



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



PROGRAM ROZWOJU TURYSTYKI I PROMOCJI GMINY ZARSZYN NA LATA 2011 - 2020

Projekt

Opracowano w ramach projektu

Profesjonalne Zarządzanie w Gminie Zarszyn

Człowiek - najlepsza inwestycja

**Projekt współfinansowany przez Unię Europejską
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego**

Zarszyn 2011

Spis treści

Wprowadzenie	3
Cel powstania Programu.....	5
Turystyka w Polsce i województwie podkarpackim	7
Trendy w turystyce	14
Nowe trendy w turystyce.....	19
Potrzeby współczesnego turysty.....	23
Marketing terytorialny	24
Turystyka w Gminie Zarszyn - charakterystyka obszaru	28
Analiza Swot – turystyka i promocja w Gminie Zarszyn.....	46
Turystyka i promocja w Gminie Zarszyn – plan rozwoju	50
Monitoring wdrażania programu	68

WPROWADZENIE

Turystyka to zjawisko o złożonym charakterze i w związku z tym należy postrzegać ją wielopłaszczyznowo. Stanowi ona sferę aktywności gospodarczej, jest ważnym instrumentem zharmonizowanego rozwoju lokalnego, a także sferą działalności społecznej. Podróże oraz aktywność turystyczna są jednymi z mierników poziomu życia mieszkańców i rozwoju cywilizacyjnego zarówno całego kraju, jak również poszczególnych regionów, województw i gmin. W wielu miejscach turystyka stała się źródłem dobrobytu oraz instrumentem wspierania przedsiębiorczości i walki z bezrobociem. Rozwój turystyki nie jest jednak tylko bodźcem napędzającym rozwój gospodarczy. Stanowi on również podstawy do rozwoju społecznego danego regionu. Turystyka wykorzystywana jest w edukacji młodego pokolenia, w przekazywaniu systemów wartości, pomaga w zachowaniu dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego. Współcześnie turystyce przypisuje się do pełnienia cztery rodzaje funkcji, które stanowią pewien kompleks decydujący o jej rosnącej roli w życiu każdego społeczeństwa, zarówno na poziomie krajowym, jak i lokalnym. Są to:

a) **Funkcje społeczne**, a wśród nich:

- **funkcja zdrowotna**, która ma na celu odtworzenie fizycznych i psychicznych sił człowieka poprzez usuwanie znużenia i dostarczanie pozytywnych bodźców psychofizycznych oraz profilaktykę i leczenie szeregu chorób;
- **funkcja poznawcza**, dzięki której z jednej strony są realizowane potrzeby duchowe uczestników ruchu turystycznego, a z drugiej - następuje wzrost poziomu kulturalnego społeczeństwa;
- **funkcja wychowawcza**, która stanowi drogę kształtowania zarówno cech fizycznych, jak i wartości duchowych i obywatelskich człowieka.

b) **Funkcje ekonomiczne**, a wśród nich:

- **funkcja reprodukcji siły roboczej**, która przejawia się nie tylko prostą reprodukcją siły roboczej, jako odtwarzania zdolności pracownika do pracy, ale również pozytywnymi zmianami jego postawy, wzrostem jakości pracy oraz wydajności pracy społecznej;
- **funkcja aktywizacji gospodarczej**, która polega na pobudzaniu rozwoju gospodarczego obszarów turystycznych, głównie regionów słabiej rozwiniętych gospodarczo;
- **funkcja redystrybucji dochodu**, która polega na przemieszczaniu pieniądza z miejsc stałego zamieszkania turystów na obszary i do miejscowości turystycznych. Czegóż konsekwencją jest fakt, że turystyka w omawianej funkcji stanowi ważne narzędzie redystrybucji dochodu narodowego, umożliwiające stopniowe wyrównywanie poziomu zagospodarowania całego kraju i stopy życiowej jego ludności;
- **funkcja dewizowa**, wiążąca się z wpływem ruchu turystycznego na bilans płatniczy państwa, a konkretnie z rozwojem zagranicznego przyjazdowego ruchu turystycznego zapewniającego dochody walutowe podobnie jak eksport;

- c) **funkcja polityczna**, wynikająca w krajowym, wewnętrznym ruchu turystycznym z jednej strony z realizacji - w ramach polityki społecznej - konstytucyjnego prawa obywateli do wypoczynku, a z drugiej - z możliwości propagowania osiągnięć kraju jako treści krajoznawczych turystyki. Natomiast w zagranicznym ruchu turystycznym, regulowanym przez zagraniczną politykę państwa, przejawiająca się przez ułatwienia w nawiązywaniu kontaktów międzyludzkich, co prowadzi do lepszego poznania się mieszkańców różnych krajów, powstawania przyjaźni między nimi, a w konsekwencji – do rozwoju współpracy i porozumienia między narodami i państwami;
- d) **funkcja urbanizacyjna**, polegająca na tym, że turystyka może być czynnikiem sprawczym procesów urbanizacyjnych we wszystkich czterech płaszczyznach: ekonomicznej, demograficznej, technicznej i społecznej.

Mając na uwadze, przedstawione powyżej, niezmiernie szerokie pole oddziaływania turystyki oraz sprzeczne niekiedy dążenia lokalnych społeczności, możemy stwierdzić, że zadanie stojące przed demokratycznymi organami przedstawicielskimi poszczególnych regionów jest niezwykle trudne. To one ryzykując wiele, muszą zaproponować swoim mieszkańcom niestandardowe, innowacyjne rozwiązania wielu współczesnych problemów, w tym wypracowania odpowiedniej polityki w zakresie turystyki. Powstające strategie, plany, programy rozwoju powinny więc stanowić koncepcję modernizacji lokalnej turystyki, z wykorzystaniem potencjałów wewnętrznych i zewnętrznych dla rozwoju jej samej oraz lokalnej społeczności.

CEL POWSTANIA PROGRAMU

Rozwój turystyki stanowi ogromną szansę zarówno do zachowania wartościowych dla rekreacji i turystyki walorów środowiskowych i kulturowych w gminie, jak również ogólnego rozwoju społeczno-gospodarczego tego obszaru. Poszczególne elementy posiadanego potencjału turystyczno-rekreacyjnego (np. zabytki, cykliczne wydarzenia kulturalne, bogactwo fauny i flory) wymagają jednak istotnego „przekształcenia” i stworzenia z nich atrakcyjnego lokalnego produktu turystycznego Gminy Zarszyn. Planowane w tym zakresie działania samorządu powinny zdecydowanie nawiązywać do uwarunkowań przyrodniczych, kulturowych i społecznych, a zatem mieć charakter zrównoważonego rozwoju.

Opracowanie „Programu rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn” ma na celu możliwie pełne rozpoznanie uwarunkowań rozwojowych obszaru w zakresie turystyki, identyfikację mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń w konfrontacji z oczekiwaniami lokalnej społeczności, a w efekcie tej analizy wypracowanie atrakcyjnego produktu turystycznego promującego Gminę. Kolejnym założeniem towarzyszącym opracowaniu programu, było stworzenie takiego dokumentu, który umożliwiłby władzom Gminy podejmowanie racjonalnych działań w zakresie rozwoju turystyki

„Program rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn” jest programem operacyjnym, którego cele i zadania wpisują się w Strategię Rozwoju Gminy Zarszyn do roku 2020. Potrzeba posiadania tego Programu wynika nie tylko z uwarunkowań zewnętrznych i standardów europejskich, ale także z pragmatycznego punktu widzenia. Dokument ten powinien być skutecznym narzędziem w procesie rozwoju turystyki Gminy oraz jej promocji, zarówno w województwie, jak również w kraju i zagranicą. Dzięki jasnemu określeniu celów oraz działań pomagających je osiągnąć, wzrośnie efektywność gospodarowania posiadanymi zasobami, w tym również finansowymi. Planowanie, monitorowanie i ocena realizacji celów w połączeniu z jawnością życia publicznego będą sprzyjać wyzwaniu aktywności i integracji społeczności lokalnej wokół realizowanych przez samorząd zadań.

Zarszyn ma spore szanse na zajęcie dobrej pozycji w coraz ostrzejszej rywalizacji o pozyskanie turystów. Korzystne położenie przygraniczne „u wrót Bieszczad”, dobrze zachowane środowisko naturalne, duży potencjał kulturowy oraz aktywność mieszkańców, czynią z tej Gminy atrakcyjne miejsce do wypoczynku, zarówno dla turystów zagranicznych, jak i krajowych. Proponowane w ramach Programu cele i priorytety będą sprzyjać budowaniu silnych podstaw gospodarki turystycznej, której rola i znaczenie w gospodarce lokalnej systematycznie wzrasta.

„Program rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn” jest dokumentem stworzonym we współpracy z przedstawicielami branży turystycznej działającymi na terenie Gminy, lokalnymi organizacjami pozarządowymi oraz pasjonatami tematu. W związku z tym realizacja priorytetów, celów i zadań zawartych w dokumencie również wymaga

współpracy wielu osób i instytucji, zarówno publicznych, jak i prywatnych. Program ten, dla zapewnienia jak najlepszego efektu, wymaga również systematycznej weryfikacji i aktualizacji, zgodnie ze zmieniającymi się tendencjami społeczno - gospodarczymi oraz trendami występującymi w turystyce.

Zdjęcie nr 1.

Warsztaty dotyczące opracowania „Programu rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn” – 18 marca 2011 roku.



Źródło: InicjatywaLokalna.pl

TURYSTYKA W POLSCE I WOJEWÓDZTWIE PODKARPACKIM

Współcześnie turystyka jest jedną z gałęzi przemysłu, która może stanowić dla polskiej gospodarki szansę rozwoju. Jest interdyscyplinarną gałęzią przemysłu oraz międzysektorową dziedziną gospodarki, która rozwijając się lokalnie oddziałuje ponadregionalnie, integrując społecznie wiele środowisk (przedsiębiorców, samorząd terytorialny, organizacje pozarządowe, społeczność lokalną). Jednak turystyka to nie tylko gałąź przemysłu, lecz także kreowanie coraz silniejszego popytu na usługi turystyczne, możliwe dzięki zmianom, które zaszły w Polsce w ostatnich latach. Do zmian tych można zaliczyć m.in. podwyższenie standardu i wzrost liczby hoteli czy rozwój samorządów lokalnych. Ponadto włączenie się Polski do państw Wspólnoty stworzyło nową możliwość - wykorzystania turystyki jako jednego z czynników przyspieszających wzrost i rozwój gospodarczy kraju – chociażby ze względu na tranzytowe położenie. Można postawić hipotezę, iż procesy integracyjne sprzyjają ruchowi turystycznemu w Polsce oraz zagranicznym wyjazdom Polaków. Jednocześnie warunkiem koniecznym dla rozwoju turystyki staje się niewątpliwie kreowanie odpowiedniego marketingu produktu turystycznego bowiem współczesny turysta jest znacznie bardziej wymagający.

Planując działania związane z turystyką należy pamiętać, że jest ona jedną z niewielu dziedzin życia gospodarczego, która w bardzo dużym stopniu podlega wahaniom w związku z wydarzeniami nie tylko lokalnymi, ale przede wszystkim w kraju i na świecie. Wszelkie kryzysy, załamania, jak również wzrost gospodarczy, znajdują odzwierciedlenie w zmianach zachodzących na rynku turystycznym. Znaczne wahania w tej branży miały miejsce w latach 70-tych i 80-tych, natomiast od połowy lat 90-tych obserwowany był równomierny wzrost rynku turystycznego aż do roku 2000. Kolejne lata to kryzys branży turystycznej, spowodowany m.in. atakami terrorystycznymi na Stany Zjednoczone, konfliktem irackim, zamachami terrorystycznym, SARS oraz trudną sytuacją ekonomiczną na świecie. Kryzys w turystyce światowej i europejskiej miał decydujący wpływ na turystykę przyjazdową do Polski. Tendencja spadkowa w liczbie przyjazdów cudzoziemców ogółem i turystów do Polski utrzymywała się od roku 1999 do 2003, w którym można mówić o nieznacznej poprawie sytuacji (najmniejszy spadek liczby przyjazdów od 1999 roku). W kolejnych latach sytuacja powoli się stabilizowała i mogliśmy zaobserwować niewielkie wzrosty przyjazdów turystów zagranicznych do Polski. Opisana sytuację odzwierciedla poniższa tabela:

Tabela nr 1.

Przyjazdy cudzoziemców do Polski w latach 1998-2007.

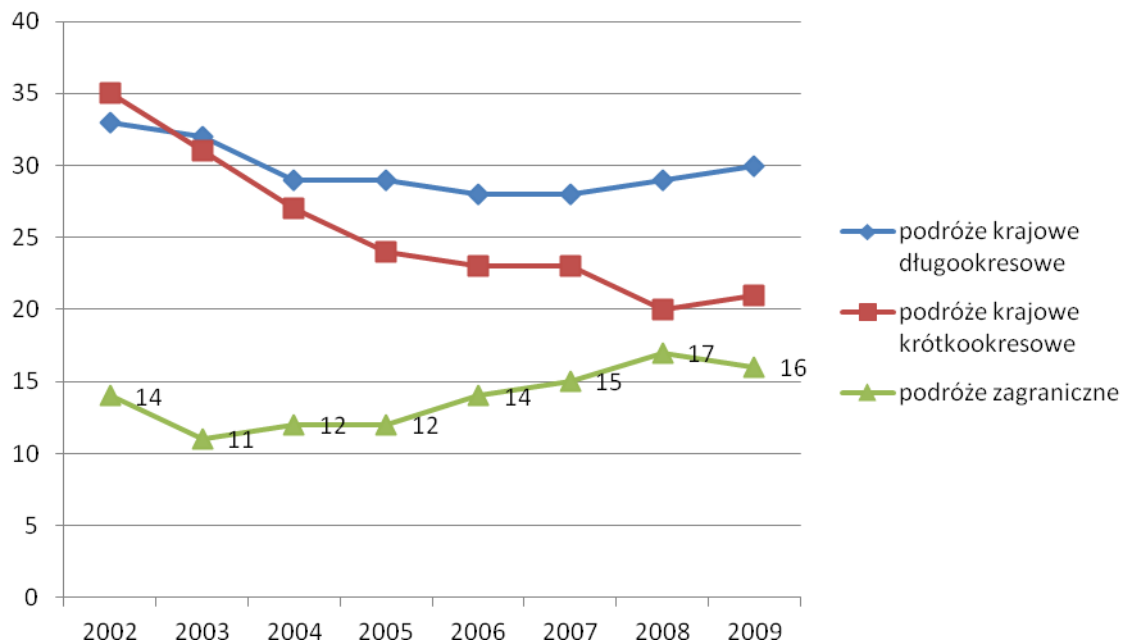
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Świat ogółem	18 780	17 950	17 400	15 000	13 980	13 720	14 290	15 200	15 670	14 975
Niemcy	6 700	6 450	5 920	4 400	4 160	4 520	5 230	5 570	5 440	5 270
Rosja	1 360	1 160	1 140	980	940	790	700	735	710	545
Białoruś	1 730	2 180	2 370	2 080	1 700	1 620	1 460	1 440	1 490	1 350
Ukraina	3 180	2 920	3 090	3 080	2 930	2 480	2 340	2 535	2 500	2 120
Litwa	1 140	960	850	840	840	825	815	830	895	715
Łotwa	460	410	360	330	320	330	305	270	315	355
Estonia	340	300	220	190	160	150	130	120	145	170
Czechy	340	300	250	230	230	240	210	185	165	165
Słowacja	100	90	90	80	60	80	85	70	70	70
Unia Europejska (bez Niemiec)	2 255	2 110	2 050	1 805	1 650	1 645	1 790	2 015	2 365	2 495
Ważne zamorskie*	330	330	360	340	310	330	400	505	550	545
inne d. ZSRR (WNP)	180	150	170	100	90	90	90	90	90	95
Pozostałe kraje	665	590	530	545	590	620	735	835	935	1080

Źródło: Instytut Turystyki, www.intur.com.pl

Na podobnym poziomie kształtowała się aktywność turystyczna Polaków. W latach 1997-2000 utrzymywała się na bardzo wysokim poziomie – 60% Polaków w wieku 15 i więcej lat uczestniczyło w wyjazdach turystycznych. Wskaźnik ten obniżył się aż o 4% w roku 2001 i w ciągu następnych lat mogliśmy zaobserwować kontynuację tendencji spadkowych, zarówno w wyjazdach krajowych, jak i zagranicznych. Uczestnictwo Polaków w turystyce ilustruje poniższy wykres.

Wykres nr 1.

Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w latach 2002 – 2009 (% populacji w wieku 15 i więcej lat).



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych liczbowych opublikowanych przez Instytut Turystyki.

Z badań przeprowadzonych przez Instytut Turystyki oraz GUS wynika, że Polacy w przeważającej części, bo w około 80% przypadków, organizują swoje wyjazdy samodzielnie i najczęściej korzystają z zakwaterowania u krewnych lub znajomych, rzadziej natomiast z hoteli, moteli i pensjonatów. Jak wynika z danych podczas podróży na 5 i więcej dni, spośród głównych rodzajów turystycznych obszarów kraju Polacy najczęściej odwiedzają tereny nadmorskie, góry i okolice jezior. Zwykle są to tereny wiejskie położone poza głównymi turystycznymi regionami kraju. Natomiast jako kierunki wyjazdów zagranicznych najczęściej wybierane są Niemcy, Chorwacja, Austria, Czechy, Francja i Grecja.

Do czynników, które najbardziej różnicują uczestnictwo w wyjazdach turystycznych Polaków należą wykształcenie i miejsce zamieszkania. Ponad połowa (52,5%) uczestników krajowych wyjazdów długookresowych w roku 2009 to osoby z wykształceniem wyższym, a 33,1% z wykształceniem średnim. Uczestnicy tego typu wyjazdów o zasadniczym i podstawowym poziomie wykształcenia stanowili odpowiednio 19,5% i 22,0%. Również w krótkich wyjazdach krajowych oraz wyjazdach zagranicznych osoby z wykształceniem wyższym stanowią większość. Kolejnym czynnikiem wpływającym na częstotliwość wyjazdów jest miejsce zamieszkania. Znacznie częściej

wyjeżdżają mieszkańcy dużych miast, natomiast najrzadziej mieszkańcy wsi. Pocięszające jest jednak to, że udział każdej z tych grup w wyjazdach zarówno długookresowych, jak i krótkookresowych, krajowych i zagranicznych, systematycznie wzrasta.

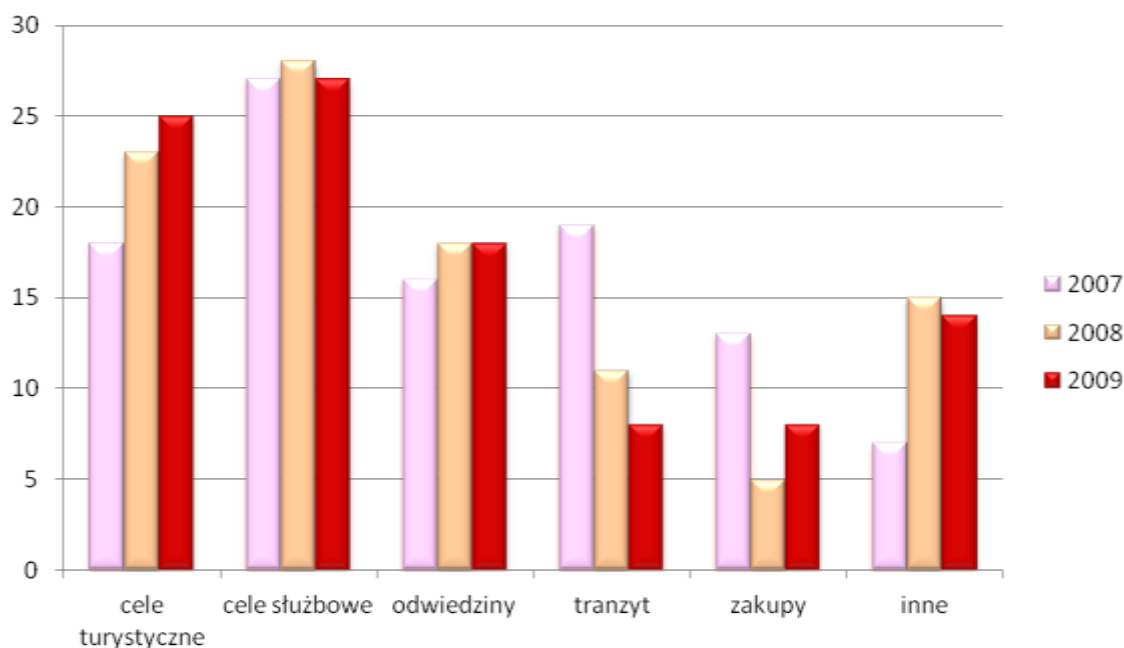
Cele, jakimi kierują się obcokrajowcy przyjeżdżający do Polski możemy podzielić na pewnego rodzaju segmenty „ruchu turystycznego”. Należą do nich:

- interesy, sprawy służbowe;
- typowa turystyka wypoczynkowa;
- odwiedziny krewnych lub znajomych;
- tranzyt (z noclegiem w Polsce);
- pozostałe, a wśród nich zdrowotne, szkoleniowe, podjęcie dorywczej pracy, sprawy religijne.

Udział procentowy ze względu na cel przyjazdu przedstawia poniższy wykres.

Wykres nr 2.

Cele podróży obcokrajowców do Polski w latach 2007 – 2009 (udział procentowy).



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki.

Jak łatwo można zaobserwować na powyższym wykresie udział przyjazdów do Polski w celach typowo turystycznych z każdym rokiem systematycznie wzrasta. Z badań przeprowadzonych w 2009 roku przez Instytut Turystyki wynika, iż obcokrajowcy najczęściej wypoczywają w województwach pomorskim, małopolskim i dolnośląskim; interesy załatwiają w mazowieckim, świętokrzyskim, łódzkim i wielkopolskim; w celu odwiedzenia krewnych i znajomych przyjeżdżają do śląskiego i opolskiego; a na zakupy

do lubelskiego i podkarpackiego; zaś turyści tranzytowi zatrzymują się głównie w województwie lubuskim.

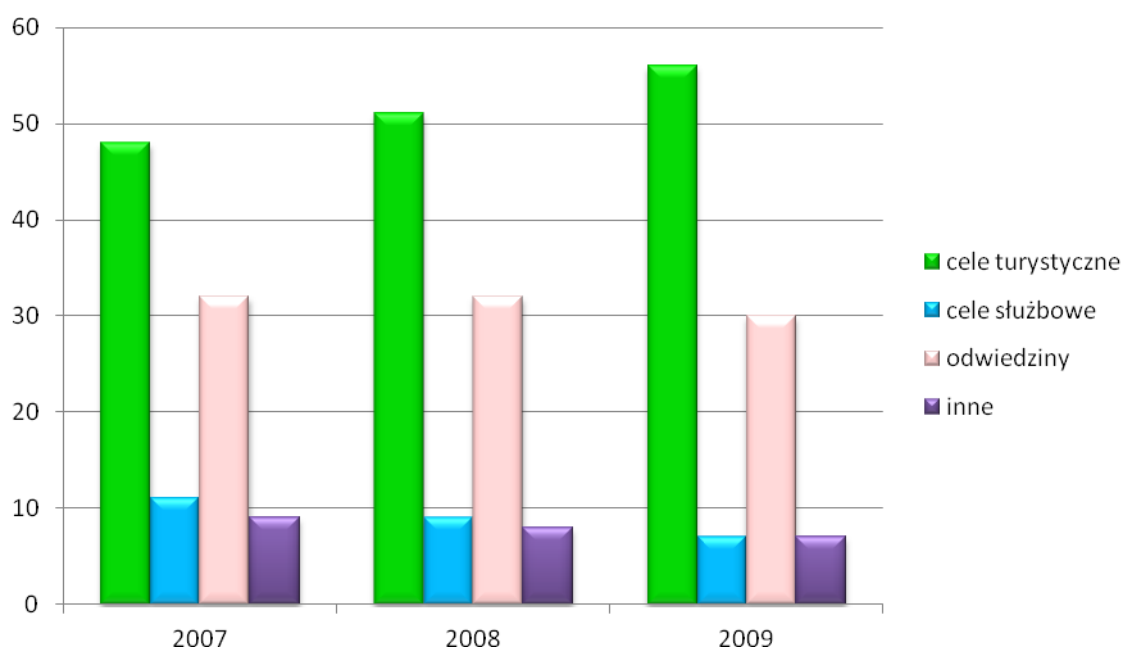
Cele, jakimi kierują się Polacy w swoich podróżach, zarówno krajowych, jak i zagranicznych możemy podzielić na następujące grupy:

- interesy, sprawy służbowe;
- typowa turystyka wypoczynkowa;
- odwiedziny krewnych lub znajomych;
- pozostałe, np. religijne.

Udział procentowy ze względu na cel wyjazdów krajowych długookresowych oraz zagranicznych przedstawiają poniższe wykresy.

Wykres nr 3.

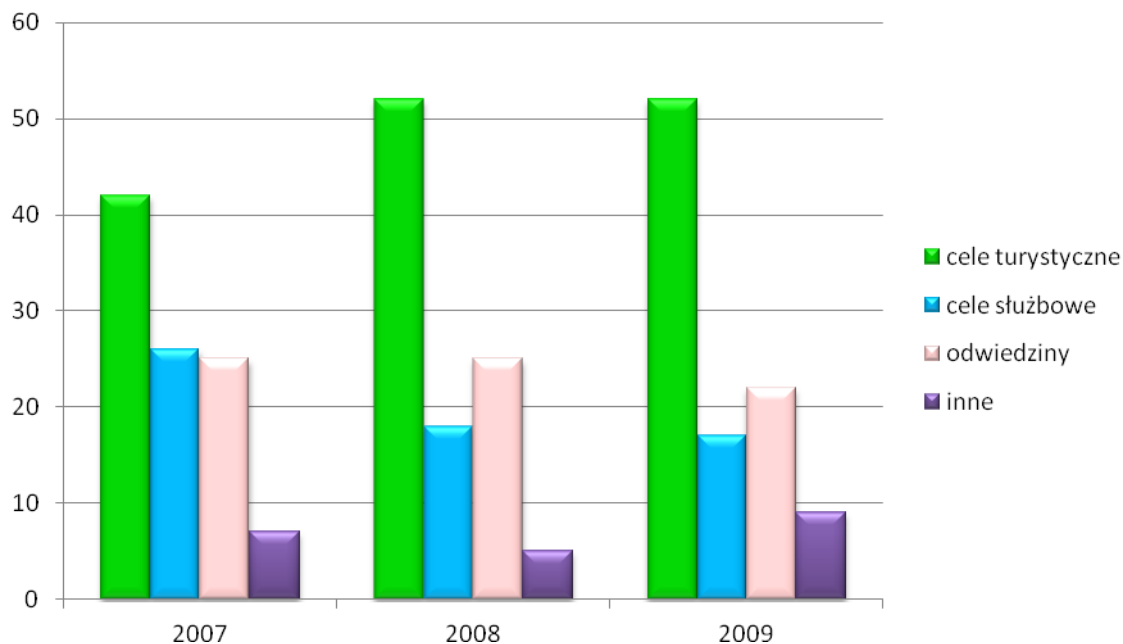
Cele krajowych wyjazdów Polaków w latach 2007 – 2009 (udział procentowy).



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki.

Wykres nr 4.

Cele zagranicznych wyjazdów Polaków w latach 2007- 2009 (udział procentowy).

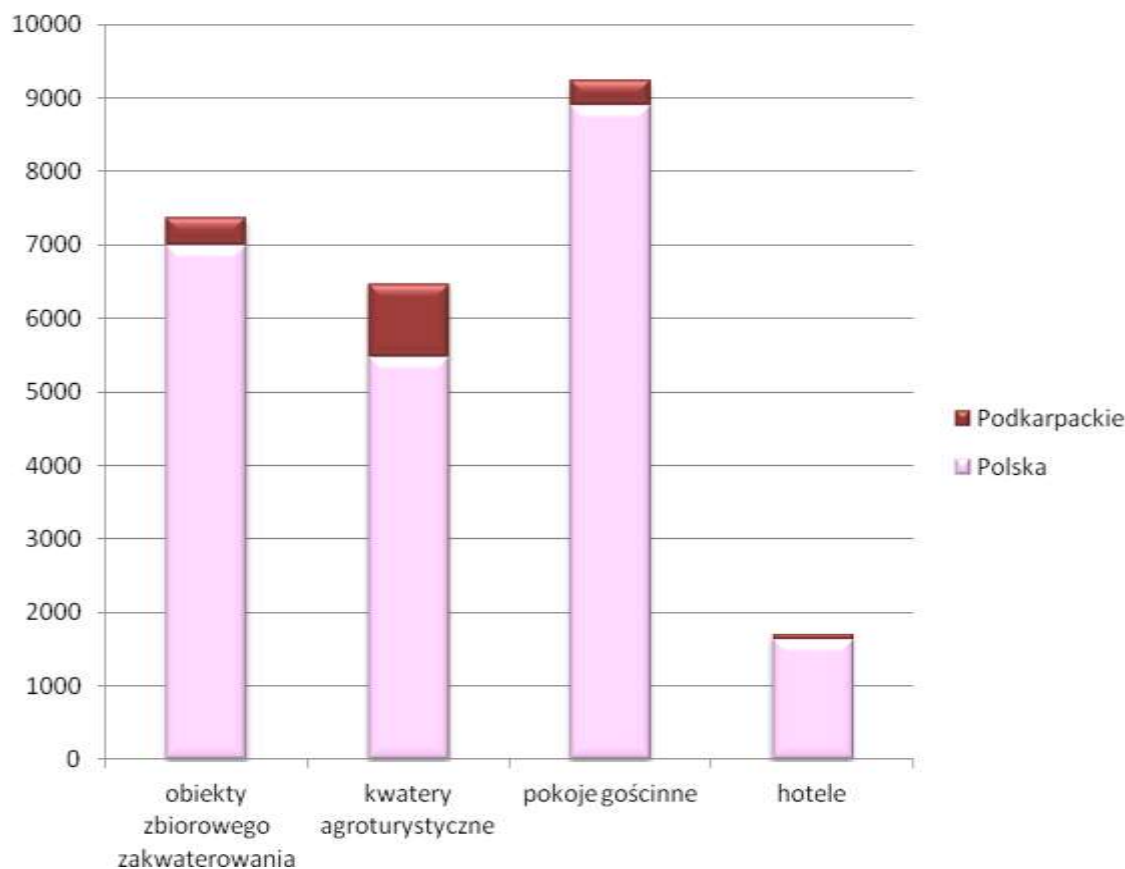


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki.

Województwo podkarpackie charakteryzuje się znaczącymi walorami i atrakcyjnością turystyczną, które przyciągają turystów do województwa pomimo niewystarczającej infrastruktury turystycznej i często niskiego standardu świadczonych usług. Bogactwo walorów przyrodniczo – krajobrazowych oraz kultury i sztuki ludowej stanowią istotny czynnik rozwoju. Na terenie województwa podkarpackiego, w 2009 roku, funkcjonowało 369 obiektów zbiorowego zakwaterowania oferujących 22 238 miejsc noclegowych, było to 9 miejsce w skali kraju. Wykorzystanie oferty tej bazy wzrosło w stosunku do 2008 roku o blisko 6%, jednak mimo to był to jeden z najniższych wyników w Polsce – 11 miejsce. Większość odwiedzających to turyści krajowi (1 799 500 udzielonych noclegów – 93% ogółu – 10 miejsce w kraju).

Wykres nr 5.

Liczba obiektów noclegowych w Polsce i województwie Podkarpackim.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki.

Dobrze rozwijającą się formą turystyki, podobnie jak w pozostałych regionach kraju, jest agroturystyka. W roku 2009 liczba gospodarstw agroturystycznych w województwie wynosiła 995 i była najwyższa w kraju, a ponadto w stosunku do roku 2004 wzrosła o ponad 70%. Poza wzrostem liczebności gospodarstw świadczących usługi agroturystyczne istotnym do podkreślenia jest fakt, że usługi te świadczone są na coraz wyższym poziomie. Nadal niestety niewystarczająca jest ilość bazy hotelowo – noclegowej (brak hoteli pięciogwiazdkowych, tylko jeden hotel czterogwiazdkowy), w tym dużych obiektów konferencyjnych. Ruch turystyczny na obszarze województwa podkarpackiego posiada wyraźne cechy sezonowości. Ponad 60% całego ruchu koncentruje się w miesiącach letnich, a szczególnie w okresie wakacyjnym, głównie ze względu na słabą infrastrukturę oraz niedostateczną liczbę wyciągów narciarskich.

TRENDY W TURYSTYCE

Turystyka:

- „zespół stosunków i zjawisk wynikających z podróży i pobytu osób przyjezdnych, o ile nie występuje w związku z tym osiedlenie się i podjęcie pracy zarobkowej”, Walter Hunziker;
- „jest to całokształt zjawisk ruchliwości przestrzennej, związanych z dobrowolną, czasową zmianą miejsca pobytu, rytmu i środowiska życia oraz wejściem w styczność osobistą ze środowiskiem odwiedzanym (przyrodniczym, kulturowym, bądź społecznym)”, Krzysztof Przeclawski;
- „ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych, nie dłużej niż przez rok bez przerwy, poza swoim codziennym otoczeniem, z wyłączeniem wyjazdów, w których głównym celem jest działalność zarobkowa”, WTO;
- „ogół zjawisk związanych z podróżą i pobytem osób przebywających czasowo i dobrowolnie poza swoim codziennym środowiskiem, w tym zwłaszcza ekonomiczne i społeczne interakcje zachodzące pomiędzy organizatorami turystyki, bezpośrednimi usługodawcami, miejscową ludnością oraz samymi turystami, o ile głównym celem ich wyjazdów nie jest działalność zarobkowa wynagradzana w odwiedzanej miejscowości”, Wiesław Alejski

Turystyka to zjawisko interdyscyplinarne, stanowiące przedmiot badań różnych dyscyplin naukowych, m.in. politologii, geografii, ekonomii, psychologii, socjologii, urbanistyki i wielu innych. Jest to specyficzny rodzaj migracji ludności, spędzającej wolny czas w miejscu nie związanym ze swoim stałym miejscem zamieszkania. Możemy ją również traktować jako:

- zjawisko psychologiczne, ponieważ to człowiek jest podmiotem podróżowania;
- zjawisko społeczne, ponieważ człowiek w trakcie podróży wchodzi w pewną rolę społeczną (rolę turysty);
- zjawisko ekonomiczne, ponieważ rozpatrywana jest w kategoriach popytu i podaży, jest biznesem, dzięki któremu zarabiają przedsiębiorstwa zaangażowane w obsługę turysty, rozwijają się miejscowości odwiedzane przez turystów;
- czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego regionów, miast, obszarów miejskich i wiejskich, będących celem podróży;
- zjawisko przestrzenne, ponieważ odbywa się w przestrzeni i może wpływać na środowisko zarówno pozytywnie, jak i negatywnie - z jednej strony następuje rozwój środowiska, ale z drugiej strony może nastąpić jego degradacja spowodowana np. przebywaniem dużej liczby turystów jednocześnie na niewielkim obszarze;
- zjawisko kulturowe, czyli elementem współczesnej kultury, ponieważ staje się coraz bardziej masowa, jest sposobem poznawania, przeżywania świata, bycia z innymi, bywa czynnikiem przemian kulturowych.

Następujące w sposób ciągły zmiany gospodarcze, społeczne, czy też związane ze stylem życia mają znaczący wpływ na turystykę będącą nieodłącznym elementem życia społecznego. Dlatego niezwykle ważne jest, aby sektor turystyczny zawczasu rozpoznawał te zmiany i dostosowywał się do nowych trendów. W przeszłości podaż na dany produkt

lub usługę, w tym również z branży turystycznej, zawsze dyktował popyt. We współczesnym świecie wszelkiego rodzaju strategie związane z produktami, usługami, marketingiem, czy inwestycjami wymagają stałego dostosowywania oraz odpowiednich korekt w przypadkach, gdy preferencje lub zachowania klientów rozwijają się inaczej niż zakładano. Bezpowrotnie minęły czasy, gdy podaż zawsze dyktowała popyt, obecnie sytuacja zupełnie się odwróciła. Stale rosnące nasycenie rynku różnego rodzaju produktami i usługami, coraz bardziej pewni siebie konsumenci, z większymi dochodami do dyspozycji oraz czasem wolnym, kształtują dochodowość usługodawców w sektorze turystycznym. Zmienia się również konkurencja. W związku z tym należy pamiętać o prognozowaniu trendów w popycie, gdyż to właśnie one stanowią podstawę do określenia czasu i środków niezbędnych do dokonania stosownych korekt w planach i strategiach. Opracowując długofalową politykę w sektorze turystycznym w szczególności należy mieć na uwadze zmiany dotyczące:

- demografii,
- zdrowia,
- świadomości i edukacji,
- technologii informatycznych,
- transportu,
- zrównoważonego rozwoju,
- bezpieczeństwa,
- czasu wypoczynku,
- doznań,
- stylu życia.

Demografia – według wszelkich prognoz w najbliższych latach znacznie wzrośnie liczba osób w starszym wieku. „Seniorzy” będą zdrowsi i zamożniejsi niż dotychczas. Wielu z nich skorzysta z wcześniejszych emerytur. W związku z tym liczba bardziej doświadczonych turystów w starszym wieku będzie wzrastać szybciej niż ogólny popyt na produkty sektora turystycznego. W konsekwencji w sektorze turystycznym wzrośnie popyt na jakość, wygodę, bezpieczeństwo, łatwy transport, „spokojniejsze obiekty rozrywkowe” np. pola golfowe, produkty dla osób podróżujących pojedynczo oraz ofertę „po sezonie”. Kolejnym, bardzo istotnym, czynnikiem demograficznym oddziałującym na turystykę jest systematyczne zmniejszanie „liczebności” rodziny. Skutkiem tego jest wzrost dochodu do dyspozycji, a to z kolei wpłynie na zwiększenie popytu na luksus, produkty specjalistyczne nabywane pod wpływem impulsu oraz wyjazdy zagraniczne, głównie na spędzenie „zimowych wakacji w słońcu”.

Zdrowie – z każdym rokiem świadomość zdrowotna wzrasta i mimo, iż nie ma ona bezpośredniego wpływu na wielkość popytu w turystyce, z całą pewnością będzie miała wpływ na podejmowanie decyzji przy wyborze celu podróży oraz postępowanie klienta w czasie wyjazdu. W konsekwencji kierunki podróży postrzegane jako mniej zdrowe będą rzadziej wybierane niż dotychczas, zmaleje popyt na wakacje oferujące wyłącznie kąpiele słoneczne, coraz popularniejsze będą wakacje aktywne lub oferujące aktywne

wypoczynek, a popyt na obiekty spełniające to zapotrzebowanie będzie wzrastał, podobnie jak na produkty związane z odnową biologiczną (sanatoria, spa, ośrodki fitnessu).

Świadomość i edukacja - średni poziom wykształcenia wzrasta, co skutkuje wyborem wydarzeń o większych walorach edukacyjnych związanych z rozwojem duchowości, których istotną rolę odgrywają sztuka, kultura i historia. Spowoduje to wzrost popytu na specjalistyczne produkty turystyczne, dostosowane zarówno do grup zorganizowanych, jak również turystów indywidualnych oraz poniekąd zrodzi potrzebę bardziej kreatywnego przekazywania informacji dotyczących oferty.

Technologie informatyczne – systematycznie i w dość szybkim tempie wzrasta znaczenie Internetu oraz jego wykorzystania nie tylko w komunikacji, ale również w zdobywaniu informacji oraz nabywaniu produktów i usług, w tym również turystycznych. W 2009 roku 59% gospodarstw domowych miało dostęp do Internetu, w miastach było ich aż 62 %, 42% to użytkownicy „codzienni”. Z Internetu korzystało 94% osób z wyższym wykształceniem, 80% osób o dochodach powyżej 3351zł, 75% rodzin z dziećmi poniżej 16 roku życia, 71% mieszkańców dużych miast – są to grupy stanowiące wysoki odsetek osób korzystających z produktów i atrakcji turystycznych. Rola Internetu, w tym nowych środków prezentacji wizualnej, będzie coraz większa, a w przyszłości okaże się najważniejsza. Konsekwencje tych zmian dla sektora turystycznego będą ogromne. Dostępność informacji turystycznej o kierunkach podróży i produktach będzie sprzyjać porównywaniu ofert i wzrostowi konkurencji na rynku turystycznym, doświadczeni turyści coraz częściej będą komponować własne wakacje z dostępnych modułów dokonując bezpośrednich rezerwacji, zmaleje rola biur podróży i organizacji turystycznych na korzyść marketingu miejsc turystycznych (np. lepsze kreowanie marki przy wsparciu publicznym), a dostępność odpowiednich odnośników (linków) do usługodawców będzie coraz ważniejsza jako podstawowy, wstępny warunek sukcesu stron internetowych i promocji.

Transport - rosnąca dostępność pociągów szybkobieżnych oraz tanich przewoźników będzie miała wpływ na dotychczasowy ruch turystyczny. Ruch drogowy będzie narażony na większe utrudnienia wynikające z ogromnej ilości aut oraz słabej jakości dróg. Doprowadzi to do tego, że turyści częściej jako cel podróży będą wybierać miejsca łatwo dostępne i niedrogie.

Zrównoważony rozwój - świadomość związana z ochroną środowiska będzie stale wzrastać. Będzie to skutkować zwiększonym popytem na miejsca, w których rozwój jest zrównoważony, w których przyroda i lokalni mieszkańcy odgrywają coraz większą rolę. Popularne staną się wyjazdy o charakterze regionalnym do miejsc, w których miejscowa ludność chętnie przyjmie rosnącą liczbę gości.

Bezpieczeństwo – działania terrorystyczne, regionalne wojny i inne kryzysy stały się częścią naszej rzeczywistości i kreują naszą potrzebę bezpieczeństwa. W turystyce przekłada się to na zwiększoną czujność podróżujących, którzy unikają miejsc postrzeganych jako niebezpieczne i wymagają świadczenia usług o wysokim standardzie, co znacznie podwyższa ich koszty. W związku z tym branża turystyczna powinna być

lepiej przygotowana na bardziej elastyczne zaspokajanie popytu w okresach kryzysowych.

Czas wypoczynku – współcześnie ludzie coraz silniej pożądamy większej ilości wolnego czasu i wypoczynku, ma to jednak negatywny wpływ na wysokość dochodu do dyspozycji. Konsekwencją tego jest rosnąca potrzeba dostarczania tanich produktów i usług oraz skrócenie jednego dłuższego urlopu na rzecz kilku krótszych.

Doznania - coraz więcej konsumentów o „wyrafinowanych gustach” otwarcie wyraża swoje potrzeby i dochodzi swoich praw. W turystyce przekłada się to na bardziej krytyczne nastawienie do jakości świadczonych usług i odpowiadającej jej cenie. Alternatywne sposoby wydawania pieniędzy i spędzania czasu konkurują z wyjazdami wakacyjnymi, a w ramach wyjazdów wakacyjnych konkurują między sobą miejsca wypoczynku i standard zakwaterowania. Produkty nie spełniające akceptowalnych standardów ucierpią więc znacznie bardziej i na znacznie dłużej. Zróżnicowaniu ulegnie zachowanie klientów, którzy w jednym roku wakacje spędzą skromnie, w kolejnym luksusowo, w jednym roku pojedą daleko, w kolejnym blisko. Częstszy wybór krótszych imprez i mniejsza „wierność” wobec miejsc wyjazdów będą się nasilać wraz ze wzrostem liczby świadomych klientów. Doświadczeni turyści sprawią, że sztuczność ustąpi miejsca autentyczności - w szczególności w odniesieniu do zadowolenia emocjonalnego oraz potrzeby indywidualizacji. W związku z tym regiony oferujące pełną, zróżnicowaną i całkowicie zrównoważoną koncepcję będą coraz częściej wybierane jako miejsce wypoczynku, ale jednocześnie będą wymagać lepszego zarządzania.

Styl życia – stale zmieniające się we współczesnym świecie style życia społeczeństwa mają wpływ na postrzeganie osobistych potrzeb i zachowanie turystów. Usługodawcy skorzystają więcej, jeżeli będą w stanie zaoferować zupełnie nowe produkty, koncepcje i usługi, które będą się odróżniać od innych wartością dodaną. Specjalizacja wśród usługodawców musi być więc nastawiona na poszczególne zainteresowania i hobby, aby mogła stać się ważniejsza i być częściej powiązana ze spędzaniem urlopu.

Planując „współczesną turystykę” nie należy jednak zapominać o tym, że jej istota tkwi w spełnianych przez nią funkcjach pozytywnych i negatywnych. Funkcje pozytywne to:

- funkcja wypoczynkowa – zaspakajająca potrzeby człowieka związane z odnową sił fizycznych i psychicznych oraz pozytywnie kształtująca jego osobowość;
- funkcja zdrowotna – powodująca ograniczenie negatywnych skutków postępu cywilizacyjnego;
- funkcja wychowawcza – polegająca na pozytywnym kształtowaniu osobowości poprzez aktywność, kontakt z ludźmi, integrację itp.;
- funkcja poznawcza – podróże przyczyniają się do wzrostu poziomu wiedzy i doświadczenia;
- funkcja miastotwórcza – związana z występowaniem współzależności pomiędzy turystyką a urbanizacją – turystyka przyspiesza procesy urbanizacyjne, natomiast urbanizacja wskazuje kierunki i tempo rozwoju turystyki;

- funkcja edukacji kulturowej – związana z występowaniem współzależności pomiędzy turystyką a kulturą – turystyka promuje i chroni wartości kulturowe, natomiast kultura inspiruje i promuje rozwój turystyki.

Do negatywnych funkcji turystyki zaliczamy:

- wpływ na ograniczenie rozwoju człowieka spowodowany wypoczynkiem „biernym” pozbawionym elementów poznawczych;
- „choroba pourlopową” oraz zmęczenie wynikające z przeładowania programu wyjazdu oraz złej jego organizacji;
- negatywne konsekwencje dla zdrowia wynikające m.in. z braku przygotowania turysty do aktywnego wypoczynku, wypadków podczas wyjazdów;
- lekceważenie norm społecznych – zagrożenie źle pojmowaną „wolnością”, zachowaniami patologicznymi, „szok kulturowy związany z turystyką”;
- „zaliczanie atrakcji turystycznych” wynikające z pośpiechu oraz mody - zwiedza się to „co wypada zwiedzić i gdzie trzeba być”;
- pogorszenie warunków życia ludności zamieszkującej miejscowości oraz tworzenie coraz gorszych warunków wypoczynku dla kolejnych turystów z uwagi na fakt, że miejscowości turystyczne przekształcają się i tracą swoje walory turystyczne;
- komercjalizacja kultury regionalnej;
- wandalizm „łowców pamiątek”.

W związku z powyższym powinniśmy odpowiedzieć sobie na kilka zasadniczych pytań? Turystyka integruje czy dzieli? Chroni przyrodę czy ją niszczy? Przyczynia się do rozwoju regionów czy prowadzi do ich degradacji? I jaki właściwie ma wpływ na kształtowanie osobowości – może demoralizuje? Planując rozwój turystyki w poszczególnych miejscowościach, regionach, państwach musimy wziąć pod uwagę odpowiedzi na postawione wyżej pytania. Przeanalizować wszystkie „za” i „przeciw” i na tej podstawie stworzyć strategię turystyki idealnej – idealnej dla całego sektora turystycznego. Uwzględniającej nowe trendy panujące wśród wyjeżdżających oraz możliwości dostosowawcze zarówno „sprzedawców turystyki”, jak również lokalnych społeczności.

NOWE TRENDY W TURYSTYCE

Turystyka podlega ciągłej ewolucji, a głównym motorem tych zmian są wymagania turystów. Rozwój współczesnej turystyki nierozdzielnie połączony jest też z pełnionymi przez nią funkcjami i nie może ograniczać się wyłącznie do sfery czysto organizacyjnej i dochodowej. Obecnie celem turystyki jest nie tylko zabezpieczenie przejazdu, noclegu, wyżywienia, ale również szeroko pojęte pełnienie funkcji społeczno-wychowawczych i poznawczych. XXI wiek w dziedzinie turystyki wyłania nowe wyzwania i stwarza wiele możliwości, ale też problemów. Wiadomo, że turystyka jest dobrem zapewniającym każdemu z nas wypoczynek, pozwalającym oderwać się od szarości dnia codziennego, ale jej intensyfikacja powoduje szereg zagrożeń. Zagrożenia te to zmiany w środowiskach intensywnie eksploatowanych turystycznie, zakłócenia równowagi w ekosystemach np. intensywnie eksploatowane trasy narciarskie na górskich halach, gdzie po zimie odbywa się wypas owiec; spuszczenie ścieków z ośrodków wczasowych wprost do jezior czy rzek; zbyt duża liczba osób odwiedzająca parki narodowe czy rezerваты; powszechne zaśmiecanie pól biwakowych i miejsc postoju; zbyt wielka ingerencja w naturalne środowisko infrastruktury technicznej. Organizatorzy ruchu turystycznego chcąc dobrze wypełniać swoje obowiązki wobec potencjalnych klientów, motywować ich do podróży, dbając jednocześnie o własny „interes” muszą zapewnić najwyższy standard swoich usług, maksymalny poziom bezpieczeństwa turystów, a wszystko to zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju.

Jaka powinna być więc turystyka, aby mogła być „nowa” i „modna” dla każdej z grup wchodzących w skład sektora turystycznego? Dotychczas turystyka dzielona była na kilka rodzajów, wśród nich najpopularniejszymi były:

- turystyka krajoznawcza - opierająca się głównie na zdobywaniu wiedzy o odwiedzanym kraju, miejscu czy regionie poprzez zwiedzanie obiektów zabytkowych, muzeów i miejsc historycznych;
- turystyka miejska - której celem było odwiedzanie i poznawanie miast traktowanych jako dziedzictwo kultury;
- turystyka kulturowa – opierająca się m.in. na wyprawach grupowych lub indywidualnych w celu uczestniczenia w wydarzeniach kulturalnych oraz poznawania dziedzictwa kulturowego poszczególnych miejsc;
- turystyka edukacyjna – występująca jako forma uzupełnienia edukacji szkolnej dzieci i młodzieży;
- turystyka kwalifikowana – stanowiąca najwyższą formę specjalizacji turystycznej, wymagająca specjalistycznego przygotowania fizycznego oraz umiejętności zachowania się w środowisku naturalnym i obiektach turystycznych (turystyka piesza, rowerowa, jeździecka, wodna itp.);
- turystyka biznesowa - podróże w interesach;
- turystyka kongresowa – wyjazdy krótkoterminowe o elitarnym charakterze, najczęściej na sympozja, seminaria, zjazdy;

- turystyka alternatywna - przeciwieństwo turystyki masowej, wyjazdy nastawione na obcowanie z rodzimą kulturą, w zgodzie ze środowiskiem naturalnym oraz z zachowaniem wartości kulturowych i społecznych danego miejsca;
- agroturystyka - forma wypoczynku odbywająca się na terenach wiejskich o charakterze rolniczym, oparta o bazę noclegową i aktywności rekreacyjne związane z gospodarstwem rolnym i jego otoczeniem przyrodniczym, produkcyjnym i usługowym;
- turystyka zdrowotna - wykorzystująca naturalne dobra takie jak np. wody lecznicze, przede wszystkim uzdrowiska i sanatoria;
- turystyka religijna – kładąca nacisk na przeżycia natury duchowej, ogólnokulturalnej i poznawczej, głównie turystyka pielgrzymkowa, wędrówki do miejsc świętych oraz masowe wyjazdy do sanktuariów.

Czy rozwój nowych kierunków w turystyce, w trosce o klienta i z chęci zwiększenia dochodowości firm turystycznych, wytyczył nowe rodzaje i formy turystyki oraz atrakcji turystycznych, czy tylko zmodyfikował istniejące? Z pełną odpowiedzialnością możemy stwierdzić, że stało się jedno i drugie. W **turystyce biznesowej** zostały narzucone wyższe standardy. Korzystającym z wyjazdów o charakterze zawodowym nie wystarcza już tylko zapewnienie podstawowych usług turystycznych. W czasie wolnym od pracy chcą zaspokoić również swoje potrzeby wypoczynku, poznania, rozrywki itp., zwłaszcza, że koszty takich wyjazdów w większości wypadków są pokrywane przez instytucje delegujące. W środowisku biznesowym zapanowała również moda na **turystykę motywacyjną** tzw. incentive. Są to wyjazdy turystyczne organizowane przez pracodawców dla swoich pracowników i stanowią rodzaj nagrody za rzetelną pracę lub osiągnięty sukces oraz zachętę na przyszłość. Celem tego rodzaju turystyki jest wzbudzenie u uczestnika wyjazdu uczucia wdzięczności i lojalności wobec własnej firmy, co powoduje, że jest ona traktowana jako jeden z elementów nowoczesnego zarządzania oraz kształtowania stosunków międzyludzkich w firmach. W **turystyce konferencyjnej** wymagana jest odpowiednia infrastruktura. Miejsca odbywania się kongresów nie są już przypadkowe, ale starannie wyselekcjonowane, mogą to być duże miasta, często stolice, posiadające zabytki oraz inne, unikatowe atrakcje turystyczne. Bardzo modna **agroturystyka** przeżywa prawdziwy rozkwit. Dzieje się tak ponieważ gospodarstwa agroturystyczne, poza noclegiem i wyżywieniem dostarczają wielu atrakcji, które w miastach są nieosiągalne. Jedną z „odmian” agroturystyki jest zdobywająca coraz większą popularność **ekoturystyka**. Stanowi ona świadomą podróż do naturalnych miejsc przyrodniczych, które z jednej strony chronią środowisko naturalne, a z drugiej podtrzymują dobrobyt lokalnych mieszkańców i są źródłem dodatkowych dochodów. Ekoturystyka stanowi więc nie tylko dbałość o ochronę środowiska naturalnego, ale także konieczność pogodzenia interesów ekologicznych z postępowaniem cywilizacyjnym, z potrzebą integracji społeczności gospodarzy, środowisk przyjmujących i gości oraz ich kultury i zachowań. Jest więc bliska wszystkim zwolennikom zrównoważonego rozwoju, których liczba z roku na rok systematycznie wzrasta m.in. dzięki kampaniom społecznym. Zmiany nastąpiły również w formach **turystyki kwalifikowanej**. Oprócz dotychczas istniejących

form np. turystyki rowerowej czy wodnej, pojawiły się nowe, jeszcze bardziej „specjalistyczne”. Należy tu wspomnieć o **trampingu** polegającym na wykupieniu biletu lotniczego, kolejowego lub innego do danego kraju i podróżowanie po nim lokalnymi środkami transportu; **trekkingu**, który polega na uprawianiu turystyki w trudnych warunkach terenowych i klimatycznych, takich jak pustynia, lodowiec, wulkany tropiki itp. Z każdym sezonem coraz bardziej popularna staje się również **turystyka ekstremalna**, która doczekała się już podziału na wodną, lądową i powietrzną. W każdej z tych form można wskazać kilka dziedzin, są to nurkowanie, hydrospeeding, kiteboarding, jumping dream, speleologia, skysurfing i wiele innych. **Turystyka miejska** przestaje już być nastawiona jedynie na zwiedzanie zabytków, obecnie przybiera formy turystyki handlowej, gastronomicznej, rozrywkowej, kulturowej, kongresowej i sportowej. Turyści podróżujący do dużych miast są zainteresowani rozrywką na wysokim poziomie, sportem, udanymi zakupami, odwiedzeniem słynnej restauracji czy modnej kawiarni, bądź wzięciem udziału w spektaklu teatralnym. Miasta przestają być miejscami produkcji, a stają się miejscami konsumpcji. Kolejną „rozkwitającą” formą turystyki jest **turystyka etniczna** zwana sentymentalną. Obejmuje ona podróże związane z miejscem urodzenia czy pochodzenia, bądź historii przodków. Swoją formę zmieniła również **turystyka zdrowotna**. Nadal jeździmy do sanatoriów i uzdrowisk, ale to **Spa i Wellness** są coraz bardziej popularne wśród turystów. Kojarzone dotychczas z oazą relaksu dla kobiet sukcesu i zapracowanych biznesmenów, z miejscem, gdzie może podtrzymać i poprawić urodę oraz formę obecnie staje się bliższe przeciętnemu turyście. Współczesny sposób spędzania wolnego czasu naładowany hałasem, szumem i natłokiem informacji wysyłanym przez media wzmaga poszukiwanie odmiennych ofert wypoczynku. Ośrodki spa stały się jednymi z ostatnich „sanktuariów” ciszy i spokoju. Kładą nacisk na powolność, spokój i ciszę. To właśnie tam możemy posłuchać szelestu lasu, szumu morza i innych odgłosów natury. Centra Spa przyciągają najróżniejsze grupy demograficzne - kobiety, mężczyźni, nastolatki i seniorów oraz zdywersyfikowane grupy etniczne. Różnorodność na dobre zagości w każdym szanującym się spa i pozostanie w nim na długo, zwłaszcza że ceny tego rodzaju przyjemności będą maleć. Ponadto celebrowanie w Spa bądź Wellness szczególnych okazji - rocznicy, urodzin, narodzin dziecka, wieczoru panieńskiego/kawalerskiego stało się jednym z najpopularniejszych trendów zanotowanych przez agentów podróży w roku 2010. Ludzie udają się do Spa na spotkania biznesowe, konferencje, jubileusze łącząc przyjemne z pożytecznym. Kolejną formą turystyki, która zyskuje w Polsce na popularności stał się **questing**. Jest to metoda odkrywania dziedzictwa miejsca polegająca na tworzeniu nieoznakowanych szlaków, którymi można wędrować, kierując się informacjami zawartymi w wierszowanych wskazówkach. Mówiąc krótko jest to narracja, która towarzyszy zwiedzaniu miejsc. W wielu elementach metoda ta przypomina podchody i harcerskie gry patrolowe. Różnica polega jednak na tym, iż jest ona ściśle związana z konkretnym miejscem. Kiedy 15 lat temu, Amerykanin Steven Glazer – twórca questingu - rozpoczął realizację swego projektu, nikt nie przypuszczał, że w dobie postępu cywilizacyjnego i rozwoju techniki, ta forma turystyki stanie się nie tylko sposobem na poznawanie otaczającego świata, ale i atrakcyjną formą aktywności. Celem questingu jest rozwijanie poczucia tożsamości z danym regionem, szukanie wyjątkowości w ciekawych i zupełnie zwyczajnych

miejscach, upowszechnianie wyjątkowych miejsc wyróżniających się krajobrazem, przyrodą czy dziedzictwem kulturowym. Poza elementami edukacyjnymi i rozrywkowymi, dzięki zaangażowaniu emocji i współdziałaniu w grupie, questing kształtuje osobowość uczestników zabawy. Poznawanie świata, zdobywanie wiedzy i rozrywka przybierają też coraz częściej formę podróżowania zwaną **city break**. Tempo zmian i życia we współczesnym świecie, kryzys na rynku pracy i wzrost cen powodują, że Polacy rzadziej wyjeżdżają na wakacje – co drugiego na nie po prostu nie stać, a co trzeci nie ma czasu (badanie CBOS). Dlatego, ze względu na oszczędność czasu i pieniędzy, alternatywnym sposobem podróżowania staje się wspomniany city break, czyli kilkudniowe, rekreacyjne wypadki do europejskich stolic. Do najczęściej wybieranych na wypoczynek miast należą Barcelona, Mediolan, Londyn i Paryż. O popularności tych miejsc decyduje przede wszystkim bogata oferta kulturalna i rozrywkowa, a także cena połączeń lotniczych i zakwaterowania.

Zgodnie z raportem Europejskiej Komisji ds. turystyki trendy w turystyce zdeterminowane są różnymi czynnikami, wśród których znajdują się czynniki zewnętrzne (demograficzne, środowiskowe, makroekonomiczne, polityczne) oraz wewnętrzne, czyli związane ze stylem życia i doświadczeniem turystycznym, a także tymi, które wpływają na wykorzystanie odpowiednich narzędzi marketingowych w przemyśle turystycznym. Jak rysuje się więc przyszłość turystyki? Według wszelkich prognoz optymistycznie. Zwiększona mobilność i chęć podróżowania, zmiany w świadomości zdrowotnej oraz wzrost poziomu wykształcenia warunkować będą zarówno częstotliwość, jak również długość i kierunek wyjazdów. Poziom życia społeczeństw będzie determinował popyt na wysokiej jakości oferty turystyczne. Ocenia się, że obserwowane trendy demograficzne oraz poprawa sytuacji materialnej społeczeństw europejskich powodować będą wzrost zainteresowania usługami turystycznymi wysokiej jakości. W związku z tym należy spodziewać się zdecydowanego wzrostu zapotrzebowania na:

- wysokiej jakości infrastrukturę turystyczną i usługi towarzyszące;
- kompleksowe usługi transportowe i szybki dostęp do obszarów recepcji turystów;
- wykwalifikowanych pracowników zarówno w sektorze turystyki, jak i sektorach świadczących usługi dla turystów, w tym wykwalifikowanych animatorów wydarzeń kulturalnych i rekreacyjnych;
- wysokokwalifikowaną kadrę kierowniczą w sektorze turystyki i sektorach pokrewnych;
- kompleksowe i harmonijne zagospodarowanie przestrzeni turystycznej z zachowaniem walorów środowiska;
- sprawny system informacji turystycznej dostarczający potrzebnych informacji na każdym etapie realizacji wyjazdu.

POTRZEBY WSPÓŁCZESNEGO TURYSTY

Jak twierdzą polscy ekonomiści i geografowie turystyka nie jest pojęciem równoznacznym rekreacji i wypoczynkowi. Rekreacja to wszystkie czynności podejmowane w celu regeneracji sił, a wypoczynek to działalność człowieka poza pracą zawodową. W tym sensie, wypoczynek i rekreacja odpowiadają czasowi wolnemu, a turystyka jest jedną z form jego spędzania. Turystyka nie wiąże się z zaspokajaniem podstawowych potrzeb człowieka, lecz odpowiada na jego osobiste potrzeby związane z realizacją wolnego czasu i w związku z tym wymaga spełnienia pewnych warunków. Potrzeby te nazywane są turystycznymi, mają charakter zarówno materialny, jak i duchowy, dotyczą dóbr i usług. Często są potrzebami wyższego rzędu i luksusowymi, ale bywają też masowymi i powszechnymi. Ich cechą podstawową i niezmienną jest to, że są zindywidualizowane.

Wśród usług świadczonych na rynku turystycznym wyróżnia się usługi podstawowe i komplementarne. Zarówno jedne, jak i drugie mogą zaspokajać potrzeby wyższego i niższego rzędu. Usługi podstawowe umożliwiają turyście dotarcie na miejsce, skorzystanie z noclegu i wyżywienia. Usługi komplementarne to te, które związane są z celem przyjazdu turysty i realizacją jego czasu wolnego. Usługi te mają zwykle charakter niematerialny i są skierowane do świadomości turysty. Wartość i jakość, tak usług materialnych, jak i niematerialnych (np. gościnność czy uprzejmość) są jednakowo ważne. Tylko wtedy, gdy występują łącznie zaspokajają wymagania turystów tworząc produkt turystyczny będący specyficzną całością. Słynny amerykański ekonomista, profesor Harvard Business School, Theodore Levitt mawiał, że „Ludzie nie kupują produktów, kupują oczekiwania i korzyści. To korzyści są produktem”. Dlatego optymalny, uniwersalny i mobilny marketingowo produkt turystyczny powinien zaspokajać cały szereg potrzeb turysty, począwszy od fizycznych, poprzez intelektualne, psychologiczne, rodzinne, towarzyskie, zdrowotne, itd., które są najczęstszym motywem podjęcia podróży turystycznej. Powinien też dawać możliwość zmiany otoczenia, „ucieczki” od rutyny i monotonii pracy zarobkowej, poszukiwania nowych i odmiennych doświadczeń, a także zapewnić motywy poznawcze. Organizując produkty należy więc brać pod uwagę fakt, iż współcześni turyści chcą zaspokoić podczas jednej podróży więcej potrzeb, zrealizować kilka celów i motywów jej podjęcia. Produkty odnoszące największy sukces marketingowy będą te, które najlepiej odpowiedzą na różnorodny zakres potrzeb segmentów rynku turystycznego.

MARKETING TERYTORIALNY

Według Philip Kotlera, amerykańskiego ekonomisty i honorowego profesora Katedry Marketingu Międzynarodowego w Kellogg School of Management na Northwestern University, marketing to proces społeczny i zarządczy, dzięki któremu konkretne osoby i grupy otrzymują to, czego potrzebują i co pragną osiągnąć, poprzez tworzenie, oferowanie i wymianę posiadających wartość produktów.

Wspomniana definicja jest jedną z pierwszych i podstawowych. Wraz z poszerzaniem się obszaru zainteresowania tej dziedziny ekonomii następowały również zmiany definicji istoty marketingu oraz powstały jego różne formy. Początkowo marketing opierał się jedynie na wymianie dóbr materialnych i usług, które zaspokajały potrzeby konsumpcyjne. Z czasem obszar zainteresowania marketingu wkroczył na pola działalności pozagospodarczej. Niezmiennie jednak charakterystyczną cechą marketingu pozostało spojrzenie na klienta i skoncentrowanie się na jego potrzebach, ponieważ kluczem do osiągnięcia sukcesu jest właściwe określenie potrzeb oraz wymagań klientów, a w konsekwencji dążenie do zaspokojenia tych potrzeb w sposób bardziej wydajny i skuteczny niż robi to konkurencja. Marketing ma więc być skoncentrowany na identyfikowaniu potrzeb i pragnień potencjalnych grup docelowych.

Marketing, ze względu na to, iż obejmuje bardzo szeroki obszar działań, ma wiele rodzajów i form. Wśród najbardziej popularnych możemy wyróżnić :

- marketing standardowy,
- marketing niestandardowy,
- marketing narracyjny,
- marketing mobilny,
- marketing polityczny,
- marketing wielopoziomowy,
- marketing terytorialny,
- marketing społeczny.

W niniejszym opracowaniu „główną rolę” pełnił będzie marketing terytorialny, zwany też marketingiem miejsc, marketingiem usług publicznych, marketingiem usług terytorialnych bądź marketingiem komunalnym. Jest on postrzegany jako filozofia bądź sposób zarządzania, który prowadzi do zaspokajania potrzeb i pragnień określonych grup odbiorców jednostek terytorialnych. Jego głównym celem jest kształtowanie poglądów, postaw i zachowań zainteresowanych grup klientów zgodnych z interesem danego miejsca. Twórcy strategii marketingowych dla konkretnych miejsc (terytoriów) dążą do poprawy wizerunku tych miejsc poprzez wykorzystanie różnych kanałów komunikacji.

Marketing terytorialny jest również definiowany jako całokształt podejmowanych działań mających na celu przyciągnięcie do danej jednostki terytorialnej, np. gminy,

przede wszystkim inwestorów oraz rozwój lokalnych przedsiębiorstw i promowanie korzystnego wizerunku jednostki na zewnątrz. Nagłośnienie jej atrakcyjności, w taki sposób, aby o jej wizerunku wiedziało jak najwięcej osób, m.in. potencjalnych inwestorów, ale również turystów i ewentualnych przyszłych mieszkańców. Marketing terytorialny to także działania dotyczące pozytywnego wizerunkiem jednostki na szczeblu regionalnym, krajowym, a często międzynarodowym.

Profesor nauk ekonomicznych Andrzej Szromnik twierdzi, że punktem wyjścia do powstania marketingu terytorialnego było przekonanie, że ogólne zasady marketingowe są takie same dla towarów i usług oraz że koncepcje sprawdzone w zarządzaniu przedsiębiorstwem można przełożyć i z powodzeniem stosować w sektorze publicznym - w sferze zarządzania społecznością lokalną. Jego zdaniem zarządzając społecznością lokalną (gminą, miastem, powiatem bądź regionem) także należy dążyć do podnoszenia efektywności działań (zadań publicznych). I tak w ślad za przedsiębiorstwami swoje strategie marketingowe zaczęły stosować od kilkunastu lat także miasta, gminy, regiony. Powstało wiele agencji rozwoju regionalnego. Standardem stało się posiadanie przez konkretne miasto, gminę herbu, hasła promocyjnego i szeregu materiałów reklamowych. Władze miast i gmin odwołują się w nich do określonych zdarzeń historycznych, lokalnych legend i tradycji kulturowych.

Jednostka terytorialna, która chce tworzyć dobry marketing terytorialny, musi zainwestować, ale nie zawsze muszą to być duże pieniądze. Swoje działania marketingowe powinna rozpocząć od analizy istniejących walorów i atrakcyjnych cech zajmowanego obszaru. Ponadto należy dokonać skrupulatnej analizy konkurencji, każdej (bliższej i dalszej), która stanowi dla nas ewentualne zagrożenie w rozwoju ekonomicznym i społecznym, bo np. działa starannie, aby przyciągnąć inwestorów i turystów. Należy także pozyskać jak najwięcej sojuszników we wszelkiego rodzaju działaniach promocyjnych. Mogą to być zarówno organizacje biznesowe, jak również instytucje kulturalne i społeczne. Kolejnym krokiem powinna być odpowiedź na pytanie – Kto ma o nas usłyszeć? Odpowiedź ta jest niezwykle istotna, ponieważ, aby móc skutecznie prowadzić działania marketingowe trzeba określić ich docelowe segmenty tj. zidentyfikować grupy adresatów oferty marketingowej tzw. „grupy docelowe”. Utrudnieniem z pewnością jest to, że w marketingu terytorialnym grup docelowych jest bardzo dużo. Zasadniczo można podzielić je na dwie kategorie:

- rynki wewnętrzne, czyli rynki w granicach danej społeczności lokalnej,
- rynki zewnętrzne, czyli rynki poza granicami społeczności lokalnej.

Adresaci rynku wewnętrznego to mieszkańcy danego terytorium, lokalni przedsiębiorcy, pracownicy lokalnych firm i instytucji, działające na tym obszarze organizacje pozarządowe oraz mieszkańcy, którzy poprzez fakt stałego zamieszkania lub pracy na danym obszarze są niejako zmuszeni do korzystania z lokalnej oferty. Wśród nich można wyróżnić trzy kolejne grupy:

- osoby mocno związane z miejscem swojego zamieszkania, mało mobilne np. ludzie starsi i słabiej wykształceni;

- osoby, które przy dokonywaniu swoich „życiowych wyborów” kierują się oceną atrakcyjności oferty marketingu terytorialnego - oceniają możliwości życia i rozwoju w granicach danej społeczności. Do tej grupy należą m.in. osoby młode, dobrze wykształcone, szukające atrakcyjnego miejsca pracy i zamieszkania, których przyciągnięciem zainteresowane są podmioty zewnętrzne;
- tzw. lokalni liderzy. Jest to grupa mało liczna, ale bardzo ważna, ponieważ ma duży wpływ na kształtowanie opinii, a tym samym na sukces wielu działań podejmowanych przez władze samorządowe.

Adresaci rynku zewnętrznego to potencjalni klienci oferty marketingu terytorialnego. Jest to grupa znacznie liczniejsza i bardzo silnie zróżnicowana. W grupie tej należy wskazać m.in.:

- inwestorów krajowych i zagranicznych - przedsiębiorstwa szukające nowych obszarów działania;
- banki i inne podmioty rynku finansowego;
- turystów;
- organizacje społeczne, polityczne, gospodarcze i pomocowe;
- osoby poszukujące nowych miejsc pracy i zamieszkania.

Potrzeby każdej z wyżej wymienionych grup potencjalnych odbiorców bardzo się między sobą różnią. Mieszkańcy zwykle oczekują spokoju i wygodnych warunków życia, natomiast inwestorzy zwracają uwagę na dostępność i cenę siły roboczej oraz sprawną komunikację. Różnice te można wymieniać niemal bez końca. Dlatego też działania marketingowe samorządów muszą być zorientowane na wybrane, konkretnie zdefiniowane, rynki docelowe.

Ze wspomnianych różnic wynika też podział marketingu terytorialnego na wewnętrzny i zewnętrzny.

W **marketingu wewnętrznym** wyróżniamy działania ukierunkowane na:

- pracowników urzędu danej jednostki terytorialnej (gminy, powiatu), których celem jest kształtowanie właściwych relacji i zachowań pomiędzy nimi samymi a mieszkańcami (klientami, interesantami) oraz właściwe funkcjonowanie urzędu. Celem marketingowego oddziaływania na pracowników jest też wykształcenie pozytywnego stosunku do klienta i osobistej odpowiedzialności za wykonywane czynności, świadczone usługi;
- mieszkańców danej jednostki terytorialnej, które mają na celu zwiększenie zaangażowania ich w sprawy gminy (powiatu bądź regionu), uzyskanie poparcia dla wprowadzanych programów publicznych i rozwiązywania problemów lokalnych oraz tworzenie klimatu współdziałania.

W **marketingu zewnętrznym** celem działań jest pozyskanie nowych osób, firm i organizacji nie zlokalizowanych w ramach danej jednostki terytorialnej, jako potencjalnych inwestorów, turystów i odbiorców innych usług.

Narzędzia i środki stosowane w marketingu terytorialnym są podobne do stosowanych w marketingu klasycznym, a ich kompozycja określana jest tradycyjnie mianem marketingu mix, którego kształt wyznaczył amerykański profesor Jerme McCarthy. Jego zdaniem jest to jedna z najbardziej uniwersalnych koncepcji jakie stworzono w ramach marketingu. Marketing mix to zestaw instrumentów oddziaływania na rynek w celu osiągnięcia zaplanowanych celów marketingowych, dostosowanych do specyficznych potrzeb nabywców. Tworzą go cztery grupy instrumentów:

- produkt - oferowane dobro materialne lub usługa, zaspokajające potrzeby konsumenta;
- cena – a raczej jej wysokość oraz warunki sprzedaży;
- promocja - system komunikacji organizacji z otoczeniem;
- dystrybucja - sposób dostarczenia produktu do rąk konsumenta, kanały dystrybucji i logistyka związana z udostępnianiem przez organizację jej produktów i usług.

Każda jednostka administracji terytorialnej, dla osiągnięcia sukcesu marketingowego, musi ukształtować własną kompozycję narzędzi marketingowych. Ważne jest, aby pamiętać o spójności tych instrumentów i nie preferowała żadnego z nich, np. nie nadużywała działań reklamowych w promocji. Ponadto biorąc pod uwagę specyfikę świadczonych przez samorzady usług publicznych, które charakteryzują się takimi cechami jak niematerialność, różnorodność, nierozdzielność i nietrwałość należy wzbogacić podstawową koncepcję marketingu mix o 3 dodatkowe elementy:

- ludzi – personel urzędów, który jest coraz ważniejszym czynnikiem różnicującym jakość usług i źródłem przewagi konkurencyjnej. To pracownicy pozostają w stałym kontakcie z nabywcami dóbr i usług, a przez to w dużym stopniu kształtują ogólny obraz instytucji. Znaczenie mają nie tylko ich wiedza, doświadczenie i sprawność działania, ale również kompetencje interpersonalne, uczciwość, wiarygodność i otwartość na problemy społeczeństwa. Dlatego też niezwykle ważny jest ich dobór, przygotowanie i szkolenie;
- procesy - procedury, mechanizmy, czynności związane z kontaktami z klientami i samodzielność personelu. Szczególne znaczenie ma tu: szybkość działania, dobra organizacja i osobiste zaangażowanie pracowników;
- obsługę klientów – której wpływ na kształtowanie opinii klientów o instytucji i oferowanych przez nią usługach wzrasta systematycznie wraz ze wzrostem ich wymagań.

TURYSTYKA W GMINIE ZARSZYN - CHARAKTERYSTYKA OBSZARU

Gmina Zarszyn leży u zbiegu Beskidu Niskiego i Dołów Jasielsko - Sanockich (część Kotliny Jasielsko – Sanockiej) stanowiących region geograficzny w południowo-wschodniej Polsce. Jest to kotlina o równoleżnikowym przebiegu u podnóża Beskidu Niskiego zajmująca obszar o powierzchni około 1200 km². Południowa część Gminy zajmuje fragment Pogórza Karpackiego mającego charakter wyżyny, zbudowanego głównie z fliszu karpackiego o wysokościach miejscami przekraczających 500 m n.p.m. i leży w strefie chronionego krajobrazu, zaś część południowo-zachodnia przylega do zalewu w Sieniawie. Historycznie okolice Zarszyna powiązane są z Ziemią Sanocką. Główną rzeką przepływającą przez obszar Gminy jest Pielnica będąca prawym dopływem Wisłoka, w dorzeczu którego leży Gmina Zarszyn. Miejscowości współtworzące Gminę są w większości położone w dorzeczach Pielnicy oraz jej dopływów.

Administracyjnie od 1 stycznia 1999 roku Gmina Zarszyn leży na terenie województwa podkarpackiego, w powiecie sanockim i graniczy od północy z gminami Brzozów i Haczów, od południa z gminą Bukowsko, od wschodu z gminą Sanok, natomiast od zachodu z gminami Besko i Rymanów.

Mapa nr 1.

Położenie Gminy na tle powiatu Sanockiego.



Źródło: www.osp.org.pl

Przez gminę prowadzi jeden z głównych szlaków kolejowy Stróże – Jasło – Krosno – Sanok - Zagórz oraz droga krajowa nr 28 Zator – Wadowice - Nowy Sącz – Krosno – Sanok – Zagórz - Przemyśl, nazywana trasą karpacką. Droga ta biegnie równolegle do drogi nr 4 i linii kolei transwersalnej, wzdłuż podnóża Karpat, spełnia jednak mniej ważną rolę w komunikacji na tym obszarze, gdyż ma charakter drogi górskiej z dużą ilością zakrętów, co wiąże się z mniejszym bezpieczeństwem i komfortem jazdy. Odznacza się natomiast dużymi walorami turystycznymi. Jej trasa kończy się na przejściu granicznym z Ukrainą w Medyce. Ciekawostką związaną z drogą nr 28 jest to, że w Wujkiem (16km od Zarszyna) znajduje się punkt startowy do organizowanego corocznie w czerwcu Bieszczadzkiego Wyścigu Górskiego na trasie Wujskie – szczyt Gór Słonnych. Wyścig ten zaliczany jest jako runda Górskich Samochodowych Mistrzostw Polski. Położenie gminy przy szlaku kolejowym i drodze krajowej pozwala na podróżowanie szybko i wygodnie. Charakteryzując dostępność komunikacyjną Gminy Zarszyn należy również wspomnieć o jej położeniu w nieznaczącej odległości od przejść granicznych - na Słowację w Barwinku (37,6 km od Zarszyna) i na Ukrainę w Krościenku (64,6 km od Zarszyna).

Według danych GUS z roku 2009 Gmina Zarszyn zajmuje obszar o powierzchni 105,40 km² i tym samym stanowi niespełna 9% powierzchni powiatu. Około 22% powierzchni Gminy to tereny leśne, 4970,22 ha zajmuje Obszar Chronionego Krajobrazu Beskidu Niskiego (Zarszyn, Posada Zarszyńska, Odrzechowa, Długie, Nowosielce, Pielnia), a 747,6 ha obszary NATURA (Nowosielce, Odrzechowa, Jaćmierz). Gminę zamieszkuje 9373 osoby (stan na grudzień 2010 roku – dane Urzędu Gminy Zarszyn).

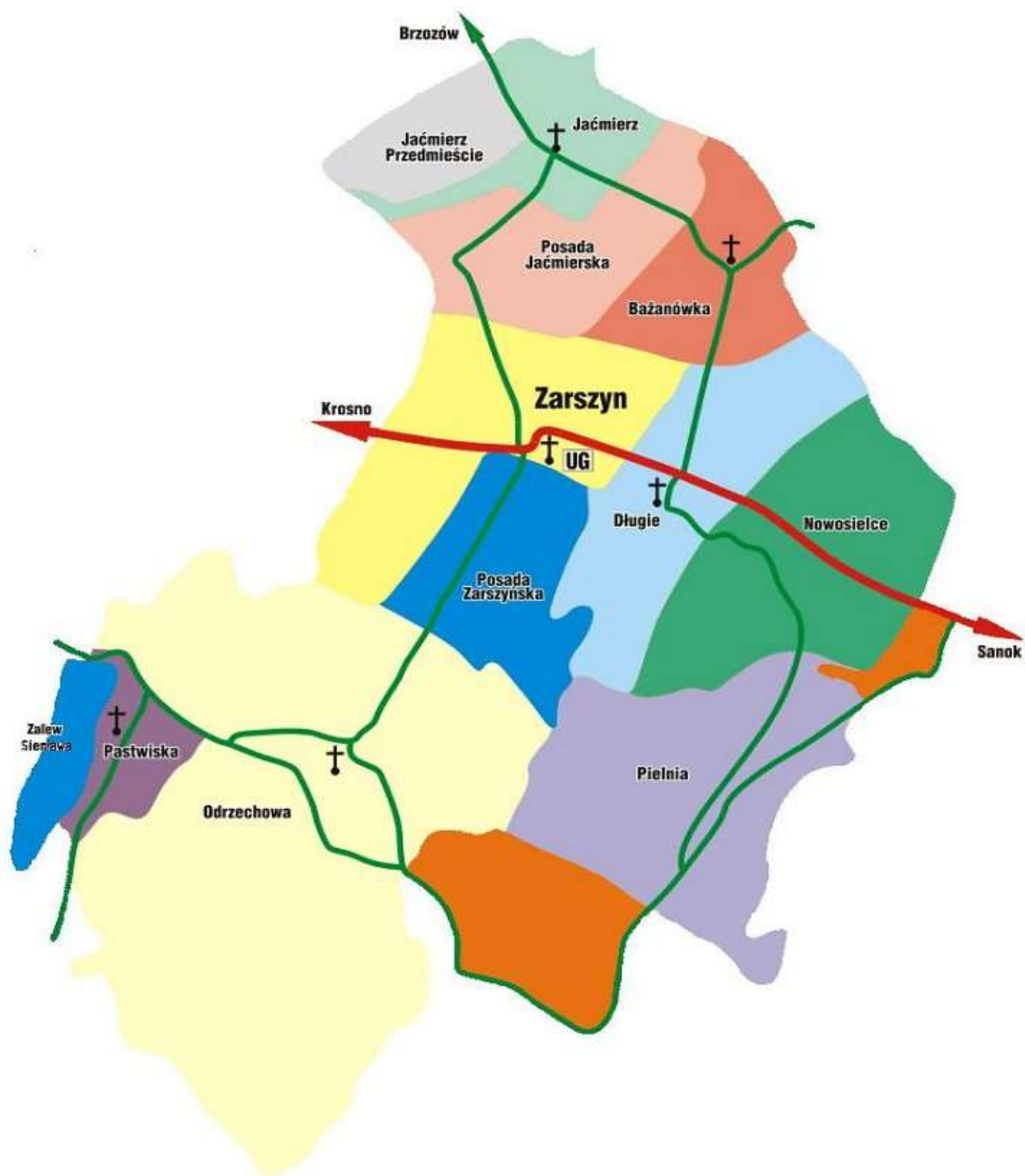
Teren Gminy to malowniczy obszar o wysokich walorach przyrodniczych i krajobrazowych. „Zarszyńskie” pejzaże to przede wszystkim rozległe, malownicze łąki i pola uprawne oraz duże obszary leśne, które usytuowane są w południowej części Gminy. Na szczególne uznanie zasługuje widok rozciągający się ze wzgórz odrzechowskich, stanowiących krawędź doliny Pielnicy i Dołów Jasielsko-Sanockich. Oprócz zwartych masywów leśnych, na obszarze Gminy występują również małe zagajniki, pozostałości parków dworskich i pojedyncze okazy drzew – pomników przyrody. Krajobraz urozmaicają niewielkie potoki - dopływy Pielnicy, stawy oraz rozległe pastwiska, na których możemy obserwować hodowane w Odrzechowej bydło rasy simentale. Klimat na terenie Gminy Zarszyn jest charakterystyczny dla obszarów Pogórza Karpackiego. Średnia roczna temperatura wynosi od 6 do 7 stopni Celsjusza, a średnia roczna suma opadów około 740 mm. Okres wegetacji roślin trwa natomiast około 200 dni, co sprawia, że są to warunki sprzyjające rolnictwu.

Bogactwo i dostępność lasów, urozmaicona rzeźba terenu oraz małe uprzemysłowienie i brak zakładów uciążliwych dla środowiska sprawiają, że Gmina Zarszyn predysponuje do rozwoju turystyki, a przede wszystkim agroturystyki. Ważnym elementem atrakcyjności turystycznej Gminy jest dostępność zalewu w Sieniawie, pełniącego zarówno funkcję kąpieliska, jak również miejsca do wędkowania. Wszystkie wspomniane elementy krajobrazu tworzą niepowtarzalne obrazy ładu i harmonii natury.

W skład Gminy wchodzi następujące miejscowości: Bażanówka, Długie, Jaćmierz, Nowosielce, Odrzechowa, Pastwiska, Pielnia, Posada Jaćmierska, Posada Zarszyńska, Zarszyn.

Mapa nr 2.

Podział administracyjny Gminy Zarszyn.



Źródło: Urząd Gminy Zarszyn.

Według obecnej wiedzy osadnictwo człowieka na terenie Gminy Zarszyn miało miejsce w młodszej epoce kamienia (5000 - 1700 lat p.n.e.), o czym świadczą znaleziska z Odrzechowej i Pielni, m.in. kamienne narzędzia. Dowodem na zamieszkiwanie Gminy przez ludzi w epoce brązu jest znaleziony w Zarszynie skarb brązowy - naszyjniki, naramienniki, szpile, paciorki. Natomiast epokę żelaza „reprezentują” liczne znaleziska monet, m.in. w Jaćmierzu oraz przedmiotów codziennego użytku importowanych do Polski z południa Europy. Znaleziska te są również dowodem na istnienie szlaku handlowego prowadzącego przez Ziemię Sanocką. Pierwsze wzmianki historyczne dotyczące miejscowości współtworzących Gminę Zarszyn datowane są na wiek XIV.

Zarszyn – niegdyś miasteczko, obecnie wieś położona nad rzeką Pielnicą. W latach 1340 - 1772 leżał w województwie ruskim, w ziemi sanockiej. Później, do roku 1852, po utracie praw miejskich, wieś należała do cyrkułu leskiego, a następnie sanockiego. Kolejny etap „przeobrażeń” administracyjnych to przynależność od roku 1867 do powiatu sanockiego i gminy Sanok w Galicji. W latach 1975-1998 miejscowość administracyjnie należała do województwa krośnieńskiego. Po raz pierwszy w dokumentach historycznych wzmianka o Zarszynie pojawia się w 1395 roku, kiedy Władysław Jagiełło nadał miasto Zarszyn wraz z Posadą Zarszyńską i Długiem Jachnikowi ze Soswieszowa. Kolejnymi właścicielami dóbr zarszyńskich byli Krzczon z Kozichłów, kasztelan sądecki i jego synowie Jan i Krystyn, którzy na prośbę mieszkańców Zarszyna, nadali im tzw. prawa zarszyńskie. Kopia wspomnianego dokumentu, sporządzona w 1631 roku, znajduje się obecnie w Archiwum Państwowym w Krakowie. W 1439 roku majątek, w drodze sprzedaży, przeszedł w ręce Piotra Smolickiego, który w 1458 roku część dóbr zapisał synom swojego brata. Kolejnymi właścicielami dóbr byli m.in. Zarszyńscy, Pieniążkowie, Jan Zabawski, Okreglicki, Błonski, Siemieński, Ostaszewski, rodzina Wiktorów. Na historii Zarszyna swe piętno odcisnęły wojny. Podczas I wojny światowej Zarszyn został poważnie zniszczony, poniósł straty ludnościowe i materialne. Od ostrzału artylerii austriackiej zginęli mieszkańcy, spłonęły domy, zniszczony został kościół. Po zakończeniu ofensywy rosyjskiej natychmiast przystąpiono do odbudowy. 9 września 1939 roku do Zarszyna wkroczyły wojska niemieckie. Rozpoczęła się okupacja. Mieszkańcy Zarszyna aktywnie włączyli się w walkę z najeźdźcą. Zawieszono działalność organizacji społecznych, przez rok nie funkcjonowała szkoła. Część mieszkańców została wywieziona na roboty przymusowe do Rzeszy. Na początku sierpnia 1944 roku do Zarszyna wkroczyły oddziały radzieckie. Zarszyn uległ wówczas prawie całkowitemu zniszczeniu. W Zarszynie podczas okupacji znajdowała się placówka AK nr II, którą dowodzili kolejno Franciszek Gorynia, Mieczysław Granatowski „Gram” i Franciszek Singler „Odwet”. Cennym zabytkiem Zarszyna jest kościół parafialny pod wezwaniem Św. Marcina. Jest to pierwszy i najstarszy kościół w Zarszynie, który istniał najprawdopodobniej jeszcze przed 1295 rokiem, kiedy miejscowość posiadała prawa miejskie. Można domniemywać, że kościół wybudowali koloniści niemieccy (założyciele Zarszyna) przenosząc jednocześnie ze sobą kult św. Marcina, patrona kościoła. W 1624 roku, w czasie najazdów Tatarów, kościół wraz z plebanią i całą zabudową miasteczka został spalony. Na jego gruzach ówczesny proboszcz parafii korzystając z pomocy społeczeństwa i dworu, zbudował tymczasową kaplicę, w której umieścił ocalałe z pożaru ołtarze. W 1645 roku,

kiedy właścicielami Zarszyna byli jezuici z Krosna, rozpoczęła się budowa nowego kościoła, który w 1650 roku poświęcił rektor Kolegium Krośnieńskiego. Obok kościoła znajdował się cmentarz grzebalny otoczony drzewami oraz dzwonnica. Z drzew do dziś zachował się jeden dąb, 400-letni pomnik przyrody. Natomiast cmentarz, w wyniku dekretu cesarskiego nakazującego przeniesienie cmentarzy grzebalnych poza osiedla mieszkalne, w 1780 roku został przeniesiony z okolic kościoła na wschód miejscowości, gdzie znajduje się do dnia dzisiejszego. W 1867 roku Jan i Adela Wiktorowie w porozumieniu z proboszczem ks. Antonim Kirschnerem przystąpili do budowy nowego neogotyckiego kościoła w miejscu starego, który został rozebrany. Wybudowana wówczas przez dziedzica Wiktora świątynia służy wiernym do dziś, choć nie ominęły jej doświadczenia wojenne. W wyniku działań frontowych w 1944 roku zniszczeniu uległo ponad 300 zabudowań – w tym kościół, szkoła i Dom Ludowy. Po okupacji przystąpiono natychmiast do odbudowy kościoła.

Zdjęcie nr 2.

Kościół w Zarszynie.



Źródło: Urząd Gminy Zarszyn.

Kolejne „zarszyńskie” zabytki, o których nie sposób nie wspomnieć to browar, cegielnia, tartak i młyn. Początki browaru w Posadzie Zarszyńskiej sięgają czasów XVII-wiecznych. W roku 1631 pojawia się wzmianka o istnieniu w Zarszynie „słodowni dworskiej”. Zarszyński browar w tamtych czasach zaopatrywał w trunki karczmy i ratusz. Ówcześni właściciele Zarszyna – jezuici, puszczała browar w arendę, co może potwierdzać, że produkcja browaru zarszyńskiego w XVII wieku była znaczna. W okresie, kiedy właścicielem Zarszyna był Kazimierz Ostaszewski, prawdopodobnie drewniany budynek browaru uległ pożarowi i spalił się prawie doszczętnie. W miejscu spalonego browaru nowi właściciele Zarszyna wybudowali nowy murowany budynek. W kolejnych latach browar zmienił właścicieli. Byli nimi Zucker i Spółka oraz Rosennblind, Scheinerowie, dr Oskar Schmidt i Śnieżawski, ci ostatni dokonali remontu i modernizacji budynku oraz unowocześnili proces produkcji. Po zakończeniu okupacji browar był pod zarządem państwowym, a potem został upaństwowiony. Produkcję piwa w zarszyńskim browarze zakończono w latach siedemdziesiątych XX wieku. Po zakończeniu produkcji piwa różne były jego losy. Najpierw budynki znajdowały się w posiadaniu sanockiego Stomilu, a następnie Przedsiębiorstwa Produkcji Leśnej „Las” z Leska. Po czym przejął go syndyk masy upadłościowej. Po 4 latach nieużytkowania w grudniu 1995 roku nabył go właściciel firmy Chłodnie-Zgoda z Krakowa. Pierwsza cegielnia powstała natomiast w roku 1846 i była pod zarządem dworskim. Produkowano w niej cegłę na potrzeby miejscowej społeczności, m.in. na budowę szkoły i kościoła. Po ich wybudowaniu, najprawdopodobniej w 1882 roku, cegielnia zaprzestała produkcję. Na jej terenach wypalano ze sprowadzanego z okolicy odpowiedniego surowca wapno hydrauliczne. W 1947 roku zarszyńską cegielnię przejęły Zakłady Przemysłu Terenowego w Sanoku, a następnie Rzeszowskie Przedsiębiorstwo Ceramiki Budowlanej. Okres świetności cegielni przypadł na lata osiemdziesiąte XX wieku. Od 1992 roku cegielnia jest własnością prywatną, od kilku lat jest nieczynny i popada w ruinę. Kolejnym zabytkiem Zarszyna jest tartak, który został założony w 1926 roku. Zakład wyrabiał m.in. skrzynie i transporterki. W 1928 roku powstał drugi tartak, który po 5 latach funkcjonowania, w 1933 roku tartak został sprzedany, a jego nowy właściciel zmienił jego funkcję użytkową - powstał młyn gospodarczy. Obiekt ten przetrwał czas okupacji, a po zakończeniu wojny został przejęty i uruchomiony przez GS, aby przez wiele lat służył okolicznym rolnikom.

Bażanówka - miejscowość leżąca na północny-wschód od Zarszyna. Pierwsza pisemna wzmianka o historii Bażanówki pochodzi z 1429 roku, kiedy to znana była jako Jaczmiszka Wola. Jej założycielem był syn rycerza Ferdynanda Mysnara, któremu ziemię tę nadał król Władysław Jagiełło. W dokumencie z 1442 roku mowa jest o: "villa Jaczimislanda alias Baszanowka". W wieku XV miejscowość znana była pod kilkoma nazwami - Basanowka, Bazanowka, Baszanowka. W I połowie XIX wieku Bażanówka należała do Trzecieckich, a przez kolejne lata często zmieniała swoich właścicieli. Należała m.in. do Felicjana Piotra Laskowskiego, Kazimierza Piotra Laskowskiego, Daniela Rodicha – Laskowskiego. Po II wojnie światowej majątek ziemski Laskowskich został przejęty, w ramach tzw. reformy rolnej, przez Skarb Państwa. Obecna nazwa miejscowości utrwaliła się natomiast na przełomie XVIII i XIX wieku. Od początków swego istnienia Bażanówka była związana, zarówno historycznie, jak i administracyjnie

z Jaćmierzem i Posadą Jaćmierską. W roku 1921 w Bażanówce zaczęła rozwijać się pierwsza zorganizowana w Polsce wspólnota oraz parafia polskokatolicka. Pierwszą mszę w obrządku polskokatolickim odprawił tu ks. Jan Gritenas w dniu 1 października 1922. W czasie okupacji działały tu: ruch oporu, Placówka AK, którą dowodził plutonowy Zygmunt Kędzior „Kabel”, funkcjonowała służba sanitarna, punkt przerzutowy na Węgry, prowadzono też tajne nauczanie i czytano prasę podziemną, a na łąkach Bażanówki przygotowano lotnisko dla lekkich rosyjskich samolotów. Warto wspomnieć też o tym, że tu urodził się kapitan Franciszek Malik, cichociemny, uczestnik powstania warszawskiego. Po zakończeniu II wojny światowej wieś „podniosła się” i znacznie rozbudowała. Od 1948 roku działa tu Ludowy Klub Sportowy "Orzeł", w XIX-wiecznym dworze, stanowiącym obiekt zabytkowy, funkcjonuje szkoła, działają lokalne organizacje pozarządowe – Koło Gospodyń Wiejskich, Stowarzyszenie Społeczno – Kulturalne Miłośników Ziemi Bażanowsko – Jaćmierskiej. Na jednej z prywatnych posesji w centrum wsi stoi niewielka, kamienna figura św. Jana Nepomucena. Rzeźba z 1855 roku, ustawiona na czworobocznym, zdobionym płycinami cokole.

Długie – miejscowość sąsiadująca z Zarszynem od strony wschodniej, położona nad Pielnicą. Do roku 1772 wieś leżała w województwie ruskim na ziemi sanockiej, a od 1772 roku na terenie cyrkułu leskiego, następnie sanockiego i od 1855 roku podlegała pod powiat sanocki w Prowincji Galicja. W latach 1975 - 1998 Długie należały administracyjnie do województwa krośnieńskiego. Wieś powstała w okolicach roku 1390, wówczas też została ujęta po raz pierwszy w dokumencie historycznym opisującym granice Jaćmierza „...campum dictum Długie pole”. Kolejna wzmianka to rok 1395, kiedy to król Władysław Jagiełło nadał Długie, Zarszyn i Posadę Zarszyńską Jachnikowi ze Soswieszowa. Nazwa wsi brzmiała wtedy Długe, w 1464 roku Długye, w 1477 roku Długa, a w 1589 roku Długie. W latach 1625 - 1773 jej właścicielami byli krośnieńscy jezuici, którzy odbudowali ją po zniszczeniu przez Tatarów w 1624 roku. W 1810 roku Zarszyn, Posada Zarszyńska i Długie zostały sprzedane przez ówczesnego właściciela tych dóbr, Stanisława Siemieńskiego, Kazimierzowi Ostaszewskiemu, byłemu rotmistrzowi kawalerii narodowej. Kolejnymi właścicielami dóbr byli Adela Czermińska, Kazimierz Wiktor, Jan Wiktor. Po II wojnie światowej w wyniku masowych wywłaszczeń majątek przeszedł na Skarb Państwa. W czasie, kiedy właścicielem Długiego był Jan Wiktor, we wsi funkcjonowała gorzelnia, jedna z siedmiu w powiecie sanockim. W czasie obu wojen światowych wieś poniosła straty zarówno ludnościowe, jak i materialne. W okresie okupacji mieszkańcy czynnie włączali się w walkę z hitlerowcami. Zorganizowano szlaki kurierskie i trasy przerzutowe na Węgry. Działała też Szkoła Podoficerska, a lokalna społeczność dzielnie stawiała opór Ukraińskiej Powstańczej Armii. Obecnie Długie jest najliczniej zamieszkałą miejscowością Gminy Zarszyn. Niestety wieś nie może pochwalić się wieloma zabytkami, na jej terenie możemy podziwiać jedynie murowaną kapliczkę przydrożną z przełomu XVIII i XIX wieku, kapliczkę stojącą na terenie dawnego folwarku wystawiona w 1900 roku staraniem właścicieli wsi Wiktorów oraz kapliczkę słupową postawioną w 1933 roku przez rodzinę Laskowskich.

Jaćmierz - wieś w północnej części Gminy Zarszyn, wzmiankowana w 1390 roku w dokumentach historycznych opisujących jej granice. Rozwijający się jako niewielka osada za panowania Kazimierza Wielkiego Jaćmierz w latach 1437 – 1934 miał prawa miejskie. Zachowany do dnia dzisiejszego rynek z zabytkowymi drewnianymi domami z XIX wieku, drewniany XVII-wieczny kościół z dzwonnica to ślady średniowiecznego grodu.

Zdjęcie nr 3

Dzwonnica w Jaćmierzu.



Źródło: Urząd Gminy Zarszyn.

Miasto początkowo było własnością rodu Jaćmierskich, następnie starosty sanockiego Jakuba Pieniążka. Kasztelana przemyskiego Stanisława Drohojowskiego, Adama Bala, kasztelana brzeskiego Śleszyńskiego, Grodzickich, Ostaszewskiego, Grotowskich – ostatnich właścicieli Jaćmierza, zanim po II wojnie światowej przeszedł on na własność Skarbu Państwa. Na kartach historii Jaćmierz zapisywano jako Oppido Iaczymyrz (1437), Iaczymyrz (1484), Jaczmyrz (1508) i Jacimierz (1653). Pod koniec XV wieku wieś będąca własnością Jakuba Pieniążka posiadała dwa dwory, w tym jeden z nich był budowlą warowną. W XVII wieku miejscowość leżała w dawnym województwie ruskim na ziemi sanockiej. Zaś od roku 1558 funkcjonował w Jaćmierzu zbor ewangelicki, kalwiński, który niestety nie przetrwał najazdu Tatarów w 1624 roku.

Za „czasów miejskich” w Jaćmierzu odbywały się trzy jarmarki w roku – 12 marca, 8 maja i 24 czerwca – zaś co tydzień odbywał się targ. Handlowano bydłem, końmi i drobnicą, a w interesach, przyjeżdżali kupcy z Krakowa, Sandomierza, Czech i Węgier. Do majątku Grotowskich (ówczesnych właścicieli Jacmierza) należała jedna z największych w całej Galicji hodowla bydła zarodowego rasy simentalskiej i berneńskiej sprowadzonego z Szwajcarii. Od tamtych czasów tradycję hodowlaną simentali podtrzymuje Zootechniczny Zakład Doświadczalny w Odrzechowej. W mieście funkcjonowały cechy rzemieślnicze - stolarski, ślusarski, tkacki, garncarski, garbarski i największy z nich szewski. Pod koniec XIX wieku do nowych zajęć doszło chmielarstwo, a zbyt zapewniał nowo otwarty browar w Zarszynie. Całkowicie zniszczony przez armię rosyjską w roku 1915 Jaćmierz utracił niedługo potem prawa miejskie. W roku 1929 w Jacmierzu funkcjonowała Kasa Stefczyka i Spółdzielnia Rolnicza, a działalność usługową prowadzili handlarz bydła Wilner, kowal Lutecki, rzeźnik Musiał, sklepikarze Silberman i Smolnicki oraz Wilner – właściciel gospody. W trakcie okupacji, podczas II wojny światowej, Jaćmierz był jednym z większych ośrodków tajnego nauczania oraz ważnym punktem działalności ruchu oporu. Na jego terenie sanocki obwód AK wydawał tygodnik „Przegląd Tygodniowy” pod redakcją Jana Radożyckiego. Od 1921 roku w Jaćmierzu funkcjonuje Kościół Polskokatolicki pod wezwaniem Najświętszego Serca Pana Jezusa. Natomiast kościół parafialny pod wezwaniem Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny wzniesiony został w połowie XVII wieku, po czym zniszczony przez pożar w roku 1737 i odnowiony oraz przebudowany w roku 1760. Ciekawe zabytki architektoniczne to również:

- murowana kaplica grobowa rodów Ostaszewskich i Grotowskich pod wezwaniem św. Sebastiana, zbudowana w 1827 roku na miejscowym cmentarzu w miejscu dawnego kościoła św. Jana Chrzciciela;
- murowana kapliczka z wizerunkiem Michała Archanioła zbudowana w roku 1851, która stoi przy drodze Jaćmierz-Bażanówka;
- drewniana kapliczka z wizerunkiem Jana Nepomucena z roku 1850 stojąca przy drodze do Wzdowa;
- figura Matki Boskiej z 1854 roku przy kościele w Jaćmierzu;
- murowana kapliczka z 1850 roku na prywatnej posesji.

Ciekawostką jest również utworzona Izba Pamięci mieszcząca się w budynku biblioteki.

Nowosielce – wieś położona na południowy-wschód od Zarszyna nad rzeką Pielnicą przy drodze krajowej do Sanoka. Najstarszy dokument, w którym możemy znaleźć informacje dotyczące Nowosielce, podobnie jak w przypadku Długich, związany jest z Jaćmierzem i pochodzi z 6 listopada 1390 roku. W dokumencie tym Król Władysław Jagiełło nadaje Fryderykowi Mysnarowi wieś Jaćmierz, której granice przebiegają wzdłuż drogi prowadzącej do wsi Nowosielce. Kolejny dokument pochodzi z 1426 roku i mówi nam o zmianie lokacji Nowosielce z prawa ruskiego na magdeburskie. Z niego dowiadujemy się też, że wsią zarządzał sołtys, co oznacza, że Nowosielce były wsią Królewską. W 1624 roku wieś spalili Tatarzy. Nieliczni ocaleni mieszkańcy z czasem odbudowali swoje domostwa na zalesionych wzgórzach od strony Strachociny

i Kostarowiec. Znacząca rozbudowa i ożywienie wsi to rok 1660, kiedy za czasów panowania Króla Jana Kazimierza osiedlono tu jeńców Kozackich. Od końca XVIII wieku, aż po koniec II wojny światowej dobra ziemskie w Nowosielcach należały do rodziny Gniewoszków. W okresie tym wieś zamieszkiwali Polacy i Rusini, których po zakończeniu wojny wysiedlono. Od roku 1885 dla odróżnienia od innych miejscowości o tej samej nazwie (jest ich w Polsce kilkanaście) zmieniono nazwę wsi na Nowosielce-Gniewosz, od rodziny Gniewoszków – właścicieli dworskich wsi. Z końcem XIX stulecia stała we wsi drewniana cerkiew parafialna, do której uczęszczali nie tylko miejscowi, ale również wierni z Bażanówki, Długiego, Zarszyna i Posady. Końcem grudnia 1945 roku, w trakcie napadu nacjonalistów ukraińskich z UPA, Nowosielce po raz kolejny zostały spalone, część mieszkańców zgładzona. Do dziś, w tutejszym kościele, jest tablica upamiętniająca to wydarzenie. Do najcenniejszych śladów historii na terenie Nowosielec możemy zaliczyć:

- budynek dworu z 1900 roku, należący w przeszłości do rodziny Gniewoszków, a od 1958 roku będący siedzibą Zespołu Szkół Rolniczych;
- park dworski, w którym możemy podziwiać pomniki przyrody, m.in. 200-letnie jesiony;
- 300-letni dąb szypułkowy przy stacji kolejowej;
- kapliczkę Matki Boskiej i Józefa Cieśli, którą w roku 1892 ufundował jeden z właścicieli Nowosielec Wiktor Gniewosz;
- murowaną figurkę z 1850 roku z wizerunkiem Matki Boskiej stojącą przy starym cmentarzu;
- cenne znaleziska m.in. półgrosz Zygmunta III Wazy z 1623 roku, dwa miedziane grosze polskie z 1665 i 1738 roku, monety z czasów austriackich (rok 1812 i 1851) oraz kopiejski rosyjskie z roku 1914 i 1915;
- XVIII-wieczny późnobarokowy ołtarz boczny z obrazem Matki Boskiej z Dzieciątkiem, malowanym na desce, chrzcielnica z przełomu XVIII i XIX wieku oraz klasycystyczny feretron stanowiące elementy wyposażenia nowego kościoła pod wezwaniem Matki Boskiej Nieustającej Pomocy;
- dwa dzwony z 1624 roku, przeniesione do Nowosielec z Zarszyna w 1956 roku, znajdujące się w nowej przykościelnej dzwonnicy.

Odrzechowa - wieś położona na południowy-zachód od Zarszyna na północno-zachodnim skrawku Pogórza Bukowskiego nad rzeką Czernisławką. Malownicze pejzaże miejscowości bogate są w rozległe pola uprawne, pastwiska i łąki. Wieś otaczają piękne lasy i zagajniki. Obszarowo Odrzechowa jest największą wsią Gminy Zarszyn - zajmuje 3534 ha. Powstała w XIV wieku, a w dokumencie historycznym po raz pierwszy wspomniano o niej w roku 1419. Była wówczas wsią rozległą, a jej sołtysem był Alko Rusin. Początkowo funkcjonowała pod nazwą „de Odrzechow” w 1428 roku, później „de Odrzechow” w roku 1438 i jako „de Hodrzechow” w roku 1449. Założona na prawie wołoskim zasiedlona została przez osadników wołosko- ruskich. W okresie reformacji sprzyjała arianom i była jednym ze znaczących ośrodków reformacji w regionie. W 1623

roku wieś została spustoszona przez Tatarów, a w roku 1777 strawiona przez pożar, zniszczeniu uległy wówczas m.in. księgi metrykalne i parafialne. XVIII wiek to również pasmo klęsk spowodowanych epidemią dżumy i plagą szarańczy. W roku 1811, w drodze licytacji, właścicielem folwarku w Odrzechowej został Ignacy Urbański. W 1880 roku wieś licząca 2054 mieszkańców, zamieszkiwana była głównie przez grekokatolików (1800 osób). Kolejnym właścicielem folwarku był Władysław Morawski, który wyspecjalizował się w hodowli bydła półkrwi simentalskiej. Przed II wojną światową w Odrzechowej, oprócz dwóch folwarków, funkcjonowało 428 gospodarstw, dwa młyny wodne, i tartak parowy. W wyniku wojny wieś została poważnie zniszczona. Po zakończeniu działań wojennych z istniejących 600 gospodarstw pozostało zaledwie 100. Po parcelacji gruntów znaczną część ziemi przejęło państwo tworząc Zootechniczny Zakład Doświadczalny, który działa tu do dnia dzisiejszego gospodarując na około 10% areалу Gminy. Znajduje się tu druga co do wielkości stadnina koni huculskich w Polsce, organizująca różne formy turystyki konnej.

Odrzechowa to również zabytki, wśród których warto wspomnieć o:

- drewniany dwór;
- dawna cerkiew grekokatolicka z 1813 roku, obecnie kościół rzymskokatolicki. Możemy tu podziwiać XIX-wieczny obraz z ikonostasu, późnobarokowy ołtarz główny;
- cmentarz wokół kościoła, na którym zachowało się kilka nagrobków;
- ogrodzenie z dzikiego kamienia, a w jego pasie dzwonnica złączona z bramą na cmentarz wybudowana w XIX wieku;
- rzeźba dłuta Stanisława Piętkiewicza przedstawiająca Chrystusa dźwigającego krzyż znajdująca się na grobie Morawskich na miejscowym cmentarzu;
- grobowiec Russockich;
- murowana kapliczka przydrożna z przełomu XIX i XX wieku

Pastwiska –wieś leżąca na południowy-zachód od Zarszyna. Położona jest nad Wisłokiem u podnóża Wzgórz Rymanowskich i Pogórza Bukowskiego przy drodze z Rymanowa do Szczawnego. Jej historia jest ściśle związana z Odrzechową, ponieważ w przeszłości Pastwiska stanowiły jej integralną część. Jeszcze w 1889 roku nie miały nawet statusu przysiółka, nie wymienia ich również "Słownik Geograficzno - Historyczny Królestwa Polskiego i innych krajów słowiańskich". Na mapie z 1880 roku w Pastwiskach zaznaczony jest folwark i kilkanaście zabudowań, natomiast na mapie z 1902 roku w jego miejscu zaznaczony jest dwór należący do rodziny Russockich. Obecnie w tym miejscu znajdują się zabudowania osiedla Instytutu Zootechniki. Przed II wojną światową na terenie dzisiejszych Pastwisk było 30 gospodarstw, dwór i folwark należący do Zofii i Zygmunta Russockich. Na terenie dawnego zespołu dworskiego do dnia dzisiejszego zachował się park. W miejscu zwanym Gaj, gdzie wśród pól rośnie kępa drzew, znajduje się cmentarz choleryczny z 1893 roku. Ze źródeł historycznych możemy

się również dowiedzieć o odkrytych tu pokładach czarnego wosku, które do dzisiaj nie są eksploatowane. Od 1980 roku na obszarze Pastwisk funkcjonuje kościół pod wezwaniem św. Józefa Robotnika, do którego papież Jan Paweł II podarował figurę Matki Boskiej Fatimskiej. Ten dar upamiętnia wędrówki Ojca Świętego, jako młodego kapłana, po tutejszych pięknych okolicach. Od 21 listopada 2000 roku Pastwiska mają status sołectwa. Jako najcenniejsze „historyczne pamiątki” wsi możemy wskazać:

- park znajdujący się na terenie dawnego zespołu dworskiego,
- kapliczkę zlokalizowaną w pobliżu dawnego folwarku,
- cmentarz choleryczny z 1893 roku,
- pomnik na grobie porucznika Frantiska Geislera z drugiej czechosłowackiej brygady powietrzno-desantowej, który poległ 18 września 1944 roku w walkach przeciwko okupantom hitlerowskim podczas Operacji Karpacko-Dukielskiej.

Przez Pastwiska przebiegają dwa szlaki piesze – czerwony z Iwonicza-Zdroju do Komańczy (Główny Szlak Beskidzki) oraz zielony z Moszczańca do Beska. Pasjonaci rowerów mogą natomiast przejechać tędy pętlą rowerowego szlaku etnograficznym z Rymanowa poprzez Bartoszków, Sieniawę, Mymoń, Pastwiska, Rudawkę Rymanowską, Wisłoczek i Rymanów-Zdrój.

Pielnia – miejscowość leżąca nad rzeką Pielnica, na południowy-zachód od Zarszyna, przy drodze z Nowotańca do Pisarowiec. W dawnych czasach graniczyła od południa z Nadolanami, na zachodzie z Odrzechową, na południu z miejscowością Długie i Nowosielcami, a na wschodzie z Jędruszkowcami (Andruszkowce), Dudyńcami i Pobiednem. Powstała w drugiej połowie XIV wieku, a jej pierwszym właścicielem, z nadania króla Władysława Jagiełły, został w 1387 roku Mikołaj Skalka. W tym czasie wieś nosiła nazwę Nowa Wola. Inne historyczne nazwy, pod jakimi znana była Pielnia to Pewel (1427), Iohannes Peluelski de Pella (1429), Pella Inferior (1434), Pyella (1450), Pella (1523), Pielli (1561), Pielle (1653), Pielnia (od XIX wieku). Poza wspomnianymi nazwami w rejestrze z 1577 roku spotykamy podział wsi na trzy części "Piella Superior, Piella Inferior, Piella Skalczyzna". W roku 1437 wieś była własnością Mikołaja Burzyńskiego z Bzianki, a pod koniec XV wieku Stanisława Zarszyńskiego, następnie jego córki Anny zamężnej za Jakuba Pieniążka dziedzica Jaćmierza. Po Pieniążku właścicielem był Jan Morochocki. Od 10 listopada 1634 roku Pielnia należała do rodziny Stano. Do roku 1772 wieś leżała administracyjnie w ziemi sanockiej, województwa ruskiego. Od 1772 należała do cyrkułu leskiego, a następnie sanockiego. Reforma administracyjna w roku 1864 przyłączyła Pielnię do powiatu sądowego sanockiego, gminy wiejskiej Sanok w kraju Galicja. W roku 1898 wieś stanowiła własność szlachecką Leopoldyny de Ścibor-Rylski Horodeńskiej, której mąż zginął z rąk chłopów w okresie rzezi galicyjskiej. Ostatnim właścicielem majątku był Eustachy Rylski. Pielni, podobnie jak pozostałych miejscowości Gminy Zarszyn, nie ominęły epidemie, najazdy i zniszczenia wojenne. W 1624 roku spustoszyli ją Tatarzy. Znaczne straty materialne i ludnościowe miały miejsce w czasie obu wojen światowych. Mieszkali tu zarówno Polacy jak i Rusini. W latach 1946-1947 wieś nękały oddziały UPA, niszcząc i paląc zabudowania. Z pożaru

ocalało jedynie 10 domów. Konsekwencją tych dramatycznych wydarzeń było wysiedlenie ludności ruskiej. Obecnie wieś jest osadą typowo rolniczą, a walory przyrodnicze predestynują ją do roli ośrodka agroturystycznego. Cenne ślady historii w Pielni to:

- murowana cerkiew z 1805 roku, od 1946 roku pełniąca funkcję kościoła rzymskokatolickiego. W jej wnętrzu znajduje się późnobarokowy ołtarz główny, dwa ołtarze boczne klasycystyczne, ambona rokokowa, a na ścianach epitafia Stanisława i Magdaleny Truskolaskich z 1806 roku;
- przykościelna dzwonnica zbudowana na planie kwadratu, współcześnie z cerkwią,
- podworski park, którego ozdobą jest osiem dębów - pomników przyrody, których wiek szacuje się na 400-500 lat;
- niewielka murowana kapliczka przydrożna z 1875 roku, która służyła m.in. do odprawiania nabożeństw majowych;
- dwuczęściowa kapliczka - mosiężny krzyż i figura Matki Bożej z drugiej połowy XIX wieku - usytuowana przy tzw. „starej drodze”.

Zdjęcie nr 4.

Park podworski w Pielni.



Źródło: Urząd Gminy Zarszyn.

Posada Jaćmierska – wieś położona na północ od Zarszyna przy drodze do Brzozowa. Jej historia nierozdzielnie wiąże się z historią Jaćmierza. Najstarsza informacja pisana o Posadzie Jaćmierskiej pochodzi z 1390 roku, kiedy to król Jagiełło nadał dzisiejszą Posadę Jaćmierską Fryderykowi Mysnarowi rodem z Miśni, za zasługi wojenne. Źródła z końca XVII i XVIII wieku potwierdzają, że założonemu wówczas miastu nadano dotychczasową nazwę wsi, która brzmiała „Jacimirz”, a wieś otrzymała nazwę Posady Jaćmierskiej. W 1795 roku Jaćmierz wraz z Posadą Jaćmierską Dolną, Posadą Jaćmierską Górną i Chmurówką należały do Stanisława Grodzickiego. Na przełomie wieków zmieniali się właściciele Jaćmierza i Posady Jaćmierskiej. Od 1829 roku dobra jaćmierskie pozostawały własnością czterech pokoleń Grotowskich, aż do momentu parcelacji dóbr dworskich w 1945 roku. Po II Wojnie Światowej majątek przeszedł na własność Skarbu Państwa, wieś została odbudowana i znacznie się rozbudowała. Główną atrakcją turystyczną miejscowości jest odbudowany zabytkowy dworek zlokalizowany w parku podworskim na tzw. Chmurówkach. Warto wspomnieć również o spichlerzu i wiekowych drzewach, które zachowały się w parku.

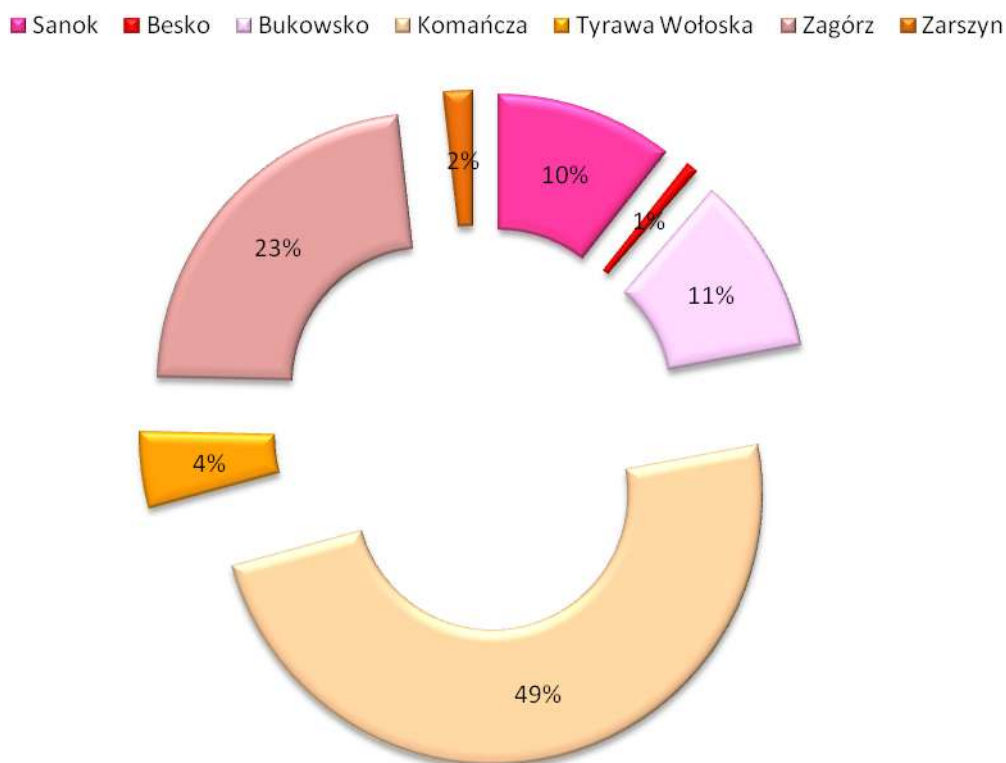
Posada Zarszyńska - wieś granicząca od wschodu z Zarszynem, w dawnych czasach stanowiła z nim i Długiem jedną całość. Posada jest miejscowością starszą od Zarszyna i swoją nazwę otrzymała po jego założeniu. Do początków XIX stulecia występowała jako "suburbium Zarszyn". W latach 1810 - 1842 wieś była w posiadaniu rodziny Ostaszewskich, a następnie, w latach 1842 - 1945 rodziny Wiktorów. Przeprowadzone badania archeologiczne dowodzą, że istniał tu obronny dwór, usytuowany na wyspie pośrodku stawu. Dwór Wiktorów został zniszczony w czasie II wojny światowej, a majątek dworski przeszedł na własność Skarbu Państwa. Folwark w Posadzie składał się z dworu, oranżerii oraz budynków gospodarczych: stajni, obór, stodół, spichlerzy, młyna, browaru, kuźni i czworaków, w których mieszkali pracownicy i służba. Posada Zarszyńska to dzisiaj prawdziwe eldorado dla ornitologów. Rok rocznie około 20 par bocianów wychowuje tu swoje młode. Tutejsza kolonia bociana białego, zdaniem ornitologów, jest ewenementem w skali kraju i zasługuje na szczególną uwagę bowiem, w przeciwieństwie do innych koloni, zlokalizowana jest na terenie wyżynnym. Ekspozycji walorów przyrodniczych Posady służy ścieżka rekreacyjno-przyrodnicza, zlokalizowana na terenie parku dworskiego. Ścieżka powstała w latach 2001-2002 z inicjatywy Szkoły Podstawowej w Zarszynie współdziałającej z grupą społeczników z tej miejscowości. Na wytyczonym szlaku ustawiano 14 stanowisk służących zarówno podziwianiu zabytków przyrody, jak i usprawnianiu tężyzny fizycznej poprzez ćwiczenia gimnastyczne.

Malownicze położenie Gminy Zarszyn urozmaicone licznymi zabytkami architektury, pomnikami przyrody, bogactwem flory i fauny oraz bogatą historią i tradycjami to niesamowity potencjał do rozwoju turystyki. Jest to jednak potencjał niewykorzystany. Według badań przeprowadzonych przez Instytut Turystyki w roku 2009 w województwie podkarpackim było 22 238 sklasyfikowanych miejsc noclegowych – z czego 17 401 to miejsca całoroczne. W powiecie sanockim miejsc tych było 1185 (5,32%) – w tym 863 całoroczne (4,95%), natomiast w Gminie Zarszyn jedynie 33 (0,15%) – wszystkie całoroczne. Należy też wspomnieć, że wszystkie miejsca noclegowe w Gminie Zarszyn

oferowane są przez gospodarstwa agroturystyczne. Brakuje obiektów zbiorowego zakwaterowania – nie ma hoteli, pensjonatów, domów wypoczynkowych, a nawet schronisk czy pól namiotowych. „Agroturystyczna” baza noclegowa Gminy Zarszyn nie wygląda jednak imponująco. W porównaniu z pozostałymi gminami powiatu sanockiego, zajmuje przedostatnie miejsce. W roku 2009 według Instytutu Turystyki w powiecie sanockim było 1870 miejsc noclegowych w obiektach agroturystycznych i pokojach gościnnych. Najwięcej w gminie Komańcza (911 – 48,72%), najmniej w gminie Besko (14 – 0,75%).

Wykres nr 6.

Liczba miejsc noclegowych w gospodarstwach agroturystycznych i pokojach gościnnych w poszczególnych gminach powiatu sanockiego – stan na rok 2009.



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Instytutu Turystyki.

W roku 2011, według ewidencji prowadzonej przez Urząd Gminy, Gmina Zarszyn ma do zaoferowania 70 miejsc noclegowych w 12 obiektach agroturystycznych. Informacje „nieudokumentowane”, pochodzące z Internetu, wskazują jednak na funkcjonowanie nieco większej liczby gospodarstw. Baza gastronomiczna, stanowiąca kolejny ważny czynnik decydujący o wyborze miejsca wypoczynku, w obecnej formie również nie może być wizytówką Gminy. Funkcjonuje tu jedynie 6 obiektów, które nawet wśród mieszkańców nie cieszą się dobrą opinią. Są tu restauracja, klubokawiarnia i „lokalne puby”. Bazę gastronomiczną i noclegową Gminy Zarszyn przedstawiają poniższe tabele.

Tabela nr 2.

Baza gastronomiczna Gminy Zarszyn – marzec 2011 rok.

Baza gastronomiczna Gminy Zarszyn		
Lp	Nazwa	Adres
1.	Beskid - Klubokawiarnia – Szarota Teresa	Odrzechowa 88 38-530 Zarszyn
2.	Galicja Restauracja - Pizzeria	Zarszyn 255 a 38-530 Zarszyn
3.	Bufet Gastronomiczny Maria Węgrzynowska	Zarszyn, ul. Szkolna 10 38-530 Zarszyn
4.	„Drink Bar pod kominkiem” - Karbownik Zygmunt	Nowosielce 37 38-533 Nowosielce
5.	Król Bogumiła - Usługi Gastronomiczne	Pielnia 206 38-533 Nowosielce
6.	Szuba Edyta Pizzeria „DESPERADO”	Długie 467 38-530 Zarszyn

Źródło: opracowanie własne na podstawie ewidencji prowadzonej przez Urząd Gminy w Zarszynie.

Tabela nr 3.

Baza noclegowa Gminy Zarszyn – marzec 2011 rok.

Baza noclegowa Gminy Zarszyn		
Lp	Nazwa	Adres
1.	Agroturystyka Leszek Żukowski	Bažanówka 181 38-530 Zarszyn
2.	Mały Mariola	Bažanówka 133 38-530 Zarszyn
3.	Fejdasz- Ciupka Zofia	Nowosielce 325 38-533 Nowosielce
4.	Dom przy wodzie – Przybylski Jacek	Odrzechowa 2 38-530 Odrzechowa
5.	Domek Bieszczady – Szymkowiak Michał	Odrzechowa-Osiedle 224 38-530 Odrzechowa
6.	Instytut Zootechniki Odrzechowa	38-530 Zarszyn
7.	Kwatera Myśliwska "BUDY" - Nadleśnictwo Rymanów	Odrzechowa 38-530 Zarszyn
8.	Barna Lidia	Odrzechowa 96 38-530 Zarszyn
9.	Agroturystyka Franciszek Gajewski	Pastwiska 41 38-530 Zarszyn
10.	Agroturystyka Mieczysław Golowski	Pastwiska 237 38-530 Zarszyn
11.	Agroturystyka Jerzy Szymański	Pielnia 118 38-533 Nowosielce
12.	Agroturystyka "U Suszków" Ryszard Suszko	Pielnia 96 A 38-533 Nowosielce

Źródło: opracowanie własne na podstawie ewidencji prowadzonej przez Urząd Gminy w Zarszynie.

Niestety na terenie Gminy Zarszyn nie działa żaden lokal związany z tutejszą tradycją. Nowoczesny, zależny od indywidualnych gustów właścicieli, wystrój oraz brak tradycyjnych potraw regionalnych nie tworzą miejsca, które przyciągnęłoby turystów. Nie mając bazy noclegowej, ani gastronomicznej trudno jest zatrzymać turystów choć na chwilę. Dlatego ważne jest, aby pobudzić aktywność mieszkańców do działań mających na celu rozwój turystyki, pokazać im, że jest to dobry i zawsze „aktualny” biznes,

który może zapewnić nie tylko dodatkowe dochody, ale również satysfakcjonującą pracę. Do tego potrzebne są:

- skrupulatna analiza stanu obecnego
oraz
- konkretny plan działań.

Jedną z podstawowych metod analizy strategicznej, którą można wykorzystać przy opracowywaniu planów działań jest analiza SWOT, która w sposób przejrzysty umożliwia prezentację wyników diagnozy sytuacji danego obszaru oraz lokalnej społeczności. Nazwa metody jest akronimem angielskich słów strengths (mocne strony), weaknesses (słabe strony), opportunities (szanse, okazje, możliwości zaistniałe w otoczeniu) oraz threats (trudności i zagrożenia prawdopodobne lub istniejące w otoczeniu). Technika ta oceniając zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne czynniki mogące mieć wpływ na powodzenie planu strategicznego, stanowi użyteczne narzędzie prowadzące do dokonania analizy zasobów własnych i otoczenia oraz określenia priorytetów rozwoju. W celu uzyskania jasnej analizy traktuje się mocne i słabe strony jako czynniki wewnętrzne z punktu widzenia lokalnej społeczności - na które społeczność ma wpływ, a szanse i zagrożenia jako czynniki zewnętrzne - znajdujące się w otoczeniu bliższym i dalszym. Poniżej prezentowane są zapisy

Analizy SWOT, stworzone na podstawie ewidencji i dokumentów Gminy Zarszyn, wywiadów z pracownikami Urzędu Gminy Zarszyn, uczestnikami warsztatów dotyczących Programu Rozwoju Turystyki i Promocji Gminy Zarszyn oraz informacji dostępnych w Internecie.

ANALIZA SWOT – TURYSTYKA I PROMOCJA W GMINIE ZARSZYN

Mocne strony

1. Dostępność komunikacyjna drogą krajową nr 28, zwaną trasą karpacką.
2. Położenie geograficzne w pobliżu interesujących i rozpoznawalnych atrakcji turystycznych:
 - Beskid Niski, Bieszczady;
 - Zalew Sieniawski, Jezioro Solińskie;
 - Uzdrowisko Rymanów-Zdrój i Iwonicz-Zdrój;
 - na „szlaku transgranicznym”.
 - ośrodki narciarskie i snowboardowe:
 - ~ Bałucianka (20 km od Zarszyna) – wyciąg orczykowo-talerzykowy, trasa dla biegaczy narciarskich, górką „saneczkowa”;
 - ~ Kiczera Puławy (13 km od Zarszyna) – wyciąg krzesełkowy, snowpark, szkółka narciarska, szkółka snowboardu;
 - ~ Karlików (25 km od Zarszyna) – dwa wyciągi orczykowe, snowpark, szkółka narciarska, szkółka snowboardu;
 - ~ Zagórz (22 km od Zarszyna) – wyciąg orczykowy, szkółka narciarska;
 - ~ Komańcza (43 km od Zarszyna) – wyciąg orczykowy;
 - ~ Rymanów – Zdrój (16 km od Zarszyna) – wyciąg orczykowy, szkółka narciarska;
 - ~ Iwonicz – Zdrój „Winiarska” (23 km od Zarszyna) – wyciąg orczykowy.
3. Współpraca „transgraniczna” z Ol’ka, Lukacovce, Ruska Poruba, Vyšna Sitnica, Nižna Sitnica, Pakostov, Radwań, Kracany i Žipovm.in. w zakresie popularyzacji informacji o gminach, współpracy między szkołami, współpracy w dziedzinie kulturalnej, sportowej i turystycznej, zawiązania kontaktów pomiędzy podmiotami gospodarczymi oraz wymiany doświadczeń w zakresie edukacji ekologicznej i ochrony środowiska naturalnego.
4. Zaangażowanie organizacji pozarządowych w promowanie rozwoju turystyki – szkolenia, doradztwo, warsztaty, wyjazdy studyjne.
5. Przełom Wisłoka.
6. Obszary NATURA - PLH 1827 SOOS (kościół w Nowosielcach), PLH 1818 SOOS (Patria nad Odrzechową), PLH 1824 (Jaćmierz) i PLH 180016 (Rymanów).
7. Obszar Chronionego Krajobrazu Beskidu Niskiego.
8. Pomniki przyrody
 - dęby szypułkowe w Nowosielcach, Posadzie Zarszyńskiej, Pielni i Zarszynie;
 - jesiony wyniosłe Nowosielcach i Posadzie Zarszyńskiej;
 - lipy drobnolistne w Posadzie Zarszyńskiej.
9. Zabytki architektury:
 - w Bażanówce – kaplica przy drodze do Strachociny, kościół polskokatolicki, dwór, figura św. Jana Nepomucena;

- w Jaćmierzu - kościół polskokatolicki, figura Matki Boskiej na rynku, spichlerz dworski, dawna szkoła, plebania parafii rzymskokatolickiej, kościół parafii rzymskokatolickiej p.w. Wniebowzięcia NMP, Kaplica Grobowa, kapliczka przy drodze do Bażanówki, figura św. Jana Nepomucena przy drodze do Wzdowa, kilkadziesiąt domów, spichlerz, drewniana dzwonnica przy kościele polskokatolickim, ogrodzenie kościelne;
 - w Nowosielcach – kościół parafialny, dwór, kapliczka przy starym cmentarzu;
 - w Odrzechowej – cerkiew, dzwonnica cerkiewna, dwór, dom drewniany;
 - w Pielni – cerkiew, dzwonnica cerkiewna;
 - w Posadzie Jaćmierskiej – spichlerz, kapliczka, dwór;
 - w Zarszynie – kościół parafialny, dworzec kolejowy, dom z wieżą, kapliczka;
10. Druga co do wielkości stadnina koni huculskich w Polsce prowadzona przez Zakład Doświadczalny Instytutu Zootechniki PIB Odrzechowa Sp. z o.o. – organizatora rajdów konnych, imprez o charakterze hippicznym.
 11. Unikatowa hodowla bydła simentalского prowadzona przez Zakład Doświadczalny Instytutu Zootechniki PIB Odrzechowa Sp. z o.o. – organizatora przepędów bydła oraz krajowych wystaw bydła simentalского.
 12. Kort tenisowy w Nowosielcach.
 13. Ukształtowanie terenu i atrakcyjne warunki środowiskowe dla organizacji szlaków pieszych, rowerowych, konnych oraz narciarstwa biegowego.
 14. Stale rosnąca świadomość ekologiczna lokalnej społeczności.
 15. Cykliczne imprezy o charakterze kulturalno – rozrywkowym realizowane na terenie Gminy m.in.:
 - Regionalny Przegląd Kolęd i Pastorałek,
 - Wystawa Bożonarodzeniowa,
 - Wystawa Wielkanocna,
 - Biesiada Kół Gospodyń Wiejskich,
 - Jarmark na Jaćmierskim Rynku,
 - Dożynki,
 - Święto Niepodległości,
 - Przegląd Zespołów Ochotniczych Straży Pożarnych.
 16. Prężna działalność Kół Gospodyń Wiejskich i Zespołów Ludowych.

Słabe strony

1. Długi czas dojazdu z dużych aglomeracji:
 - Warszawa – 380 km i 6 godzin;
 - Kraków – 200 km i 3,5 godziny;
 - Katowice – 300 km i 4 godziny.
2. Słaba komunikacja publiczna.
3. Brak oznakowanych i zorganizowanych szlaków pieszych, rowerowych, konnych i dla narciarstwa biegowego na terenie Gminy.

4. Niewystarczająca ilość szlaków spacerowych i ścieżek dydaktycznych do miejsc atrakcyjnych przyrodniczo i historycznie.
5. Mała ilość miejsc noclegowych na terenie Gminy - 70 miejsc w 10 gospodarstwach agroturystycznych – według tegorocznych danych Urzędu Gminy Zarszyn; według danych GUS za rok 2009 przedostatnie miejsce w porównaniu do pozostałych gmin powiatu sanockiego (mniej niż 2% ogółu miejsc noclegowych w powiecie).
6. Słaba baza gastronomiczna – 7 obiektów, w tym większość o niskim standardzie.
7. Degradacja obiektów zabytkowych - cegielnia w Zarszynie;
8. Brak współpracy pomiędzy właścicielami gospodarstw agroturystycznych.
9. Brak produktu turystycznego - tradycyjnego i regionalnego.
10. Niewystarczająca dostępność obiektów sportowych – tygodniowa liczba godzin wolnego dostępu do obiektów sportowych wynosi średnio 16 w każdym z 6 udostępnianych.
11. Mała liczba placów zabaw - 3 (Nowosielce, Posada, Zarszyn).
12. Brak motywacji wśród mieszkańców do rozpoczęcia działalności turystycznej.

Szanse

1. Nowe trendy w turystyce – możliwość wykorzystania nisz rynkowych.
2. Możliwość sfinansowania inwestycji ze środków unijnych.
3. Stale rosnąca liczba turystów – wg danych Instytutu Turystyki i GUS coraz więcej ludzi podróżuje.

Zagrożenia

1. Atrakcyjność oferty innych regionów turystycznych w Polsce oraz na Słowacji i Ukrainie.
2. Stosunkowo niskie koszty wyjazdów zagranicznych.

Podsumowanie

1. Malownicze krajobrazy, ciekawe ukształtowanie terenu, zbiorniki wodne, różnorodność środowiska przyrodniczego oraz walory i zasoby środowiska naturalnego Gminy Zarszyn stanowią ogromny potencjał do rozwoju turystyki wiejskiej, w tym agroturystyki czy ekoturystyki, ukierunkowanej na turystykę aktywną połączoną z turystyką poznawczą.
2. Warunki naturalne w połączeniu ze wzrostem ogólnej liczby krajowych wyjazdów turystycznych i atrakcyjnym położeniem „u wrót Bieszczad” dają szansę na rozwój turystyki wiejskiej na obszarze Gminy Zarszyn.
3. Bogata historia – różnorodność narodowości, wyznań, „doświadczeń” wojennych – oraz kultura i tradycja stanowią atut dla rozwoju turystyki poznawczej.

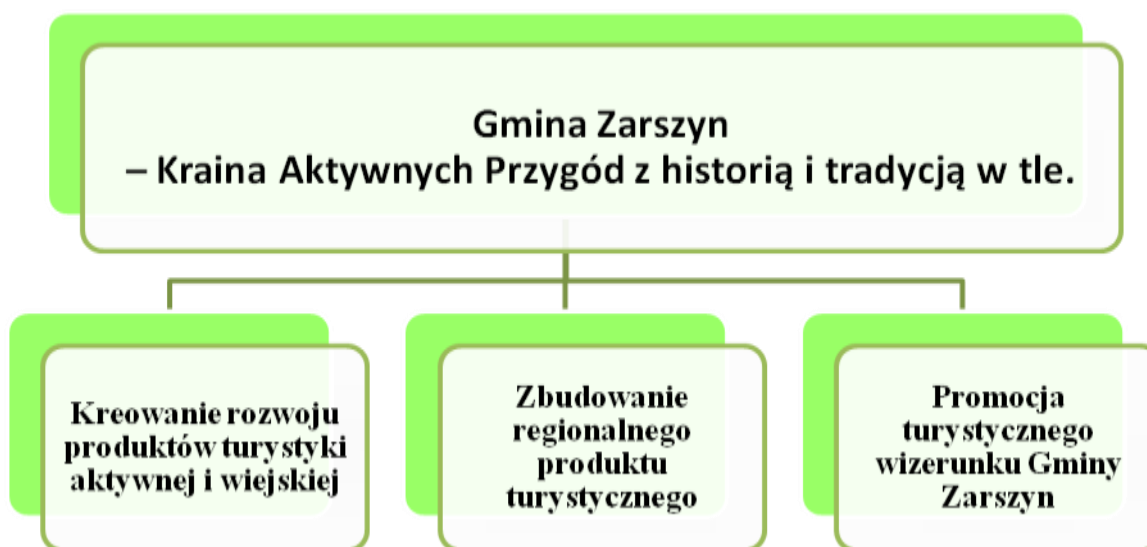
4. Dotychczasowa aktywność społeczna działających w Gminie Zarszyn formalnych i nieformalnych organizacji pozarządowych daje możliwość realizacji projektów „turystycznych” z wykorzystaniem funduszy UE i jest szansą na spożytkowanie aktywności lokalnych liderów na rzecz rozwoju turystyki.
5. Unikatowa w skali kraju hodowla huculów i bydła simentalskiego stanowi podstawę do stworzenia charakterystycznego dla Gminy Zarszyn i niepowtarzalnego produktu turystycznego oraz bazę turystyki kwalifikowanej – „hippicznej”.
6. Dla rozwoju turystyki na terenie Gminy Zarszyn bardzo ważne jest zwiększenie liczby miejsc noclegowych o zróżnicowanym standardzie oraz powstanie atrakcyjnej bazy gastronomicznej.
7. Dla rozwoju turystyki na terenie Gminy Zarszyn bardzo ważne jest powstanie nowych obiektów infrastruktury rekreacyjno-turystycznej (szlaków turystycznych, ścieżek dydaktycznych, tras questingowych, miejsc odpoczynku, placów zabaw itp.).
8. Wzrost świadomości ekologicznej mieszkańców sprawi, że dzięki wiedzy i dbałości o środowisko naturalne zostanie utrzymany jego dobry stan, który jest atutem regionu. Dlatego też niezbędne są inwestycje w ochronę środowiska oraz promocja działań ekologicznych.
9. Długi czas dojazdu z dużych aglomeracji (Kraków, Katowice, Warszawa) oraz słaby transport publiczny musi zostać zrekompensowany wysoce atrakcyjną, zróżnicowaną i unikatową ofertą turystyczną, pozwalającą na dłuższy pobyt w Gminie Zarszyn.
10. Współpraca transgraniczna Gminy Zarszyn musi stać się jednym z podstawowych narzędzi promocji oferty turystycznej tego obszaru.
11. Samorząd i organizacje pozarządowe muszą wskazać potencjalnym inwestorom możliwość uzyskania wsparcia na założenie nowej działalności gospodarczej lub rozwój istniejącej. Będzie to bodźcem motywującym ich do działania.
12. Dla rozwoju turystyki niezwykle ważne jest nawiązanie współpracy trzech sektorów – publicznego, społecznego i prywatnego, zarówno z terenu Gminy Zarszyn, jak również z gmin sąsiednich i gmin „partnerów”.

TURYSTYKA I PROMOCJA W GMINIE ZARSZYN – PLAN ROZWOJU

Potencjał zasobów dziedzictwa kulturowego, krajobrazu, walorów przyrodniczych i społecznych stanowi przesłankę pozwalającą określić cel główny i cele szczegółowe, których osiągnięcie sprawi, że „turystyczna marka” Gminy Zarszyn będzie rozpoznawana i dobrze kojarzona zarówno w kraju, jak i zagranicą.

Wykres nr 7

Cel główny i cele szczegółowe rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn.



Źródło: opracowanie własne.

CEL GŁÓWNY

Gmina Zarszyn – Kraina Aktywnych Przygód z historią i tradycją w tle.

Osiągnięcie założonego celu jakim jest stworzenie wizerunku Gminy Zarszyn, jako Krainy Aktywnych Przygód z historią i tradycją w tle, wymaga współpracy podmiotów publicznych, społecznych i prywatnych oraz wsparcia i akceptacji całej lokalnej społeczności. Obszar Gminy Zarszyn posiada bardzo dobre warunki przyrodnicze do rozwoju turystyki aktywnej i specjalistycznej. Jego „podgórski” charakter sprawia, że mogą tu aktywnie wypocząć nie tylko młodzi i silni, ale również seniorzy i dzieci, dla których łagodne ukształtowanie terenu jest „okolicznością” wysoce sprzyjającą. Wspomniane rodzaje turystyki wymagają jednak nie tylko odpowiedniej sprawności fizycznej, umiejętności posługiwania się sprzętem i ekwipunkiem turystycznym, ale również poszanowania wartości kulturalnych i przyrodniczych. Turyści korzystając z aktywnego wypoczynku – pieszego, rowerowego czy konnego – mogą jednocześnie poznawać historię regionu, podziwiać zabytki architektury, odnajdywać ślady poprzednich pokoleń. Pomocne w tym mogą być popularne ostatnio na rynku turystycznym questy.

Głównym celem tworzenia questów jest zwrócenie uwagi na wyjątkowe elementy i historie związane z lokalnym dziedzictwem przyrodniczym i kulturowym, z tradycją, znanymi ludźmi. Ważne jest odkrycie niezwykłego charakteru przestrzeni, w której przebywamy poprzez zwrócenie uwagi na często z pozoru zupełnie zwyczajne, codziennie mijane miejsca i dostrzeżenie w nich wyjątkowości, wartości i atrakcyjności. Potencjał, jakim dysponuje Gmina Zarszyn – bliskość Bieszczad i Beskidu, malownicze krajobrazy, słabe uprzemysłowienie, cisza i spokój, aktywni lokalni liderzy, nieodkryty turystycznie zakątek regionu – to podstawa do rozwoju turystyki zgodnie z nowymi trendami panującymi w tej branży. Aby wspólne działanie było efektywne i zaowocowało dobrymi wynikami należy określić bardziej szczegółowe cele, które połączone wspólnie doprowadzą do stworzenia z Gminy Zarszyn atrakcyjnego i godnego polecenia miejsca wypoczynku.

CELE SZCZEGÓŁOWE

1. Kreowanie rozwoju produktów turystyki aktywnej i wiejskiej.

Turystyka wiejska obejmuje wszelkie rodzaje turystyki odbywające się na wsi m.in. agroturystykę i ekoturystykę. Jej idea polega na przeciwstawieniu „sielankowego” życia na wsi zanieczyszczonego, obciążonemu środowisku miejskiemu. Im kontrast jest większy tym miejsce wypoczynku mocniej przyciąga turystów „mieszczuchów”. W ramach turystyki na obszarach wiejskich można zaoferować różnego rodzaju formy turystyki aktywnej, począwszy od wędrówek pieszych, poprzez eskapady rowerowe, jazdę konno, aż po narciarstwo i snowboard. Turystyka aktywna nie wprowadza ograniczeń co do bazy noclegowej, ale wymaga jej zróżnicowania, zarówno co do jakości, jak i ceny. W ofercie mogą znaleźć się pensjonaty, campingi, pokoje gościnne itd. Rozwój turystyki na terenie Gminy Zarszyn to ogromna szansa na promocję tego obszaru i wzrost poziomu życia lokalnej społeczności dzięki pozyskaniu dodatkowego źródła dochodu. Trzeba jednak zwrócić uwagę na to, iż barierą spowalniającą ten proces jest przygotowanie gospodarstw rolnych i rolników do przyjmowania turystów i tu ważne jest wsparcie samorządu i organizacji pozarządowych. Poszczególne gospodarstwa mogą wyspecjalizować się np. w produkcji żywności ekologicznej, kultywowaniu tradycji dawnych zawodów (pieczenie chleba, tkanie dywanów, kowalstwo itp.). Stworzenie na terenie Gminy klimatycznej bazy noclegowej i gastronomicznej w oparciu o lokalną tradycję i historię to pierwszy i najważniejszy krok do rozwoju turystyki na tym obszarze. Taka oferta jest „dobrem” komplementarnym dla „standardowych” atrakcji turystyczno-rekreacyjnych. Dostępność stoków narciarskich w niedalekiej okolicy, stadnina koni w Odrzechowej, dogodne warunki do wytyczenia szlaków pieszych, rowerowych, konnych i narciarstwa biegowego to potencjał, którego nie można zmarnować. Coraz więcej turystów preferuje właśnie taką „zdrową” formę wypoczynku i Gmina Zarszyn ten trend turystyczny musi wykorzystać.

2. Zbudowanie regionalnego produktu turystycznego.

Priorytetową i rozwojową kategorią produktu turystycznego Gminy Zarszyn jest turystyka aktywna. To właśnie z tym rodzajem turystyki muszą być powiązane regionalne produkty turystyczne Gminy Zarszyn. Analiza zasobów obszaru wskazuje na bezwzględną konieczność wykorzystania w tworzeniu „zarszyńskiego” produktu turystycznego bazy konnej. Stadnina w Odrzechowej, świadczone przez nią usługi konno-turystyczne oraz możliwość jednoczesnego wykorzystania unikatowej hodowli bydła simentalskiego tworzą okazję do stworzenia produktu niepowtarzalnego, zapełniającego niszę rynkową.

Współcześni turyści w większości nie chcą już tylko „leniuchować”. Chcą, aby efekty ich wyjazdów były trwałe, wносиły do ich życia coś nowego – doznania, wiedzę, umiejętności. Stąd też pomysł na tworzenie atrakcji o charakterze jednocześnie rozrywkowym i edukacyjnym. Doskonale w tej roli sprawdzają się questy, które mogą łączyć w sobie różne formy turystyki aktywnej i poznawczej. Wędrując pieszo, rowerem czy konno turyści mogą odkrywać tajemnice historii danego regionu, poznawać lokalne legendy i tradycje, podziwiać ciekawostki przyrodnicze. Historia i tradycje Gminy Zarszyn oraz łagodne ukształtowanie jej terenu sprawiają, że ten rodzaj turystyki może być jej „sztandarowym” produktem regionalnym.

W Gminie Zarszyn niewątpliwie warto postawić również na konie. Wczasy w siodle, będące formą aktywnej turystyki kwalifikowanej, cieszą się coraz większą popularnością. Z jazdy konnej chcą skorzystać zarówno profesjonalści, jak również amatorzy. Rodziny z dziećmi mogą skorzystać z nauki jazdy konnej, kuligów i przejażdżek bryczkami oraz pomóc w opiece nad końmi. Dla amatorów większych wrażeń atrakcją będą coroczne przepędy bydła i rajdy konne.

3. Promocja turystycznego wizerunku Gminy Zarszyn.

Promocja turystycznego wizerunku Gminy Zarszyn powinna być bezpośrednio skierowana do rynku klienta docelowego, czyli przede wszystkim do mieszkańców dużych aglomeracji w Polsce oraz naszych wschodnich i południowych sąsiadów. Działania promocyjne powinny być prowadzone w różnorodnych formach, w zależności od możliwości organizacyjnych i finansowych. Mogą to być media (reklama, relacje z wydarzeń itp.), materiały promocyjne (np. foldery, mapy), podróże studyjne dla organizatorów turystyki, kampanie promocyjne podczas targów i wystaw, Internet itp. Bez odpowiednio prowadzonych i co ważniejsze skutecznych działań promocyjnych, skierowanych do właściwego rynku turystycznego, nie będzie rozwoju turystyki w Gminie. Promocja ma ogromny wpływ na decyzje turysty o wyborze odpowiedniego dla niego miejsca wypoczynku. Jej celem winno być zatem zachęcanie turystów do odwiedzin danego regionu poprzez wyrobienie u nich opinii o szerokiej ofercie i wielu możliwościach spędzania wolnego czasu. Sprawdzone działaniem marketingowym promującym dane miejsce są imprezy i atrakcyjne wydarzenia odbywające się na jego terenie. Ważne jest, aby turyści mogli czynnie w nich uczestniczyć. Niebagatelną rolę w promocji odgrywa możliwość zakupienia przez turystów lokalnych produktów - pamiątek związanych

z imprezą i miejscem, w którym się odbywa. W czasie trwania tych wydarzeń turysta musi mieć okazję przeżycia czegoś wyjątkowego, o czym będzie długo pamiętał i kojarzył z Gminą Zarszyn. Wypracowanie i odpowiednia prezentacja pozytywnego wizerunku Gminy z pewnością przyciągać będzie znacznie większą liczbę odwiedzających. Turyści zwykle wybierają miejsce, o którym wiedzą więcej, a szczególnie o ofercie umożliwiającej interesujące spędzanie czasu. Efektywność promocji Gminy i jej oferty turystycznej, podobnie jak pozostałych działań na rzecz rozwoju turystyki, będzie tym większa, im więcej podmiotów i osób będzie w tej kwestii współpracować. Dlatego do działań promocyjnych należy zaangażować samorząd, organizacje pozarządowe, podmioty branży turystycznej i lokalne „osobistości”.

Osiągnięcie założonych celów możliwe jest dzięki wykonaniu szeregu różnych działań/zadań. Niektóre z nich wymagają zarówno dużych nakładów finansowych, jak również dużego nakładu pracy oraz zaangażowania osób i podmiotów za nie odpowiedzialnych. Są jednak i takie, które można wykonać bez zaangażowania środków finansowych, dzięki współpracy lokalnej społeczności, samorządu i organizacji pozarządowych na rzecz rozwoju turystyki w Gminie. Zadania, które należy zrealizować, aby turystyka stała się wizytówką Gminy Zarszyn przedstawione zostały na poniższym wykresie oraz w poniższej tabeli.

Wykres nr 8.

Cele rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn z podziałem na zadania.

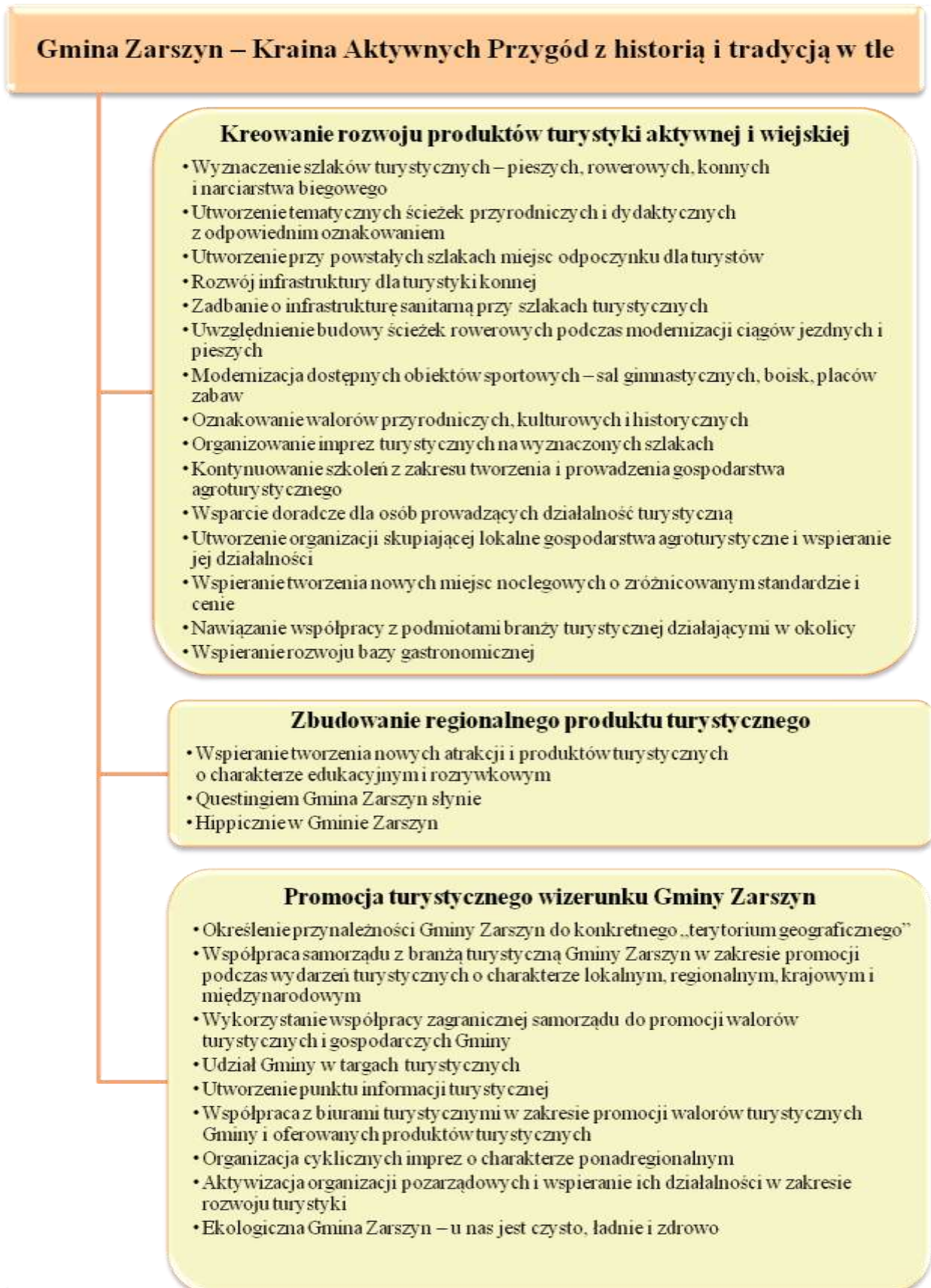


Tabela nr 4.

Cele rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn z podziałem na zadania.

1. Kreowanie rozwoju produktów turystyki aktywnej i wiejskiej				
Zadanie 1.1	<i>Wyznaczenie szlaków turystycznych – pieszych, rowerowych, konnych i narciarstwa biegowego.</i>			
Opis zadania – Gmina Zarszyn jest niezwykle atrakcyjnym miejscem do uprawiania turystyki pieszej, rowerowej, konnej i narciarstwa biegowego. Łagodne ukształtowanie terenu, liczne walory przyrodniczo, kulturowe i historyczne zapewnią każdemu turyście atrakcyjne spędzenie wolnego czasu. Ogromnym problemem dla rozwoju tej formy turystyki jest brak oznakowanych szlaków. Należy więc dążyć do ich wyznaczenia wykorzystując różnorodne możliwości, m.in. budowę szlaków i tras (głównie rowerowych) przy okazji budowy bądź modernizacji dróg lokalnych wyznaczenie szlaków na ścieżkach i drogach polnych oraz w dolinach rzecznych, odpowiednie ich znakowanie i łączenie ze szlakami funkcjonującymi w sąsiednich gminach. Zadanie to wymaga czasu i sporych nakładów finansowych, ale z pewnością znacznie wzbogaci ofertę turystyczną Gminy i pozytywnie wpłynie na promocję jej wizerunku. Dobrze oznakowane szlaki są jednym z warunków przyciągnięcia zadowalającej liczby turystów.				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe	200 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2015
Zadanie 1.2	<i>Utworzenie tematycznych ścieżek przyrodniczych i dydaktycznych z odpowiednim oznakowaniem.</i>			
Opis zadania - tematyczne ścieżki przyrodnicze i dydaktyczne stanowią doskonałą formą edukacji. Poznawanie przyrody oraz historii i kultury danego obszaru w tak niecodziennej formie powinno być promowane. Opisy „zjawisk” spotykanych na ścieżkach powinny w zrozumiały sposób przekazywać treści edukacyjne. Ze ścieżek przyrodniczych i daktycznych z pewnością chętnie skorzystają turyści indywidualni oraz grupy zorganizowane (głównie dzieci i młodzież szkolna).				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe, instytucje oświatowe	200 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2015

Zadanie 1.3	Utworzenie przy powstałych szlakach miejsc odpoczynku dla turystów.			
<p>Opis zadania - elementy małej architektury, najlepiej drewnianej, przy szlakach turystycznych znacznie zwiększają ich atrakcyjność. Zagospodarowane miejsca odpoczynku, wyposażone w wiaty, ławki, kosze na śmieci oraz „dysponujące” punktami widokowymi mają nie tylko wymiar estetyczny, ale przede wszystkim praktyczny, bowiem przyczyniają się do zachowania porządku na trasie szlaków turystycznych.</p>				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe, prywatni inwestorzy	400 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2015
Zadanie 1.4	Rozwój infrastruktury dla turystyki konnej.			
<p>Opis zadania - Gmina Zarszyn jest doskonałym miejscem dla uprawiania turystyki konnej. Posiada do tego niezwykle bogaty potencjał. Niemal największa hodowla huculów w Odrzechowej, organizowane przez Zakład Doświadczalny Instytutu Zootechniki PIB Odrzechowa Sp. z o.o. łemkowskie rajdy konne, łemkowskie przepędy bydła i koni oraz wiele innych atrakcji to bogactwo, które należy odpowiednio „wykorzystać”. Najpilniejszą potrzebą jest organizacja lokalnych tras konnych. Należy dążyć do porozumień i konsensusów w zakresie udostępniania dróg i ścieżek na terenie gminy dla turystyki konnej. Kolejnym ważnym czynnikiem dla pobudzenia rozwoju turystyki konnej jest podjęcie aktywnej współpracy z prywatnymi inwestorami w celu organizacji stanic konnych i rozwoju szlaków konnych, w tym także wyznaczenia stałych tras dla jazdy bryczkami i organizacji kuligów.</p>				
Odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe, prywatni inwestorzy	1 500 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2015
Zadanie 1.5	Zadbanie o infrastrukturę sanitarną przy szlakach turystycznych.			
<p>Opis zadania - infrastruktura sanitarna przy szlakach turystycznych na terenie Polski wciąż stanowi rzadkość, w przeciwieństwie do krajów rozwiniętych, w których obszary udostępnione dla turystów i promowane, są w nią zaopatrzone. Bодźcem do tego typu działań jest konkurencja pomiędzy regionami turystycznymi opierająca się m.in. na zapewnieniu odpowiednich warunków turystom do zwiedzania dziedzictwa</p>				

<p>przyrodniczo-kulturowego oraz poczucie estetyki i dbałości o środowisko naturalne. Na terenie Gminy Zarszyn należy więc stopniowo inwestować w powstanie infrastruktury sanitarnej przy szlakach turystycznych. Zwiększy to z pewnością atrakcyjność turystyczną Gminy względem sąsiednich gmin i regionów turystycznych oraz wpłynie pozytywnie na jej wizerunek.</p>				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe, prywatni inwestorzy	200 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2015
Zadanie 1.6	<i>Uwzględnienie budowy ścieżek rowerowych podczas modernizacji ciągów jezdnych i pieszych.</i>			
<p>Opis zadania - budowa lub wyznaczanie ścieżek rowerowych podczas modernizacji dróg i ciągów pieszych jest jedną z możliwości stworzenia sieci szlaków rowerowych na terenie Gminy. Ponieważ warunki techniczne nie zawsze pozwalają na wyznaczenie ścieżki rowerowej należy przy okazji każdej inwestycji modernizacyjnej uwzględniać takie rozwiązania i wdrażać je w życie.</p>				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe	100 000 zł	budżet gminy	2012
Zadanie 1.7	<i>Modernizacja dostępnych obiektów sportowych – sal gimnastycznych, boisk, placów zabaw.</i>			
<p>Opis zadania - modernizacja obiektów sportowych funkcjonujących w Gminie Zarszyn przyczyni się do podniesienia atrakcyjności turystycznej obszaru oraz wzbogaci ofertę aktywnego wypoczynku skierowaną do mieszkańców Gminy. Boiska i sale sportowe (gimnastyczne) są bardzo ważnymi miejscami życia społecznego i kulturalnego na obszarach wiejskich. Ponadto odpowiednio zmodernizowane, wyposażone i zarządzane, mogą zapewnić interesującą ofertę na spędzenie czasu wolnego nie tylko dzieci i młodzieży, ale również dorosłych, co przyczyni się do integracji społecznej. Będą też służyć jako baza turystyczna dla gości odwiedzających Gminę – ma to szczególne znaczenie ze względu na stały wzrost zainteresowania aktywnym wypoczynkiem.</p>				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	lokalne kluby sportowe, instytucje oświatowe, rady sołeckie	8 000 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2017

Zadanie 1.8	<i>Oznakowanie walorów przyrodniczych, kulturowych i historycznych.</i>			
Opis zadania - tablice informacyjne zawierające krótkie opisy „obiektów”, umieszczone zarówno przy szlakach turystycznych, jak i pojedynczych atrakcjach przyrodniczych, kulturowych bądź historycznych są elementami znacznie podnoszącymi atrakcyjność „turystycznych eksponatów”.				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe	200 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2015
Zadanie 1.9	<i>Organizowanie imprez turystycznych na wyznaczonych szlakach.</i>			
Opis zadania - ukształtowanie terenu Gminy Zarszyn zapewnia możliwość stworzenia wielu szlaków o niskim stopniu trudności, a jednocześnie atrakcyjnych krajobrazowo, przyrodniczo, kulturalnie i historycznie. Organizacja imprez, szczególnie cyklicznych, o charakterze turystycznym w postaci rajdów, zlotów, pikników, biegów przełajowych itp. znacząco wpłynie na ściągnięcie do Zarszyna i okolic potencjalnych turystów.				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	lokalne kluby sportowe, instytucje oświatowe, rady sołeckie	200 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2015
Zadanie 1.10	<i>Kontynuowanie szkoleń z zakresu tworzenia i prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego.</i>			
Opis zadania - szkolenia z zakresu zakładania i prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego prowadzone m.in. przez Lokalną Grupę Działania „Dorzecze Wisłoka” należy kontynuować zachęcając mieszkańców (w tym m.in. rolników) do dywersyfikacji własnej działalności i źródeł dochodów. Obecnie na terenie gminy funkcjonuje 12 gospodarstw agroturystycznych, jednak skala turystów, którzy potencjalnie mogliby stać się gośćmi Gminy Zarszyn, wskazuje na możliwość powstawania nowych obiektów agroturystycznych. Magnesem dla turystów korzystających z tej formy wypoczynku, oprócz przystępnej ceny i walorów przyrodniczych, są również atrakcje dostępne na terenie Gminy oraz w jej niedalekiej okolicy np. wyciągi narciarskie.				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe	50 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2013

Zadanie 1.11	<i>Wsparcie doradcze dla osób prowadzących działalność turystyczną.</i>			
Opis zadania - oprócz szkoleń ułatwiających założenie działalności agroturystycznej, należy prowadzić doradztwo dla gospodarstw już funkcjonujących. Konsultacje i porady udzielane osobom prowadzącym działalność agroturystyczną niejednokrotnie pomagają im w utrzymaniu się na trudnym rynku turystycznym oraz przyczyniają się do różnicowania oferty gospodarstw.				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe	100 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2015
Zadanie 1.12	<i>Utworzenie organizacji skupiającej lokalne gospodarstwa agroturystyczne i wspieranie jej działalności</i>			
Opis zadania - zrzeszenie się osób prowadzących działalność agroturystyczną w organizację pozarządową niesie za sobą wiele korzyści - wspólna promocja, możliwość pozyskiwanie środków zewnętrznych, wymiana doświadczeń itp. początkowo utworzenie takiej organizacji może okazać się trudne, ale należy do tego dążyć i zachęcać potencjalnych członków dobrymi przykładami z regionu i kraju.				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	podmioty branży turystycznej	1 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne	2012
Zadanie 1.13	<i>Wspieranie tworzenia nowych miejsc noclegowych o zróżnicowanym standardzie i cenie.</i>			
Opis zadania - liczba miejsc noclegowych na terenie Gminy Zarszyn jest bardzo mała. Powoduje to, że nawet jeśli turyści zechcą do Zarszyna przyjechać, to nie będą mieli się gdzie zatrzymać. Należy więc czynić starania i zachęty dla inwestorów w zakresie budowy nowych obiektów noclegowych, adaptacji obiektów nieużytkowanych oraz tworzenia gospodarstw agroturystycznych. Warto też zachęcać do stworzenia na terenie Gminy bazy autocampingowej i pól namiotowych. Takie formy turystyki mają wielu zwolenników nie tylko wśród turystów krajowych, ale również wśród zagranicznych. Ponadto inwestycja w pole autocampingowe ze wszystkimi niezbędnymi usługami z pewnością byłaby inwestycją oryginalną w skali regionu, a co za tym idzie ma szansę stać się kolejnym bodźcem zachęcającym turystów (w tym zagranicznych) do odwiedzenia Gminy.				

odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	prywatni inwestorzy	50 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2014
Zadanie 1.14	<i>Nawiązanie współpracy z podmiotami branży turystycznej działającymi w okolicy.</i>			
<p>Opis zadania – atrakcyjność turystyczna Gminy Zarszyn wymaga „dopracowania” i promocji. W tym celu można wykorzystać zasoby turystyczne z najbliższej okolicy. Turyści odwiedzający sąsiednie miejscowości np. korzystający ze stoków narciarskich, często nie mają gdzie przenocować, ponieważ baza noclegowa jest niewystarczająca. Dla nich właśnie Gmina Zarszyn może stać się bazą noclegowo-wypadową, „oazą spokoju i wyciszenia” po pełnym wrażeń dniu, miejscem gdzie można odpocząć, dobrze zjeść i wygodnie się przespać. W tym celu warto nawiązać współpracę np. z właścicielami wyciągów, którzy mogą informować swoich klientów o naszej ofercie.</p>				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	prywatni inwestorzy	20 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2012
Zadanie 1.15	<i>Wspieranie rozwoju bazy gastronomicznej.</i>			
<p>Opis zadania - baza gastronomiczna na terenie Gminy Zarszyn jest bardzo słabo rozwinięta. Należy więc propagować rozwój tego typu działalności, zarówno w samym Zarszynie, jak również w pozostałych miejscowościach Gminy, szczególnie w pobliżu powstających atrakcji turystycznych. W tym celu można wykorzystać m.in. wizyty studyjne do ciekawych „miejsc gastronomicznych” oraz przykłady dobrych praktyk z innych regionów turystycznych. Możliwość skonsumowania regionalnego posiłku, zwłaszcza w klimatycznym miejscu – tradycyjne dekoracje, pamiątki i zdjęcia z dawnych lat – to elementy przyciągające turystów żądnych nowych wrażeń, w których jednocześnie drzemie nutka poprzednich pokoleń i historii danego miejsca.</p>				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	prywatni inwestorzy	200 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2015

2. Zbudowanie regionalnego produktu turystycznego				
Zadanie 2.1	<i>Wspieranie tworzenia nowych atrakcji i produktów turystycznych o charakterze edukacyjnym i rozrywkowym.</i>			
Opis zadania – realizacja niniejszego zadania ma na celu tworzenie warunków dla powstawania regionalnych produktów turystycznych, uatrakcyjnających turystyczną ofertę Gminy. Dla osiągnięcia zamierzonego celu przewiduje się współpracę samorządu z inwestorami turystycznymi m.in. w zakresie usług administracyjnych, wydzielania w planach zagospodarowania obszarów atrakcyjnych dla działalności turystycznej, pomocy w procesie inwestycyjnym, a także w rozmowach z innymi instytucjami publicznymi. Efektem podjętych działań będą atrakcje turystyczne, które zapewnią Gminie zwiększenie ruchu turystycznego oraz nowe miejsca pracy.				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	prywatni inwestorzy, organizacje pozarządowe	100 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2015
Zadanie 2.2	<i>Questingiem Gmina Zarszyn słynie.</i>			
Opis zadania - jest wiele sposobów prezentacji, udostępniania i interpretacji dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego. Mogą być one wykorzystane zarówno w edukacji regionalnej, jak i przy tworzeniu atrakcji turystycznych, w tym ekomuzeów czy zielonych szlaków. Jednym z tych sposobów jest questing – metoda odkrywania dziedzictwa miejsca polegająca na tworzeniu nieoznakowanych szlaków, którymi można wędrować, kierując się informacjami zawartymi w wierszowanych wskazówkach. Questy są doskonałą i atrakcyjną formą zwiedzania miejsc, nawet tych pozornie nieciekawych i stanowią doskonale uzupełnienie szlaków i tras turystycznych – przede wszystkim tych nastawionych na prezentację dziedzictwa, jak zielone szlaki – greenways i ekomuzea. Historia, kultura i tradycje Gminy Zarszyn mogą być źródłem wielu ciekawych questów - Klasztor na „Kopcu” w Posadzie Zarszyńskiej, Gorzelnia w Długiem, Szlaki kurierskie i trasy przerzutowe na Węgry, „Kurne chałupy”, miejsca pobytu i wędrowek Jana Pawła II i wiele innych.				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	prywatni inwestorzy, organizacje pozarządowe, instytucje oświatowe	200 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2013

Zadanie 2.3	Hippicznie w Gminie Zarszyn.			
<p>Opis zadania - organizacja imprez hippicznych o charakterze sportowym, rekreacyjnym i rozrywkowym będzie z pewnością doskonałą promocją dla turystyki konnej na terenie Gminy Zarszyn. Organizacji tego typu imprez może podjąć się zarówno samorząd, jak również organizacje pozarządowe czy prywatni inwestorzy. Ważne jest, aby dążyć do organizacji imprez stricte hippicznych o charakterze cyklicznym oraz uzupełniać je o wydarzenia kulturalno-sportowe. Przyczyni się to nie tylko do popularyzacji turystyki konnej, ale ułatwi również osiąganie porozumień w zakresie organizacji lokalnych szlaków konnych. Samorząd we współpracy z lokalną społecznością i inwestorami powinien poczynić wszelkie możliwe starania, aby „Gmina Zarszyn Huculem Stała”. W tym celu można również wykorzystać usługi hipoterapii, będącej jedną z form rehabilitacji, która zdobywa coraz szersze rzesze zwolenników. W tym celu należy podjąć starania o nawiązanie współpracy z ośrodkami konnymi z innych rejonów kraju, świadczącymi usługi hipoterapii, aby móc skonsultować opracowaną koncepcję działań w tym zakresie i skorzystać z tzw. dobrych praktyk dotyczących rozwoju tego typu usług oraz ich promocji.</p>				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	prywatni inwestorzy, organizacje pozarządowe	200 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2015
3. Promocja turystycznego wizerunku Gminy Zarszyn				
Zadanie 3.1	Określenie przynależności Gminy Zarszyn do konkretnego „terytorium geograficznego”.			
<p>Opis zadania – przeciętnemu turyście trudno patrząc na mapę wskazać przynależność geograficzną Gminy Zarszyn. Jedni wskażą na Bieszczady, inni na Beskid Niski, znajdują się też tacy, którzy obszar ten nazwą Ziemią Sanocką. Dlatego niezwykle ważne jest dołożenie wszelkich starań do utrwalenia w świadomości społeczności lokalnej oraz świadomości turystów polskich i zagranicznych „jedynej słusznej” nazwy geograficznej obszaru Gminy.</p>				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe, instytucje oświatowe	500 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2020

<p>Zadanie 3.2</p>	<p><i>Współpraca samorządu z branżą turystyczną Gminy Zarszyn w zakresie promocji podczas wydarzeń turystycznych o charakterze lokalnym, regionalnym, krajowym i międzynarodowym.</i></p>			
<p>Opis zadania – Gmina Zarszyn jako realizator imprez o charakterze kulturalnym, rekreacyjnym i rozrywkowym oraz uczestnik wydarzeniach turystycznych w regionie i poza nim – targi, pikniki, festyny – powinna stosować „dobrą praktykę” promowania lokalnych inwestorów turystycznych podczas tych wydarzeń. Współpraca ta powinna mieć charakter zorganizowany i dwustronny. Samorząd wydając publikacje promujące Gminę powinien wskazywać na powiązania poszczególnych atrakcji turystycznych funkcjonujących na terenie Gminy z działalnością prowadzoną przez prywatnych przedsiębiorców. Natomiast inwestorzy muszą wykazać swoje zaangażowanie, aby można mówić o faktycznej współpracy, a nie o przenoszeniu obowiązków i związanej z nimi odpowiedzialności.</p>				
<p>odpowiedzialny</p>	<p>uczestnicy/partnerzy</p>	<p>szacunkowy koszt</p>	<p>możliwe źródła finansowania</p>	<p>okres realizacji</p>
<p>Urząd Gminy Zarszyn</p>	<p>podmioty branży turystycznej</p>	<p>200 000 zł</p>	<p>budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni</p>	<p>2011-2020</p>
<p>Zadanie 3.3</p>	<p><i>Wykorzystanie współpracy zagranicznej samorządu do promocji walorów turystycznych i gospodarczych Gminy.</i></p>			
<p>Opis zadania – promując Gminę, jako prężny ośrodek turystyczny, należy zwrócić uwagę na zintensyfikowanie współpracy z partnerskimi miejscowościami i gminami. Realizacja tego celu może odbywać się poprzez różnorodne działania np. wspólną realizację projektów turystycznych, wizyty touroperatorów z miast i regionów partnerskich, wspólne publikacje promocyjne na rynki krajów partnerskich itp. Wykorzystanie szansy dobrej współpracy z partnerami zagranicznymi może zaowocować większym zainteresowaniem Gminą Zarszyn ze strony turystów zagranicznych.</p>				
<p>odpowiedzialny</p>	<p>uczestnicy/partnerzy</p>	<p>szacunkowy koszt</p>	<p>możliwe źródła finansowania</p>	<p>okres realizacji</p>
<p>Urząd Gminy Zarszyn</p>	<p>gminy partnerskie</p>	<p>100 000 zł</p>	<p>budżet gminy, inwestorzy prywatni</p>	<p>2011-2020</p>
<p>Zadanie 3.4</p>	<p><i>Udział Gminy w targach turystycznych.</i></p>			
<p>Opis zadania - Gmina Zarszyn powinna systematycznie uczestniczyć z własną ofertą w różnego rodzaju targach turystycznych i promocyjnych. Działania te są ze bardzo</p>				

pożądane, ponieważ kreują odpowiedni wizerunek miejsca oraz przyczyniają się do zwiększenia ruchu turystycznego. Udział w wydarzeniach turystycznych tego typu należy podejmować i kontynuować we współpracy z lokalnymi inwestorami branży turystycznej.				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe, podmioty branży turystycznej	50 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2020
Zadanie 3.5	<i>Utworzenie punktu informacji turystycznej.</i>			
Opis zadania – na terenie Gminy Zarszyn nie funkcjonuje punkt informacji turystycznej. Natomiast jeżeli chcemy, aby turystyka była wizytówką Gminy jest on niezwykle potrzebny. Dlatego należy dołożyć starań, aby powstał i był w pełni profesjonalny. Turyści powinni tu móc uzyskać maksymalnie wyczerpujące informacje o atrakcjach turystycznych w Gminie i okolicy, propozycje spędzenia czasu, informacje o wydarzeniach kulturalnych itp. Ważna jest także współpraca z innymi punktami informacji turystycznej w regionie oraz wzajemna wymiana materiałów informacyjnych i reklamowych.				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	Urząd Gminy, Regionalna Organizacja Turystyczna	100 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne	2011-2013
Zadanie 3.6	<i>Współpraca z biurami turystycznymi w zakresie promocji walorów turystycznych Gminy i oferowanych produktów turystycznych.</i>			
Opis zadania - promocja walorów turystycznych, atrakcji zlokalizowanych w Gminie Zarszyn oraz lokalnych produktów turystycznych powinna być prowadzona w sposób aktywny. Jednym z elementów aktywnej promocji jest nawiązywanie współpracy z biurami turystycznymi, która może polegać na organizacji wizyt touroperatorów z innych regionów, kierowanie oferty Gminy do biur turystycznych, prowadzenie wizyt studyjnych, itp. Ważne jest także wykorzystanie w tym zakresie współpracy z zagranicznymi gminami partnerskimi w celu dotarcia z reklamą i promocją do biur turystycznych na ich terenie.				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe, podmioty branży turystycznej	20 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2015

Zadanie 3.7	Organizacja cyklicznych imprez o charakterze ponadregionalnym.			
<p>Opis zadania – tradycje Gminy Zarszyn – przekazywane z pokolenia na pokolenie - powinny być wykorzystywane nie tylko do wykreowania produktu lokalnego, ale także do jego promocji i upowszechniania w świadomości turystów. Znakomitym działaniem w tym zakresie jest organizacja cyklicznych wydarzenia kulturalno - rozrywkowych prezentującego m.in. lokalne tradycje i historię Gminy. Imprezy te powinny mieć myśl przewodnią, zgodną z promowanym produktem lokalnym np. Jarmark na Jaćmierskim Rynku, Pożegnanie Lata z Huculem. Imprezy te powinny mieć stałe miejsce w kalendarzu wydarzeń kulturalnych Gminy Zarszyn. Mogą być organizowane jako imprezy dwudniowe i łączone z innymi mniejszymi wydarzeniami towarzyszące np. wystawami i pokazami twórców ludowych, warsztaty ginących zawodów, występy zespołów lokalnych, koncerty itp.</p>				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe, podmioty branży turystycznej, instytucje oświatowe, lokalne kluby sportowe, rady sołeckie	200 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2020
Zadanie 3.8	Aktywizacja organizacji pozarządowych i wspieranie ich działalności w zakresie rozwoju turystyki.			
<p>Opis zadania – celem tego zadania jest zwiększenie obecności formalnych i nieformalnych organizacji pozarządowych w realizowanych przedsięwzięciach dotyczących rozwoju branży turystycznej w Gminie Zarszyn. Lokalne organizacje pozarządowe są głównym inicjatorem i organizatorem różnego rodzaju imprez o charakterze rozrywkowo -kulturalnym, skierowanych do mieszkańców i turystów. Należy kontynuować wspieranie finansowe, rzeczowe i organizacyjne lokalnych podmiotów realizujących na terenie Gminy podobne przedsięwzięcia. Mają one znacznie większy wpływ na lokalną społeczność niż władze samorządowe i ich działania mogą się okazać „kołem zamachowym” do pobudzenia aktywności turystycznej mieszkańców.</p>				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe	200 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2020

Zadanie 3.9	<i>Ekologiczna Gmina Zarszyn – u nas jest czysto, ładnie i zdrowo.</i>			
Opis zadania – aktywizowanie mieszkańców do utrzymywania porządku i czystości na terenie Gminy, zarówno w miejscach publicznych, jak również na prywatnych posesjach, przyczyni się do zwiększenia estetyki Gminy i jej atrakcyjności turystycznej. Zadanie to może być realizowane poprzez prowadzenie kampanii informacyjnych, organizację konkursów czystości, organizację dni wspólnego sprzątania poszczególnych miejscowości, angażowanie młodzieży szkolnej do propagowania postaw ekologicznych (np. segregacji odpadów, recyklingu).				
odpowiedzialny	uczestnicy/partnerzy	szacunkowy koszt	możliwe źródła finansowania	okres realizacji
Urząd Gminy Zarszyn	organizacje pozarządowe, instytucje oświatowe, lokalne kluby sportowe, rady sołeckie	200 000 zł	budżet gminy, fundusze unijne, inwestorzy prywatni	2011-2020

Zaplanowanych działań nie można wykonywać chaotycznie, dlatego opracowaliśmy harmonogram, dzięki któremu realizacja planów oraz monitoring wykonywanych zadań i osiągniętych celów będą odbywać się sprawnie. Harmonogram działań przedstawia poniższa tabela.

Tabela nr 5
Harmonogram działań.

Gmina Zarszyn – Kraina Aktywnych Przygód z historią i tradycją w tle	CEL GŁÓWNY		Zadanie	wartość	2011-2013	2014-2017	2018-2020
	Cele szczegółowe						
1. Kreowanie rozwoju produktów turystyki aktywnej i wiejskiej	1.1	200 000 zł	X	X			
	1.2	200 000 zł	X	X			
	1.3	400 000 zł	X	X			
	1.4	1 500 000 zł	X	X			
	1.5	200 000 zł	X	X			
	1.6	100 000 zł	X				
	1.7	8 000 000 zł	X	X			
	1.8	200 000 zł	X	X			
	1.9	200 000 zł	X	X			
	1.10	50 000 zł	X				
	1.11	100 000 zł	X	X			
	1.12	1 000 zł	X				
	1.13	50 000 zł	X	X			
	1.14	20 000 zł	X				
	1.15	200 000 zł	X				
2. Zbudowanie regionalnego produktu turystycznego	2.1	100 000 zł	X	X			
	2.2	200 000 zł	X				
	2.3	200 000 zł	X	X			
3. Promocja turystycznego wizerunku Gminy Zarszyn	3.1	500 000 zł	X	X	X		
	3.2	200 000 zł	X	X	X		
	3.3	100 000 zł	X	X	X		
	3.4	50 000 zł	X	X	X		
	3.5	100 000 zł	X				
	3.6	20 000 zł	X	X			
	3.7	200 000 zł	X	X	X		
	3.8	200 000 zł	X	X	X		
	3.9	200 000 zł	X	X	X		

Suma 13 491 000 zł

MONITORING WDRAŻANIA PROGRAMU

Monitorowanie realizacji „Programu rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn” jest niezbędne do pełnego, efektywnego i płynnego wypełnienia jego zapisów przez okres najbliższych kilku lat, a tym samym do przyspieszenia rozwoju turystyki na terenie Gminy. Prowadzenie monitoringu umożliwi także bieżące koordynowanie działań podejmowanych przez osoby i podmioty uczestniczące bezpośrednio w realizacji Programu. Przedmiotem monitoringu będzie stała kontrola stopnia osiągnięcia założonych celów, sprawności i skuteczności realizacji zadań oraz wdrażanych projektów nie wynikających z zapisów Programu, ale oddziałujących w sposób bezpośredni lub pośredni na rozwój turystyki w Gminie Zarszyn. Za prowadzenie monitoringu będzie odpowiadać zespół powołany do realizacji niniejszego Programu. W skład zespołu wejdą m.in. - Wójt Gminy oraz pracownicy Urzędu Gminy Zarszyn odpowiedzialni za promocję Gminy, rozwój turystyki na jej terenie i kontakty z mediami. Do zadań zespołu należeć będzie przede wszystkim dokonywanie okresowej oceny realizacji Programu, według ustalonego na początku prac harmonogramu oraz bieżące monitorowanie jego realizacji. Celem prowadzenia monitoringu jest bieżące wyłapywanie ewentualnych nieprawidłowości w realizacji Programu, a w razie konieczności, jego zmiana lub uzupełnienie, w szczególności o nowe cele lub zadania (również w zakresie sposobu ich osiągnięcia bądź realizacji). „Program Rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn” nie jest bowiem zamkniętym, nie podlegającym zmianom dokumentem lecz opracowaniem, które ma za zadanie wskazać kierunki działań, a jednocześnie uwzględniać aktualne potrzeby turystów oraz społeczności Gminy i pozostawać w zgodności z przewidywanymi trendami w rozwoju turystyki.

Proponowane wskaźniki monitorowania realizacji „Programu rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn”.

W turystyce na równi ważne są wskaźniki ilościowe i wskaźniki jakościowe. W celu pełnego obrazu sytuacji i zmieniających się zjawisk turystycznych niezbędne jest prowadzenie okresowych np. corocznych badań sytuacji na lokalnym rynku turystycznym oraz analiz istniejących opracowań statystycznych i marketingowych dla regionu. W realizacji poszczególnych celów i możliwości obserwacji dynamiki zmian można posłużyć się różnymi wskaźnikami. Wskaźniki przydatne do prawidłowego monitorowania niniejszego Programu przedstawione są w poniższej tabeli.

Tabela nr 6.

Proponowane wskaźniki monitorowania realizacji założonych celów.

CEL GŁÓWNY			
Gmina Zarszyn – Kraina Aktywnych Przygód z historią i tradycją w tle			
Wskaźniki oddziaływania			
<ul style="list-style-type: none"> • Efektywne wykorzystanie potencjału turystycznego Gminy • Wzrost zatrudnienia w sferze turystycznej i około turystycznej • Wzrost dochodów oraz poziomu życia lokalnej społeczności 			
CEL SZCZEGÓŁOWY 1			
Kreowanie rozwoju produktów turystyki aktywnej i wiejskiej			
Wskaźniki rezultatu			
<ul style="list-style-type: none"> • Liczba turystów korzystających z wyznaczonych na terenie Gminy tras i szlaków • Liczba uczestników imprez turystycznych organizowanych na terenie Gminy • Liczba turystów korzystających z bazy noclegowej na terenie Gminy • Liczba osób korzystających z doradztwa w zakresie prowadzenia działalności turystycznej 			
Zadanie	Wskaźniki produktu	Wartość w roku 2011	Wartość w roku 2020
1.1	Liczba oznakowanych szlaków pieszych, rowerowych, konnych i narciarstwa biegowego na terenie Gminy	0	4
1.2	Liczba ścieżek przyrodniczych i dydaktycznych na terenie Gminy	1	3
1.3	Liczba zorganizowanych miejsc odpoczynku przy szlakach turystycznych na terenie Gminy	0	5
1.4	Liczba tras do jazdy bryczką lub saniami na terenie Gminy	0	2
1.5	Liczba obiektów infrastruktury sanitarnej powstałych przy szlakach i atrakcjach turystycznych na terenie Gminy	0	3
1.6	Liczba ścieżek rowerowych na terenie Gminy	0	1
1.7	Liczba obiektów sportowych, w tym placów zabaw na terenie Gminy	18	25
1.8	Liczba oznakowanych i opisanych walorów przyrodniczych, kulturowych i historycznych na terenie Gminy	93	95
1.9	Liczba imprez turystycznych organizowanych na wyznaczonych szlakach na terenie Gminy	0	2
1.10	Liczba przeprowadzonych szkoleń z zakresu tworzenia i prowadzenia gospodarstwa agroturystycznego	0	5
1.11	Liczba godzin doradztwa dla osób prowadzących działalność turystyczną	0	50
1.12	Liczba organizacji pozarządowych skupiających podmioty branży turystycznej	0	1

1.13	Liczba miejsc noclegowych na terenie Gminy	70	200
1.14	Liczba zawiązanych partnerstw podmiotów działających wspólnie w branży turystycznej	0	1
1.15	Liczba obiektów gastronomicznych na terenie Gminy	6	10
CEL SZCZEGÓŁOWY 2 Zbudowanie regionalnego produktu turystycznego			
Wskaźniki rezultatu <ul style="list-style-type: none"> • Liczba turystów indywidualnych korzystających z wykreowanych produktów lokalnych i atrakcji turystycznych • Liczba turystycznych grup zorganizowanych korzystających z wykreowanych produktów lokalnych i atrakcji turystycznych 			
Zadanie	Wskaźniki produktu	Wartość w roku 2011	Wartość w roku 2020
2.1	Liczba wykreowanych produktów lokalnych	0	3
2.2	Liczba tras questingowych na terenie Gminy	0	2
2.3	Liczba zorganizowanych imprez hippicznych na terenie Gminy	2	3
CEL SZCZEGÓŁOWY 3 Promocja turystycznego wizerunku Gminy Zarszyn			
Wskaźniki rezultatu <ul style="list-style-type: none"> • Liczba osób - przedstawicieli lokalnej społeczności – zaangażowanych w promocję turystycznego wizerunku Gminy • Liczba informacji w mediach regionalnych i ogólnokrajowych na temat oferty turystycznej Gminy 			
Zadanie	Wskaźniki produktu	Wartość w roku 2011	Wartość w roku 2020
3.1	Liczba publikacji oraz wydarzeń turystycznych kreujących geograficzny wizerunek Gminy	0	2
3.2	Liczba prywatnych inwestorów branży turystycznej zaangażowanych do promocji walorów turystycznych Gminy podczas regionalnych i ponad regionalnych wydarzeń turystycznych	0	10
3.3	Liczba prezentacji oferty turystycznej Gminy podczas wydarzeń organizowanych wspólnie z gminami partnerskimi	0	5
3.4	Liczba targów turystycznych, na których została zaprezentowana oferta turystyczna Gminy	0	2
3.5	Liczba informacji udzielonych przez Punkt Informacji Turystycznej	0	1000
3.6	Liczba biur podróży współpracujących z Gminą	0	3

3.7	Liczba zorganizowanych imprez cyklicznych o charakterze ponadregionalnym	2	4
3.8	Liczba organizacji pozarządowych zaangażowanych w promocję oferty turystycznej Gminy	1	3
3.9	Liczba akcji kierowanych do lokalnej społeczności w zakresie utrzymania porządku i czystości.	0	3
Źródła informacji o wskaźnikach: GUS, statystyki własne, prywatni inwestorzy, statystyki organizacji pozarządowych i instytucji oświatowych, biura podróży.			

Źródło: opracowanie własne.

SPIS TABEL

Numer i tytuł tabeli	Strona
Tabela nr 1 - Przyjazdy cudzoziemców do Polski w latach 1998-2007	8
Tabela nr 2 - Baza gastronomiczna Gminy Zarszyn – marzec 2011 rok	43
Tabela nr 3 - Baza noclegowa Gminy Zarszyn – marzec 2011 rok	44
Tabela nr 4 - Cele rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn z podziałem na zadania	55
Tabela nr 5 - Harmonogram działań	67
Tabela nr 6 - Proponowane wskaźniki monitorowania realizacji założonych celów	69

SPIS WYKRESÓW

Numer i tytuł wykresu	Strona
Wykres nr 1 - Uczestnictwo Polaków w wyjazdach turystycznych w latach 2002 – 2009 (% populacji w wieku 15 i więcej lat)	9
Wykres nr 2 - Cele podróży obcokrajowców do Polski w latach 2007 – 2009 (udział procentowy)	10
Wykres nr 3 - Cele krajowych wyjazdów Polaków w latach 2007 – 2009 (udział procentowy)	11
Wykres nr 4 - Cele zagranicznych wyjazdów Polaków w latach 2007- 2009 (udział procentowy)	12
Wykres nr 5 - Liczba obiektów noclegowych w Polsce i województwie Podkarpackim	13
Wykres nr 6 - Liczba miejsc noclegowych w gospodarstwach agroturystycznych i pokojach gościnnych w poszczególnych gminach powiatu sanockiego – stan na rok 2009	42
Wykres nr 7 - Cel główny i cele szczegółowe rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn	50
Wykres nr 8 - Cele rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn z podziałem na zadania	54

SPIS MAP

Numer i tytuł mapy	Strona
Mapa nr 1 - Położenie Gminy na tle powiatu Sanockiego	28
Mapa nr 2 - Podział administracyjny Gminy Zarszyn	30

SPIS ZDJĘĆ

Numer i tytuł zdjęcia	Strona
Zdjęcie nr 1 - Warsztaty dotyczące opracowania „Programu rozwoju turystyki i promocji Gminy Zarszyn” – 18 marca 2011 roku.	6
Zdjęcie nr 2 - Kościół w Zarszynie	32
Zdjęcie nr 3 - Dzwonnica w Jaćmierzu	35
Zdjęcie nr 4 - Park podworski w Pielni	40

BIBLIOGRAFIA

1. „Promocja i informacja w turystyce” Zygmunt Kruczek, Bartłomiej Walas, Proksenia Kraków 2010.
2. „Obsługa ruchu turystycznego” Zygmunt Kruczek, Proksenia Kraków 2009.
3. „Człowiek a turystyka. Zarys socjologii turystyki” Krzysztof Przeclawski, Kraków 2004.
4. „Perspektywy rozwoju oraz promocji turystyki wiejskiej i agroturystyki w Polsce” pod redakcją Cezarego Jastrzębskiego, Kielce 2010.
5. „Promocja miast. Nowa perspektywa.” Anna Proszowska-Sala, Magdalena Florek, Ströer out of Home media, Warszawa 2010.
6. „Marketing w turystyce” Jerzy Altkorn, Wydawnictwo Naukowe PWN 2006.
7. „Marketing terytorialny” Andrzej Szromnik, PAN 2002.
8. „Komunikacja i partycypacja społeczna. Poradnik.” pod redakcją Jerzego Hausnera, Kraków 1999.
9. www.stat.gov.pl
10. www.intur.com.pl
11. www.zarszyn.pl
12. www.wrota.podkarpackie.pl
13. www.wikipedia.org
14. www.national-geographic.pl
15. www.atlaswsi.pl
16. www.tygodnik.esanok.pl
17. www.beskid-niski.pl
18. www.bieszczady.pl
19. www.zarabiajnaturystyce.pl
20. www.turystykawiejska.com.pl
21. www.rp.pl
22. www.horecanet.pl
23. www.bestplaceinstytut.org
24. www.wot.org.pl