

6. Spis elementów graficznych w dokumencie **78**

Wstęp

Strategia Rozwoju Turystyki Powiatu Wołomińskiego na lata 2021-2030 stanowi dokument planistyczny, zarysowujący cel powiatu, jakim jest zwiększenie atrakcyjności obszaru jako potencjalnej destynacji turystycznej poprzez wzmocnienie otoczenia instytucjonalnego działającego na rzecz turystyki oraz wypromowanie produktu turystycznego. Dokument stanowi długofalowy scenariusz wskazujący na działania, jakie należy podjąć w celu osiągnięcia zamierzeń postawionych przed branżą turystyczną.

Biorąc pod uwagę specyfikę powiatu, dokument przewiduje wykorzystanie potencjału turystycznego regionu w kierunkach turystyki:

- Historyczno-kulturowej;
- Przyrodniczej.

Na terenie powiatu mogą być tworzone produkty turystyczne obejmujące następujące formy turystyki:

Turystyka aktywna: turystyka wodna (m.in. w oparciu o rzeki Liwiec i Bug), turystyka rowerowa (w oparciu o szlaki i trasy rowerowe istniejące na terenie powiatu oraz wykonywane w ramach kolejnych inwestycji), turystyka konna, turystyka piesza.
Turystyka rekreacyjna i wypoczynkowa – przede wszystkim skierowana do mieszkańców aglomeracji warszawskiej, obejmująca również posiadaczy domów i działek letniskowych.

Turystyka biznesowa –szkoleniowa, motywacyjna i integracyjna.

Turystyka kulturowa – realizowana w oparciu o posiadane zasoby dziedzictwa kulturowego, materialne oraz niematerialne.

Turystyka pielgrzymkowa i religijna - związana z motywami religijnymi lub religijno-poznawczymi, których głównym celem są miejsca związane z historią religii, miejscami kultu religijnego, wydarzeniami o charakterze religijnym oraz obiekty sakralne.

Turystyka weekendowa – jako oferta skierowana do mieszkańców aglomeracji warszawskiej, pozostająca w ścisłym związku z turystyką rekreacyjną i wypoczynkową, a w kontekście kryterium motywacji z turystyką aktywną i kulturową.

Ekoturystyka - forma turystyki, która wykształciła się jako alternatywa w stosunku do turystyki masowej, kładąca nacisk na minimalizowanie negatywnego wpływu na środowisko przyrodnicze i społeczności lokalne.

Podczas opracowywania dokumentu korzystano ze zróżnicowanych metod badawczych oraz technik gromadzenia i analizy danych, tj.:

- **Analizy danych zastanych** – polegającej na analizie istniejących już dokumentów krajowych, europejskich, regionalnych oraz lokalnych, dotyczących przedmiotu opracowania, danych pochodzących ze statystyk publicznych oraz będących w posiadaniu powiatu;
- **Narzędzi komunikacji pisemnej** – umożliwienie przedstawianie opinii, uwag, pytań, komentarzy na specjalnie do tego przygotowanych formularzach (konsultacje pisemne);
- **Badania ankietowego** – realizowanego poprzez umożliwienie uczestnictwa w konsultacjach w formie wyrażania swojej opinii, z wykorzystaniem specjalnie do tego celu przygotowanych ankiet, kwestionariuszy etc.;
- **List mailingowych** do zainteresowanych podmiotów;
- **Narzędzi komunikacji elektronicznej** poprzez stronę internetową www.powiat-wolominski.pl; www.wyprawaznaturaikultura.com.pl w szczególności: udostępnienie dokumentów, możliwość zadawania pytań, formularze internetowe, fora internetowe, sondy internetowe;
- **Wywiadów z zainteresowanymi podmiotami** – indywidualnych lub grupowych (tzw. spotkań fokusowych);
- **Interaktywnych spotkań konsultacyjnych online** w czasie rzeczywistym.

Zastosowana metodologia badawcza umożliwiła zgromadzenie aktualnych i kompletnych danych, dotyczących potencjału turystycznego powiatu wołomińskiego.

Przy opracowaniu Strategii kluczową rolę pełnił zrealizowany proces konsultacji społecznych[1]. Konsultacje społeczne projektu Strategii rozpoczęte zostały 13 listopada 2020 r. Planowany termin zakończenia konsultacji wyznaczono na dzień 31 maja 2021 r. Szczegółowy przebieg procesu konsultacji społecznych realizowanych na terenie powiatu wołomińskiego zawarto w *Załączniku 2 Raport z konsultacji społecznych* do niniejszego dokumentu.

[1] Konsultacje społeczne przeprowadzono na podstawie art. 32 ust. 1 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie powiatowym (Dz. U. z 2020 r. poz. 920) oraz § 3 Zasad i trybu przeprowadzania konsultacji społecznych z mieszkańcami, radą działalności pożytku publicznego lub organizacjami pozarządowymi i podmiotami wymienionymi w art. 3 ust. 3 ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie, stanowiących załącznik do uchwały nr XIX-211/2020 Rady Powiatu Wołomińskiego z dnia 28 maja 2020 r. w sprawie przyjęcia „Zasad i trybu przeprowadzania konsultacji społecznych z mieszkańcami, radą działalności pożytku publicznego lub organizacjami pozarządowymi i podmiotami wymienionymi w art. 3 ust. 3 ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie".

Streszczenie

Niniejszy dokument przedstawia najistotniejsze cele powiatu wołomińskiego w zakresie rozwoju turystyki na lata 2021-2030. W dokumencie wyznaczono trzy cele strategiczne, jakimi są:

- ROZWÓJ OFERTY TURYSTYCZNEJ;
- WYPROMOWANIE POWIATU WOŁOMIŃSKIEGO, JAKO MIEJSCA ATRAKCYJNEGO TURYSTYCZNIE;
- POWSTANIE SILNEGO OTOCZENIA INSTYTUCJONALNEGO DZIAŁAJĄCEGO NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI.

Analiza przeprowadzona do wykonania niniejszego dokumentu wykazała występowanie unikalnego charakteru przyrodniczego i atrakcyjnych walorów środowiska naturalnego (m.in. Doliny rzek Bug i Liwiec, obszary łęgowe, obszary Natura 2000) oraz rozpoznawalnych atrakcji o charakterze historycznym (m.in. miejsce zwycięskiej bitwy 1920 r. pod Ossowem, Bazylika Św. Trójcy w Kobyłce, Pałac w Chrzęsnem). Elementy te mogą stanowić impuls do rozwoju **turystyki przyrodniczej oraz historyczno-kulturowej**, zaś bliskość Warszawy może spowodować, że obszar powiatu będzie miejscem atrakcyjnym dla mieszkańców dużych ośrodków miejskich i turystów biznesowych.

Rozwój turystyki na obszarze powiatu wołomińskiego wymaga dużej koncentracji sił i środków w celu utworzenia produktów turystycznych, atrakcyjnych dla potencjalnych nabywców. Uwarunkowania wynikające z położenia geograficznego, bliskości aglomeracji warszawskiej, specyfiki powiatu i jego atutów w postaci środowiska naturalnego, ciekawej historii oraz jej widocznych śladów w postaci zabytków wskazują na duże możliwości w zakresie kreowania produktów turystycznych.

Wokół tych możliwości, mogących generować dla powiatu wołomińskiego wartość dodaną w zakresie postrzegania go jako potencjalnej destynacji turystycznej, zbudowane zostały cele szczegółowe, które umożliwią osiągnięcie trzech wskazanych celów strategicznych.

CEL STRATEGICZNY 1: ROZWÓJ OFERTY TURYSTYCZNEJ

1.1 Rozwój oferty produktowej na terenie powiatu wołomińskiego

Zadanie 1. 1. 1 Kreowanie i rozwój produktów turystycznych
Zadanie 1.1.2 Opracowanie programu rozwoju tradycyjnego produktu lokalnego.
Zadanie 1.1.3 Opracowanie propozycji tematycznych zwiedzania i aktywnego korzystania z zasobów przyrodniczych powiatu skierowanej do zróżnicowanych grup odbiorców.

***1.2* Rozwój oferty wydarzeń turystycznych i kulturalnych**

Zadanie 1.2.1 Organizacja cyklicznych wydarzeń turystycznych.
Zadanie 1.2.2 Organizacja obchodów roku patronackiego.
Zadanie 1.2.3 Współorganizacja z innymi organizacjami i JST wydarzeń plenerowych i rekonstrukcji o zasięgu ponadlokalnym.

***1.3* Rozwój oferty imprez o charakterze sportowym i rekreacyjnym**

Zadanie 1.3.1 Współpraca z NGO w zakresie konkursów na organizację biegów, rajdów zawodów sportowych, itp.
Zadanie 1.3.2 Współorganizacja z innymi JST wydarzeń sportowych o zasięgu ponadlokalnym.

***1.4* Rozwój infrastruktury okołoturystycznej, sportowej i rekreacyjnej**

Zadanie 1.4.1 Opracowanie programu rozwoju turystycznej infrastruktury towarzyszącej.

Zadanie 1.4.2 Poprawa zagospodarowania obszarów atrakcyjnych pod względem turystycznym i rekreacyjnym.

Zadanie 1.4.3 Rozbudowa i modernizacja infrastruktury turystycznej (w tym dostosowanie obiektów do potrzeb osób z niepełnosprawnościami).

Zadanie 1.4.4 Rozbudowa sieci dróg rowerowych i szlaków turystycznych z uwzględnieniem potrzeb ruchu turystycznego.

CEL STRATEGICZNY 2: WYPROMOWANIE POWIATU WOŁOMIŃSKIEGO, JAKO MIEJSCA ATRAKCYJNEGO TURYSTYCZNIE

2.1 Rozwój portalu turystycznego

Zadanie 2.1.1 Opracowanie i wdrożenie wspólnego kalendarza imprez odbywających się w poszczególnych miejscach powiatu.

Zadanie 2.1.2 Promocja portalu turystycznego za pomocą dostępnych narzędzi marketingowych.

2.2 Budowa marki powiatu jako atrakcyjnej destynacji turystycznej

Zadanie 2.2.1 Opracowanie programu budowania marki powiatu jako atrakcyjnej destynacji turystycznej.

Zadanie 2.2.2 Opracowanie i wdrożenie księgi znaku turystycznego.

Zadanie 2.2.3 Opracowanie i wdrożenie wspólnej kampanii promocyjnej produktów turystycznych.

2.3 Rozwój informacji turystycznej

Zadanie 2.3.1 Opracowanie i wykonanie materiałów promocyjnych i informacyjnych.

Zadanie 2.3.2 Opracowanie i umieszczenie tablic powitalnych i pożegnalnych.

Zadanie 2.3.3 Stosowanie logotypu Powiat Wołomiński wyprawa z naturą i kulturą.

3 CEL STRATEGICZNY 3: POWSTANIE SILNEGO OTOCZENIA INSTYTUCJONALNEGO DZIAŁAJĄCEGO NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI

3.1 Wzmocnienie roli turystyki w samorządach lokalnych

Zadanie 3.1.1 Organizowanie Forum Turystycznego Powiatu Wołomińskiego.

Zadanie 3.1.2 Utworzenie Centrum Informacji Turystycznej.

3.2 Utworzenie grup branżowych – instytucji prowadzących działalność w obszarze turystyki

Zadanie 3.2.1 Prowadzenie współpracy z miejscowymi artystami, rękodzielnikami, zespołami ludowymi oraz pozostałymi osobami/podmiotami związanymi z krzewieniem lokalnego dziedzictwa kulturowo-historycznego.

Zadnie 3.2.2 Inspirowanie współpracy pomiędzy organizatorami tych samych form turystyki.

3.3 Współpraca z organizacjami pozarządowymi pożytku publicznego w obszarze turystki i kultury

Zadanie 3.3.1 Wspieranie działań i współpraca z Lokalną Organizacją Turystyczną i innymi organizacjami.

1. KONCEPCJA ROZWOJU TURYSTYKI W POWIECIE WOŁOMIŃSKIM

1.1 ANALIZA SWOT

Zgodnie z przeprowadzoną analizą SWOT w ramach diagnozy potrzeb powiatu w zakresie rozwoju turystyki, mimo znacznego potencjału turystycznego powiatu wołomińskiego, wynikającego przede wszystkim z wyjątkowych walorów przyrodniczych, jak i historii związanej z obszarem, potencjał ten jest w znacznej mierze niewykorzystywany. Nie wynika to jednak tylko z dostępnej infrastruktury – ta bowiem systematycznie ulega rozbudowaniu bądź poprawie z uwzględnieniem aktualnych potrzeb. Jednym z głównych problemów jest brak utrwalonej marki turystycznej powiatu i jej promocji**,** zarówno w ujęciu lokalnym (rynek aglomeracji warszawskiej) regionalnym, krajowym, jak i międzynarodowym. Powinny zatem zostać podjęte spójne i skuteczne działania, skoncentrowane na usystematyzowaniu, ujednoliceniu i rozpropagowaniu turystycznej oferty powiatu, m.in. poprzez systematyczne uzupełnianie i aktualizowanie informacji zawartych na stronach internetowych powiatu i stronach poszczególnych gmin, w tym z wykorzystaniem odnośników odsyłających

zainteresowanych do stron/zakładek i aplikacji poświęconych poszczególnym atrakcjom. Stanowiłoby to zarówno wsparcie dla promocji powiatu, jak i dla lokalnych przedsiębiorców działających w szeroko pojętej branży turystycznej – wzajemna współpraca między obiema stronami przyczyniłaby się ponadto do zwiększenia spójności wewnętrznej w powiecie, pozwoliłaby na bliższe i pełniejsze uczestnictwo w procesie rozwoju powiatu zaangażowanych w to działanie osób, a także na bieżące zgłaszanie i reagowanie na pojawiające się trudności czy problemy.

Powinny również zostać opracowane i rozpropagowane propozycje tematyczne zwiedzania i aktywnego korzystania z zasobów przyrodniczych, historycznych i kulturowych powiatu skierowane do zróżnicowanych grup odbiorców (rodzin z dziećmi, osób aktywnych fizycznie, seniorów, przedstawicieli środowiska biznesowego itp.). Promocja marki turystycznej powiatu powinna ponadto przybrać formę marketingu szeptanego i marketingu bezpośredniego, wykorzystywanych m.in. przy okazji wydarzeń kulturalnych odbywających się cyklicznie w powiecie, a które przyciągają nie tylko ludność miejscową, ale również przyjezdnych z pozostałej części kraju oraz z zagranicy. Prócz tego, należy uwzględnić konieczność rozwoju tych gałęzi turystyki, które nie są wykorzystywane w wystarczającym stopniu, tj. przede wszystkim oferty turystyki biznesowej w gminach zlokalizowanych w pobliżu aglomeracji warszawskiej. Ze względu na atrakcyjne położenie, warunki przyrodnicze, jak i odpowiednio niższe ceny, potencjał ten powinien być promowany i rozwijany.

Punkty zawarte w analizie SWOT wynikają wprost z przeprowadzonych konsultacji dokumentu oraz analizy stanu turystyki wynikającej z przeprowadzonego audytu turystycznego powiatu Wołomińskiego.

Tabela 1 Analiza SWOT

SILNE STRONY	SŁABE STRONY
• Dobre skomunikowanie powiatu pomiędzy poszczególnymi gminami oraz z pozostałą częścią województwa (rozbudowana sieć drogowa) • Duża powierzchnia obszarów zielonych, w tym obszarów chronionych i Obszarów Natura 2000 • Unikatowe uwarunkowania przyrodnicze, w tym tereny chronione rozlewiskowe i bagienne cenne ze względów ornitologicznych z występującą tam unikalną fauną i florą • Potencjał do rozwoju turystycznych produktów liniowych – dostosowanych do potrzeb turystów metropolii warszawskiej • Duży potencjał do rozwoju turystyki weekendowej, rekreacyjnej, aktywnej dzięki rozwiniętej ofercie szlaków rowerowych	• Konkurencja ze strony innych powiatów oraz niewystarczająca promocja atutów Powiatu Wołomińskiego • Brak rozpoznawalności marki turystycznej Powiatu Wołomińskiego • Niewystarczająca informacja turystyczna i promocja powiatu • Rozproszenie informacji dotyczących turystycznej oferty powiatu i niedostateczna aktualizacja stron www. • Niewystarczające wykorzystanie potencjału przyrodniczego, historycznego i kulturowego obszaru w celach turystycznych • Koncentracja ścieżek rowerowych na terenach w pobliżu stolicy przy równoczesnym niewystarczającym ich zagęszczeniu w pozostałych gminach

• Obecność na terenie powiatu rzek wykorzystywanych w celach turystycznych • Cykliczne wydarzenia kulturalne na skalę regionalną, krajową i międzynarodową • Wyjątkowa historia powiatu, związana przede wszystkim z historią wojny polsko-bolszewickiej i Bitwą Warszawską 1920 r. oraz Cyprianem Kamilem Norwidem. • Często prowadzone działania na rzecz podniesienia świadomości ekologicznej mieszkańców • Wysoki poziom rozwoju samoorganizacji w ramach ruchu Kół Gospodyń Wiejskich (wysoko rozwinięta tradycja kulinarna - wyroby domowe i cukiernicze na wysokim poziomie) • Wzrost zainteresowania turystyką lokalną (bliskość Warszawy)	• Niewystarczające dostosowanie istniejącej infrastruktury do potrzeb osób niepełnosprawnych • Zły stan techniczny części zabytków • Brak współpracy pomiędzy gminami powiatu wołomińskiego w obszarze stymulacji rozwoju ruchu turystycznego na tym terenie. • Brak integracji działań pomiędzy podmiotami publicznymi i pozarządowymi • Niska świadomość o znaczeniu turystyki w rozwoju lokalnym (także wśród władz samorządowych). • Niewyjaśnione stany prawne nieruchomości mogących służyć rozwojowi turystyki

SZANSE	ZAGROŻENIA
• Bliska odległość od m. st. Warszawy (potencjalni turyści turystyki weekendowej i aktywnej) • Systematyczny szybki rozwój gospodarczy powiatu i poszczególnych jego gmin • Rozwój trendu turystyki biznesowej i weekendowej • Duża liczba turystów zagranicznych z krajów rosyjskojęzycznych oraz z Niemiec • Możliwość wykorzystania środków zewnętrznych na realizację projektów turystycznych pod warunkiem utworzenia partnerstw terytorialnych	• Rozwój powiatu spolaryzowany na części wokół stolicy powiatu (Wołomina) i części gmin bezpośrednio graniczących z Warszawą oraz na część w relatywnym oddaleniu od Warszawy • Bogata oferta kulturowa i rekreacyjna Warszawy • Zagrożenie ponownego wystąpienia sytuacji epidemicznej w przyszłości, mającej duży wpływ na funkcjonowanie sfery turystyki (zarówno w ujęciu ogólnokrajowym, jak i w samym powiecie wołomińskim) • Postępująca degradacja obiektów zabytkowych • Niekorzystne zmiany demograficzne (struktura demograficzna) – postępujące starzenie się społeczeństwa

1.2 MISJA I WIZJA POWIATU WOŁOMIŃSKIEGO W ZAKRESIE TURYSTYKI

Misja powiatu wołomińskiego w zakresie rozwoju turystyki:

Powiat Wołomiński wspierający rozwój oferty turystycznej poprzez wzmocnienie otoczenia instytucjonalnego oraz promocję naturalnych walorów przyrodniczych historycznych i kulturowych.

Wizja powiatu wołomińskiego w zakresie turystyki prezentuje się następująco:

Powiat Wołomiński zielona równina bogata przyrodą, historią i kulturą z rozpoznawalną marką turystyczną i dobrze rozwiniętymi usługami.

W perspektywie do 2030 roku powiat wołomiński będzie dysponował bardziej rozpoznawalną marką turystyczną, w tym utworzonym produktem turystycznym. Tym samym zwiększy swoją atrakcyjność dla **turystyki przyrodniczo-wypoczynkowej i historyczno-kulturowej**. Zdynamizowaniu ulegnie również rozwój bazy noclegowej, gastronomicznej oraz rozrywkowej, które towarzyszą turystyce. To z kolei przełoży się na ogólną **poprawę sytuacji gospodarczej regionu** oraz **wzrost jakości życia mieszkańców**.

1.3 DRZEWO CELÓW

W poniższej tabeli zaprezentowano wykaz celów strategicznych oraz odpowiadających im celów szczegółowych, wynikających z opracowanego audytu turystycznego oraz przeprowadzonych konsultacji dokumentu sytuacji dotyczącej turystyki w powiecie wołomińskim.

Tabela 2. Wykaz celów strategicznych i szczegółowych

Cel strategiczny	Cele szczegółowe
1. *ROZWÓJ OFERTY TURYSTYCZNEJ*	1.1. Rozwój oferty produktowej na terenie powiatu wołomińskiego. 1.2. Rozwój oferty wydarzeń turystycznych i kulturalnych. 1.3. Rozwój oferty imprez o charakterze sportowym i rekreacyjnym. *1.4.* Rozwój infrastruktury okołoturystycznej, sportowej i rekreacyjnej.
2. WYPROMOWANIE POWIATU WOŁOMIŃSKIEGO, JAKO MIEJSCA ATRAKCYJNEGO TURYSTYCZNIE	2.1. Rozwój portalu turystycznego. 2.2. Budowa marki powiatu jako atrakcyjnej destynacji turystycznej. 2.3. Rozwój informacji turystycznej.
3. *POWSTANIE SILNEGO OTOCZENIA INSTYTUCJONALNEGO DZIAŁAJĄCEGO NA RZECZ ROZWOJU TURYSTYKI*	3.1. Wzmocnienie roli turystyki w samorządach lokalnych. 3.2. Utworzenie grup branżowych – instytucji prowadzących działalność w obszarze turystyki. 3.3. Współpraca z organizacjami pozarządowymi pożytku publicznego w obszarze turystki i kultury.

Źródło: opracowanie własne EU_CONSULT sp. z o.o.

1.4 UZASADNIENIE WYBORU ZADAŃ PRZYPISANYCH POSZCZEGÓLNYM CELOM

Poniżej przedstawiono kierunki rozwoju turystyki, odpowiadające sformułowanym celom szczegółowym oraz wynikającym z nich zadań do realizacji w ramach strategii.

Rozwój oferty turystycznej na terenie powiatu wołomińskiego

Rozwój oferty produktowej na terenie powiatu wołomińskiego.

Zadanie 1.1.1 Kreowanie i rozwoju produktów turystycznych.

Pojęcie produktu turystycznego jest definiowane w literaturze szeroko. Odpowiednią definicją jest „Produkt turystyczny to zintegrowany układ oczekiwań, korzyści i wrażeń tworzących unikalną (niepowtarzalną) kompozycję trzech podróży: rzeczywistej, wyobrażonej i zapamiętanej". Produkt turystyczny jest pojęciem wielowymiarowym i wielowątkowym. Dla celów niniejszej Strategii produkt turystyczny rozumieć należy, jako oryginalną kompozycję walorów, dóbr i usług, umożliwiających ich turystyczne wykorzystanie podczas podróży turystycznej. Co więcej produkt turystyczny to dostępne na rynku dobra i usługi turystyczne umożliwiające ich planowanie, odbywanie, przeżywanie oraz gromadzenie doświadczeń z nimi związanych.

Zatem produkt turystyczny stanowi sumę usług turystycznych oraz dóbr i urządzeń turystycznych opartą na walorach turystycznych określonego obszaru. Produkt turystyczny ma charakter mieszany: materialny i niematerialny.

Ze względu na powszechność występowania dóbr turystycznych, produkt turystyczny może być zbudowany na wszystkim, co potencjalnie występuje w środowisku przyrodniczo–antropogenicznym, mając na uwadze uwarunkowania rynku turystycznego.

Powstanie kompleksowych produktów turystycznych jest warunkiem koniecznym dyskontowania przez mieszkańców korzyści gospodarczych i społecznych płynących z rozwoju turystyki. To produkt turystyczny jest „kołem zamachowym" rozwoju, ponieważ jest

magnesem przyciągającym turystów do konkretnego miejsca, a ich obecność to wzrost dochodów i zwiększona koniunktura, nie tylko w sferze typowo turystycznej, ale również w pozostałych sferach usługowych.

Na bazie przeprowadzonej diagnozy można stwierdzić, iż w chwili obecnej istniejący potencjał turystyczny nie jest w pełni wykorzystywany i nie przekłada się na istnienie zróżnicowanych produktów.

Rozwój turystyki obszaru, jest uzależniony od powstania oferty produktowej (turystycznej).

W Powiecie Wołomińskim występują pojedyncze atrakcje i walory, które można wykorzystać do tworzenia produktów turystycznych (np. obchody rocznicy Bitwy Warszawskiej 1920 r., Pałac w Chrzęsnem,). Są to bardzo dobre przyczynki do stworzenia profesjonalnie wykreowanych i wypromowanych produktów turystycznych. Niestety obecnie stanowią jedynie podstawę do ich stworzenia.

Dla każdej z istniejących atrakcji powinien zostać opracowany dokument rozwoju takiego punktu w kierunku wykorzystania turystycznego w ramach produktu liniowego. Obejmujący działania związane z udostępnieniem punktu turystom, marketingiem, zagospodarowaniem przestrzeni wokół punktu (parkingi samochodowe, rowerowe, itd.) oraz wykorzystaniem pobliskiej infrastruktury gastronomicznej i hotelowej. Celem każdego działania związanego z rozwojem produktów turystycznych jest aby każdy miał charakter komercyjny. Dlatego należy czynić starania żeby oferta przygotowana dla turysty miała taki charakter (bilety wstępu, pamiątki, itd.).

Programy przekształcenia istniejących atrakcji turystycznych w produkty turystyczne powinny dotyczyć przede wszystkim:

- Muzeum Bitwy Warszawskiej 1920 r.;
- Miasta Radzymin (w oparciu o Bitwę Cudu nad Wisłą);
- Pałacu w Chrzęsnem;
- Miasta Kobyłka – Bazylika Mniejsza pw. Świętej Trójcy;
- Miejscowości letniskowej Urle,

- Skansenu w Kuligowie.

W dalszej kolejności:

- Powiatowym Centrum Kultury Fabryczka w Wołominie;
- Muzeum Ziemi Tłuszczańskiej w Tłuszczu;
- Muzeum Pszczelarstwa w Kobyłce;
- Pałacu Briggsów w Markach;
- Domu św. Faustyny w Ostrówku;
- Muzeum Zofii Nałkowskiej w Wołominie;
- „Ośrodka etnograficznego" w Czubajowiźnie;
- Muzeum Kinematografii Jerzego Hoffmana w Zielonce.

Uzasadnieniem wyboru tych atrakcji jest możliwość utworzenia na ich podstawie produktów turystycznych z naciskiem na produkty liniowe (zaprezentowane poniżej) oraz wskazania przeprowadzonego audytu turystycznego powiatu wołomińskiego.

Immanentną cechą produktu turystycznego jest komplementarność i zróżnicowanie. Od strony metodologicznej produkt jest traktowany, jako zbiór użyteczności, dóbr i usług pozwalających na zaplanowanie podróży, jej odbycie oraz gromadzenie doświadczeń z nią związanych. Duże znaczenie w rozwoju turystyki mają produkty liniowe, łączące rozproszone atrakcje. Do każdego z przewidywanych produktów liniowych niezbędne jest działanie polegające na opracowaniu dokumentu o charakterze operacyjnym szczegółowo opisujące jego tworzenie i w dalszej kolejności jego komercjalizację.

Utworzone produkty liniowe i punktowe pozwolą na opracowanie komercyjnych produktów, przygotowanych, jako oferta rynkowa. Będzie to oferta skierowana głownie do turystów z Warszawy, jako propozycje jednodniowych wycieczek, jednocześnie stanowiących także ofertę dla indywidualnego turysty w formie turystyki weekendowej.

Przykłady tras jako produkty liniowe komercyjne:

- Szlak Bitwy Warszawskiej 1920 r. „Cud nad Wisłą";

- Szlak Norwidowski;

- Trasa wybitnych artystów: (Nałkowska, Konopnicka, Podkowiński, Lipiński, i. in.);

- Trasa dziedzictwa architektonicznego: Marki – zabudowa przemysłowa i pałac Briggsów, Zielonka - Dom Pomocy Społecznej wraz z parkiem, Kobyłka Parafia św. Trójcy, Tłuszcz – Muzeum Ziemi Tłuszczańskiej i Pałac w Chrzęsnem; Zespół dworski w Jadowie, dworek Hilarii Sobieskiej w Strachówce, zabudowa letniskowa i drewniana w Urlach i inne;

- Trasa dziedzictwa religijnego, obejmująca dobra materialne- sakralne: (Kobyłka – Parafia św. Trójcy, kościół św. Klemensa I Papieża i Męczennika w Klembowie kościół p.w. Znalezienia Krzyża Św. w Jadowie, Ostrówek – Dom św. Faustyny, Kaplica w Ossowie, Radzymin - Cmentarz poległych w wojnie 1920 r.) oraz miejsca związane z pobytem w nich ważnych postaci (Ząbki – ks. Popiełuszko, Lipinki – Duczki – Tłuszcz ks. Sylwester Zych), Droga Golgoty Narodu Polskiego w Radzyminie;

- Trasa etnograficzna: Muzeum pszczelarstwa w Kobyłce, Powiatowe Centrum Kultury Fabryczka w Wołominie, Skansen w Kuligowie.

- Trasa dziedzictwa zbrojnego: miejsca bitew i wydarzeń związanych z Powstaniem Kościuszkowskim, Bitwą Warszawską 1920 r., pobytem mjr Henryka Dobrzańskiego „Hubala" na terenie powiatu, Powstaniem Styczniowym, lotniskiem polowym z kampanii wrześniowej 1939 r. w Zielonce, miejscem lądowania Cichociemnych w gminie Dąbrówka.

- Trasa dziedzictwa przyrodniczego – obejmująca obszary Natura 2000 i obszary chronione;

- Trasa dziedzictwa gospodarczego – Marki – osiedle fabryczne dawnej przędzalni Briggsów, ślady kolejki mareckiej. Kobyłka – miejsce istniejącej w XIII w. manufaktury pasów kontuszowych, Skansen w Kuligowie, Tłuszcz – tradycje kolejarskie i zabytkowe lokomotywy.

Należy przy tym zauważyć że utworzenie konkretnej trasy wiąże się z różnym poziomem wkładu pracy w jej utworzenie. Niektóre trasy mimo dobrego pomysłu i bardzo dużych nakładów finansowych mogą nie uwzględniać niektórych atrakcji ze względu na

nieuregulowane kwestie własnościowe bądź posiadania obiektu przez osoby prywatne lub brak śladów materialnych i historycznych mogą nie zostać zamienione w produkty komercyjne.

Tworzenie tras powinno uwzględniać w swoich celach:

- Wspieranie społeczności lokalnych (rozwój lokalnej przedsiębiorczości, tworzenie miejsc pracy i dodatkowych źródeł dochodów, ochronę tradycyjnych zawodów);

- Zachowanie krajobrazu i wkład w ochronę dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego;

- Korzystanie z lokalnych zasobów (walorów przyrodniczych, kulturowych, bazy noclegowej i żywieniowej, usług i produktów miejscowych);

- Dostarczanie informacji i ułatwienie turystom dogłębniejszego poznania regionu, jego problematyki, lokalnych inicjatyw, działań, organizacji etc.;

- Promowanie niezmotoryzowanych form transportu oraz przyjaznych dla środowiska (łagodnych) form turystyki.

Punktem wyjścia do budowy produktów turystycznych powiatu jest opracowanie dokumentów operacyjnych, stanowiących scenariusz rozwojowy już istniejących lub planowanych atrakcji na terenie powiatu. Plan rozwoju produktu powinien zostać opracowany w oparciu o metodę partycypacyjną, której podstawową zaletą jest sięgnięcie do potencjału lokalnego oraz aktywizacji lokalnych społeczności.

Dla wymienionych produktów liniowych wskazane jest opracowanie dla każdego miejsca programu rozwoju produktu turystycznego zgodnie z poniższą tabelą.

Tabela 3 Elementy programu tworzenia produktu turystycznego

Element opisu	Treść
Nazwa produktu	Nazwa, pod którą oferowany będzie produkt turystyczny.
Grupa produktowa	Przyporządkowanie do grupy produktowej, do której należy produkt kierować.

Lider produktu	Wskazanie podmiotu, który deklaruje koordynowanie prac związanych z rozwojem produktu.
Obszar rozwoju produktu	Określenie (w ujęciu powiaty – gminy) obszaru, na którym rozwijane będą elementy produktu.
Koncepcja produktu	Krótki opis idei i przesłanek rozwoju produktu, wskazanie elementów potencjału regionu, na których bazuje oraz sposobu jego organizacji i funkcjonowania oraz roli w ofercie turystycznej regionu.
Kluczowi partnerzy	Wskazanie podmiotów, których udział jest niezbędny dla rozwoju produktu.
Wyróżniki produktu i potencjalne czynniki przewagi konkurencyjnej	Wskazanie tych elementów, dzięki którym produkt będzie konkurencyjny na rynku (tj. atrakcyjny dla odbiorców docelowych) oraz dzięki którym będzie się wyróżniał na rynku turystycznym.
Elementy produktu turystycznego	Identyfikacja składników produktu – jego elementów, komponentów (poszczególnych usług, atrakcji, obiektów) które będą tworzyć produkt.
Docelowa oferta turystyczna	Wskazanie docelowych ofert produktu, powstałych po scaleniu poszczególnych elementów oraz rozwoju brakujących komponentów produktu.
Kluczowe rekomendacje dla rozwoju i komercjalizacji produktu	Sugestie i rekomendacje ekspertów dotyczące formuły i kierunków wdrożenia produktu.
Kluczowe rekomendacje do komercjalizacji produktu	Wskazanie terminu, terytorium sprzedaży i sposobu rozwoju oferty oraz potencjalnych kanałów dystrybucji.

Rozwój produktu turystycznego, który byłby kołem zamachowym gospodarki turystycznej powiatu wołomińskiego musi być wsparty działaniami samorządów lokalnych oraz firm z branży turystycznej. Finansowanie obszarów produktu o charakterze infrastrukturalnym publicznym może być domeną JST ale projekty takie muszą być realizowane z uwzględnieniem partnerstw. Środki finansowe niezbędne do rozwoju mogą być pozyskane z Unii Europejskiej jednak w oparciu o zapisy projektu umowy partnerskiej dla zbliżającej się perspektywy budżetowej wymagają nowego podejścia ukierunkowanego na opracowaniu porozumień terytorialnych dla konkretnych produktów turystycznych, w tym nawiązanie kontaktów i współpraca z sąsiednimi gminami i powiatami. Projekt Umowy Partnerstwa na lata 2021-2027 wskazuje, że działania turystyczne będą mocno związane z dwoma celami. Celem nr 4 „Europa o silniejszym wymiarze społecznym” oraz celem 5 „Europa bliżej obywateli”.

Zadanie 1.1.2 Opracowanie programu rozwoju tradycyjnego produktu lokalnego.

Jako produkt lokalny należy rozumieć wyrób lub usługę, z którą utożsamiają się mieszkańcy regionu, produkowany w sposób niemasowy i przyjazny dla środowiska, z surowców lokalnie dostępnych. Produkt lokalny staje się wizytówką regionu poprzez wykorzystanie jego specyficznego i niepowtarzalnego charakteru oraz angażowanie mieszkańców w rozwój przedsiębiorczości lokalnej.

Produkt lokalny jest czymś, co mieszkańcy danego terenu uważają za tradycyjne i pospolite, a osoby z zewnątrz za specyficzne i niepowtarzalne. Przykład to potrawy przyrządzane w konkretnych okresach roku, w niektórych domach (związane np. ze żniwami lub postem), a poza danym regionem zupełnie nieznane lub zapomniane. Produkt lokalny to nie tylko artykuły spożywcze, ale także oryginalne pamiątki na bazie, których można kreować niepowtarzalny wizerunek. Opracowanie programu pozwoli na zacieśnienie współpracy z lokalnymi artystami, rękodzielnikami i innymi podmiotami związanymi z krzewieniem lokalnego dziedzictwa kulturowego, kulinarnego czy historycznego oraz jego wypromowanie w ramach powstających liniowych produktów turystycznych i włączenie ich jako kolejne punkty na proponowanych trasach lub ujęte w kalendarzach wydarzeń.

Zadanie 1.1.3 opracowaniu propozycji tematycznych zwiedzania i aktywnego korzystania z zasobów przyrodniczych powiatu skierowanej do zróżnicowanych grup odbiorców.

Dokument powinien zawierać propozycje do takich grup jak: rodziny z dziećmi, osoby aktywne fizycznie, seniorzy, przedstawiciele środowiska biznesowego itp. Zadanie powinno uwzględniać zrównoważony rozwój tych części powiatu, które mogą stanowić potencjał do zainteresowania turystów. Propozycje tematyczne powinny skupiać się na obszarach wyjątkowych na terenie powiatu tym samym, jak wynika z przeprowadzonego audytu turystycznego będą to doliny rzek Bug i Liwiec oraz obszary Natura 2000 i mogą dotyczyć rowerowych tras turystycznych, przepraw promowych w sezonie letnim czy stanowisk ornitologicznych do obserwacji ptaków.

Formy turystyki

Turystyka Aktywna

W podziale na turystykę wodną (m.in. w oparciu o rzeki Liwiec i Bug), turystykę rowerową (w oparciu o szlaki i trasy rowerowe istniejące na terenie powiatu oraz wykonywane w ramach kolejnych inwestycji), turystykę konną, turystykę pieszą.

Turystyka przyrodnicza nie koncentruje się wyłącznie na odwiedzaniu określonych miejsc przez osoby zainteresowane, lecz również na promocji ogółu obszaru jako terenu atrakcyjnego pod wglądem przyrodniczym. Biorąc pod uwagę potencjał przyrodniczy regionu, aktywne spędzanie czasu będzie szczególnie pożądane przez potencjalnych turystów.

Uwagę należy zwrócić na formę turystyki rowerowej, która jest coraz bardziej popularna i ma już swoje podstawy w infrastrukturze istniejącej na terenie powiatu.

Zaproponowane formy realizacji tej gałęzi turystyki powinny się koncentrować na:

- **Turystyce przyrodniczej** – organizowanej w celu poznawania i obserwacji świata przyrody zwłaszcza wymienione w analizie SWOT tereny bagienne występujące w powiecie wołomińskim w dużej ilości i pozwalające na obserwacje unikalnej fauny i flory (z uwzględnieniem obszarów chronionych powiatu wołomińskiego m. in. obszary zalewowe rzeki Bug, Rządza, Liwiec, w tym Nadbużański Park Krajobrazowy, Rezerwat Śliże, Horowe Bagno, Obszar Natura 2000 Dolina Liwca, Białe Błota, Łęgi Czarnej Strugi);
- **Birdwatching'u** – stanowiącego jedną z odmian turystyki przyrodniczej, obejmującej obserwację ptactwa w jego naturalnym środowisku. Bagienne uwarunkowania powiatu wołomińskiego sprzyjają życiu ptactwa na mokradłach, tym samym stanowią impuls do rozwoju tej formy turystyki;
- **Eko/agroturystyce** – stanowiącej alternatywę dla masowej turystyki, generującej negatywny wpływ na środowisko.

W zakresie utworzenia produktów liniowych w dziedzinie turystyki przyrodniczej należy wyznaczyć kierunki obejmujące obszary Natura 2000 i obszary chronione, trasy powinny być zaprojektowane wedle zasady zachowania krajobrazu i wkładu w ochronę dziedzictwa przyrodniczego. Korzystanie z lokalnych zasobów (walorów przyrodniczych, kulturowych, bazy noclegowej i żywieniowej, usług i produktów miejscowych) powinno być uregulowane w zakresie jak najmniejszego negatywnego wpływu na środowisko naturalne.

Turystyka rekreacyjna i wypoczynkowa

Skierowana przede wszystkim do mieszkańców aglomeracji warszawskiej, obejmująca również posiadaczy domów i działek letniskowych. W powiecie wołomińskim występują dwie główne destynacje turystyczne – miejska oraz wiejska. Rozwój turystyki miejskiej powinien być oparty o atrakcje związane z organizacją koncertów, imprez masowych, targów, wydarzeń wystawienniczych i festynów sezonowych w tym Bitwą Warszawską 1920 r. (dla turystyki historycznej i edukacyjnej) oraz o miejsca związane z dziejami osób błogosławionych (w przypadku turystyki religijnej). Na terenach wiejskich turystyka powinna się rozwijać w oparciu o zasoby przyrodnicze (turystka aktywna rowerowa, wodna i konna) oraz o produkt turystyczny związany z Cyprianem Norwidem. Destynacja wiejska powinna stworzyć przede wszystkim ofertę dla mieszkańców części miejskiej powiatu i aglomeracji warszawskiej.

Turystyka biznesowa

Przede wszystkim szkoleniowa, motywacyjna i integracyjna. Oparta w większej części o tereny miejskie skupione wokół Warszawy ze względu na rozwiniętą bazę konferencyjno-hotelową.

Turystyka kulturowa

Realizowana w oparciu o posiadane zasoby dziedzictwa kulturowego materialne oraz niematerialne. Turystyka historyczno-kulturowa staje się coraz popularniejszą formą wypoczynku. Ze względu na interesująca historię powiatu, cenne walory dziedzictwa kulturowego oraz rozpoznawalne w skali kraju wydarzenia mające na celu promocję tych walorów, kierunek ten uznać można za kluczowy względem przyszłych działań. Szczególnie

cenne mogą okazać się uroczyście organizowane na terenie powiatu kolejne obchody rocznicowe Bitwy Warszawskiej 1920 roku. Warte przy tej okazji jest wzmocnienie współpracy z Muzeum Wojska Polskiego którego filią będzie powstające Muzeum Bitwy Warszawskiej 1920 roku oraz zacieśnienie i wykorzystanie współpracy z miejscowymi artystami, rękodzielnikami, zespołami ludowymi oraz pozostałymi osobami/podmiotami związanymi z krzewieniem lokalnego dziedzictwa kulturowo-historycznego.

Turystyka pielgrzymkowa i religijna

Związana z motywami religijnymi lub religijno-poznawczymi, których głównym celem są miejsca związane z historią religii, miejscami kultu religijnego, rekolekcjami wydarzeniami o charakterze religijnym oraz obiektami sakralnymi. Przykładowa trasa dziedzictwa religijnego została przedstawiona na str. 20.

Turystyka weekendowa

Dotycząca przede wszystkim mieszkańców aglomeracji warszawskiej, pozostaje w ścisłym związku z turystyką rekreacyjną i wypoczynkową, a w kontekście kryterium motywacji z turystyką aktywną i kulturową.

Działania mające wpływ na ruch turystyczny w Powiecie Wołomińskim.

Rozwój oferty wydarzeń turystycznych i kulturalnych.

Zadanie 1.2.1 Organizowanie cyklicznych wydarzeń turystycznych.

Na terenie powiatu organizowane są wydarzenia, które mają szanse stać się wizytówkami powiatu wołomińskiego. Wymagają one jednak wsparcia organizacyjnego i marketingowego, które przyczyniłoby się do zwiększenia uczestnictwa w nich osób spoza powiatu. Wsparcie to jest niezbędne dla każdego wydarzenia ale w różnym stopniu. Na uwagę zasługują tu przede wszystkim:

- Uroczystości zwane Cud Nad Wisłą organizowane w sierpniu (14, 15 VIII) z okazji zwycięskiej Bitwy Warszawskiej 1920 r w sierpniu 1920 roku;

- W Korowodzie Weselnym Rodziców C.K. Norwida w Gminie Strachówka;

- Uroczystości upamiętniające rocznicę urodzin i chrztu Cypriana Norwida w Dąbrówce;

- Rekonstrukcja wydarzeń Powstania Kościuszkowskiego w Kobyłce;

- Uroczystość upamiętniająca zrzuty żołnierzy Cichociemnych na placówkę odbiorczą „Imbryk" pod Kołakowem, w Gminie Dąbrówka;

- „Huzarzy Śmierci" w wojnie polsko-bolszewickiej 1920 roku rekonstrukcja historyczna operacji pod Kuligowem; w Gminie Dąbrówka;

- Uroczyste obchody rocznicy śmierci gen. Franciszka Żymirskiego w Gminie Klembów;

- Międzynarodowy Festiwal Perła Baroku, w Gminie Kobyłka;

- Tłuszczańskie Biesiady z Książką, Gmina Tłuszcz;

- Uroczystości z okazji rocznicy pobytu w Krubkach-Górkach mjr. Henryka Dobrzańskiego „Hubala", Gmina Poświętne;

- Plenery malarskie: „Jadowskie klimaty", plenery rzeźbiarskie w Urlach, wspomnienie miejsc dzieciństwa Cypriana Norwida, Gmina Jadów;

- Uroczystości związane pobytem św. Faustyny w Ostrówku, gm. Klembów;

- Festiwal Muzyki Chóralnej Mater Misericordiae Towarzystwo Kultywowania Muzyki Chóralnej ARS ANTIQUA, Parafia Miłosierdzia Bożego w Ząbkach;

- Obchody Rocznicy Męczeńskiej Śmierci Błogosławionego ks. J. Popiełuszki, Gmina Ząbki.

Zadanie 1.2.2 Organizacja obchodów roku patronackiego.

Inicjatywa polegać będzie na wyznaczeniu każdego kolejnego roku realizacji Strategii rokiem patronackim sławnej osoby związanej z terenami powiatu wołomińskiego. W danym roku mogą być organizowane różnego rodzaju wydarzenia kulturalne w tym turystyczne zachęcające do odwiedzenia różnych miejscowości i instytucji z terenu powiatu wołomińskiego. Powiat Wołomiński obchodzi w 2021 roku obchody 200 rocznicy urodzin Cypriana Norwida. Na podstawie podjętej przez Radę Powiatu uchwały Zarząd Powiatu został upoważniony do działań zmierzających do promowania twórczości tej postaci na swoim terenie zwłaszcza w miejscach szczególnie związanych z Cyprianem Norwidem tzn. miejscowością Strachówka oraz Pałacem w Chrzęsnem gdzie znajduje się obecnie zbiór Norwidaliów. Działania takie przyczyniają się do wzmocnienia ruchu turystycznego opartego o turystykę historyczną.

Wśród zaplanowanych wydarzeń na rok 2021 uznany Rokiem Cypriana Norwida znajdują się między innymi:

- Spotkania tematyczne odbywające się ze znanymi i cenionymi osobami, środowisk norwidologów, filozofów, publicystów;
- Wernisaże i koncerty poświęcone twórczości Cypriana Norwida;
- Rajd rowerowy „Śladami Norwida”;
- Vademecum w Korowodzie Weselnym Rodziców Cypriana Norwida w Gminie Strachówka;
- Plener Malarski Poświęcony Norwidowi;
- Konferencja Naukowa wraz z Pokazem Multimedialnym i Biegiem Norwidowskim w rocznicę urodzin Cypriana Norwida;
- Uroczystości z okazji rocznicy Chrztu Świętego Cypriana Norwida;
- Ogólnopolski Festiwal Literacki „Przystanek Norwid”;

Zadanie 1.2.3 Współorganizacja z innymi organizacjami i JST wydarzeń plenerowych i rekonstrukcji o zasięgu ponadlokalnym.

Wydarzenia plenerowe w tym rekonstrukcja Bitwy Warszawskiej 1920 r., uroczystości rocznicowe akcji zrzutu Cichociemnych w Kuligowie „Weller 2”,Wydarzenie plenerowe Policjanci w obronie Ojczyzny w sierpniu 1920 r. „Huzarzy Śmierci w Kuligowie”, W Korowodzie weselnym rodziców Cypriana Norwida wymagają od władz samorządowych znacznych nakładów finansowych. Wspólna organizacja takich wydarzeń przez większą ilość podmiotów zwiększyłaby także zasięg ich oddziaływania, a tym samym wpłynęłaby na rozpoznawalność turystyczną powiatu wołomińskiego i poszczególnych gmin, w których organizowane są takie wydarzenia. Współorganizacja takich wydarzeń otwiera możliwości zastosowania szerszej i jednolitej w skali powiatu promocji, co także przekładałoby się na wzmożony ruch turystyczny i utrwalenie opinii, że warto pojawić się na takim wydarzeniu jeszcze raz lub zobaczyć inne atrakcje tego obszaru.

Powiat Wołomiński regularnie angażuje się w inicjatywy sportowe podejmowane przez organizacje i jednostki samorządu terytorialnego o charakterze najczęściej powiatowym ale także wojewódzkim lub ogólnokrajowym, z udziałem przedstawicieli powiatu wołomińskiego. Do współorganizowanych wydarzeń należą między innymi:

- Wyścig kolarski „Mały Wyścig Pokoju”.
- Energa Puchar Polski Mężczyzn w Unihokeju.
- Mistrzostwa Polski Młodzików w szermierce.
- Turniej piłki nożnej dla dzieci z okazji 100. Rocznicy Bitwy Warszawskiej 1920 roku.
- Pół-maraton Uliczny „Cud nad Wisłą”.
- Kolarski wyścig „Cud nad Wisłą”.

Rozwój oferty imprez o charakterze sportowym i rekreacyjnym.

Zadanie 1.3.1 Współpraca z NGO w zakresie konkursów na organizację biegów, rajdów, zawodów sportowych itp.

Na terenie powiatu wołomińskiego organizowane są cyklicznie imprezy o charakterze sportowym i rekreacyjnym, które mają szanse stać się wizytówkami powiatu. Uczestniczą w nich zarówno mieszkańcy powiatu jak i osoby z zewnątrz. W celu rozwoju produktu turystycznego konieczne jest wsparcie organizacyjne i marketingowe tych wydarzeń (oczywiście jak zostało zapisane w przypadku organizowania wydarzeń turystycznych, różne wydarzenia wymagają indywidualnego podejścia). Do tego typu wydarzeń można zaliczyć, m.in:

- Międzynarodowy Półmaraton Uliczny „Cud Nad Wisłą" Ossów - Radzymin;

- Bieg Cichociemnych – Krusze, Gmina Tłuszcz;

- Imprezy z cyklu Poland Bike Marathon, Gmina Marki;

- Kolarskie Uliczne Kryterium o Puchar Burmistrza Wołomina „Poland Bike Race" oraz Memoriał im. Stanisława Królaka w Wołominie.

- Zawody triatlonowe w Zielonce.

Istotą współpracy powiatu, JST z NGO w zakresie konkursów na organizację tego rodzaju wydarzeń jest zlecanie organizacjom pozarządowym organizacji wydarzeń sportowych i rekreacyjnych, odpowiadającym zapotrzebowaniu i gustom uczestników.

Zadanie 1.3.2 Współorganizacja z innymi JST wydarzeń sportowych o zasięgu ponadlokalnym.

Wydarzenia sportowe o zasięgu ponadlokalnym są organizowane w powiecie wołomińskim w różnych gminach. Przykładami takich wydarzeń są m. in. „Poland Bike Marathon" organizowany w Gminie Marki czy Bieg 1920 półmaraton „Cudu nad Wisłą" organizowany

naprzemiennie w Gminie Radzymin i Wołomin. Powiat Wołomiński występując w roli współorganizatora podnosi rangę takich wydarzeń oraz współfinansując dane zawody zwiększa szanse dotarcia do większej ilości zawodników biorących w nim udział. Współfinansowanie pozwala także na wypromowanie wydarzenia wśród większej ilości osób zainteresowanych daną dyscypliną sportową i w konsekwencji także wzmocnienie turystyki aktywnej. Wydarzenia o zasięgu ponadlokalnym przyciągają duże ilości kibiców i osób do konkretnych miejscowości w których są organizowane wpływając tym samym na ruch turystyczny i branżę okołoturystyczną całego obszaru.

Rozwój infrastruktury okołoturystycznej, sportowej i rekreacyjnej.

Zadanie 1.4.1 Opracowanie programu rozwoju turystycznej infrastruktury towarzyszącej.

Turystyczna infrastruktura towarzysząca umożliwia korzystanie z walorów i atrakcji, odgrywa także ważną rolę w kontekście zagospodarowania czasu wolnego mieszkańców i turystów. Przyczynia się również do dywersyfikacji oferty turystycznej.

Działanie polegające na opracowaniu programu rozwoju turystycznej infrastruktury towarzyszącej będzie miało na celu:

- Rozwój infrastruktury publicznej poprzez uregulowanie gospodarki parkingowej. Dla rozwoju turystyki w obszarach produktów turystycznych powinna powstać sieć parkingów zlokalizowanych w pobliżu atrakcji turystycznych regionu, takich jak zabytkowe cmentarze, miejsca pamięci, muzea, a także w pobliżu punktów informacji turystycznej, szczegółowe miejsca planowanych parkingów powinny wynikać z opracowanego programu.
- Zorganizowanie miejsc postojowych, umożliwiających chwilowe zatrzymanie się w pobliżu obiektów i atrakcji turystycznych, np. „zielone" parkingi w pobliżu lasów, rzek, historycznych budynków na szlakach (produktach liniowych).
- Powstanie punktów i platform widokowych, umożliwiających turystom podziwianie okolic, przede wszystkim w obszarach ochrony przyrody oraz Natura 2000, ze szczególnym uwzględnieniem doliny Bugu, Liwca. Zidentyfikowanie miejsc ciekawych przyrodniczo

i krajobrazowo, zorganizowanie punktów pod kątem uwarunkowań terenu będzie wynikało z zapisów programu.

- W zapisach programu powinien też być opracowany system stałego monitorowania stanu infrastruktury publicznej i okołoturystycznej.

Osobną kwestią jest współpraca z 12 gminami powiatu i prowadzenie lobbingu na rzecz umieszczenia w planach zagospodarowania przestrzennego zintegrowanych obiektów infrastruktury okołoturystycznej służącej potrzebom ruchu turystycznego.

Zadanie 1.4.2 Poprawa zagospodarowania obszarów atrakcyjnych pod względem turystycznym i rekreacyjnym.

Baza sportowo-rekreacyjna pozwoli na prawidłowe wykorzystanie walorów naturalnych oraz zapewni możliwość budowania oferty turystyki aktywnej. Rozwój bazy sportowo-rekreacyjnej jest niezbędnym elementem działań na rzecz rozwoju turystyki w powiecie wołomińskim ze względu na posiadany zawężony potencjał innych atrakcji, jak również braki takiej infrastruktury na dużej części obszaru.

W związku z tym, należy rozpocząć od opracowania programu rozwoju turystycznej infrastruktury towarzyszącej. Na podstawie tego dokumentu skategoryzowane zostaną przedsięwzięcia do realizacji w ramach poprawy zagospodarowania obszarów atrakcyjnych turystycznie i lepszego skomunikowania (poprzez szlaki i ścieżki rowerowe) tych części powiatu. Opracowany dokument musi zawierać analizę uwzględniającą:

- rozbudowę infrastruktury sportowej i rekreacyjnej w oparciu o przeprowadzoną segmentację rynku, z uwzględnieniem zidentyfikowanych grup odbiorców oferty turystycznej analizowanego obszaru, osób starszych i z niepełnosprawnościami, jak również zgodnie z wyznaczonymi obszarami produktów turystycznych;
- rozbudowę sieci dróg rowerowych i szlaków turystycznych umożliwiających utworzenie produktów liniowych w ramach turystyki aktywnej i weekendowej.
- w ramach poprawy zagospodarowania obszarów atrakcyjnych pod względem turystycznym i rekreacyjnych będzie to wykorzystanie naturalnego potencjału środowiska poprzez zagospodarowanie nabrzeży rzek (np. Bug, Liwiec, Rządza, Długa, Czarna), umożliwiając

organizowanie imprez takich jak: plenery artystyczne, wystawy, koncerty, jak również zadbanie o możliwość rekreacji i wypoczynku nad wodą dzięki powstaniu, plaż, urządzeń sportowych i rekreacyjnych, miejsc wodowania kajaków, stanowisk wędkarskich, pomostów, punktów małej gastronomii itp.;

- Zagospodarowanie innych terenów rekreacyjnych oraz zbiorników wodnych umożliwiających ich wykorzystanie dla celów turystycznych i rekreacyjnych.

Powyższe działania powinny zmierzać do uregulowania stanu prawnego nieruchomości atrakcyjnych pod względem turystycznym, w tym czynności umożliwiających również zakup nieruchomości wskazanych w analizie programu rozwoju turystycznej infrastruktury towarzyszącej.

Infrastruktura powstała w ramach powyższych działań powinna być dostępna zarówno dla mieszkańców, jak i turystów, poszukujących możliwości atrakcyjnego spędzania czasu wolnego, z uwzględnieniem szczególnych potrzeb osób z niepełnosprawnościami.

Na terenie powiatu występują dwa rodzaje infrastruktury służącej poruszaniu się na rowerze. Pierwsza obejmuje drogi dla rowerów wybudowane głownie w części zachodniej powiatu w miastach. Drogi rowerowe zostały wybudowane lub budowane są przez gminy w ramach Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych oraz wzdłuż dróg krajowych (głownie S8). Drugim rodzajem są szlaki rowerowe wytyczone w części mniej zurbanizowanej powiatu. W ramach zadania rozbudowy sieci dróg rowerowych i szlaków turystycznych przewiduje się połączenie tych dwóch rodzajów tras. Ważnym elementem działań będzie opublikowanie wspólnej mapy oraz organizowanie wydarzeń w oparciu o ich przebieg. Jednym z celów połączenia tych tras jest umożliwienie mieszkańcom zurbanizowanej części powiatu bezpiecznego dojazdu do rowerowych tras turystycznych. W oparciu o system tras rowerowych należy zaplanować wycieczki rowerowe o różnym stopniu trudności.

Zadanie 1.4.3 Rozbudowa i modernizacja infrastruktury turystycznej (w tym dostosowanie obiektów do potrzeb osób z niepełnosprawnościami).

Infrastruktura turystyczno-rekreacyjna wpływa na wszystkie formy turystyki opisane poniżej. Nieodłącznym elementem rozwoju turystyki, jest rozbudowa i modernizacja istniejącej

infrastruktury. Jej rozbudowa powinna dotyczyć miejsc cechujących się wysokim potencjałem turystycznym, a modernizacja powinna się opierać na zapewnieniu odpowiedniego stopnia funkcjonalności, jak i dostępności dla osób z niepełnosprawnościami. Działania te powinny uzupełniać kierunki rozwoju turystyki (tj. turystykę historyczno-kulturową, przyrodniczą oraz agroturystykę) zapewniając odpowiednie „zaplecze" dla ich rozwoju. W zakresie rozbudowy infrastruktury, ujęto również wsparcie turystyki biznesowej. W tym aspekcie szczególnie istotne jest zapewnienie rozwoju tej sfery turystyki w obszarze gmin zlokalizowanych najbliżej m. st. Warszawy, ponieważ generuje ono wysokie zapotrzebowanie na świadczenie tego rodzaju usług.

Zadanie 1.4.4 Rozbudowa sieci dróg rowerowych i szlaków turystycznych z uwzględnieniem potrzeb ruchu turystycznego.

Powiat Wołomiński dysponuje dużym potencjałem rozwoju turystyki aktywnej zwłaszcza rowerowej. Liczne tereny wiejskie i leśne znajdujące się w relatywnie bliskiej odległości od terenów metropolitarnych o dużym zagęszczeniu ludności dają szansę na stworzenie szlaków rowerowych ciekawych przyrodniczo i pozwalających na zapewnienie klientów gospodarstwom agroturystycznym z terenów powiatu wołomińskiego. Obecny trend wskazuje na ciągle zwiększającą się popularność takiej formy spędzania czasu wolnego. Najwięcej szlaków turystycznych rowerowych jest obecnie utworzonych we wschodnich gminach powiatu wołomińskiego (Jadów, Strachówka, Tłuszcz, Dąbrówka) należy utworzyć także szlaki w pozostałych gminach powiatu i połączyć je z istniejącą infrastrukturą na terenach miejskich w taki sposób aby budowane ścieżki rowerowe łączyły się ze szlakami. Spójność sieci ścieżek rowerowych i szlaków rowerowych pozwoli na stworzenie turystycznych produktów liniowych, które będą pozwalały na sprawne przemieszczanie się turystów między konkretnymi punktami danego produktu liniowego. Takie połączenia powinny także uwzględniać połączenia autobusowe i kolejowe przebiegające przez powiat wołomiński w tym parkingi „parkuj i jedź" które już istnieją w wielu miejscach powiatu wołomińskiego m.in. wybudowane w ramach Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych Warszawskiego Obszaru Funkcjonalnego. Rozbudowa sieci dróg rowerowych realizowana w ramach ZIT WOF

obejmowała wyłącznie gminy Marki, Ząbki, Zielonka, Kobyłka, Wołomin, Radzymin dzięki czemu powstało ok. 24 km ścieżek rowerowych i ciągów pieszo-rowerowych. W następnym kroku należy wziąć pod uwagę także istniejący ruch turystyczny i połączenie ścieżek rowerowych budowanych przez inne samorządy w spójny system pozwalający na sprawne przemieszczanie się z kierunku warszawskiego do gmin wiejskich powiatu wołomińskiego. Powiat Wołomiński realizując zadania projektowania i budowy dróg powiatowych uwzględnia w miarę możliwości technicznych pasa drogowego wyposażenie wszystkich ciągów w oddzielne ścieżki rowerowe lub ciągi rowerowe.

Promocja obszaru Powiatu Wołomińskiego

Podstawową barierą ograniczającą rozwój turystyki na terenie powiatu wołomińskiego jest brak świadomości atrakcyjności turystycznej obszaru wśród docelowych klientów rynku. Duży potencjał jaki niesie ze sobą bliskie położenie Warszawy może być wykorzystany poprzez odpowiednio ukierunkowaną promocję produktów turystycznych. Warszawiacy nie uświadamiają sobie, że powiat wołomiński to mi.in.:

- Urle, miejscowość z tradycjami letniskowymi, wraz z urokliwymi terenami nad rzeką Liwiec;

- Miejscowości Ossów i Radzymin, z licznymi atrakcjami turystycznymi związanymi z Bitwą Warszawską 1920 r.;

- Kobyłka, z potencjałem utworzenia produktu turystycznego na podstawie działającej w tym mieście XVII wiecznej manufaktury wytwarzającej pasy kontuszowe oraz odbywającym się w bazylice mniejszej pw. Świętej Trójcy festiwalu Perła Baroku.

- Tłuszcz - miasto z bogatymi tradycjami kolejarskimi i historią pierwszej na Mazowszu gazety ludowej Siewba oraz Muzeum Ziemi Tłuszczańskiej

- Chrzęsne z najstarszym zabytkiem powiatu wołomińskiego. Odrestaurowanym w 2016 r. pałacem z XVI w. na cele edukacyjno-kulturalne.

Jednym z głównych kierunków rozwoju zdefiniowanych w ramach niniejszej Strategii jest pozycjonowanie powiatu, jako miejsca atrakcyjnego turystycznie - obszaru, który oferuje wiele możliwości spędzenia wolnego czasu. Rozwinięcie i utrwalenie świadomości wśród potencjalnych turystów o powiecie wołomińskim jako dobrym miejscu na rekreację i wypoczynek, spowoduje że powiat wołomiński zaistnieje, jako alternatywa dla obecnych kierunków turystycznych mieszkańców Warszawy tzn. obszarów nad jeziorem Zegrzyńskim, Puszczy Kampinoskiej, obszarów nad Pilicą, terenów położonych nad Bzurą itp. Przekazanie takiego komunikatu potencjalnym klientom produktów turystycznych powiatu wołomińskiego jest kluczowym zadaniem promocji. Informacja i jednoczesne przekonanie do zainwestowania wartości, jaką jest czas wolny, na terenie powiatu wołomińskiego, musi opierać się na przekonaniu, że może on dostarczać wyjątkowych korzyści związanych z poznaniem ciekawej historii lub zobaczeniem wyjątkowego miejsca pod względem przyrodniczym.

W ramach wszelkiego typu działań promocyjnych podejmowanych przez instytucje powiatowe niezbędne jest stosowanie na materiałach promocyjnych logotypu „Powiat Wołomiński - wyprawa z naturą i kulturą". Powyższy logotyp powinien być stosowany przez wszystkich interesariuszy turystyki na obszarze powiatu wołomińskiego. Gminy powiatu, organizacje pozarządowe oraz przedsiębiorcy z branży turystycznej powinni być zachęcani do stosowania logotypu ze względu na ujednolicenie formy przekazu oferty turystycznej w ramach marki turystycznej powiatu wołomińskiego.

Księga znaku, to nic innego, jak instrukcja obsługi logo i hasła, by ułatwić prawidłowe używanie go przez inne osoby. Zakłada się wykorzystanie loga i hasła Powiat Wołomiński wyprawa z naturą i kulturą. Księga znaku powinna zwierać:

- Podstawową wersję znaku.
- Alternatywne wersje znaku.
- Konstrukcję znaku.
- Pole ochronne oraz pole podstawowe znaku.
- Kolorystykę znaku.

- Typografię znaku.
- Skalowanie i minimalne rozmiary znaku.
- Stosowanie znaku na różnych tłach.
- Niedopuszczalne modyfikacje.

Rozwój portalu turystycznego.

Zadanie 2.1.1 Opracowanie i wdrożenie wspólnego kalendarza imprez, odbywających się w poszczególnych miejscach powiatu.

Zadanie opracowania i wdrożenia wspólnego kalendarza imprez, odbywających się w poszczególnych miejscach powiatu polega na utworzeniu i udostępnieniu informatora w postaci internetowej zawierającego zintegrowany kalendarz cyklicznych imprez kulturalnych, sportowych i rekreacyjnych atrakcyjnych turystycznie obywających się w powiecie wołomińskim. Wytworzenie takiego kalendarza powinno wiązać się także z szeroką promocją portalu, na którym zostanie on zamieszczony poprzez usługi reklamowe wyszukiwarek internetowych oraz udział i promocję w targach turystycznych.

Zadanie 2.1.2 Promocja portalu turystycznego za pomocą dostępnych narzędzi marketingowych.

Promocja portalu turystycznego o oddziaływaniu w skali powiatu portalu turystycznego powinna przyczynić się w znacznym stopniu do budowania marki turystycznej powiatu. Ma także olbrzymie znaczenie w kreowaniu informacji turystycznej dla potencjalnych turystów zamierzających odwiedzić obszar powiatu ponieważ przy dobrze skonstruowanej stronie internetowej wraz z powiązaniem z prezentowanymi elementami przez popularne wyszukiwarki jest duże prawdopodobieństwo, że turysta taki postanowi odwiedzić więcej niż jedną atrakcję turystyczną lub skorzysta z całej oferty produktu turystycznego liniowego.

Działania, które należy podjąć w celu wypromowania portalu turystycznego:

- wytworzenie i dystrybucja materiałów papierowych (ulotki, plakaty);

- promocja portalu na wydarzeniach kulturalnych, sportowych i turystycznych poprzez wystawianie bannerów, roll-up'ów i dodawanie logo i adresu strony;

- promocja w serwisach popularnych wyszukiwarek internetowych;

- promocja w serwisach społecznościowych.

Ważne jest także współdziałanie w tym aspekcie z gminami i instytucjami kultury z terenu powiatu tak aby wszystkie wydarzenia mogące potencjalnie zainteresować turystę znajdowały się w jednym miejscu, do którego łatwy i czytelny dostęp może mieć każdy zainteresowany.

Budowa marki powiatu jako atrakcyjnej destynacji turystycznej

Zadanie 2.2.1 Opracowanie programu budowania marki powiatu jako atrakcyjnej destynacji turystycznej.

Punktem wyjścia do opracowania turystycznej marki powiatu wołomińskiego jest budowa jego tożsamości, która znacząco odróżni ten obszar od innych, a zwłaszcza tych konkurencyjnych lub o podobnym profilu. Tożsamość ta, z uwagi na fakt, że produkt turystyczny w swym założeniu jest zintegrowany z dużą ilością usług, czyni go o wiele bardziej skomplikowanym, ze względu na wielość podmiotów, które uczestniczą w jego rozwoju.
Nadrzędnym celem tożsamości jest uzyskanie potencjału do budowania przewagi konkurencyjnej. Tożsamość jest zatem zespołem atrybutów, które powiat stale będzie przekazywał swojemu otoczeniu. Produkt turystyczny powiatu wołomińskiego powinien wypracować te atrybuty w taki sposób, aby poszczególne podmioty gospodarcze i instytucje udostępniały potencjalnemu klientowi usługi turystycznej jednolity przekaz. Tożsamość kreując wizerunek, pozycjonuje ją w świadomości otoczenia. Efektem poprawnych, spójnych ze strategią i wizją produktu turystycznego działań budujących tożsamość powiatu powinno być zajęcie określonej pozycji na rynku. Sensem budowania wizerunku jest tworzenie indywidualności, a co jeszcze bardziej istotne: takiej indywidualności, która ma cechy niepodrabialne, unikatowe i trwałe.

Tożsamość powiatu jest ściśle powiązana z marką obszaru, która jest narzędziem do przekazania zaplanowanej informacji dotyczącej tożsamości do potencjalnych turystów.

Silna marka powiatu powstanie w długim, wieloetapowym procesie. Prace nad marką powinny rozpocząć się od powstania dokumentu określającego grupę docelową. Konsekwencją wyboru grupy docelowej jest opracowanie odpowiedniego zestawu wartości (benefitów marki), które będą właściwie oddziaływać na tę właśnie grupę, budując w konsekwencji odpowiedni wizerunek obszaru.

Elementami tworzenia tożsamości marki są:

- Nazwa – musi być prosta, czytelna, łatwo zapamiętywana, a także wywołująca pozytywne skojarzenia oraz nawiązująca do turystycznej specyfiki powiatu i jego oferty turystycznej;
- Symbol – wyróżnik, unikat, niepodrabialna wartość, która będzie identyfikować powiat wołomiński;
- Atmosfera – miejsce przyjazne aktywnemu wypoczynkowi, miejsce spotkań z wielką historią, gościnni mieszkańcy;
- Wydarzenia – ciekawe imprezy prezentujące potencjał powiatu i jego atrakcje turystyczne (m.in. inscenizacja Bitwy Warszawskiej, imprezy folklorystyczne, sięgające do obyczajów i tradycji);
- Prezentacja – system identyfikacji wizualnej (logo + logotyp + nazwa oraz jego umieszczanie na wybranych nośnikach).

Rozwój turystyki na terenie powiatu wołomińskiego wymaga przede wszystkim istnienia efektywnej informacji turystycznej w warstwie analogowej i cyfrowej. Informacja turystyczna w powiecie wołomińskim powinna spełniać podstawowe funkcje:

- Informacyjną – informowanie o różnorodnych atrakcjach i produktach turystycznych, infrastrukturze turystycznej i paraturystycznej, oferowanych możliwościach spędzania wolnego czasu, ciekawych imprezach, inicjatywach, etc.;
- Doradczą – pomaganie klientowi w zdefiniowaniu jego potrzeby i podjęciu właściwej decyzji w zakresie organizacji czasu wolnego;

- Promocyjną – promowanie regionu, jego oferty turystycznej, produktów turystycznych, kanalizowanie ruchu turystycznego, kreowanie popytu (moda na produkty), kreowanie wizerunku powiatu;
- Animacyjną – stymulowanie rozwoju regionalnych i lokalnych produktów turystycznych, marek turystycznych, uczestnictwo w procesie kreowania produktów turystycznych, koordynowanie inicjatyw lokalnych, organizowanie, współorganizowanie, inspirowanie przedsięwzięć promocyjnych.

W założeniach tych należy upatrywać podstaw funkcjonowania informacji turystycznej powiatu wołomińskiego, których celem jest przede wszystkim zwiększenie ilości turystów przybywających na jego teren oraz korzystających z jego oferty turystycznej. Zakłada się, iż będzie to efektem profesjonalnej obsługi klientów w Punktach Informacji Turystycznej, polegającej nie tylko na informowaniu, ale również aktywnym doradztwie i promowaniu walorów, atrakcji i produktów turystycznych powiatu wołomińskiego.

Zadanie 2.2.2 Opracowanie i wdrożenie księgi znaku turystycznego.

Opracowanie i wdrożenie księgi znaku turystycznego dla produktów turystycznych będzie elementem budowania marki powiatu jako miejsca ze spójnym przekazem oferty turystycznej, produktów liniowych przekraczających teren jednej gminy i zachęcającym do skorzystania z wielu atrakcji np. podczas jednego weekendu. Księga znaku turystycznego będzie wyznacznikiem do tworzenia nowych materiałów promocyjnych i ujednoliconego przekazu JST z terenu powiatu i firm działających w branży turystycznej. Przekazu opartego o produkt turystyczny, do którego będzie można dołączyć ze swoją dodatkową ofertą.

Zadanie 2.2.3 Opracowanie i wdrożenie wspólnej kampanii promocyjnej produktów turystycznych.

Realizacja zadania obejmować będzie przygotowanie materiałów promocyjnych:

a) wspólnych dla gmin materiałów promocyjnych opisujących atrakcje turystyczne z ich terenu.

b) materiałów prezentujących tematyczne atrakcje występujące w kilku gminach. Proponuje się wykonie materiałów obejmujących:

- atrakcje przyrodnicze, głownie związane z obszarami NATURA 2000 i rezerwatami przyrody;
- miejsca związane z Bitwą Warszawską 1920 r.;
- miejsca związane z dziedzictwem historycznym;
- miejsca prowadzenia agroturystyki;
- przebieg tras rowerowych, obejmujących ścieżki rowerowe oraz szlaki turystyczne.

Opracowanie wspólnych wytycznych, układu i kolorystyki materiałów promocyjnych wykonywanych indywidulanie przez gminy. Przygotowanie materiałów promocyjnych powinno odbywać się z udziałem przedstawicieli wszystkich zainteresowanych gmin. Należy ustalić sposób finasowania opracowania, publikacji i dystrybucji materiałów.

W ramach zadania zostanie również opracowany system dystrybucji materiałów promocyjnych na terenie gmin jak i na zewnątrz powiatu.

Rozwój informacji turystycznej.

Zadanie 2.3.1 Opracowanie i wykonanie materiałów promocyjnych i informacyjnych.

Podstawowe materiały promocyjne i informacyjne jakie powinny być wytworzone zarówno w wersji papierowej jak i cyfrowej w ramach wypracowywania oferty turystycznej powiatu to:

- Mapa turystyczna powiatu wołomińskiego;
- Przewodnik turystyczny po powiecie wołomińskim;
- Przewodnik „Aktywnie po powiecie wołomińskim”;
- Przewodnik „Weekend w powiecie wołomińskim”;
- Komplet map/przewodników, jako element produktów turystycznych opisanych w części produktowej;
- Opracowanie aplikacji turystycznej zawierającej powyższe moduły.

Działanie zakłada z jednej strony wydawanie atrakcyjnych materiałów promocyjnych zarówno tradycyjnych, jak i multimedialnych, a z drugiej szerokie ich udostępnienie potencjalnym turystom zachęcanym do odwiedzenia powiatu.

Wśród materiałów winny się znaleźć zarówno publikacje ogólne (takie, jak informatory, mapy turystyczne), jak i materiały specjalistyczne, tematyczne poświęcone wybranym atrakcjom lub skierowane do konkretnych segmentów rynku. Powinny to również być materiały produktowe, pozostające w korelacji z przygotowywanymi i sprzedawanymi produktami turystycznymi.

Wszystkie materiały winny się charakteryzować: rzetelnością i wiarygodnością zamieszczanych informacji, przejrzystością i czytelnością, atrakcyjnością graficzną, dostosowaniem do wymogów wynikających z Katalogu Identyfikacji Wizualnej, wysoką jakością (w przypadku aplikacji mobilnej dobrze skonfigurowanym interfejsem użytkownika i intuicyjnością wyboru funkcji i opcji). Udostępnianie materiałów winno się odbywać za pośrednictwem sieci punktów „it", podczas targów i imprez turystycznych oraz w miejscach atrakcyjnych turystycznie. Sugerowanym rozwiązaniem jest ponadto zamieszczanie elektronicznych wersji materiałów na portalu/ach www. Ważne, aby materiały znajdowały się w miejscach odwiedzanych przez turystów. W kontekście lokalizacji, specyfiki, oferty oraz rodzajów turystyki, konieczna jest dystrybucja materiałów poza obszarem projektowym, zwłaszcza w Warszawie i innych miejscach aglomeracji – np. poprzez współpracę z punktami „it" w Warszawie i właścicielami odpowiednich stron www.

Zadanie 2.3.2 Opracowanie i umieszczenie tablic powitalnych i pożegnalnych.

Zadanie polegające na opracowaniu i umieszczeniu tablic powitalnych i pożegnalnych tzw. witaczy. Tablice powinny być opracowane zgodnie z wymaganiami katalogu identyfikacji wizualnej. Wykonane w formie trwałej i odpornej na warunki atmosferyczne. Warto rozważyć przeprowadzenie konsultacji społecznych dotyczących ich ostatecznej formy. Witacze należy umieścić na drogach przebiegających przez granice administracyjne powiatu.

W ramach wszelkiego typu działań promocyjnych podejmowanych przez instytucje powiatowe niezbędne jest stosowanie na materiałach promocyjnych logotypu „Powiat Wołomiński - wyprawa z naturą i kulturą". Powyższy logotyp powinien być stosowany przez wszystkich interesariuszy turystyki na obszarze powiatu wołomińskiego. Gminy powiatu,

organizacje pozarządowe oraz przedsiębiorcy z branży turystycznej powinni być zachęcani do stosowania logotypu ze względu na ujednolicenie formy przekazu oferty turystycznej w ramach marki turystycznej powiatu wołomińskiego.

Współpraca międzyinstytucjonalna w zakresie turystyki

Wzmocnienie roli turystyki w samorządach lokalnych.

Podniesienie rangi turystyki w strukturach administracji publicznej gminnej i powiatowej powinno uwzględniać dwa obszary.

- Tworzenie instytucjonalnego wsparcia sektora turystyki (najlepiej w postaci odrębnych komórek organizacyjnych zatrudniających osoby posiadające wykształcenie turystyczne, osoby te w zakresie swoich kompetencji mogłyby podjąć się realizacji zadań z zakresu rozwoju turystyki).
- Podniesienie wydatków na turystykę i jej promocję jest to istotne założenie myślenia o rozwoju turystyki przynoszącej korzyści gospodarcze w samorządach lokalnych.

Jest to obraz docelowy, natomiast w rzeczywistości bardzo trudny do wdrożenia ze względu na obecny brak wypracowanego produktu turystycznego oraz ograniczone środki finansowe jakimi dysponują gminy powiatu.

W związku z powyższym niezbędne jest zainicjowanie zmiany nastawienia do rozwoju turystyki poprzez organizowanie spotkań z wójtami, burmistrzami i radnymi gminnymi i powiatowymi. Żeby m. in. w instytucjach i JST taka zmiana mogła nastąpić wpierw powinny zostać pokazane korzyści, jakie niesie za sobą rozwój turystyki na obszarze powiatu wołomińskiego co dopiero może skutkować zwiększeniem środków na realizację Strategii Rozwoju Turystyki.

Zadanie 3.1.1 Organizowanie Forum Turystycznego Powiatu Wołomińskiego.

W celu wzmocnienia współpracy JST, organizacji pozarządowych i branży turystycznej prywatnej konieczne jest organizowanie Forum Turystycznego Powiatu Wołomińskiego.

Spotkanie z udziałem liderów samorządów lokalnych, branży turystycznej, organizacji pozarządowych, mające na celu integrację, środowiska, wymianę informacji o podejmowanych działaniach i napotkanych problemach.

Zadanie 3.1.2 Utworzenie Centrum *Informacji Turystycznej*.

Jednym z podstawowych miejsc pozyskiwania przez turystów informacji są centra i punkty informacji turystycznej. W powiecie wołomińskim istnieją 4 Punkty Informacji Turystycznej zlokalizowane w miejscowościach Ossów, Urle, Dąbrówka i Strachówka. Centrum Informacji Turystyczno-Historycznej w Ossowie w założeniu otwarte jest w od wtorku do piątku, także w soboty i niedziele ale po wcześniejszym umówieniu. Punkty Informacji Turystycznej w Urlach (filia Jadowskiej Biblioteki Publicznej), Dąbrówce (Gminne Centrum Kultury) i Strachówce (Urząd Gminy) zostały utworzone w ramach realizacji projektu „Powiat Wołomiński – wyprawa z naturą i kulturą" i także działają w godzinach pracy tych instytucji, co oznacza, że nie wpisują się często w godziny odpowiednie dla turystów poszukujących pomocy i informacji.

Założeniem docelowym powinno być powstanie centrum informacji turystycznej (o zasięgu subregionalnym) oraz kilka punktów informacji turystycznej o zasięgu lokalnym (rozmieszczonych w poszczególnych gminach powiatu).

Do zadań Centrum Informacji Turystycznej powinno należeć m.in.:

- gromadzenie i przetwarzanie informacji z całego obszaru powiatu wołomińskiego;

- świadczenie usług informacji turystycznej;

- prowadzenie ewidencji jednostek świadczących usługi informacji turystycznej funkcjonujących na obszarze powiatu;

- współpraca z samorządami lokalnymi, podmiotami gospodarczymi, organizacjami pozarządowymi i innymi instytucjami w zakresie kreowania lokalnego produktu turystycznego

i lokalnej oferty turystycznej, m.in. udział w targach, imprezach kulturalnych, festynach, konkursach;

- poradnictwo dla turystów indywidualnych i organizatorów rekreacji i wypoczynku na terenie powiatu;

- publikacja i dystrybucja materiałów promocyjno-informacyjnych;

- prowadzenie innych usług (sprzedaż biletów na imprezy kulturalne, sportowe, publikacji, gadżetów, usługi przewodnickie, organizacja zwiedzania miasta, etc.);

- zbieranie i opracowywanie ankiet od turystów;

- bieżące aktualizowanie danych;

- prowadzenie sprawozdawczości ze swojej działalności.

Do zadań Punktu Informacji Turystycznej powinno należeć:

- świadczenie usług informacji turystycznej;

- dystrybucja materiałów promocyjno-informacyjnych;

- współpraca z branżą, organizacjami pozarządowymi, samorządem oraz innymi jednostkami świadczącymi usługi „it”;

- bieżące aktualizowanie danych;.

- prowadzenie sprawozdawczości ze swojej działalności.

Zarówno centrum, jak i punkty informacji turystycznej powinny odpowiadać standardom w zakresie lokalizacji (łatwo dostępnej, w centrum miejscowości, przy głównych ciągach komunikacyjnych), oznakowania (zgodnie z logo Mazowieckiego Systemu Informacji Turystycznych oraz znakiem wprowadzonym przez POT), wyposażenia (stojaki, meble, witryny, gabloty itp.), układu pomieszczeń (obszar konsultacji, obszar samoobsługi, zaplecze, etc.), dostępu do internetu, godzin i dni otwarcia, kwalifikacji kadr.

Spełnienie określonych standardów wiąże się ze skategoryzowaniem jednostek informacji turystycznych na Mazowszu. Kategoryzacja spełniała dwie podstawowe funkcje. Po pierwsze ma służyć podnoszeniu jakości usług świadczonych przez centrum i punkty informacji (wiąże się to z koniecznością spełniania określonych kryteriów dla jednostki pretendującej do otrzymania danej liczby gwiazdek w ramach systemu). Drugą funkcją, jaką pełnić ma kategoryzacja, jest funkcja informacyjna dla turystów. Każda jednostka będzie miała w widocznym dla turystów miejscu przedstawioną odpowiednią kategorię. Informacja nie będzie dotyczyć jakości usług świadczonych przez pracowników „it", gdyż ta w założeniu ma być wysoka we wszystkich kategoriach, lecz świadczyć ma o zakresie przekazywanych informacji, czy będą to informacje jedynie o lokalnych atrakcjach, czy też o atrakcjach większego obszaru.

Istniejący punkt na turystycznej mapie powiatu wołomińskiego, który mógłby pełnić funkcję CIT to Pałac w Chrzęsnem. Sam obiekt jest najstarszym zabytkiem powiatu wołomińskiego i powinien być obowiązkowym punktem wizyty turysty odwiedzającego powiat wołomiński. Znajduje się w centrum powiatu skąd można udać się na niedalekie wycieczki zarówno w urokliwe strony Doliny Liwca jak i w miejsca historyczne związane z Bitwą Warszawską 1920 r w gminach Radzymin i Wołomin. Budynek jest dostosowany dla potrzeb osób z niepełnosprawnościami i posiada odpowiednią przestrzeń do utworzenia miejsca dla turystów z dostępem do usług potrzebnych turyście. Budynek administracyjny pałacu jest także odpowiednio wyposażony i posiada zasoby kadrowe, które po uzupełnieniu z powodzeniem zapewniłyby realizację ww. działań CIT.

Utworzenie grup branżowych – instytucji prowadzących działalność w obszarze turystyki.

Zadanie 3.2.1 Prowadzenie współpracy z miejscowymi artystami, rękodzielnikami, zespołami ludowymi oraz pozostałymi osobami/podmiotami związanymi z krzewieniem lokalnego dziedzictwa kulturowo-historycznego.

Działalność turystyczna obejmuje wiele obszarów gospodarczych. Występują w nich takie podmioty, które powinny ze sobą współpracować, że względu na pojawiające się w trakcie

realizacji własnych działań podobne problemy. Mogą to być grupy związane z agroturystyką, stadninami i ośrodkami jazdy konnej, hotelami czy innymi podmiotami z branż okołoturystycznych.

Ważnym elementem rozwoju turystyki jest współpraca podmiotów realizujących podobne działania. Zapewni ona koordynację podejmowanych wyzwań, co wydaje się być jednym z najważniejszych czynników sukcesu. Wzajemny przepływ informacji, a także płynąca ze współpracy możliwość realizowania wspólnych projektów (dzięki temu także dzielenie się kosztami, organizowanie grup zakupowych, czy wspólne aplikowanie po środki zewnętrzne) to kluczowe zalety płynące z kooperacji.

Najważniejsze obszary współpracy podmiotów z obszaru turystyki to wspólne podejmowanie działań marketingowych, wspólne organizowanie wydarzeń, tworzenie wspólnych produktów turystycznych, współpraca na rzecz wprowadzania ułatwień w korzystaniu z oferty turystycznej. Zadanie dot. prowadzenia współpracy związanymi z krzewieniem lokalnego dziedzictwa kulturalno-historycznego także wpisuje się w powyższe cele i korzyści.

Zadanie 3.2.2 Inspirowanie współpracy pomiędzy organizatorami tych samych form turystyki.

W ramach realizacji zadania przewiduje się zorganizowanie spotkań instytucji samorządowych i biznesowych prowadzących działalność w poszczególnym segmencie gospodarki turystycznej. Można wyróżnić następujące grupy dla branży turystycznej:

- branża hotelarska;

- branża gastronomiczna;

- firmy i instytucje prowadzący stadniny;

- firmy prowadzące wypożyczalnie i organizację spływów kajakowych;

- gospodarstwa agroturystyczne.

Celem współpracy przedstawicieli różnych segmentów, będzie wymiana doświadczeń, ustalenie wspólnej promocji, prezentowania stanowiska wobec organów administracji. Rolą samorządu powiatowego będzie inicjowanie pierwszego spotkania i wspieranie rozwoju i współpracy.

Współpraca z organizacjami pozarządowymi pożytku publicznego w obszarze turystki i kultury.

Zadanie 3.3.1 Wspieranie działań i współpraca z Lokalną Organizacją Turystyczną i innymi organizacjami.

Współpraca Powiatu Wołomińskiego z samorządami gminnymi i organizacjami pozarządowymi w zakresie programu współpracy powinna uwzględnić zadania publiczne z obszaru tworzenia produktów turystycznych oraz animowania życia turystycznego i kulturalnego.

Zadanie polegające na wspieraniu działań i współpracy z Lokalną Organizacją Turystyczną (LOT) i innymi organizacjami polegać będzie z jednej strony na wzmocnieniu kontaktów z organizacjami zajmującymi się turystyką i działaniami okołoturystycznymi typu organizowanie wydarzeń sportowych, w sprawach realizacji zamierzeń o charakterze turystycznym w taki sposób by włączyć te organizacje w proces realizacji. Z drugiej strony natomiast w zakresie realizacji programu współpracy z organizacjami pozarządowymi w taki sposób aby organizacje te mogły aktywnie sięgać po wsparcie na działania przyczyniające się do realizacji kierunków strategii i rozwoju turystyki na obszarze powiatu wołomińskiego.

2. WDRAŻANIE STRATEGII

System wdrażania strategii. Odpowiada na pytania takie jak: kto powinien koordynować poszczególne działania? Jaka jest rola koordynatora działań zapisanych w Strategii? Kiedy poszczególne podmioty odpowiedzialne za realizację Strategii powinny włączać się do współpracy?

Zasady wdrażania i monitorowania niniejszej strategii zostały przedstawione w formie ogólnej. Ich uszczegółowienie powinno być jednym z pierwszych elementów dalszych prac związanych z rozwojem turystyki w powiecie wołomińskim.

Zadania instytucji koordynującej/wdrażającej powinny obejmować w szczególności:

- analizę zadań wynikających ze Strategii, odpowiednie rozplanowanie ich w czasie oraz rozdysponowanie zadań pomiędzy ich realizatorów;
- zarządzanie projektami wynikającymi ze Strategii;
- zabieganie o zabezpieczenie niezbędnych środków własnych w budżetach samorządów lokalnych;
- nawiązywanie kontaktów i współpraca z partnerami w zakresie realizacji zadań wykraczających poza kompetencje samorządu powiatu;
- bieżące konsultowanie z władzami samorządów lokalnych działań wynikających ze Strategii;
- bieżące kontakty z przedstawicielami branży turystycznej celem przekazywania im zapisów Strategii oraz zbierania ich uwag;
- kontakty z wszystkimi interesariuszami rynku turystycznego;
- przekazywanie i rozpowszechnianie wiedzy na temat Strategii wszystkim zainteresowanym;
- prowadzenie bieżącego monitoringu stanu wdrażania Strategii;
- odpowiedzialność za pozyskanie środków zewnętrznych z funduszy UE oraz innych dostępnych;
- kontakty z mediami oraz PR związane z realizacją Strategii.

Należy zwrócić uwagę na czynnik pierwszoplanowy, jakim jest wypracowanie mechanizmu wzmocnienia potencjału instytucji wdrażających poszczególne działania. Podstawowym czynnikiem rozwoju gospodarczego (w tym rozwoju gospodarczego opartego na turystyce) są mocne i transparentne instytucje, które potrafią wykorzystywać dostępne środki finansowe.

Powołanie instytucji lub wyznaczenie istniejącemu podmiotowi dodatkowych celów związanych z koordynacją działań SRT 2021-2030 wydaje się być koniecznością ze względu na wymagania czasowe i kompetencyjne jakie niesie ze sobą taki proces. Takim podmiotem mógłby być np. Pałac w Chrzęsnem.

Uwarunkowania wynikające z możliwości dofinansowania z Unii Europejskiej

Zadanie polegające na opracowaniu porozumień terytorialnych dla konkretnych produktów turystycznych w tym nawiązanie kontaktów i współpraca z sąsiednimi gminami i powiatami. Projekt Umowy Partnerstwa na lata 2021-2027 wskazuje, że działania turystyczne będą mocno związane z dwoma celami. Celem nr 4 „Europa o silniejszym wymiarze społecznym" oraz celem 5 „Europa bliżej obywateli".

W ramach celu nr 4 realizowane mogą być projekty z obszaru kultura i turystyka. Istotne punkty wymienione są w formie wyzwań, planowanych działań i rezultatów.

Wyzwania:

- wzmocnienie roli kultury i turystyki dla rozwoju gospodarczego i spójności społecznej;
- podnoszenie atrakcyjności turystycznej regionów.

Planowane działania:

- utrzymanie w dobrym stanie i modernizacja obiektów dziedzictwa kulturowego;
- rozwój instytucji kultury ważnych dla edukacji i aktywności kulturalnej;
- odnowienie lub adaptacja budynków i przestrzeni na potrzeby aktywizacji i integracji - lokalnych społeczności;
- inwestycje w tworzenie szlaków turystycznych

Rezultaty:

- podniesienie atrakcyjności turystycznej regionów i kraju;
- wzrost jakości życia społecznego i aktywności kulturalnej mieszkańców;
- wzmocnienie innowacyjności inwestycji w sektorach kultury i turystyki;
- współpraca międzysektorowa, m.in. w obszarze kultury, nauki, edukacji, integracji społecznej i rozrywki

Zgodnie z projektem umowy partnerskiej działania w ramach celu 4 będą realizowane na terenie całej Polski, natomiast preferencje będą miały projekty na obszarach zagrożonych trwałą marginalizacją oraz na obszarach, na których występują naturalnie najlepsze warunki związane z tworzeniem atrakcyjnej oferty turystycznej oraz istnieje możliwość sieciowania projektów. Zatem należy już teraz skupić się na rozwijaniu produktu turystycznego i marki

turystycznej Powiatu Wołomińskiego oraz na zawiązywaniu współpracy z okolicznymi jednostkami samorządu terytorialnego.

Zapisy umowy partnerskiej zwracają także uwagę na konieczne przemodelowanie funkcjonowania obiektów turystycznych i kulturalnych tak, aby odbudować i rozwinąć potencjał obu tych sektorów przy zachowaniu niezbędnych środków ostrożności. Kryzys związany z pandemią jest okazją do przemyślenia, w jaki sposób usługi turystyczne i kulturalne mogą być realizowane w przyszłości. Rozwiązanie może stanowić większe wykorzystanie nowoczesnych technologii m.in. do inteligentnego zarządzania przepływami turystycznymi, obsługi klientów czy digitalizacji zasobów kultury. Konieczne staje się poszukiwanie nie tylko nowych sposobów upowszechniania dóbr kultury i uczestnictwa w kulturze, ale też stworzenie nowej oferty kulturalnej i turystycznej. Do wypracowania nowych produktów kultury w oparciu o istniejące zasoby materialne i niematerialne może przyczynić się współpraca instytucji kultury z placówkami edukacyjnymi, naukowymi, a także klastrami przedsiębiorstw z obszaru przemysłów kreatywnych. Organizacje i przedsiębiorstwa przemysłu turystycznego powinny również w większym stopniu współpracować ze sobą przy opracowywaniu nowych produktów i usług turystycznych.

W ramach celu nr 5 realizowane mogą być projekty zgodnie z kodami interwencji:

I. ochrona, rozwój i promowanie publicznych zasobów turystycznych i powiązanych usług turystycznych;

II. ochrona, rozwój i promowanie dziedzictwa kulturowego i usług w dziedzinie kultury;

III. ochrona, rozwój i promowanie dziedzictwa naturalnego i ekoturystyki (innych niż obszary Natura 2000);

IV. fizyczna regeneracja i bezpieczeństwo przestrzeni publicznych.

Realizacja tego celu ma się odbywać przez Rozwój Lokalny Kierowany przez Społeczność (RLKS), Zintegrowane Inwestycje Terytorialne (ZIT) oraz Inne Inwestycje Terytorialne (IIT).

Istota wszystkich trzech mechanizmów jest podobna. W pierwszej kolejności jest opracowany dokument strategiczny dla danego obszaru (w przypadku IIT może to to być plan działania IIT)

Plan działań IIT może zostać przygotowany również przez jednostkę samorządu terytorialnego szczebla lokalnego, tj. gminę lub powiat – na bazie istniejących w gminie lub powiecie dokumentów strategicznych (w tym Strategii Rozwoju Turystyki).

Plan działań IIT powinien w szczególności zawierać:

- diagnozę obszaru realizacji IIT wraz z analizą problemów i potrzeb rozwojowych;
- cele, jakie mają być zrealizowane w ramach IIT, ze wskazaniem podejścia zintegrowanego, oczekiwanych wskaźników rezultatu i produktu, powiązania z programem;
- listę projektów wraz z informacją na temat sposobu ich wyboru oraz powiązania z innymi projektami;
- opis procesu zaangażowania partnerów społeczno-gospodarczych oraz właściwych podmiotów reprezentujących społeczeństwo obywatelskie, podmiotów działających na rzecz ochrony środowiska oraz podmiotów odpowiedzialnych za promowanie włączenia społecznego, praw podstawowych, praw osób niepełnosprawnych, równości płci i niedyskryminacji w pracach nad przygotowaniem i wdrażaniem planu działań IIT.

Plan działań IIT może zostać przygotowany przez jednostki samorządu terytorialnego w ramach Porozumienia Terytorialnego (PT), o którym mowa w ustawie o zasadach prowadzenia polityki rozwoju.

Uwarunkowania wynikające z Ustawy o zasadach prowadzenia polityki rozwoju

Ważnym elementem znowelizowanej w 2020 roku ustawy jest wprowadzenie porozumienia terytorialnego, którym jest umowa określającą w szczególności przedsięwzięcia priorytetowe dla rozwoju danego obszaru objętego tym porozumieniem.

Zgodnie z Art. 14rb. 1. (uizppr) Porozumienie terytorialne może być zawierane przez:

- zarząd województwa z jednostkami samorządu terytorialnego,
- ministra właściwego do spraw rozwoju regionalnego, z gminą lub powiatem,
- jednostki samorządu terytorialnego realizujące zadania w zakresie polityki rozwoju wynikające ze strategii rozwoju ponadlokalnego.

Ważnym elementem nowego podejścia do polityki rozwoju są strategie ponadlokalne, opracowywane dla gmin połączonych ze sobą funkcjonalnie. Powiat jest zobowiązany do

uczestniczenia w procedurze opracowania takiego dokumentu w przypadku gdy wszystkie gminy z jego terytorium.

Powiat może też uczestniczyć w tworzeniu takiego dokumentu, jeżeli przynajmniej jedna gmina biorąca udział w tworzeniu strategii ponadlokalnej znajduje się na jego terytorium.

2.1. KOORDYNACJA WDRAŻANIA STRATEGII

Za koordynację wdrażania Strategii odpowiada Starostwo Powiatowe w Wołominie. Gminy wchodzące w skład powiatu, LOT oraz inne podmioty (w tym przedstawiciele NGO i przedsiębiorcy) w charakterze pomocniczym.

W skład zadań z zakresu koordynacji zaliczyć należy:

- analizę zadań wynikających ze Strategii, odpowiednie rozplanowanie ich w czasie oraz rozdysponowanie zadań pomiędzy ich realizatorów;
- zarządzanie projektami wynikającymi ze Strategii;
- zabieganie o zabezpieczenie niezbędnych środków własnych w budżetach samorządów lokalnych;
- nawiązywanie kontaktów i współpraca z partnerami w zakresie realizacji zadań wykraczających poza kompetencje samorządu powiatu;
- konsultowanie z władzami samorządów lokalnych działań wynikających ze Strategii;
- kontakty z przedstawicielami branży turystycznej celem przekazywania im zapisów Strategii oraz zbierania ich uwag;
- kontakty z wszystkimi interesariuszami rynku turystycznego;
- przekazywanie i rozpowszechnianie wiedzy na temat Strategii wszystkim zainteresowanym;
- prowadzenie bieżącego monitoringu stanu wdrażania Strategii;
- odpowiedzialność za pozyskanie środków zewnętrznych z funduszy UE oraz innych dostępnych;
- kontakty z mediami oraz PR związane z realizacją strategii.

Najważniejszymi wnioskami płynącymi z powyżej przedstawionych uwarunkowań jest konieczność nowego podejścia do zarzadzania rozwojem turystyki. Szansą na jej rozwój jest skupienie się na produktach turystycznych w tworzeniu których uczestniczy wiele gmin z terenu powiatu. Przy wybranych produktach wskazana jest także współpraca z innymi powiatami i gminami leżącymi poza obszarem powiatu wołomińskiego. Możliwość aplikowania o środki zewnętrzne z funduszy unijnych jest tu bowiem ograniczona albo do przestrzeni dotyczących innowacyjnych rozwiązań w turystyce albo dla podmiotów, które będą współpracować w ramach porozumień terytorialnych i wspólnie wnioskować o fundusze na realizację swoich projektów.

Niezwykle ważną rolą powiatu powinno być inspirowanie i koordynowanie tworzenia produktów turystycznych wskazanych w dokumencie strategii (atrakcje związane z Bitwą Warszawską 1920 r., Dolina rzeki Bug; Dolina rzeki Liwiec, produkty liniowe typu Szlak Norwidowski, to tylko niektóre najbardziej jaskrawe przykłady na podstawie których można zbudować produkt turystyczny w obszarze turystyki historycznej, aktywnej czy letniskowej).

Zadania instytucji koordynującej/wdrażającej powinny obejmować w szczególności:

- analizę zadań wynikających ze Strategii, odpowiednie rozplanowanie ich w czasie oraz rozdysponowanie zadań pomiędzy ich realizatorów;

- zarządzanie projektami wynikającymi ze Strategii;

- zabieganie o zabezpieczenie niezbędnych środków własnych w budżetach samorządów lokalnych;

- nawiązywanie kontaktów i współpraca z partnerami w zakresie realizacji zadań wykraczających poza kompetencje samorządu powiatu;

- bieżące konsultowanie z władzami samorządów lokalnych działań wynikających ze Strategii;

- bieżące kontakty z przedstawicielami branży prywatnej turystycznej celem zbierania ich uwag do działań realizowanych zgodnie ze Strategią;

- kontakty z wszystkimi interesariuszami rynku turystycznego;

- przekazywanie i rozpowszechnianie wiedzy na temat Strategii wszystkim zainteresowanym;

- prowadzenie bieżącego monitoringu stanu wdrażania Strategii oraz raportowanie w trybie 2 letnim;

- odpowiedzialność za pozyskanie środków zewnętrznych z funduszy UE oraz innych dostępnych dla działań związanych z turystyką;

- kontakty z mediami oraz PR związane z realizacją Strategii.

Szeroki wachlarz zadań związanych z wdrażaniem Strategii oraz przygotowanie do pozyskania środków zewnętrznych wymaga wzmocnienia roli turystyki w strukturach samorządów powiatu i gmin. Wydaje się konieczne wskazanie komórki organizacyjnej lub instytucji odpowiedzialnej za rozwój turystyki. Potrzebne jest odpowiednie wzmocnienie takiej jednostki osobowo. W dalszej kolejności rozważyć można wyznaczenie istniejącemu podmiotowi dodatkowych celów związanych z koordynacją działań. Jest to konieczne ze względu na wymagania czasowe i kompetencyjne jakie niesie ze sobą proces wdrażania zadań Strategii. Podmiotem realizującym powyższe zapisy mogłaby być instytucja kultury Pałac w Chrzęsnem.

2.2. HARMONOGRAM DZIAŁAŃ

Poniżej wskazano harmonogram realizacji celów szczegółowych w poszczególnych okresach wdrażania Strategii.

Tabela 4 Harmonogram działań

Zadanie	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Zadanie 1.1.1: Kreowanie i rozwój produktów turystycznych.										
Zadanie 1.1.2: Opracowanie programu rozwoju tradycyjnego produktu lokalnego.										

Zadanie 1.1.2: Opracowanie propozycji tematycznych zwiedzania i aktywnego korzystania z zasobów przyrodniczych powiatu skierowanej do zróżnicowanych grup odbiorców.										
Zadanie 1.2.1 Organizacja cyklicznych wydarzeń turystycznych.										
Zadanie 1.2.2 Organizacja obchodów roku patronackiego.										
Zadanie 1.2.3 Współorganizacja z innymi organizacjami i JST wydarzeń plenerowych i rekonstrukcji o zasięgu ponadlokalnym.										
Zadanie 1.3.1 Współpraca z NGO w zakresie konkursów na organizację biegów, rajdów, zawodów sportowych itp.										
Zadanie 1.3.2 Współorganizacja z innymi JST wydarzeń sportowych o zasięgu ponadlokalnym.										
Zadanie 1.4.1 Opracowanie programu rozwoju turystycznej infrastruktury towarzyszącej.										
Zadanie 1.4.2 Poprawa zagospodarowania obszarów atrakcyjnych pod względem turystycznym i rekreacyjnym.										
Zadanie 1.4.3 Rozbudowa i modernizacja infrastruktury turystycznej (w tym dostosowanie obiektów do potrzeb osób z niepełnosprawnościami).										
Zadanie 1.4.4 Rozbudowa sieci dróg rowerowych i szlaków turystycznych z uwzględnieniem potrzeb ruchu turystycznego.										
Zadanie 2.1.1 Opracowanie i wdrożenie wspólnego kalendarza imprez, odbywających się w poszczególnych miejscach powiatu.										
Zadanie 2.1.2 Promocja portalu turystycznego za pomocą dostępnych narzędzi marketingowych.										

Zadanie 2.2.1 Opracowanie programu budowania marki powiatu jako atrakcyjnej destynacji turystycznej.										
Zadanie 2.2.2 Opracowanie i wdrożenie księgi znaku turystycznego.										
Zadanie 2.2.2 Opracowanie i wdrożenie wspólnej kampanii promocyjnej produktów turystycznych.										
Zadanie 2.3.1 Opracowanie i wykonanie materiałów promocyjnych i informacyjnych.										
Zadanie 2.3.2 Opracowanie i umieszczenie tablic powitalnych i pożegnalnych.										
Zadanie 3.1.1 Organizowanie Forum Turystycznego Powiatu Wołomińskiego.										
Zadanie 3.1.2 Utworzenie Centrum Informacji Turystycznej.										
Zadanie 3.2.1 Prowadzenie współpracy z miejscowymi artystami, rękodzielnikami, zespołami ludowymi oraz pozostałymi osobami/podmiotami związanymi z krzewieniem lokalnego dziedzictwa kulturowo-historycznego.										
Zadanie 3.2.2 Inspirowanie współpracy pomiędzy organizatorami tych samych form turystyki										
Zadanie 3.3.1 Wspieranie działań i współpraca z Lokalną Organizacją Turystyczną i innymi organizacjami.										

Źródło: opracowanie własne

Proces wdrażania Strategii wymaga określenia priorytetów rozwoju, a więc pierwszoplanowych działań w ramach poszczególnych domen strategicznych, które mają kluczowe znaczenie dla rozwoju turystyki w powiecie wołomińskim.

Jako priorytetowe należy wymienić realizowanie zadań wymienione w poniższej tabeli.

Tabela 5 Priorytetowe cele Strategii na lata 2021-2030

L. p.	Cel szczegółowy.
1.	Rozwój oferty produktowej na terenie powiatu wołomińskiego
2.	Budowa marki powiatu jako atrakcyjnej destynacji turystycznej
3.	Rozwój infrastruktury około turystycznej, sportowej i rekreacyjnej.
4.	Wzmacnianie roli turystyki w samorządach lokalnych.

Przedstawione w tabeli zadania należy prowadzić równolegle. Najważniejsze jest rozpoczęcie prac związanych z tworzeniem marki turystycznej powiatu oraz wyznaczenie podmiotu odpowiedzialnego za rozwój turystyki i wdrażanie Strategii. Jednocześnie najbliższy czas należy wykorzystać do opracowania porozumień terytorialnych stanowiących podstawę do aplikowania po środki unijne w następnym okresie finansowym.

2.3. MONITORING WDROŻENIA

Struktura i zadania systemu monitoringu będą wzmacniać i uzupełniać system wdrażania. Prawidłowo prowadzony monitoring umożliwia stwierdzenie, czy proces jest właściwie realizowany oraz czy założenia, na których oparta jest realizacja celów strategicznych, nie uległy zmianie. Pozwala poza tym sprawnie i elastycznie reagować na wszelkie zmiany mogące wpłynąć na procesy wykonawcze.

Monitoring niniejszej Strategii będzie prowadzony zgodnie z poniższym schematem:

PRZYGOTOWANIE MONITORINGU:

- Doprecyzowanie wskaźników
- Przygotowanie procedur
- Przygotowanie struktury bazy danych
- Pilotaż przyjętych rozwiązań

PROWADZENIE MONITORINGU:

- Agregacja danych i generowanie zestawień
- Wprowadzenie danych
- Analiza i ocena

WYKORZYSTANIE MONITORINGU:

- Regularne raportowanie
- Dyskusja na poziomie komitetu monitorującego

Źródło: J. Abramowicz, A. Gołoś, I. Grabowska, A. Haber, T. Kupiec, B. Ledzion, A. Rauzer, Podręcznik monitoringu o ewaluacji Lokalnych Strategii Rozwoju – wersja skrócona, s. 10, [za:] K. Olejniczak, Monitoring i ewaluacja, [w:] J. Górniak, S. Mazur (red.): Zarządzanie strategiczne rozwojem, Warszawa 2012, ss. 239 -257.

Poniżej podano propozycje wskaźników dla weryfikacji stopnia realizacji Strategii Rozwoju Turystyki dla powiatu wołomińskiego. Proponowane wskaźniki powinny zostać zweryfikowane w pierwszym etapie wdrażania Strategii poprzez uwzględnienie metodologiczne możliwości instytucji wdrażających Strategię oraz zweryfikowanie źródeł pozyskiwania informacji. W oparciu o cele zaproponowane w niniejszej strategii, skonstruowano logikę interwencji obejmującą następujące wskaźniki:

Tabela 6 Wskaźniki monitoringu realizacji Strategii

Cel szczegółowy	Zadanie	Wskaźniki	Wartość bazowa 2021 r.	Wartość docelowa 2030 r.	Źródło danych	Częstotliwość zbierania danych
Rozwój oferty produktowej na terenie powiatu wołomińskiego.	Kreowanie i rozwój produktów turystycznych (w tym opracowanie porozumień terytorialnych dla konkretnych produktów turystycznych).	Liczba podpisanych porozumień	0	2	SP	Raz na dwa lata
	Opracowanie programu rozwoju tradycyjnego produktu lokalnego.	Liczba opracowanych dokumentów	0	4	SP, LOT, G	Raz na dwa lata
	Opracowanie propozycji tematycznych zwiedzania i aktywnego korzystania z zasobów przyrodniczych powiatu skierowanej do zróżnicowanych grup odbiorców.	Liczba opracowanych dokumentów	0	3	SP, LOT, G	Raz na dwa lata

Rozwój oferty wydarzeń turystycznych i kulturalnych.	Organizacja cyklicznych wydarzeń turystycznych.	Liczba zorganizowanych wydarzeń; Liczba uczestników tych wydarzeń	12 2 600	16 3 200	SP	Raz na dwa lata
	Organizacja obchodów roku patronackiego.	Liczba zorganizowanych wydarzeń; Liczba uczestników tych wydarzeń	1 1 000	4 5 000	SP	Raz na dwa lata
	Współorganizacja z innymi organizacjami i JST wydarzeń plenerowych i rekonstrukcji o zasięgu ponadlokalnym.	Liczba zorganizowanych wydarzeń; Liczba uczestników tych wydarzeń	3 2 000	3 10 000	SP, LOT, G	Raz na dwa lata
Rozwój oferty imprez o charakterze sportowym i rekreacyjnym.	Współpraca z NGO w zakresie konkursów na organizację biegów, rajdów, zawodów sportowych itp.	Liczba ogłoszonych konkursów Liczba zorganizowanych wydarzeń przez NGO	15 3 300	20 4 100	SP	Raz na dwa lata
	Współorganizacja z innymi JST wydarzeń sportowych o zasięgu ponadlokalnym.	Liczba zorganizowanych wydarzeń;	3	3	SP	Raz na dwa lata

		Szacowana liczba uczestników tych wydarzeń	3 000	5 000		
Rozwój infrastruktury około turystycznej, sportowej i rekreacyjnej.	Opracowanie programu rozwoju turystycznej infrastruktury towarzyszącej.	Liczba opracowanych dokumentów	0	1	SP, LOT	Raz na dwa lata
	Poprawa zagospodarowania obszarów atrakcyjnych pod względem turystycznym i rekreacyjnym.	Liczba podjętych wspólnie inicjatyw	0	3	SP, LOT, G	Raz na dwa lata
	Rozbudowa i modernizacja infrastruktury turystycznej (w tym dostosowanie obiektów do potrzeb osób z niepełnosprawnościami).	Liczba zmodernizowanych powiatowych obiektów turystyczno-rekreacyjnych	0	45	SP	Raz na dwa lata
	Rozbudowa sieci dróg rowerowych i szlaków turystycznych z uwzględnieniem potrzeb ruchu turystycznego.	Liczba km sieci dróg rowerowych (ścieżki rowerowe i ciągi pieszo-rowerowe) Liczba km powiatowych szlaków turystycznych	37,69 km 507,4 km	80,53 km 594,4 km	SP	Raz na dwa lata

Rozwój portalu turystycznego	Opracowanie i wdrożenie wspólnego kalendarza imprez, odbywających się w poszczególnych miejscach powiatu.	Liczba opracowanych dokumentów	0	1	SP, LOT, G	Raz na dwa lata
	Promocja portalu turystycznego za pomocą dostępnych narzędzi marketingowych.	Liczba wydarzeń, na których prezentowano ofertę portalu Liczba wydanych materiałów promujących portal (komplety)	0 2	3 4	SP	Raz na dwa lata
Budowa marki powiatu jako atrakcyjnej destynacji turystycznej	Opracowanie programu budowania marki powiatu jako atrakcyjnej destynacji turystycznej.	Liczba opracowanych dokumentów	0	1	SP, LOT	Raz na dwa lata
	Opracowania i wdrożenie księgi znaku turystycznego.	Liczba publikacji z zastosowanym znakiem graficznym	0	8	SP, LOT	Raz na dwa lata
	Opracowanie i wdrożenie wspólnej kampanii promocyjnej produktów turystycznych.	Liczba podjętych wspólnie inicjatyw	0	3	SP, LOT, G	Raz na dwa lata

Rozwój informacji turystycznej	Opracowanie i wykonanie materiałów promocyjnych i informacyjnych.	Liczba opracowanych i wyprodukowanych materiałów promocyjnych tekstowych i audiowizualnych	2	6	SP, LOT	Raz na dwa lata
	Opracowanie i umieszczenie tablic powitalnych i pożegnalnych.	Liczba opracowanych i wyprodukowanych tablic powitalnych	0	4	SP	Raz na dwa lata
Wzmocnienie roli turystyki w samorządach lokalnych.	Organizowanie Forum Turystycznego Powiatu Wołomińskiego.	Liczba zorganizowanych wydarzeń; Liczba uczestników tych wydarzeń	0 0	1 50	SP, LOT, G	Raz na dwa lata
	Utworzenie Centrum Informacji Turystycznej.	Liczba utworzonych podmiotów CIT	0	1	SP	Raz na dwa lata
Utworzenie grup branżowych – instytucji prowadzących działalność w obszarze turystyki	Prowadzenie współpracy z miejscowymi artystami, rękodzielnikami, zespołami ludowymi oraz pozostałymi osobami/podmiotami związanymi z krzewieniem lokalnego dziedzictwa kulturowo-historycznego.	Liczba podjętych wspólnie inicjatyw	0	2	SP, LOT, G	Raz na dwa lata

	Inspirowanie współpracy pomiędzy organizatorami tych samych form turystyki.	Liczba podjętych wspólnie inicjatyw	0	3	SP, LOT, G	Raz na dwa lata
Współpraca z organizacjami pozarządowymi pożytku publicznego w obszarze turystki i kultury.	Wspieranie działań i współpraca z Lokalną Organizacją Turystyczną i innymi organizacjami.	Liczba osób/podmiotów z którymi prowadzona jest współpraca w ramach organizowania wydarzeń turystyczno-kulturalnych	0	5	Podpisane porozumienia (SP, LOT, G)	Raz na dwa lata

Źródło: opracowanie własne EU_CONSULT sp. z o.o.

Strukturę systemu monitoringu tworzy szereg podmiotów/instytucji, spośród których Starostwo Powiatowe (przy współpracy z LOT) odpowiedzialne jest za analizowanie i monitorowanie wdrażania założeń Strategii, a pozostałe podmioty/instytucje odpowiadają za przekazywanie potrzebnych do tego celu danych:

- Powiat Wołomiński (wyodrębniona komórka zajmująca się obszarem turystyki (np. Pałac w Chrzęsnem);
- LOT;
- Urzędy gmin wchodzących w skład powiatu;
- Lokalne Grupy Działania;
- Organizacje, instytucje i przedsiębiorcy działający w branży turystycznej.

System monitoringu oraz ewaluacji Strategii powinien być oparty na:

- Wskaźnikach Strategii – określenie wskaźników realizacji strategii, w tym poszczególnych celów szczegółowych;

- Monitoringu i ewaluacji niniejszej Strategii. Ewaluacja i monitoring będą wykonywane w trybie wewnętrznym lub hybrydowym. Ewaluacja wewnętrzna będzie realizowana samodzielnie przez pracowników instytucji wdrażającej Strategię. Jej zalety ujawniają się przede wszystkim w przypadku badań, które będą służyć wsparciu bieżących problemów w procesie wdrażania. Powodzenie takiej formy ewaluacji zależy głównie od znajomości kontekstu i uwarunkowań instytucjonalnych, administracyjnych oraz proceduralnych, w których realizowana jest dane działanie. Zagadnienia te są przede wszystkim znane pracownikom danej instytucji. Ewaluacja hybrydowa jest kombinacją dwóch ewaluacji wewnętrznej i zewnętrznej tzn. zlecanej podmiotowi zewnętrznemu W praktyce oznacza to, że pracownicy instytucji samodzielnie planują i realizują badanie, ale jego elementy (np. realizacja ankiety, wywiadów) zlecane będą na zewnątrz. Większość zadań wynikających z monitoringu i ewaluacji Strategii będzie zdecydowanie bardziej efektywna kosztowo (zwłaszcza w długim okresie) jeśli będą one realizowane w formie wewnętrznych

syntetycznych opracowań opartych na danych z postępu rzeczowego i finansowego, realizacji Strategii, projektów z nią związanych oraz cyklicznego badania ankietowego (jest to jedno z podstawowych narzędzi proponowanych do realizacji *on-going)*.

Dla przeprowadzenia monitoringu i ewaluacji niniejszego dokumentu wykonywana będzie ewaluacja *on-going* także z uwagi na zakres i charakter proponowanej ewaluacji (cykliczność, procesowy element, nacisk na refleksję i planowanie przyszłych działań).

Raport monitoringowy z realizacji Strategii powinien być przekazywany Zarządowi Powiatu w formie pisemnej informacji co dwa lata. Konieczne jest przeprowadzenie aktualizacji strategii w momencie opublikowania szczegółowych zasad finansowania w nowym okresie programowania UE.

Ewaluacja będzie prowadzona zgodnie z następującym schematem działania:

ZLECANIE EWALUACJI:
- Decyzja o badaniu
- Strukturyzacja 1: przygotowanie zamówienia
- Strukturyzacja 2: przygotowanie ofert
- Konkurs ofert i wybór wykonawcy

PROWADZENIE EWALUACJI:
- Strukturyzacja 3: raport metodyczny
- Obserwacja i zbieranie danych
- Analiza i ocena
- Wnioski i rekomendacje

WYKORZYSTANIE WYNIKÓW EWALUACJI:
- Wewnętrzna dyskusja nad wynikami
- Przyjęcie raportu
- Wdrożenie strategii upowszechnianie wyników

Źródło: J. Abramowicz, A. Gołoś, I. Grabowska, A. Haber, T. Kupiec, B. Ledzion, A. Rauzer, Podręcznik monitoringu o ewaluacji Lokalnych Strategii Rozwoju – wersja skrócona, s. 11, [za:] K. Olejniczak, Monitoring i ewaluacja, [w:] J. Górniak, S. Mazur (red.): Zarządzanie strategiczne rozwojem, Warszawa 2012, ss. 239 -257.

3. FINANSOWANIE

Źródła finansowania projektów realizowanych w celu wdrożenia Strategii podzielić można na:

- **Środki publiczne krajowe** – pochodzące z budżetów jednostek samorządów terytorialnych;

- **Środki publiczne rządowe** – pochodzące z budżetu państwa, oraz programów dofinansowania zadań ogłaszanych przez Ministerstwo Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu;
- **Środki publiczne wspólnotowe** – pochodzące z *Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego*, jak też z krajowych programów operacyjnych i innych środków wspólnotowych[2];
- **Środki prywatne** np. w ramach Partnerstwa Publiczno-Prywatnego.

2 Z uwagi na czas opracowania niniejszego dokumentu (połowa 2020 r.) niemożliwe jest wskazanie dokładnych źródeł finansowania, gdyż interwencja na lata 2021-2027 nie jest jeszcze znana.

4. ANALIZA ZBIEŻNOŚCI STRATEGII Z DOKUMENTAMI WYŻSZEGO RZĘDU

Zaprezentowany dokument jest spójny z dokumentami wyższego rzędu, regulującymi rozwój turystyki – zarówno regionalnymi, krajowymi, jak i europejskimi.

Dodatkowo należy w tym miejscu zaznaczyć, że przeprowadzony został audyt turystyczny powiatu wołomińskiego który także ma odzwierciedlenie w niniejszym dokumencie. Dane diagnostyczne wynikające z audytu były wykorzystywane do opracowania części merytorycznej Strategii natomiast wnioski i rekomendacje z audytu zostały uwzględnione w analizie SWOT dokumentu. Projekt opracowania audytu „Powiat Wołomiński liderem turystycznym regionu" został zrealizowany na zlecenie Powiatu Wołomińskiego przez organizację pozarządową w ramach programu współpracy z organizacjami pozarządowymi.

4.1. POZIOM REGIONALNY

Strategia Rozwoju Turystyki w województwie mazowieckim na lata 2014-2020

Zaproponowana wizja oraz misja, a także kierunki rozwoju turystyki w powiecie wołomińskim wpisują się w założenia *Strategii Rozwoju Turystyki w województwie mazowieckim na lata 2014-2020.* Na uwagę zasługuje przede wszystkim obszar strategiczny *A.* ***Systemowe zarządzanie polityką turystyczną*** i wpisujący się w niego cel A.1. **Rdzeń systemu: ożywienie turystyki wewnątrzregionalnej**, zakładający zwiększenie zainteresowania mieszkańców Warszawy podróżami do innych podregionów[3].

Zaproponowane cele wpisują się również w **obszar strategiczny *B. Wizerunek i informacja turystyczna Mazowsza*** i odpowiadający mu cel strategiczny B.1. **Zbudowanie podstaw wizerunku turystycznego Mazowsza.**

3 Zob. Strategii Rozwoju Turystyki w województwie mazowieckim na lata 2014-2020, s. 120-121.

Pośrednio dokument wpisuje się również w obszar strategiczny *D.* ***Aktywizacja turystyczna mazowieckiej młodzieży***, jednak zakłada on odniesienie się do szerszej grupy odbiorców niż tylko młodzieży.

Strategia Rozwoju Województwie Mazowieckim do 2030 r.

Niniejszy dokument zawiera wizję spójną z tą przedstawioną w ramach *Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego do 2030 r.*[4]Dokument ten zawiera wizję koncentrującą się na Mazowszu jako regionie spójnym terytorialnie, konkurencyjnym, innowacyjnym, z wysokim wzrostem gospodarczym i bardzo dobrymi warunkami życia jego mieszkańców, co jest zbieżne z wizją niniejszej *Strategii Rozwoju Turystyki Powiatu Wołomińskiego*, jaką jest: atrakcyjność powiatu dla turystyki weekendowej oraz krótkoterminowej, biznesowej, a także poznawczej i wypoczynkowej, w tym wzrost gospodarczy generowany przez ruch turystyczny, gwarantujący wysoki poziom życia mieszkańców. Zaprezentowany dokument jest spójny ze wszystkimi celami strategicznymi określonymi w Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego, w tym w szczególności z **celem ramowym kultura i dziedzictwo**, zakładającym **wykorzystanie potencjału kultury i dziedzictwa kulturowego oraz walorów środowiska przyrodniczego dla rozwoju gospodarczego regionu i poprawy jakości życia.**

4.2. POZIOM KRAJOWY

Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku.

Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku jest również zbieżny z celem głównym *Programu Rozwoju Turystyki do 2020 roku,* jakim jest **wzmocnienie rozwoju konkurencyjnej i innowacyjnej turystyki poprzez wspieranie przedsiębiorstw, organizacji i instytucji oraz inicjatyw sektora turystyki, z poszanowaniem zasad zrównoważonego rozwoju**[5]**.** Cel ten wpisuje się w wykorzystanie regionalnych potencjałów oraz zasobów do tworzenia

4 Strategia Rozwoju Województwa Mazowieckiego do 2030 r. – Innowacyjne Mazowsze, Załącznik do Uchwały nr 158/13 Sejmiku Województwa Mazowieckiego z dnia 28 października 2013 r.
5 Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku, przyjęty uchwałą nr 143/2015 Rady Ministrów z dnia 18 sierpnia 2015 r. w sprawie przyjęcia „Programu Rozwoju Turystyki do 2020 roku", s. 36.

specjalizacji turystycznych, jako elementu nowoczesnej i konkurencyjnej gospodarki. Wpisuje się to w cel szczegółowy ***3. Promocja priorytetowych obszarów produktów turystycznych kraju i regionów oraz specjalizacji gospodarczych opartych na turystyce*** Programu Rozwoju Turystyki.

Umowa Partnerska na lata 2021-2027 została opisana na stronie 38 i następnych.

4.3. POZIOM EUROPEJSKI

Wytyczne tematyczne dotyczące inwestycji w turystykę

Zaprezentowany dokument wpisuje się w założenia określone w wytycznych Komisji Europejskiej dotyczących inwestycji w turystykę[6]. Zgodnie z wytycznymi, inwestycje powinny m.in. mieć uzasadnienie w analizie SWOT oraz koncentrować się na lepszym ukazaniu walorów zasobów kultury na poziomie lokalnym. Niniejszy dokument wypełnia cechy określone we wspomnianych wytycznych. Wskazane cele szczegółowe i strategiczne wynikają wprost ze strategii SWOT.

Komunikat Komisji Europejskiej: „Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej"

Dokument ten wypełnia również zalecenia wskazane w Komunikacie Komisji Europejskiej: *Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej*[7] poprzez:

- Całościowe i zintegrowane podejście do turystyki – uwzględniające wpływ zróżnicowanych czynników decydujących o potencjale turystycznym powiatu wołomińskiego;
- Uwzględnianie zasady zrównoważonego rozwoju i minimalizowania negatywnego wpływu działalności człowieka na środowisko naturalne;

6 Draft Thematic Guidance Fiche for Desk Officers - Tourism. Version 2 – 19/03/2014.
7 Komunikat Komisji: Agenda dla zrównoważonej i konkurencyjnej turystyki europejskiej, Bruksela, dnia 19.10.2007 KOM(2007) 621 wersja ostateczna

- Planowanie długoterminowe, odzwierciedlone w perspektywie czasowej niniejszego dokumentu;
- Założenie rytmu rozwoju dostosowanego do specyfiki regionu, przyjmując założenie dotyczące konkretnych kierunków rozwoju turystyki;
- Stały monitoring postępów strategii, zgodnie ze schematem określonym w rozdziale 2.3 niniejszego dokumentu;
- Zaangażowanie do partycypacji w tworzeniu i realizacji strategii zróżnicowanego grona partnerów, co zostało odzwierciedlone w badaniach przeprowadzonych na potrzeby sporządzenia i konsultacji społecznych dokumentu oraz w procesie monitorowania realizacji strategii.

Komunikat Komisji Europejskiej: „Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego"

Dokument wpisuje się w ramy działania zaprezentowane w Komunikacie Komisji Europejskiej *Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego" poprzez* ***różnicowanie oferty turystycznej***[8]. Zaproponowane kierunki rozwoju pozwalają bowiem na zaoferowanie produktu turystycznego różnego od oferowanego m.in. w stolicy Mazowsza. Wpływają na to unikalne walory przyrodnicze powiatu wołomińskiego.

5. ZAKOŃCZENIE

Strategia Rozwoju Turystyki Powiatu Wołomińskiego na lata 2021-2030 jest dokumentem planistycznym, który ma na celu ukierunkowanie działań na najważniejsze problemy i potrzeby powiatu wołomińskiego w kontekście ciągłego rozwoju potencjału turystycznego. Dokument ten zarysowuje cel powiatu, jakim jest zwiększenie atrakcyjności tego obszaru jako

8 Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów: Europa – najpopularniejszy kierunek turystyczny na świecie – nowe ramy polityczne dla europejskiego sektora turystycznego, Bruksela, dnia 30.6.2010 KOM(2010) 352 wersja ostateczna, s. 8.

potencjalnej destynacji turystycznej, stanowiąc długofalowy scenariusz wskazujący na działania, jakie należy podjąć w celu osiągnięcia zamierzeń postawionych przed branżą turystyczną. Priorytetem w realizowanych działaniach jest doprowadzenie do sytuacji zrównoważonego wykorzystania unikalnego charakteru przyrodniczego, atrakcyjnych walorów środowiska naturalnego i rozpoznawalnego dorobku historycznego powiatu, dążąc do postrzegania go jako miejsca atrakcyjnego turystycznie.

Jak wynika z analizy i odpowiedniego doboru odpowiedniej metodologii pracy nad tego rodzaju przedsięwzięciami rozwój turystyki należy podzielić na dwa etapy. W pierwszym należy oprzeć się o działania i projekty realizowane przez instytucje samorządowe gdzie istotnym warunkiem jest umożliwienie pracy odpowiednio przygotowanym profesjonalnym kadrom planującym, zarządzającym, promującym oraz obsługującym ruch turystyczny. Dopiero w drugim etapie należy włączyć do współpracy instytucje biznesu. Administracja państwowa, prywatni inwestorzy, organizacje pozarządowe, mieszkańcy oraz pozostali uczestnicy rynku muszą postrzegać się wzajemnie, jako pełnoprawni partnerzy w podejmowaniu decyzji. Ponadto prace nad rozwojem turystyki można wykorzystać do procesu integracji powiatu i należy włączyć do nich w jak najszerszym zakresie gminy znajdujące się na jego obszarze oraz okoliczne powiaty i gminy

Odpowiedzialność Samorządów lokalnych za rozwój turystyki.

Rozwój turystyki w rozwoju gospodarczo-społecznym powiatu, jest bardzo istotny. W gestii samorządu leży m.in. określenie strategii rozwoju danego regionu. Stawianie przez władze samorządu na rozwój gospodarki turystycznej może sprawić, że powiat będzie się w widoczny sposób wyróżniał spośród innych jednostek samorządu terytorialnego, dlatego właśnie rozwijanie turystyki należy postrzegać przez pryzmat jej późniejszej komercjalizacji - może mieć ona istotny wpływ na stan gospodarki lokalnej i przyczynić się do dywersyfikacji przychodów lokalnej społeczności.

JST są również zobligowane do sprawowania opieki nad zachowaniem wartości środowiska kulturowego i przyrodniczego, co sprzyja tworzeniu na tym obszarze różnego rodzaju szlaków

turystycznych, a w konsekwencji produktów turystycznych liniowych. Dążenie samorządów do kształtowania i utrzymania ładu przestrzennego ma ogromny wpływ na wizerunek regionu i co za tym idzie, jego atrakcyjność turystyczną. Wybrzmiewa to również z ustaleń audytu turystycznego gdzie stwierdzono „Prowadzenie świadomej polityki przestrzennej, która uwzględnia w relacjach partnerskich, z równym nasileniem potrzeby środowiska i potrzeby ruchu turystycznego". Samorządy lokalne zobowiązane są promować walory i możliwości rozwoju danego regionu. Wśród zadań samorządów lokalnych należy także podjęcie odpowiednich działań na rzecz stworzenia pozytywnych bodźców do rozwoju i modernizacji terenów wiejskich. W związku z tym istotne znaczenie ma rozwój gospodarstw agroturystycznych oraz aktywizacja terenów wokół nich. Zobowiązane do działań w zakresie kultury fizycznej, w tym rozwoju terenów rekreacyjnych i urządzeń sportowych może w konsekwencji przyczynić się do zwiększenia częstotliwości organizowania różnego rodzaju wydarzeń obejmujących także zwiększenie atrakcyjności turystycznej konkretnych miejsc i jeszcze większego rozwoju branży turystycznej. Innym bardzo ważnym zadaniem władz samorządowych mającym ogromny wpływ na rozwój gospodarki turystycznej regionu jest niewątpliwie nadzór i działania zmierzające do poprawy jakości i modernizacji lokalnych dróg publicznych (ulic, mostów, placów) z uwzględnieniem ścieżek rowerowych oraz organizacji ruchu drogowego, komunikacji publicznej i lokalnego transportu zbiorowego z uwzględnieniem przepływów ruchu turystycznego. Z długofalowego punktu widzenia rozwoju turystyki ważnymi obszarami działań powinno być uwzględnienie w systemie edukacji placówek oświatowych profili związanych z takimi usługami jak hotelarstwo czy gastronomia. Współpraca w tym obszarze z branżą turystyczną może przyczynić się do rozwoju turystyki, a w konsekwencji wytworzenia nowych miejsc pracy i ograniczenie bezrobocia.

Promocja turystyki w Powiecie Wołomińskim.

Jak wynika z przeprowadzonej w audycie turystycznym analizy wymiana informacji pomiędzy interesariuszami obszaru turystyki jest najsłabszym ogniwem w rozwoju turystycznym regionu. Zdecydowana większość gmin w ogóle nie dysponuje drukowanymi materiałami promocyjno-informacyjnymi, a te które są dostępne nie zawierają informacji najbardziej

przydatnych turystom, przez co nie spełniają swoich funkcji. Analiza stron internetowych Instytucji działających na obszarze powiatu pozwala stwierdzić, że wymagają one działań zwiększających ich pozycjonowanie i dostosowanie do konkretnych grup odbiorców oraz formę przedstawiania informacji na bardziej przejrzystą i intuicyjną.

Wszystkie wymienione w ramach celów szczegółowych zadania są bardzo istotne dla osiągnięcia pożądanego stanu i zakładanych celów jednak w kontekście efektywności konieczne jest wdrażanie ich w odpowiednim czasie co obrazuje zaprezentowany w niniejszym dokumencie harmonogram działań. W kontekście zadań przewidzianych stricte dla JST najważniejsze znaczenie wydają się mieć zadania zawarte w celu strategicznym 1 - cele szczegółowe *Rozwój oferty produktowej na terenie powiatu wołomińskiego* oraz *Rozwój infrastruktury około turystycznej, sportowej i rekreacyjnej*. Natomiast w kontekście efektywności realizacji Strategii w celu strategicznym 3 - cel szczegółowy *Wzmocnienie roli turystyki w samorządach lokalnych*. Ma to swoje uzasadnienie w działaniach związanych z opracowaniem porozumień terytorialnych dla konkretnych produktów turystycznych, które ułatwią pozyskiwanie źródeł finansowania planowanych przedsięwzięć poprzez ukierunkowanie prac nad opracowaniem porozumień terytorialnych w sprawie konkretnych produktów turystycznych.

Marka turystyczna Powiatu Wołomińskiego i rozwój produktów turystycznych.

Potencjał walorów naturalnych powiatu wołomińskiego. Jest to na tyle duża przewaga by stanowić jedną z głównych podstaw do budowania zintegrowanego produktu turystycznego obszaru. Odpowiednio zagospodarowane walory przyrodnicze regionu, wyeksponowane oraz dobrze wypromowane mogą stać się atrakcją dla turystów nie tylko z blisko położonej aglomeracji warszawskiej ale także innych części województwa mazowieckiego czy turystów odwiedzających Stolicę Polski.

Potencjał historyczno-kulturowy. Turystyka historyczno-kulturowa staje się coraz popularniejszą formą wypoczynku. Ze względu na wykazaną w przeprowadzonym audycie turystycznym interesującą historię powiatu, cenne walory dziedzictwa kulturowego oraz

rozpoznawalne w skali kraju wydarzenia mające na celu promocję tych walorów (zwłaszcza obchody związane z Bitwą Warszawską 1920 r.), kierunek ten należy uznać za kluczowy względem przyszłych działań.

Podsumowując koniecznym warunkiem w rozwoju turystyki na terenie powiatu wołomińskiego jest wykreowanie produktów turystycznych, bazujących na potencjale lokalnym, skierowanych do precyzyjnie zdefiniowanych segmentów odbiorców, które staną się kołem zamachowym branży turystycznej na terenie powiatu wołomińskiego.

6. SPIS ELEMENTÓW GRAFICZNYCH W DOKUMENCIE

Tabela 1 Analiza SWOT 12
Tabela 2. Wykaz celów strategicznych i szczegółowych 16
Tabela 3 Elementy programu tworzenia produktu turystycznego 21
Tabela 4 Harmonogram działań 55
Tabela 5 Priorytetowe cele Strategii na lata 2021-2030 58
Tabela 6 Wskaźniki monitoringu realizacji Strategii 60

POWIAT WOŁOMIŃSKI