

Rozwój turystyki w powiecie strzeleckim – zwrot we właściwym kierunku?



Polska będąc od maja tego roku oficjalnym członkiem Unii Europejskiej nastawiona jest coraz bardziej na trendy unijne, również w dziedzinie turystyki. A statystycznie rzecz biorąc, przeciętny Europejczyk, z jednej strony, w wymiarze urlopowym ma więcej czasu wolnego, z drugiej zaś, w ferworze codziennego życia i pędzie, jak i naładowany świat (pogoń za pieniędzmi, kariera zawodowa) mniej czasu poświęca na wypoczynek. Stąd coraz bardziej popularny staje się wypoczynek weekendowy, a zwłaszcza taki, który nastawiony jest na aktywność ruchową, z myślą o zachowaniu szczupłej sylwetki (to kolejny modny trend). W czym zatem należy upatrywać szansy dla powiatu strzeleckiego, mówiąc o turystyce, w szerokim tego słowa znaczeniu?

Z pewnością po pierwsze musi my zdać sobie sprawę z faktu, że nasz region nie stanie się zażytkowym Krakowem, gdzie na każdym kroku przepłata się gwar różnych języków obcych czy też sercem Tatr, tętniącymi życiem przez praktycznie cały rok zakopiańskimi Krupówkami. U nas nie pojawia się tłumy osób z zagranicy, no chyba, że tych, którzy pozostawili tutaj swoje korzenie i z sentymentem wracają w rodzinne strony raz czy dwa razy w roku lub zamierzają upolować w naszych zielonych okolicach jakiegoś zwierza.

Jak mówi Lucyna Kotas z Polskiego Związku Łowieckiego w Opolu - PZŁ wysłała do biur turystycznych oferty polowań dla cudzoziemców. Jest ich z roku na rok mniej. Jeśli byłoby ich 200, to w tym roku zgłosiło się tylko 70-ciu. Coraz więcej myśliwych, i co bogatszych, wybiera się na Wschód, gdzie tereny są bardziej atrakcyjne, a lasy bogatsze w zwierzęta. Tam nie jest problemem odstraszyć wilka, żubra, czy nawet niedźwiedzia.

Wydawałoby się, że w takim układzie nie możemy zgoła liczyć na żadnych turystów? Otóż nie, powiat przede wszystkim powinien nastawić się na tzw. „domowników” tzn. mieszkańców samego powiatu, województwa czy też okolic, których odpowiednio przygotowany produkt turystyczny powinien zachęcić właśnie do uprawiania tzw. turystyki weekendowej. Co zatem powinniśmy zrobić, chcąc zwiększyć ruch turystyczny w naszym regionie i co kryje się za mądrym określeniem **profesjonalny produkt turystyczny**?

Przed wszystkim należy wyznaczyć tzw. identyfikatory powiatu strzeleckiego, to znaczy znaleźć takie walory turystyczne regionu, które charakteryzowałyby go w sposób jednoznaczny i rozpoznawalny. Jednym słowem trzeba znaleźć coś, czym nie mogą pochwalić się inni. Zaraz pewnie ktoś pomyśli, a co my mamy takiego szczególnego? Niewą-

tpliwie taką wizytówką powiatu jest Masyw Chelmski z bazyliką i amfiteatrem, czyli najbardziej znana w powiecie Góra Św. Anny.

Ale to nie jedyny atut, który posiadamy. Jesteśmy naturalnie „uposażeni” w znaczne połacie lasów, łąk, a także akwenu wodne, zatem w tym przypadku pole do popisu staje przed agroturystyką, łowiectwem, wędkarstwem i kajakarstwem, zwłaszcza biorąc pod uwagę malownicze dorzecze Małej Panwi. Mamy więc z czego stworzyć apetyczny kasek dla turystów, z tym że należałoby stworzyć profesjonalny produkt turystyczny, który wymaga nie tylko wieloletnich starań idących w kierunku rozwoju ruchu turystycznego i stworzenia przyjaznej turystom atmosfery, ale i sporych nakładów finansowych, a także ścisłej współpracy samorządowców, firm i osób prywatnych. Co składa się na produkt turystyczny?

Jest to pojęcie złożone, trzeba zacząć od przygotowania niezawodnej i często aktualizowanej informacji, nie tylko w wydaniu tradycyjnym tzn. ulotki, foldery i tym podobne gadzety reklamowe, ale i zadać o utworzenie IT – sprawnie działających punktów informacji turystycznej oraz stworzyć rozbudowaną bazę internetową z opcją wykorzystania nośników elektronicznych m.in. możliwość rezerwacji noclegu przez internet, uregulowania rachunku kartą płatniczą itp. Kolejnym krokiem jest stworzenie jednolitego loga dla wszystkich atrakcji turystycznych powiatu, tak aby osoba z zewnątrz jednoznacznie identyfikowała je wyłącznie z naszym regionem. Logo takie musi być dobrze przemyślane, gdyż po pierwsze winno zawierać elementy charakterystyczne dla danego regionu, a po drugie ma służyć przede wszystkim do osiągnięcia tego celu. A na całym świecie twierdzą, że inwestycje w turystykę zwracają się szybko.

Współczesny turysta bardzo rzadko obecnie sam przygotowuje sobie plan możliwych do zobaczenia

atrakcji turystycznych, nie śledzi już nad mapą wytyczając przykładową trasę pieszej wędrowki, nie szuka dogodnych połączeń komunikacyjnych, nie dzwoni do tego czy innego hotelu zapytaniem, czy tam można dobrze zjeść i czy pokój ma łazienkę, bo zwyczajnie nie ma na to czasu. Trzeba mu wszystkie te informacje podać „na tacy”. Jeśli tego się nie zrobi, można potencjalnie przyspuścić, że skorzysta z innej oferty, która w pełni będzie go satysfakcjonowała i wymagała tylko tyle wysiłku ile włoży do jej przeczytania.

Podążając dalej, oferta/produkt turystyczny musi w pełni informować o dogodnej bazie hotelowo-gastronomicznej, o sieci komunikacyjnej, o dodatkowych atrakcjach sezonowych typu: festyny, zawody, dni miasta, rajdy itp. A jeśli ich nie ma, bądź jest mało, trzeba zorganizować nowe, niekoniecznie ściśle związane z tradycją czy obyczajowością danego regionu, ale z pewnością nowatorskie i niepowtarzalne. Należałoby przygotować również gotowe pakiety nastawione na konkretną grupę odbiorców, tzn. jeśli ma być to przykładowo oferta dla zapalonych rowerzystów, to nich zawiera informacje o całonocnej trasie przejazdu łącznie z mapą, wskazaniem zabytków, jakie można po drodze zwiedzić, jakie osobliwości ze świata flory i fauny zobaczyć, gdzie można przycupnąć na polu biwakowym i do kogo się zgłosić, jeśli miałoby się ochoć na rozbiegnięciu i rozpalenie ogniska, gdzie zjeść smaczne potrawy, do jakiego punktu medycznego się zgłosić w przypadku skaleczenia po niefortunnym upadku i jak daleko będzie do przystanku autobusowego i o której będzie jechał autobus, jeśli w połowie trasy nasz potencjalny turysta poczuje fizyczne zmęczenie.

Przy czym nie należy również przesadzać z natłokiem informacji i zawsze dbać o przejrzystość formy, pamiętając bowiem, że większość z nas jest wzrokowcami, więc najlepiej przemawiają do nas graficzne formy przekazu. A ponieważ z natury jesteśmy leniwi, zbyt duża ilość treści też może zniechęcić nas do lektury. Stworzenie profesjonalnego produktu wymaga zatem olbrzymiej złożoności działań głęboko przemyślanych, które pochłaniają równie dużą porcję nakładów finansowych. Czasami jednak warto posuwać się nawet małymi krokami do przodu, przecież „nie od razu Rzym zbudowano”. Pytanie pozostaje jednak nadal:

Czy chcemy rozwijać turystykę w powiecie strzeleckim?

Jeśli chcemy odpowiedzieć twierdząco na to pytanie, musimy przede wszystkim zgrać aktualne działania do osiągnięcia tego celu.

A na całym świecie twierdzą, że inwestycje w turystykę zwracają się szybko.

/Isa/



Jak się sprzedać?

Z turystyki da się żyć, i to dobrze. Na razie jednak Polska, choć i ją z roku na rok odwiedza więcej gości, nie jest turystyczną mekką. Są oczywiście miasta i miejsca, które są bardzo popularne nie tylko wśród Polaków, ale kolejek takich jak np. ustawiają się w sezonie do zwiedzania katedry św. Marka w Wenecji raczej nie widać przed naszymi zabytkami. No, może z wyjątkiem Wawelu.

A co mają zrobić miasta i regiony, w których trudno znaleźć atrakcję o podobnej randze? O tym możecie Państwo przeczytać w tekście obok. My przyjrzyjmy się, czym – i jak – gminy naszego powiatu wabią gości. Sezon wyjazdów krótkich i dłuższych właśnie się rozpoczął.

W gminie Strzelce Opolskie – promocja i informacja



Najbardziej rozpoznawalny punkt miasta

Jak w większości gmin nie istnieje jednolity system informacji o atrakcjach turystycznych regionu. Urząd Miejski w drukowanych przez siebie materiałach, a także na stronie internetowej (www.strzelceopolskie.pl) umieszcza adresy i telefony biur turystycznych, w części informacyjnej materiałów przybliża miejsca atrakcyjne turystycznie. Trwają rozmowy Referatu Inicjatyw Gospodarczych z Orbisem, który ma swoją siedzibę w Ryнку, nad zorganizowaniem tam punktu informacyjnego. W najbliższym czasie ma powstać plan miasta z zaznaczeniem i opisem cie-

kawych obiektów i miejsc, wydana przez gminę.

Piotr Szablewski, kierownik mieszczącego się również w Ryнку Biura Turystyki PTTK:

- Nie dysponujemy specjalnymi wydawnictwami dotyczącymi Ziemi Strzeleckiej. Po prostu rzadko są wydawane. Czasem udaje nam się zdobyć coś w Urzędzie Marszałkowskim, czasem na targach turystycznych wystawiają się gminy i wtedy od nich zdobywamy materiały. Zainteresowanych, którzy do nas trafiają, informujemy ustnie. Prowadzimy natomiast działalność mającą na celu propagowanie walorów naszych okolic. Co roku organizujemy cztery, pięć rajdów. Są to imprezy cykliczne i musimy przyznać, że cieszą się sporym powodzeniem.

Biuro PTTK wspólnie z Urzędem Miejskim przygotowuje dla turystów tzw. kwalifikowanych regionalną odznakę „Turysta Ziemi Strzeleckiej”.

- Będzie ona trzypostopniowa – mówi P. Szablewski. – Żeby zdobyć najwyższy stopień, trzeba będzie poznać nasz region bardzo dokładnie. Taka odznaka to również gratka dla miłośników turystyki.

Jemielnica – informują: gmina, Kościół, TSKN



Klasztor pocksterski, to najwspanialszy zabytek gminy, najszerzej też promowany

W Jemielnicy jest kilka ciekawych miejsc, głównie związanych z historią klasztoru pocksterskiego. Dlatego też nie dziwi fakt, że parafia umieściła specjalne tablice informacyjne na wszystkich zabytkowych obiektach, dzięki którym można się zapoznać z ich dziejami. Podobne tablice na innych zabytkach ufundowało miejscowe koło TSKN, a gmina wyłożyła pieniądze na oznakowanie tras rowerowych przebiegających przez gminę. Przy każdej trasie znajduje się szczegółowo opisana mapa tras, a w ciekawszych miejscach rów-

nież zainstalowano tablice z opisami – np. siedlisk ciekawej roślinności, czy nietypowej formacji geologicznej.

Oczywiście, podobnie jak gdzie indziej, gmina Jemielnica dysponuje materiałami informacyjnymi w postaci ulotek i folderów. Obecnie powstałe nowe, aktualne wydawnictwo szeroko opisujące również walory turystyczne gminy. Informacje o miejscach noclegowych, historii gminy, miejscach atrakcyjnych turystycznie, znajdują się również na stronie www.jemielnica.pl

o pozostałych gminach czytaj na str. 8