PRACE NAUKOWE AKADEMII EKONOMICZNEJ WE WROCŁAWIU
Nr 1074 — 2005
Gospodarka turystyczna
Turystyka i gospodarka turystyczna w Polsce na tle procesów integracji w Europie
Euroregionalizacja. Konkurencyjność. Marketing

Agnieszka Brelik
Akademia Rolnicza w Szczecinie

ANALIZA SWOT JAKO PODSTAWOWY ELEMENT PROCESU FORMUŁOWANIA STRATEGII ROZWOJU TURYSTYKI W WOJEWÓDZTWIE ZACHODNIOPOMORSKIM

Celem artykułu jest przedstawienie analizy SWOT województwa zachodniopomorskiego z punktu widzenia rozwoju turystyki. Na jej podstawie sformułowano wnioski dotyczące zadań turystyki w Polsce.

1. Wstęp

Turystyka, jako jeden z głównych czynników aktywizujących rozwój gospodarki, przyczynia się do wzrostu dochodu zarówno jednostek samorządów terytorialnych, jak i miejscowej społeczności. W warunkach gospodarki rynkowej reguły postępowania ekonomicznego dotyczą wszystkich, którzy dysponują zasobami. Jedną z tych reguł jest prowadzenie przez jednostki terytorialne działalności marketingowej, rozumianej jako „całokształt skoordynowanych działań podmiotów lokalnych, regionalnych lub ogólnokrajowych zmierzających do wykreowania procesów wymiany i oddziaływania poprzez rozpoznanie, kształtowanie i zaspokojenie potrzeb oraz pragnień mieszkańców" [2, s. 36]. Skutecznym narzędziem analizy marketingowej regionu, na podstawie której można prześledzić sytuację, w jakiej obecnie znajduje się dany region, jest analiza SWOT.

Analiza SWOT to podstawowe narzędzie analizy strategicznej. Jest efektywną metodą identyfikacji słabych i silnych stron organizacji oraz badania jej szans i zagrożeń. Analizę tę możemy z powodzeniem zastosować do dowolnego przedsięwzięcia inwestycyjnego, w tym również do oceny atrakcyjności turystycznej regionów.

Analiza SWOT może być wykorzystana na wielu obszarach. Do celów zastosowania tego narzędzia przez jednostki zalicza się:

- tworzenie analizy strategicznej, na bazie której budowane są plany strategiczne dostosowane do gospodarki rynkowej,
- poznanie zasobów wewnętrznych i środowiska zewnętrznego,
- określenie głównych czynników mogących mieć wpływ na przyszłość jednostki,
- wspomaganie procesów restrukturyzacyjnych, których zadaniem jest określenie trafności decyzji.

Zastosowanie analizy SWOT ma charakter praktycznie nieograniczony i w dużej mierze zależy od kreatywności osób wykorzystujących tę metodę. Ze względu na swój elastyczny charakter ma zastosowanie również w tych obszarach, w których użycie innych metod jest trudne bądź nawet niemożliwe [3, s. 180].

2. Analiza SWOT województwa zachodniopomorskiego

Województwo zachodniopomorskie jest położone w północno-zachodniej części Polski. Jest to region nadbałtycki, graniczący na zachodzie z Niemcami, a na północy przez Morze Bałtyckie z Danią i Szwecją. Zajmuje powierzchnię 22 902 km^2, co stanowi 7,3% ogólnej powierzchni kraju.

Na podstawie dokonanej analizy walorów turystycznych przeprowadzono analizę SWOT dla badanego regionu. W pierwszej części zidentyfikowano i określono najważniejsze silne i słabe strony regionu (tzw. analiza wnętrza). Kolejna część odnosi się do otoczenia regionu, wskazuje na główne szanse i zagrożenia rynkowe (tzw. analiza otoczenia).

Silne strony. Należy tu zaliczyć:

- dostęp do Morza Bałtyckiego (185 kilometrowy odcinek wybrzeża nadmorskiego w obszarze województwa),
- największą liczbę kąpielisk i plaż na polskim wybrzeżu,
- najszersze plaże wybrzeża,
- położenie transgraniczne w obszarze Morza Bałtyckiego,
- bliskość rynków Europy Zachodniej, szczególnie Niemiec,

- położenie na skrzyżowaniu ważnych szlaków komunikacyjnych o znaczeniu międzynarodowym w układzie północ-południe i wschód-zachód,
- bogactwo pojezierzy stanowiących prawie 46% obszaru województwa,
- obszar czysty ekologicznie, sprzyjający „zdrowemu" wypoczynkowi,
- wody śródlądowe zajmują tu powierzchnię niemal dwukrotnie większą niż średnio w kraju,
- liczne przystanie żeglarskie i porty morskie tworzące sieć żeglarską i stanowiące podstawę do rozwoju żeglarstwa,
- bogactwo kompleksów leśnych, parków krajobrazowych, w tym szczególnie bogata dolina Odry,
- przepiękne szlaki wodne dla kajakarzy,
- warunki sprzyjające rozwojowi turystyki aktywnej i specjalistycznej (myślistwo, golf, jeździectwo itp.),
- województwo jako silny i prężnie działający ośrodek szkolenia kadr sportowych (zapasy, Taekwon-Do, wioślarstwo, kolarstwo),
- bogate tło historyczne regionu; związek z historią Europy poprzez zakony Templariuszy, Joannitów, Cystersów, szlaki handlowe (solny, kupców hanzeatyckich) i inne,
- różnorodność atrakcji kulturowych przy zachowaniu szczególnego charakteru, specyfiki regionu,
- liczne szlaki tematyczne, w tym powiązane z odpowiednikami szlaków europejskich,
- walory uzdrowiskowe – największe uzdrowiska nadmorskie w Polsce,
- dobrze rozwinięta baza sanatoryjno-uzdrowiskowa,
- silnie rozwinięta baza noclegowa w pasie wybrzeża,
- wielokulturowość Pomorza Zachodniego – otwartość i tolerancja mieszkańców,
- wysoki poziom inteligencji.

Słabe strony. Należy tu wymienić:

- peryferyjne położenie w stosunku do centrum kraju,
- wysoki stopień dekapitalizacji majątku trwałego,
- postępującą marginalizację niektórych obszarów,
- postępujące „zużycie moralne" bazy uzdrowiskowej oraz infrastruktury obiektów uzdrowiskowych,
- niedostatek taniej bazy noclegowej,
- niewystarczająca całoroczna baza noclegowa,
- mała liczba obiektów noclegowych o wysokim standardzie,

- słabo rozwinięte zaplecze socjalne i serwisowe dla form turystyki wykorzystujących akweny (np. przystanie kajakowe, żeglugowe, mariny),
- niedostateczne turystyczne zagospodarowanie nabrzeży jezior i rzek, szczególnie w pasie pojezierzy,
- brak wystarczającej liczby miejsc stacjonowania dla jachtów w odpowiednich lokalizacjach, szczególnie z możliwością ich zimowania,
- brak systemu przystani żeglarskich i miejsc postojowych w dolinie Odry,
- brak wymaganej infrastruktury w odniesieniu do szlaków pieszych i rowerowych, w szczególności oznakowania tras,
- brak systemu nadzoru i zarządzania istniejącymi szlakami,
- brak systemowych rozwiązań w zakresie wypożyczalni sprzętu turystyczno-sportowego,
- brak zintegrowanych pakietów turystycznych, w tym np. pakietów weekendowych łączących różne formy turystyki,
- niedostateczne przygotowanie personelu do obsługi zagranicznego ruchu turystycznego (słaba znajomość języków obcych),
- mała liczba znanych imprez promujących region jako obszar turystyczny,
- kojarzenie Pomorza Zachodniego głównie z pasmem nadmorskim,
- brak ciekawej oferty turystycznej poza sezonem,
- brak informacji dotyczących bazy gastronomicznej,
- niedostateczny marketing, w tym brak skutecznych systemów dystrybucji i sprzedaży ofert do klientów komercyjnych,
- niewystarczająca informacja turystyczna.

Efektywny rozwój turystyki wymaga zaangażowania nie tylko władz państwowych i samorządowych, ale także aktywnego udziału instytucji publicznych i niepublicznych oraz podmiotów komercyjnych.

Tabela 1. Analiza SWOT – szanse i zagrożenia

Szanse	Zagrożenia
1	2
Zewnętrzne: • rozwój współpracy gospodarczej, społecznej w zakresie turystyki państw i regionów Morza Bałtyckiego • integracja z Unią Europejską, dostęp do środków pomocowych	Zewnętrzne: • dekoniunktura na światowym rynku turystycznym • spadek liczby podróży na świecie i w Europie • spadek aktywności turystycznej sąsiadów Polski (zwłaszcza Niemców)

1	2
• otwarcie rynków krajów UE, w tym współpraca z kasami chorych państw skandynawskich oraz Niemiec – konkurencyjna oferta cen/jakości • stworzenie panaeuropejskiego korytarza transportowego w dolinie Odry • decentralizacja finansów publicznych i wzmocnienie samorządności lokalnej i regionalnej • rozwój współpracy międzynarodowej, przygranicznej i międzyregionalnej. • wzrost liczby podróży do Europy Środkowo-Wschodniej (prognoza) • dynamiczny rozwój turystyki morskiej i wodnej turystyki śródlądowej • wzrost liczby turystów w ogólnej liczbie odwiedzających Polskę (prognoza) Wewnętrzne: • możliwość pozyskania kapitałów w ramach współpracy międzynarodowej, (w tym euroregionalnej) • kontakty z biurami turystycznymi, szczególnie ukierunkowanymi na sprzedaż ofert pakietowych • rozwój sieci lotnisk powojskowych – w tym po armii radzieckiej – sprzyjający poprawie dostępności komunikacyjnej (czartery) • rozwój turystyczny obszarów przygranicznych • rozwój agroturystyki i ekoturystyki jako alternatywy dla obszarów rolniczych • rozwój różnorodnych form turystyki oparty na czystym i różnorodnym środowisku przyrodniczym i kulturowym • rozwój lecznictwa uzdrowiskowego wykorzystującego warunki mikroklimatyczne oraz występujące wody lecznicze i borowiny • zakwalifikowanie Szczecina jako „Europolu", stwarzające miastu szanse na stanie się centrum euroregionu • wzrost świadomości ekologicznej, rozwój postaw proekologicznych • wspólna promocja województwa, ukierunkowanie i ujednolicenie działań wizerunkowych oferty turystycznej regionu	• tendencja spadkowa w liczbie podróży turystycznych do Polski • tendencja do organizowania przyjazdów do Polski bez udziału biur podróży • brak napływu kapitału inwestycyjnego, w tym również zagranicznego • silna konkurencja województw ościennych i turystycznych regionów Niemiec Wewnętrzne: • niedoskonałość i niestabilność przepisów prawnych, szczególnie uciążliwych dla potencjalnych inwestorów zagranicznych • pogłębiająca się dysproporcja dochodów budżetów gmin w stosunku do zadań • komunikacja – trudno przejezdne (szczególnie w sezonie) drogi w pasie nadmorskim • niedostatecznie rozwinięta sieć drogowa i nienajlepszy jej stan techniczny w układzie zarówno wewnątrzregionalnym, jak i zewnętrznym • ograniczona przepustowość oraz długi czas oczekiwania na drogowych przejściach granicznych z Niemcami • niewystarczający kapitał inwestycyjny • niedostateczna wiedza o potrzebach i wymaganiach turystów (brak badań jakościowych) • wysokie bezrobocie, spadek dochodów ludności

Źródło: opracowano na podstawie materiałów PART.

3. Zadania struktur zarządzania turystyką w Polsce

Efektywny rozwój turystyki wymaga zaangażowania nie tylko władz państwowych i samorządowych, ale także aktywnego udziału instytucji publicznych i niepublicznych oraz podmiotów komercyjnych. Podstawą tych działań musi być jasno określony plan działań i sprawnie funkcjonujący system na rzecz rozwoju turystyki.

Nowo powstałe struktury organizacyjne administracji państwowej i samorządowej w województwie powinny odgrywać istotną rolę w kreowaniu i rozwoju regionalnych strategii turystyki, jej upowszechnianiu i promowaniu. Za szczególnie ważne pod tym względem należy uznać:

- wypracowanie zasad współdziałania turystycznych administracji wojewódzkiej i samorządowej w kwestii rozwijania współpracy międzynarodowej,
- tworzenie mechanizmów finansowania nowych projektów turystycznych z wykorzystaniem środków podmiotów branży turystycznej, zasobów samorządów gospodarczych, kapitału prywatnego oraz w większym stopniu funduszy zagranicznych,
- realizacja szeregu zadań z zakresu permanentnej edukacji turystycznej i kształcenia nowoczesnej kadry turystycznej; musi istnieć silny związek między potrzebami gospodarki turystycznej a wymaganiami rynku turystycznego,
- potrzeba wypracowania wspólnych planów rozwoju badań naukowych dotyczących turystyki, szczególnie w zakresie statystyki turystycznej, badań motywacji turystycznych, oceny przebiegu zjawisk w turystyce i branżach komplementarnych; jest to warunek właściwego planowania zadań makroskalowych i długofalowych turystyce,
- upowszechnianie rozwoju aktywności turystycznej mieszkańców Polski, kreowanie mody na turystykę, wzrost dostępności do usług i produktów turystycznych, w tym między innymi osób niepełnosprawnych oraz dzieci i młodzieży,
- tworzenie spójnego dla całego obszaru programu promocji turystyki, będącego fragmentem planu krajowego, wypracowanego w porozumieniu z samorządem powiatowym oraz organizacjami turystycznymi, stanowiącego gwarant prowadzenia właściwej, efektywnej kampanii promocji potencjału turystycznego i rozwoju turystyki w regionie,
- oddzielenie funkcji kreowania strategii rozwoju turystyki przez organy administracji turystycznej od bezpośredniej jej realizacji, która powinna

leżeć w gestii wyspecjalizowanej organizacji; niezbędne jest zatem powołanie na szczeblu wojewódzkim regionalnej organizacji turystycznej, która byłaby odpowiedzialna między innymi za rozwój i promocję produktu turystycznego regionu, uwzględniając jednocześnie specyfikę atrakcji turystycznych województwa,

- stworzenie w obecnych strukturach organizacyjnych zarządzania turystyką w Polsce nowoczesnej sieci centrów, punktów informacji turystycznej na wszystkich szczeblach administracji.

Turystyka to dziedzina wymieniana w strategiach rozwoju regionów jako jeden z głównych sektorów rozwoju gospodarczego. Jej elementy można znaleźć również w planach rozwoju wielu innych sektorów gospodarki. Zachodzące obecnie w Polsce przemiany polityczno-gospodarcze, wdrażane reformy społeczne niewątpliwie spowodują wiele istotnych, nieodwracalnych zmian w funkcjonowaniu szeroko rozumianej sfery turystyki.

4. Podsumowanie

Turystyka i wypoczynek traktowane są jako dział gospodarki, który ma duże znaczenie i ogromne możliwości rozwojowe. Rozwój turystyki i wypoczynku wymaga unowocześnienia istniejącej już bazy oraz budowy nowych obiektów i urządzeń, a także zmiany modelu wypoczynku. Planowanie przestrzenne należy traktować jako podsystem kompleksowego planowania strategicznego opartego na rozwoju społeczno-gospodarczym, zagospodarowaniu przestrzennym, polityce ekologicznej i polityce rozwoju regionalnego.

Literatura

[1] Fedyk W., Paliga Z., *Zmiany w systemie zarządzania turystyką na szczeblu administracji wojewódzkiej i samorządu terytorialnego*, [w:] *Gospodarka turystyczna u progu XXI wieku*, AWF, Poznań 2000.

[2] Szromnik A., *Marketing terytorialny – geneza, rynki docelowe i podmioty oddziaływania*, [w:] *Marketing terytorialny. Strategiczne wyzwania dla miast i regionów*, red. T. Romański, Centrum Badań i Studiów Francuskich, Instytut Studiów Międzynarodowych, UŁ, Łódź 1997.

[3] Zawadzki P., *Analiza SWOT kluczowym elementem procesu formułowania strategii rozwoju turystki w regionie na przykładzie Euroregionu NYSA*, [w:] *Markowe produkty turystyczne*, Szczecin-Niechorze 2004.

SWOT ANALYSIS AS THE KEY ELEMENT OF TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY CREATING IN THE REGION BASED ON AN EXAMPLE OF ZACHODNIOPOMORSKIE PROVINCE

Summary

The paper presents an outline strategy of region with special consideration of western Pomeranian region. This strategy will allow development and strengthen regional and local identity and mold social consciousness, economic and ecological to identification people with region and to universals participation in solving problems in molding economics success.