

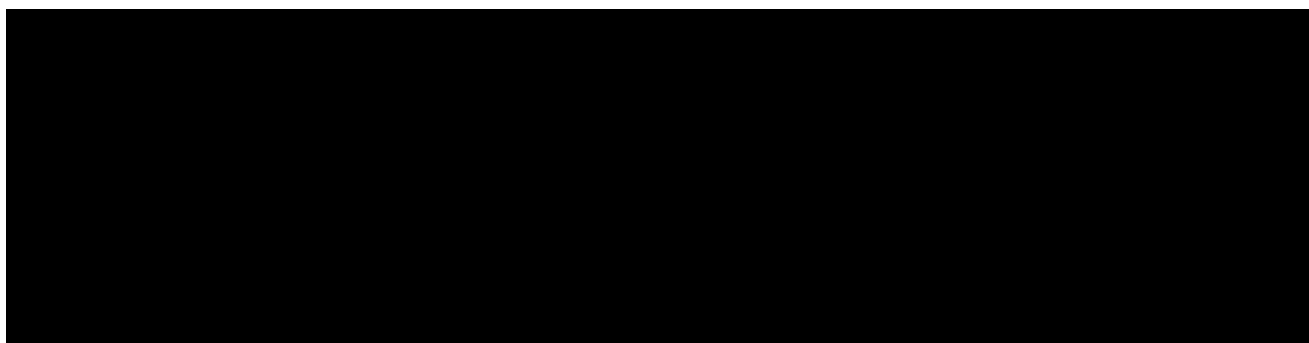


**ROZWÓJ
POLSKI WSCHODNIEJ**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej





Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

*„Raport z badań pomysłów na nowe produkty
turystyczne oraz działające produkty
turystyczne z punktu widzenia popytu i podaży
na terenie Polski Północno-Wschodniej”*

oraz

*„Raport z badania w zakresie możliwości
i potrzeb inwestycyjnych w zakresie
zagospodarowania turystycznego, kierowane do
burmistrzów, wójtów, prezydentów miast oraz
służb inwestycyjnych czy planistycznych
w regionie”*



Miasto Elk



Gmina Gołdap



Gmina Olecko



Miasto Suwałki



Miasto Augustów



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Zamawiający (Beneficjent):

Gmina Miasto Ełk
ul. Marsz. J. Piłsudskiego 4, 19-300 Ełk
tel. (87) 73 26 200, fax. (87) 73 26 230
www.elk.pl

Partnerzy:

Gmina Gołdap, Plac Zwycięstwa 14, 19-500 Gołdap www.goldap.pl
Gmina Olecko, Plac Wolności 3, 19-400 Olecko www.olecko.pl
Miasto Suwałki, ul. Adama Mickiewicza 1, 16-400 Suwałki www.um.suwalki.pl
Gmina Miasto Augustów, ul. 3 Maja 60, 16-300 Augustów www.urzad.augustow.pl

Instytucja Pośrednicząca:

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości
ul. Pańska 81/83
00-834 Warszawa
tel. (22) 432 80 80, 432 71 25
fax (22) 432 86 20, 432 84 04
www.parp.gov.pl

Sierpień 2010



SPIS TREŚCI

<i>Badanie pomysłów na nowe produkty turystyczne oraz działające produkty turystyczne z punktu widzenia popytu i podaży na terenie Polski Północno - Wschodniej</i>	5
ZAGADNIENIA METODOLOGICZNE	6
ANALIZA DANYCH.....	18
a. Charakterystyka badanej zbiorowości.....	18
b. Istniejące produkty turystyczne	21
c. Pomysły na nowe produkty turystyczne.....	74
PODSUMOWANIE	87
<i>Badania w zakresie możliwości i potrzeb inwestycyjnych w zakresie zagospodarowania turystycznego, kierowane do burmistrzów, wójtów, prezydentów miast oraz służb inwestycyjnych czy planistycznych w regionie.</i>	92
ZAGADNIENIA METODOLOGICZNE	93
ANALIZA DANYCH.....	98
a. Potencjał turystyczny regionu EGO SA.....	98
b. Potrzeby wynikające z budowy produktów turystycznych	104
c. Zestawienie inwestycji realizowanych przez poszczególne miasta i gminy	108
d. Inwestycje wspólne w obszarze EGO SA.....	111
e. Źródła finansowania inwestycji turystycznych	114
PODSUMOWANIE I ZALECENIA.....	116
Aneks	121



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

**BADANIE POMYSŁÓW NA NOWE PRODUKTY TURYSTYCZNE
ORAZ DZIAŁAJĄCE PRODUKTY TURYSTYCZNE Z PUNKTU
WIDZENIA POPYTU I PODAŻY NA TERENIE
POLSKI PÓŁNOCNO - WSCHODNIEJ**

ZAGADNIENIA METODOLOGICZNE

Badanie zrealizowano w ramach projektu „Platforma współpracy – EGO SA” (projekt finansowany z budżetu państwa, budżetów: Miasta Ełku, Gminy Gołdap, Gminy Olecko, Miasta Suwałki, Miasta Augustowa oraz ze środków Unii Europejskiej).

Celem projektu było opracowanie ekspertyzy w zakresie możliwości tworzenia i rozwoju wspólnego produktu turystycznego na terenie Polski Północno – Wschodniej.

W celu realizacji głównego zamierzenia projektu firma General Projekt Sp. z o.o. z Olsztyna przeprowadziła badanie wśród jednostek samorządu terytorialnego, lokalnych organizacji turystycznych, lokalnych grup działania, organizacji i fundacji turystycznych oraz branżowych firm prywatnych, które mają swoje siedziby w Mieście Ełk, Gminie Gołdap, Gminie Olecko, Mieście Suwałki oraz w Mieście Augustów.

Celem niniejszego badania było poznanie pomysłów na nowe produkty turystyczne oraz działające produkty turystyczne z punktu widzenia popytu i podaży wśród respondentów.

Badanie zrealizowano za pomocą techniki PAPI – jest to tradycyjna technika zbierania danych za pośrednictwem wydrukowanej ankiety – za pomocą której przeprowadzono wywiady face – to – face w regionie EGO SA.

Kwestionariusz wywiadu, który został sporządzony na użytek niniejszego badania składał się z szesnastu pytań (zamkniętych i otwartych) oraz z sześciu pytań metryczkowych. Pierwsza część ankiety dotyczyła istniejących produktów turystycznych. Respondenci zostali poproszeni o wskazanie tych produktów, które są charakterystyczne dla poszczególnych miast i gmin należących do regionu EGO SA oraz które z nich powinny zostać bardziej wypromowane. Ponadto osoby, które wzięły udział w badaniu zostały poproszone o określenie stopnia zainteresowania turystów poszczególnymi, wymienionymi w ankiecie produktami turystycznymi. Kolejne zawarte w ankiecie pytania skierowane były do osób, które tworzą produkty turystyczne. Ci respondenci zostali zapytani m.in. o to, czy zamierzają wprowadzić nowe produkty na rynek, bądź udoskonalić już istniejące. W ostatnim pytaniu ankietowani zostali poproszeni o określenie tych walorów i atrakcji turystycznych, które łączą ze sobą poszczególne miasta i gminy należące do regionu EGO SA.

Przedmiot niniejszego badania stanowiła zbiorowość składająca się z osób, które reprezentowały branże związane z turystyką w regionie EGO SA. Tak więc są to osoby, które zamieszkują poszczególne miasta i gminy należące do krainy EGO SA, a przy tym są

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

właścicielami lub pracownikami firm bądź instytucji, które ze względu na charakter świadczonych usług są związane z turystyką.

Zamawiający zakładając, iż próba będzie wynosiła 600 respondentów wskazał jednocześnie, że w badaniu powinni wziąć udział przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego, lokalnych organizacji turystycznych, lokalnych grup działania, organizacji i fundacji turystycznych oraz branżowych firm prywatnych, które zlokalizowane są na terenie EGO SA.

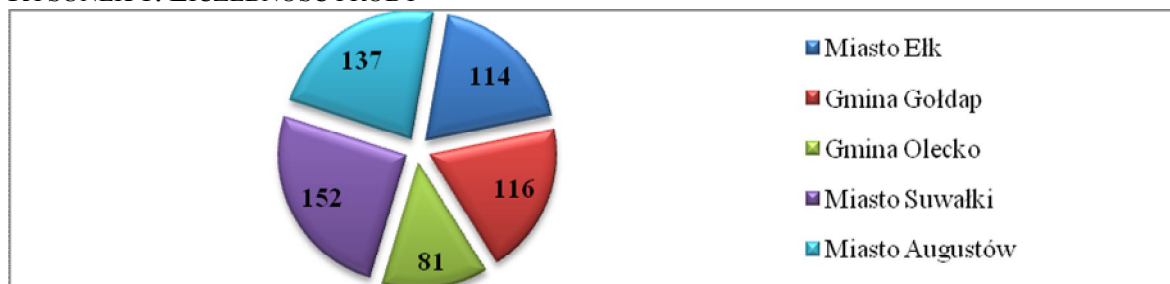
Z racji tego, iż dostępne bazy danych, z których korzysta się zazwyczaj podczas realizacji badań społecznych są nieadekwatne do wymogów Zamawiającego, co jest związane z brakiem bieżącej aktualizacji czy zbyt ogólnego podziału według sekcji PKD, Wykonawca postanowił, że próba, która posłuży do realizacji tego badania będzie dobrana metodą random route.

Wybrany przez Wykonawcę dobór próby, zwany również metodą ustalonej ścieżki polega na tym, że ankietę porusza się według określonego planu i po określonym terenie w celu znalezienia takich osób, które spełniają kryteria przynależności do zbiorowości, którą chce się zbadać. Dzięki temu, że ankieteryzy postępują według ściśle określonej procedury nie naruszany jest losowy charakter doboru próby. Wybór adresu docelowego, pod którym znajdziemy odpowiedniego respondenta, nie zależy tu od woli czy swobodnych decyzji podjętych przez konkretnego ankietera, tak jak ma to miejsce podczas doboru nielosowego.

Badanie w poszczególnych miastach i gminach było prowadzone do momentu aż zostało zrealizowanych 600 wywiadów. Z uwagi na taki dobór próby, jakim jest random route, praca ankietarów podlegała ciągłej konsultacji z koordynatorem oraz jego ścisłej kontroli.

Udział poszczególnych miast/gmin w badaniu przedstawia zamieszczony poniżej rysunek 1.

RYSUNEK 1. LICZEBNOŚĆ PRÓBY



Źródło: opracowanie własne

KWESTIONARIUSZ WYWIADU

Dzień dobry, jestem ankieterem firmy General Projekt Sp. z o.o. z Olsztyna. Przeprowadzamy badania dotyczące pomysłów na nowe produkty turystyczne oraz działające produkty turystyczne z punktu widzenia popytu i podaży na terenie Polski Północno – Wschodniej (Miasto Elk, Gmina Gołdap, Gmina Olecko, Miasto Suwałki oraz Miasto Augustów). Odpowiedzi na pytania są objęte całkowitą tajemnicą i będą wykorzystane jedynie w postaci zbiorczych zestawień.

1. Czy zna Pani/Pan definicję pojęcia „produktu turystycznego”?

1	tak
2	nie

2. Jakie produkty turystyczne są charakterystyczne dla Pana/Pani miasta/gminy?

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

3. Gdyby od Pana(i) w dużej mierze zależała promocja regionalnych atrakcji turystycznych, przyrodniczych, rekreacyjnych, to jakie by Pan(i) wytypował(a). Proszę o podanie pięciu przykładów?

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....
- 5.....

4. Proszę zaznaczyć znane Panu/Pani atrakcje turystyczne i określić w jakim stopniu cieszą się one zainteresowaniem wśród turystów? Proszę użyć skali: 1, 2, 3, 4, 5, gdzie:

1 – Bardzo duże zainteresowanie, 2 – Duże zainteresowanie, 3 – Średnie zainteresowanie, 4 – Małe zainteresowanie, 5 – Znikome zainteresowanie,

MIASTO ELK

Obiekty	
Elcka Kolej Wąskotorowa	
Katedra pw. św. Wojciecha	
Ruiny zamku krzyżackiego na wyspie Jeziora Elckiego	
Wieża Ciśnień	
Pomnik Jana Pawła II	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Pomnik Michała Kajki	
Park Wodny	
Szlaki	
Szlak spacerowy „Białej lili”	
Szlak rowerowy „Wokół jeziora Selment Wielki”	
Szlak rowerowy „Tatarskim szlakiem”	
Szlak „Zabytkowe cmentarze”	
Szlak rowerowy „Morenowych Wzgórz”	
Wydarzenia	
Międzynarodowy Folklorystyczny Festiwal Dzieci i Młodzieży „Tęcza”	
„MULATKA” – Mazurskie Lato Kabaretowe	
Festiwal „Ogień & Woda”	
Mazurski Festiwal Balonowy	
Mazurskie Lato Muzyczne – cykl letnich koncertów na Plaży Miejskiej	
Podróż ze smakiem	
Miejsca	
Jezioro Ełckie	
Rzeka Ełk	
Plaża Miejska	
Promenada nad Jeziorem Ełckim	
Plac Jana Pawła II	
Park Solidarności	

GMINA GOŁDAP

Obiekty	
Kościół NMP Matki Kościoła (początki powstania w końcu XVI w.)	
Kościół pw. św. Leona wybudowany w XIX w.	
Zespół pałacowy w Galwecicach	
Wieża ciśnień	
Mosty w Stańczykach	
Piramida w Rapie	
„Piękna Góra” (obiekt sportowo - rekreacyjny)	
„Bezkrwawe Safari”	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kompleks umocnień po byłej kwaterze Luftwaffe	
Osada "Biegnący Wilk" w Ściborkach	
Kanał Brożajcki	
Pałac Steinerów i Barków wraz z grobowcem w Zakałczu	
Szlaki	
„Suwalski Gigant”	
„Między Puszciami”	
„Gołdap – Węgorzewo”	
Szlak rowerowy "Śladami rominckiego jelenia"	
Szlak kajakowy Rzeką Gołdap	
Wydarzenia	
Festyn Pogranicza „Kartaczewo”	
Ogólnopolski Konkurs Krzyku	
Bieg Jaćwingów	
Impreza interdyscyplinarna o poetyckich klimatach „Kierunek Gołdap”	
Mazoory Style Connection – ogólnopolska impreza hip-hopowa	
Ogólnopolska impreza rockowa (wraz z konkursem) „Transmisja”	
Gołdapskie Lato Kulturalne	
Miejsca	
Puszcza Romincka (w tym: Park Krajobrazowy Puszczy Rominckiej, z pięcioma rezerwatami i pięcioma oznakowanymi ścieżkami edukacyjnymi)	
Rzeka Gołdapa	
Wzgórza Szeskie	
Lasy Skaliskie	
WITAL - Sanatorium Uzdrowskie w Gołdapi	
Jezioro Gołdap	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

GMINA OLECKO

Obiekty	
grodzisko w Wężewie (w obrębie rezerwatu cisowego – leśnictwo Cisowo)	
grodzisko w Dybowie (na przesmyku między jeziorami Długie i Stopka w miejscu zwanym „Górą Zamkową”)	
kościóły w Szarejkach, Cichym, Świętajnie, Wieliczkach, Szczecinkach oraz plebania w Gąskach	
Zespół Kościoła Podwyższenia Krzyża Świętego w Olecku	
Młyn wodny z 1895 r.	
Wieża Ciśnień	
„Zamek” –siedziba Zespołu Szkół Technicznych	
Kamienna półtunda wzniesiona ku czci żołnierzy poległych w I wojnie światowej wraz z kompleksem rekreacyjno - sportowym	
młyny wodne w Olecku, Starostach, Sedrankach, Babkach Gąseckich	
Pałacyk szlachecki z XIX w., wybudowany przez Friedricha von Tolsdorffa w Białej Oleckiej	
Cmentarz ewangelicki z odtworzonym pomnikiem	
Szlaki	
„Tęczą piętnastu jezior wokół sudawskiej warowni”	
„Na Szeską Górę – filar mazurskiego świata”	
„Nad Jezioro Garbas - przygranicznymi ścieżkami do bobrowych żeremi”	
„Doliną Legi – z nurtem pracowitej rzeki”	
„Ku Dolinie Rospudy – szlakami przemytników”	
„Nad jezioro Krzywe – po wysokich brzegach jezior i jarów”	
„Wiewiórcza Ścieżka” – trasa rowerowo-spacerowa	
Wydarzenia	
„Fiesta Borealis – Święto Młodej Muzyki na Północy” – jest to konkurs wykonawców alternatywnej muzyki rockowej	
Mazurskie Spotkania z Folklorem	
Przystanek Olecko	
Międzynarodowy Turniej Tenisa Ziemnego Kobiet	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Maraton Pływacki	
Turniej Siatkówki	
Miejsca	
Jezioro Oleckie Wielkie wraz z plażą miejską i skocznią	
Park Miejski	

MIASTO SUWAŁKI

Obiekty	
suwalska starówka z neoklasycystyczną zabudową – zespół przestrzenny ulicy Kościuszki	
park Konstytucji 3 Maja z XIX. wiecznym żeliwnym zegarem słonecznym, altaną oraz fontanną, w muszli koncertowej w parku siedziba Centrum Międzynarodowej Informacji Kulturalnej i Turystycznej Regionalnego Ośrodka Kultury i Sztuki	
zabytkowa konkatedra św. Aleksandra i w jej pobliżu pomnik Jana Pawła II autorstwa prof. Gustawa Zemły	
zabytkowy kościół pw. Najświętszego Serca Pana Jezusa (dawna cerkiew)	
zabytkowy kościół Świętych Apostołów Piotra i Pawła (dawna cerkiew)	
zabytkowy kościół ewangelicko – augsburski pw. Świętej Trójcy	
- molenna Staroobrzędowców - prawosławna drewniana kaplica cmentarna z początków XX w.	
Muzeum Okręgowe w gmachu dawnej Resursy Obywatelskiej, ze stałą wystawą Alfreda Wierusza Kowalskiego (w remoncie do 2011 r.) wraz z oddziałami: Muzeum im. Marii Konopnickiej (dom rodzinny Marii Konopnickiej) oraz Centrum Sztuki Współczesnej - Galeria Andrzeja Strumiły	
suwalskie nekropolie: zespół cmentarzy (katolicki, ewangelicki, prawosławny, Staroobrzędowców, żydowski, muzułmański)	
Szlaki	
europejski dalekobieżny szlak pieszy E 11	
szlak niebieski Suwałki - Danowskie	
szlak żółty Suwałki – Mieruniszki Małe	
międzynarodowa trasa rowerowa EUROVELO R 11	
pierścień rowerowy Suwalszczyzny R 65	
szlak rowerowy Dowspuda – Stary Folwark	
Szlak Papieski	
szlak kajakowy Czarnej Hańczy i Kanału Augustowskiego	
szlak kajakowy Rospudy	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

szlak rowerowy po Suwałkach i w kierunku Wigierskiego Parku Narodowego oraz nad jeziora Okmin i Ożewo, dla ruchu rowerowego lokalnego i turystycznego nad zalew Arkadia oraz do zespołu obiektów rekreacyjno - sportowych (korty, boiska do piłki nożnej, siatkowej i koszykowej, basen, sauna, siłownia)	
Wydarzenia	
Suwałki Blues Festival	
Międzynarodowy Festiwal Pieśni i Tańca „Muszelki Wigier”	
Dni Suwałk	
Suwałski Jarmark Folkloru. Festiwal Jadła Kresowego	
Letnia Filharmonia AUKSO	
Festyn Jaćwieski	
Piknik Kawaleryjski	
Miejsca	
Wigierski Park Narodowy	
Suwałski Park Krajobrazowy	
Jezioro Hańcza, najgłębsze jezioro na Niziu Polskim	
Wigry – zespół pokamedulski nad jeziorem Wigry	
Stary Folwark – Muzeum Wigier im. Alfreda Lityńskiego	
Płociczno Tartak – Wigierska Kolejka Wąskotorowa	

MIASTO AUGUSTÓW

Obiekty	
Stara Poczta, zbudowana w 1828 r. w stylu neoklasycystycznym według projektu H. Marconiego	
Zrekonstruowany dworek gen. Ignacego Prądzyńskiego z 1829 roku	
Zabytkowy kościół eklektyczny - Bazylika Mniejsza Najświętszego Serca Jezusa w Augustowie	
Zespół Kanału Augustowskiego	
Muzeum Ziemi Augustowskiej, Muzeum Kanału Augustowskiego	
Żegluga Augustowska	
Sanatorium Uzdrowskie „Budowlani” – „Zdrowie w Augustowie”	
Elektryczny Wyciąg Nart Wodnych	
Sanktuarium w Studzienicznej	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Szlaki	
Szlak wodny – Kanał Augustowski Szlak Papieski	
Szlak pieszy do Raczek	
Szlak pieszy do Bargłowa Kościelnego	
Szlak pieszy do Huty	
Szlak pieszy do Mikaszówki	
Szlak pieszy do Danowskich	
Szlak rowerowy wokół jezior Białe i Studzienne	
Szlak rowerowy rzeki Netty	
Szlak rowerowy wokół jeziora Kolno	
Szlak rowerowy Rzeki Rospudy	
Szlak rowerowy wokół jeziora Sajno	
Szlak konny Puszczy Augustowskiej	
Szlaki kajakowe m.in. po Kanale Augustowskim, Czarnej Hańczy, Rospudzie, Biebrzy	
Wydarzenia	
Mistrzostwa Polski w Pływaniu Na Byle Czym „Co ma pływać nie utonie”	
Motorowodne Mistrzostwa Świata Łodzi Wytrzymałościowych „Necko Endurance”	
Augustowska Noc Kabaretowa „Lejemy Wodę”	
„Camerata Augustoviana”- cykl koncertów muzyki poważnej	
Festiwal Jazzu Tradycyjnego „Spotkanie z Louis`em Armstrongiem”	
Augustowski Zlot Morsów	
Międzynarodowy Konkurs Skoków na Nartach Wodnych "Netta Cup" Memoriał Zygmunta Kowalika	
Regaty o Puchar Burmistrza Miasta Augustowa - Eliminacje Pucharu Polski Jachtów Kabinowych	
Reggae Netta Festiwal	
Balladowe Nocki nad Neckiem	
Weekendy z Trójką	



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Miejsca	
Kanał Augustowski	
Puszcza Augustowska	
Pojezierze Augustowskie	
Bulwary spacerowe nad rzeką Nettą i jeziorem Necko w Augustowie, w skład atrakcji wchodzi także: Molo imienia Radiowej Trójki nad jeziorem Necko i Elektryczny Wyciąg Nart Wodnych	

5. Gdzie można znaleźć informacje na temat podanych na wstępie produktów turystycznych?

biuro turystyczne	
wyszukiwarka internetowa	
strony branżowe	
strony kwater, lokali itp.	
portale społecznościowe	
czasopisma	
prasa	
ulotki	
bilbordy	
przewodniki	
radio, telewizja	
inne, jakie?	

6. Czy uczestniczą Państwo w tworzeniu produktu/ów turystycznego/ych?

1	tak
2	nie

7. Jeśli tak, proszę wskazać:

Jaki jest to produkt?

.....

.....

Jakie są źródła jego finansowania?

.....

.....

8. Czy Państwa instytucja/firma posiada swój własny produkt/y turystyczny/e?

1	tak
2	nie



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

9. Jeśli tak, proszę wskazać jaki jest/są to produkt/y:

.....
.....

10. Czy zamierza Pan(i) udoskonalać istniejący/e produkt/y turystyczny/e, które oferuje Pana(i) instytucja/firma?

1	tak
2	nie

11. Jeśli tak, proszę wskazać jaki/e produkt/y zamierzają Państwo udoskonalić?

.....
.....

Jakie czynności w tym zakresie zamierzają Państwo podjąć?

.....
.....

12. Czy zamierzają Państwo w najbliższym czasie wprowadzić na lokalny rynek turystyczny nowy/e produkt/y turystyczny/e?

1	tak
2	nie

13. Jeśli tak, proszę wskazać jaki/e to będzie/ą produkt/y:

.....
.....

14. Jakiej wysokości nakłady planuje wyasygnować Pana(i) firma/instytucja w związku z wprowadzeniem nowego produktu lub udoskonaleniem dotychczasowego produktu w najbliższym czasie?

1	Poniżej 10 tys. zł
2	Od 10 tys. zł do 50 tys. zł
3	Od 50 tys. zł do 100 tys. zł
4	Od 100 tys. zł do 500 tys. zł
5	Od 500 tys. Zł do 1 mln zł
6	Powyżej 1mln zł.
99	Inna kwota, jaka?

15. Gdyby posiadał/a Pan(i) odpowiednie zasoby to jakie produkty turystyczne można by było wprowadzić na rynek, aby wykorzystać w pełni potencjał miasta/gminy?

1.....
2.....
3.....
4.....



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Czy jest Pan(i) w stanie powiedzieć, co łączy Miasto Elk, Gminę Gołdap, Gminę Olecko, Miasto Suwałki oraz Miasto Augustów? Gdyby chciał Pan(i) wypromować jednocześnie pięć tych miast to, na co by Pan(i) zwrócił(a) szczególną uwagę?

- 1.....
- 2.....
- 3.....
- 4.....

Metryczka

1. Rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa:

1	Jednostka samorządu terytorialnego
2	Lokalna organizacja turystyczna
3	Lokalna grupa działania
4	Organizacja, fundacja turystyczna
6	Firma prywatna z branży turystycznej

2. Województwo:

1	podlaskie
2	warmińsko-mazurskie

3. Miejscowość:

1	Miasto Elk
2	Gmina Gołdap
3	Gmina Olecko
4	Miasto Suwałki
5	Miasto Augustów

4. Ilość zatrudnionych pracowników/urzędników?

Ogółem	W tym kobiet

5. Zajmowane stanowisko:

--

6. Wykształcenie:

1	Podstawowe
2	Gimnazjalne
3	Zasadnicze zawodowe
4	Średnie
5	Wyższe

Dziękuję za udzielenie szczerych odpowiedzi.

W celu określenia możliwości tworzenia i rozwoju wspólnego produktu turystycznego na terenie Polski Północno – Wschodniej przeprowadzono badania dotyczące pomysłów na nowe produkty turystyczne oraz działających produktów turystycznych z punktu widzenia popytu i podaży.

a. Charakterystyka badanej zbiorowości

W niniejszym badaniu udział wzięło 600 osób, z czego:

- 25,3% pochodziło z miasta Suwałki,
- 22,8% z miasta Augustów,
- 19,3% z gminy Gołdap,
- 19% z miasta Elk,
- 13,5% z gminy Olecko.

TABELA 1. MIEJSCOWOŚĆ, KTÓRĄ REPREZENTUJE RESPONDENT

	N	%		N	%
Miasto Suwałki	152	25,3	województwo podlaskie	299	50,2
Miasto Augustów	137	22,8			
Gmina Gołdap	116	19,3	województwo warmińsko - mazurskie	301	49,8
Miasto Elk	114	19			
Gmina Olecko	81	13,5			
Ogółem	600	100	Ogółem	600	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród wszystkich respondentów 66,3% stanowili reprezentanci firm prywatnych, 21% jednostek samorządu terytorialnego, 4,3% lokalnych grup działania, 3,5% lokalnych organizacji turystycznych oraz 3,5% organizacji, fundacji turystycznej.

TABELA 2. RODZAJ INSTYTUCJI/PRZEDSIĘBIORSTWA

	N	%
firma prywatna	398	66,3
jednostka samorządu terytorialnego	126	21
lokalna grupa działania	26	4,3
lokalna organizacja turystyczna	21	3,5



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

organizacja, fundacja turystyczna	21	3,5
brak odpowiedzi	8	1,3
Ogółem	600	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W przebadanych podmiotach, w czasie przeprowadzania badania zatrudnionych było około 11 216 osób, z czego 54,8% stanowiły kobiety.

TABELA 3. LICZBA ZATRUDNIONYCH OSÓB

	N	%
Ilość zatrudnionych osób - ogółem	11 216	100
Ilość zatrudnionych kobiet	6147	54,8

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Respondenci poproszeni zostali o podanie zajmowanego stanowiska. Największą grupę wśród badanej populacji stanowili właściciele/współwłaściciele (29%) oraz kierownicy, dyrektorzy, prezesi (10,3%).

TABELA 4. STANOWISKO RESPONDENTA

	N	%
właściciel/współwłaściciel	174	29
kierownik/dyrektor/prezes	62	10,3
pracownik biurowy	50	8,3
sprzedawca/kasjer	42	7
pracownik branży hotelarskiej (np. recepcjonistka, pokojówka)	32	5,3
barman/kelner	31	5,2
specjalista	29	4,8
menager	27	4,5
pracownik usług okołoturystycznych (np. fryzjer, solarium itp.)	24	4
urzędnik/referent	22	3,7
obsługa klienta	17	2,8
pracownik branży gastronomicznej (np. kucharz)	17	2,8
pracownik WOPR/ratownik wodny	17	2,8
kierowca	16	2,7
instruktor	8	1,3
przewodnik turystyczny	7	1,2
pracownik wypożyczalni sprzętu wodnego	4	0,7
prezydent/zastępca prezydenta Miasta	3	0,5



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

duchowny	1	0,2
brak odpowiedzi	17	2,8
Ogółem	600	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Reprezentanci podmiotów związanych z turystyką w regionie EGO SA w większości legitymują się wykształceniem wyższym bądź średnim. Osoby te łącznie stanowią 84,2%.

TABELA 5. WYKSZTAŁCENIE RESPONDENTÓW

	N	%
wyższe	267	44,5
średnie	238	39,7
zasadnicze zawodowe	76	12,7
podstawowe	12	2
gimnazjalne	3	0,5
brak odpowiedzi	4	0,7
Ogółem	600	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

b. Istniejące produkty turystyczne

Podczas tworzenia nowych produktów turystycznych trzeba wziąć pod uwagę te, które już istnieją. Dlatego też w pierwszej części ankiety znalazły się pytania dotyczące istniejących w regionie EGO SA produktów turystycznych.

Kluczowym elementem w funkcjonowaniu gospodarki turystycznej jest **produkt turystyczny** jako nie tylko pojęcie, ale także jako pewien proces, związany przede wszystkim z marketingiem i promocją w turystyce.

Pierwsze pytanie zawarte w ankiecie dotyczyło znajomości definicji produktu turystycznego. 83% respondentów zadeklarowało, iż wie, co to jest produkt turystyczny.

TABELA 6. CZY ZNA PAN/I DEFINICJĘ POJĘCIA "PRODUKT TURYSTYCZNY"?

	N	%
tak	498	83
nie	102	17
Ogółem	600	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejne zawarte w przedstawionej ankiecie pytanie dotyczyło produktów turystycznych charakterystycznych dla poszczególnych miast bądź gmin wchodzących w skład regionu EGO SA. Pytanie to zostało zanalizowane w podziale na poszczególne obszary należące do badanej krainy.

W pierwszej kolejności analizie poddano produkty turystyczne charakterystyczne dla Miasta Ełk. Z analizy odpowiedzi respondentów wynika, iż najbardziej charakterystycznymi produktami turystycznymi Miasta Ełk są: Ełcka Kolej Wąskotorowa (57,9% wskazań), Mazurskie Lato Kabaretowe „MULATKA” (47,4%) oraz promenada nad Jeziorem Ełckim (44,7%).

TABELA 7. PRODUKTY CHARAKTERYSTYCZNE DLA **MIASTA EŁK**

	N	%
Ełcka Kolej Wąskotorowa	66	57,9
"MULATKA"	54	47,4
Promenada nad Jeziorem Ełckim	51	44,7
Festiwal "Ogień & Woda"	33	28,9
Wieża Ciśnień	33	28,9



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Mazurski Festiwal Balonowy	30	26,3
Mazurskie Lato Muzyczne	22	19,3
Festiwal "Tęcza"	20	17,5
Ruiny zamku krzyżackiego	16	14
Mazurskie Kino Pod Gwiazdami	15	13,2
Mistrzostwa Polski Skuterów Wodnych	14	12,3
Festiwale i imprezy muzyczno-kulturalne	12	10,5
Jezioro Ełckie	12	10,5
Baza noclegowa	10	8,8
Muzeum "Kropli Wody"	9	7,9
Park Wodny	8	7
Baza noclegowo-gastronomiczna	7	6,1
Konkurs o Chochłę Prezydenta	7	6,1
"Gwiazda Mazurska" - wyścig rowerowy	7	6,1
Baza gastronomiczna	6	5,3
Wypożyczalnia sprzętu wodnego	6	5,3
Agroturystyka	5	4,4
Plaża Miejska	5	4,4
Kościóły	4	3,5
Podróż ze smakiem	4	3,5
Pomnik Jana Pawła II	4	3,5
Walory przyrodnicze	4	3,5
Stadion Miejski	4	3,5
Plac Jana Pawła II	4	3,5
Festiwal Kartofla	3	2,6
Katedra pw. św. Wojciecha	3	2,6
Kuchnia regionalna	3	2,6
Muzeum Kolei Wąskotorowych	3	2,6
Rzeka Ełk	3	2,6
Zabytki	3	2,6
Park Solidarności	3	2,6
Szlaki turystyczne	3	2,6
Basen	2	1,8
Szlaki rowerowe	2	1,8
"Skarb Jaćwingów"	1	0,9
Festiwal Sportów Wodnych	1	0,9
Jazda konna	1	0,9
Most na Jeziorze Ełckim	1	0,9



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Szlaki kajakowe	1	0,9
Usługi transportowe	1	0,9
Szlak Papieski	1	0,9
"Frutti di lago"	1	0,9
Łłcka Majówka Pozarządowa	1	0,9
Sporty wodne	1	0,9
Pływająca fontanna na Jeziorze Łłckim	1	0,9

*procent odpowiedzi wyliczony został z liczby 114, gdyż tyle osób reprezentowało Miasto Łłk
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań.

Kolejnym analizowanym obszarem pod względem produktów turystycznych jest Gmina Gołdap. Według respondentów produktami turystycznymi wyróżniającymi ten region są: Piramida w Rapie (30,1% wskazań), Puszcza Romincka (27,5%), Piękna Góra (24,1%) oraz Wieża Ciśnień (20,7%). Przy analizie produktów, które wpływają na atrakcyjność turystyczną gminy, należy podkreślić, że część z nich nie leży w obrębie gminy Gołdap, a w powiecie gołdapskim. Oznacza to, iż nie są one produktami regionu EGO SA, a jedynie wpływają na jego atrakcyjność, poprzez pobliskie położenie. Możemy do nich zaliczyć: Piramidę w Rapie oraz Osadę „Biegający Wilk” w Ściborkach, które przynależą terytorialnie do gminy Banie Mazurskie, a także Mosty w Stańczykach, które zlokalizowane są w gminie Dubeninki.

TABELA 8. CHARAKTERYSTYCZNE PRODUKTY TURYSTYCZNE **GMINY GOŁDAP**

	N	%
Piramida w Rapie (gmina Banie Mazurskie)	35	30,1
Puszcza Romincka	32	27,5
"Piękna Góra"	28	24,1
Wieża Ciśnień	24	20,7
Mosty w Stańczykach (gmina Dubieninki)	22	18,9
Bieg Jaćwingów	20	17,2
Kuchnia regionalna	20	17,2
Kartaczewo	20	17,2
Zabytki	19	16,4
Jezioro Gołdap	17	14,7
"Bezkrwawe Safari"	16	13,8
Ogólnopolski Konkurs Krzyku	13	11,2
Rzeka Gołdapa	10	8,6
Spływy Kajakowe	10	8,6



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

WITAL - Sanatorium Uzdrowiskowe	9	7,8
Dni Gołdapi	8	6,9
Agroturystyka	6	5,2
Basen	6	5,2
Wzgórza Szeskie	6	5,2
Baza noclegowa	5	4,3
Szlaki turystyczne	5	4,3
Osada "Biegnący Wilk" w Ściborkach (gmina Banie Mazurskie)	5	4,3
Imprezy plenerowe	4	3,4
Jeziora, rzeki	4	3,4
Kościół NMP Matki Kościoła	4	3,4
Tatarska Góra	4	3,4
Mazoory Style Connection	2	1,7
Miód	2	1,7
Kościół pw. św. Leona	2	1,7
Baza gastronomiczna	2	1,7
Kompleks sportowo-rekreacyjny	2	1,7
Lasy Skaliste	2	1,7
Lasy	2	1,7
Puszcza Borecka	2	1,7
Szlak kajakowy rzeką Gołdapą	2	1,7
Walory przyrodnicze	1	0,9
Walory turystyczne	1	0,9
Wycieczki	1	0,9
Żegluga	1	0,9
Ścieżka edukacyjna Konikowo	1	0,9
"Transmisja"	1	0,9
Gołdapskie Lato Kulturalne	1	0,9
Sporty wodne	1	0,9
Pomnik na Placu Zwycięstwa	1	0,9
Brak odpowiedzi	15	12,9

* procent odpowiedzi wyliczony został z liczby 116, gdyż tyle osób reprezentowało Gminę Gołdap

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najczęściej wskazywanymi przez respondentów produktami turystycznymi, w kolejnej gminie należącej do regionu EGO SA jaką jest Gmina Olecko, są: „Przystanek Olecko” (35,8% wskazań), występujące na terenie gminy jeziora i rzeki (28,4%) oraz szlak „Wiewiórcza Ścieżka” (22,2%).



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 9. PRODUKTY CHARAKTERYSTYCZNE DLA **GMINY OLECKO**

	N	%
Przystanek Olecko	29	35,8
Jeziora/rzeki	23	28,4
Wiewiórcza ścieżka	18	22,2
Lasy, puszcze	13	16,1
Brak odpowiedzi	12	14,8
Park Miejski	11	13,6
Maraton Pływacki	10	12,4
Kuchnia regionalna	10	12,4
Skocznia miejska	9	11,1
Trasy turystyczne	8	9,9
Turnieje sportowe	8	9,9
Zabytki	7	8,6
Mazurskie Spotkania z Folklorem	6	7,4
Kościóły	6	7,4
Baza noclegowa	5	6,2
Szlaki rowerowe	5	6,2
Imprezy plenerowe	5	6,2
Obfitość wód i lasów	4	4,9
Folklor wiejski	4	4,9
Jezioro Oleckie Wielkie	3	3,7
Agroturystyka	3	3,7
Korty tenisowe	3	3,7
"Zamek"	3	3,7
Plaża miejska	3	3,7
Baza sportowo-rekreacyjna	3	3,7
Młyn wodny	2	2,5
Przyroda	2	2,5
Spływy kajakowe	2	2,5
Ukształtowanie terenu	2	2,5
Kraina mlekiem i miodem słynąca	2	2,5
Wieża Ciśnień	2	2,5
Stadion	2	2,5
Wirtualny przewodnik po krainie EGO	2	2,5
Dni Olecka	1	1,2
Miód	1	1,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Regionalny Ośrodek Kultury "Mazury Garbate"	1	1,2
Mleko	1	1,2
Molo	1	1,2
Wędkarstwo	1	1,2
Dworek Mazurski	1	1,2
Boiska do siatkówki plażowej	1	1,2
Nurkowanie	1	1,2
Obchody Nocy Świętojańskiej	1	1,2
Brak odpowiedzi	12	14,8

**procent odpowiedzi wyliczony został z liczby 81, gdyż tyle osób reprezentowało Gminę Olecko*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Kolejnym analizowanym miastem pod względem charakteryzujących go produktów turystycznych jest miasto Suwałki. Najczęstszymi odpowiedziami respondentów dotyczącymi wyróżniających Suwałki produktów turystycznych są: Suwalski Blues Festiwal (28,3% wskazań), kuchnia regionalna (20,4%) oraz suwale (lokalne dukaty), które wskazało 20,4% osób. Analiza danych wykazała, że respondenci wskazywali nie tylko te produkty turystyczne, które swoim zasięgiem obejmują Suwałki, ale również te spoza terytorium miasta. Mimo, że nie stanowią one potencjału turystycznego EGO SA, wpływają z racji bliskiego położenia, na jego atrakcyjność turystyczną. Wśród tych produktów należy przede wszystkim wymienić Wigierski Park Narodowy oraz Suwalski Park Krajobrazowy. Poza tym w obrębie miasta nie leżą również wymieniane przez respondentów: Wigry - Klasztor Pokamedulski nad jez. Wigry, Jezioro Hańcza, wyciąg narciarski Szelment, Wigierska Kolej Wąskotorowa, Szlak Papieski, Muzeum Wigier w Starym Folwarku.

TABELA 10. CHARAKTERYSTYCZNE PRODUKTY TURYSTYCZNE MIASTA SUWAŁKI

	N	%
Suwałki Blues Festival	43	28,3
Kuchnia regionalna	31	20,4
Suwale	31	20,4
Wigierski Park Narodowy	30	19,7
Suwalski Park Krajobrazowy	25	16,4
Sękacz	24	15,8
Wigry - zespół pokamedulski nad jez. Wigry	23	15,1
Jez. Hańcza	16	10,5
Suwalska starówka	15	9,9
Szlaki turystyczne	15	9,9



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Agroturystyka	14	9,2
Wyciąg narciarski Szelment	14	9,2
Park konstytucji 3 Maja	13	8,6
Jarmark Folkloru i Jadła Kresowego	12	7,9
Wigierska Kolej Wąskotorowa	12	7,9
Zabytki	12	7,9
Jez. Wigry	11	7,2
Kościoły	11	7,2
"Muszelki Wigier"	11	7,2
"WIGRASZEK"	11	7,2
Spływy kajakowe	11	7,2
Zalew Arkadia	11	7,2
Konkatedra św. Aleksandra	10	6,6
Szlak Papieski	10	6,6
Dni Suwałk	9	5,9
Festyny/koncerty	9	5,9
Muzeum im. Marii Konopnickiej	8	5,3
Piknik Kawaleryjski	8	5,3
Szlaki wodne	8	5,3
Wypiek "Mrowisko"	7	4,6
Muzea	5	3,3
Muzeum Okręgowe	5	3,3
Suwalskie nekropolie	5	3,3
Stary Folwark - Muzeum Wigier	4	2,6
Szlaki rowerowe	4	2,6
Plaże	4	2,6
Baza gastronomiczna	2	1,3
Baza noclegowa	2	1,3
Cmentarzysko Jaćwingów	2	1,3
Galeria Andrzeja Strumiłło	2	1,3
Pomnik Jana Pawła II	2	1,3
Turystyka aktywna	2	1,3
Kościół pw. Najświętszego Serca Pana Jezusa	2	1,3
Suwalskie Teatr-Akcje	2	1,3
Festyn Jaćwieski	1	0,7
Jeziora	1	0,7
Walory przyrodnicze	1	0,7
Wypożyczalnie sprzętu wodnego	1	0,7

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Żegluga	1	0,7
"Kaziuk Suwalski"	1	0,7
Letnia Filharmonia AUKSO	1	0,7
Molenna	1	0,7
Brak odpowiedzi	12	7,9

*procent odpowiedzi wyliczony został z liczby 152, gdyż tyle osób reprezentowało Miasto Suwałki
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Ostatnim miastem, wchodzącym w skład regionu EGO SA, jest Miasto Augustów. Charakterystycznymi produktami dla tego miasta są wskazane przez respondentów: Kanał Augustowski (41,6%), istniejąca baza noclegowa (31,4%) oraz Żegluga Augustowska (25,5%).

TABELA 11. CHARAKTERYSTYCZNE PRODUKTY TURYSTYCZNE DLA **MIASTA AUGUSTÓW**

	N	%
Kanał Augustowski	57	41,6
Baza noclegowa	43	31,4
Żegluga Augustowska	35	25,5
Spływy kajakowe	32	23,3
Szlaki wodne	29	21,2
Gastronomia	23	16,8
Augustowskie Noce i dni	18	13,1
Szlaki rowerowe	18	13,1
Wyciąg nart wodnych	18	13,1
Jeziora	15	10,9
Walory przyrodnicze	15	10,9
Puszcza Augustowska	15	10,9
Pływanie na Byle Czym "Co ma pływać nie utonie"	14	10,2
Ośrodki wypoczynkowe	12	8,8
Szlak wodny Króla Stefana Batorego	12	8,8
Imprezy sezonowe	10	7,3
Wycieczki	10	7,3
Dolina Rospudy	9	6,6
Szlak Papieski	8	5,8
Krajobraz	7	5,1
Sanatorium "Budowlani"	6	4,4
Szlaki piesze	6	4,4
Sporty wodne	6	4,4

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Cisza, spokój	6	4,4
Pojezierze Augustowskie	5	3,6
Lasy	4	2,9
Kuchnia regionalna	3	2,2
Balladowe Nocki Nad Neckiem	3	2,2
Rzeki	3	2,2
Wypożyczalnia sprzętu wodnego/turystycznego	3	2,2
Biura podróży	2	1,5
Położenie	2	1,5
Puszcza Romincka	2	1,5
Sanktuarium w Studzienicznej	2	1,5
"Necko Endurance"	2	1,5
Szlaki konne	2	1,5
Lato teatralne	2	1,5
Lecznictwo borowinowe	2	1,5
Puby	1	0,7
Zabytki	1	0,7
Wędkarstwo	1	0,7
Zielone Płuca Polski	1	0,7
Augustowska Noc Kabaretowa "Lejemy wodę"	1	0,7
Brak odpowiedzi	6	4,4

**procent odpowiedzi wyliczony został z liczby 137, gdyż tyle osób reprezentowało Miasto Augustów*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Powyzsza analiza danych ukazała te produkty, które są charakterystyczne dla poszczególnych miast i gmin wchodzących w skład regionu EGO SA. Tym samym produkty te można zaliczyć do tych, które są charakterystyczne dla interesującego nas regionu EGO SA. Zgodnie z odpowiedziami osób ankietowanych można uznać, że obszar EGO SA charakteryzuje się następującymi produktami turystycznymi:

- Ełcka Kolej Wąskotorowa,
- Mazurskie Lato Kabaretowe „MULATKA”,
- Promenada nad Jeziorem Ełckim,
- Festiwal „Ogień i Woda”,
- Wieża Ciśnień w Ełku,
- Mazurski Festiwal Balonowy,
- Puszcza Romincka,
- „Piękna Góra” (wyciąg narciarski),

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

- Wieża Ciśnień w Gołdapi,
- Przystanek Olecko,
- jezioro Oleckie Wielkie,
- trasa „Wiewiórcza Ścieżka”,
- Suwałki Blues Festival,
- kuchnia regionalna Suwałk,
- suwale (lokalne dukaty),
- Kanał Augustowski i związana z nim oferta turystyczna.

W pytaniu 3 respondenci zostali poproszeni o wytypowanie tych regionalnych atrakcji turystycznych, przyrodniczych i rekreacyjnych, które ich zdaniem zasługują na „szczególną” promocję.

Połowa respondentów, którzy reprezentowali w niniejszym badaniu Miasto Ełk, uważa, że Ełcka Kolej Wąskotorowa, jest atrakcją turystyczną, która w największym stopniu zasługuje na ponadregionalną promocję. Na tą atrakcję wskazało 50% osób reprezentujących Miasto Ełk. Innymi szczególnie wartościowymi produktami turystycznymi, które powinno się promować są: promenada ełcka (34,2%), Jezioro Ełckie (28,1%), Mazurskie Lato Kabaretowe „MULATKA” (25,4%) oraz Mazurski Festiwal Balonowy (22,8%). Pozostałe wymieniane przez respondentów atrakcje, które należy promować przedstawia *tabela 12*.

TABELA 12. ATRAKCJE TURYSTYCZNE, PRZYRODNICZE I REKREACYJNE **MIASTA EŁK**, KTÓRE ZASŁUGUJĄ NA SZCZEGÓLNA PROMOCJĘ

	N	%
Ełcka Kolej Wąskotorowa	57	50
Promenada nad Jeziorem Ełckim	39	34,2
Jezioro Ełckie	32	28,1
"MULATKA"	29	25,4
Mazurski Festiwal Balonowy	26	22,8
Festiwale i imprezy muzyczno-kulturalne	24	21,1
Walory przyrodnicze	22	19,3
Ruiny zamku krzyżackiego	20	17,5
Szlaki rowerowe	19	16,7
Wieża Ciśnień	19	16,7
Mazurskie Lato Muzyczne	18	15,8



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Festiwal "Ogień & Woda"	14	12,3
Park Wodny	13	11,4
Muzeum "Kropki Wody"	12	10,5
Szlaki turystyczne	9	7,9
Zabytki	8	7
Konkurs o Chochlę Prezydenta	6	5,3
Kuchnia regionalna	6	5,3
Mistrzostwa Polski Skuterów Wodnych	5	4,4
Szlak Papieski	5	4,4
Agroturystyka	4	3,5
Festiwal "Tęcza"	4	3,5
Festiwal Sportów Wodnych	4	3,5
Park Solidarności	4	3,5
Podróż ze smakiem	4	3,5
Spływy kajakowe	4	3,5
Szlaki wodne	4	3,5
Baza gastronomiczna	3	2,6
Muzeum Kolei Wąskotorowych	3	2,6
Cisza, spokój	3	2,6
Stadion Miejski	3	2,6
Plaże	3	2,6
Muzeum Jeziora w CEE	3	2,6
Basen	2	1,8
Baza noclegowa	2	1,8
Plaża Miejska	2	1,8
Pomniki przyrody	2	1,8
Skate Park	2	1,8
Żegluga	2	1,8
Wypożyczalnia sprzętu wodnego	2	1,8
Aktywny wypoczynek	2	1,8
Mazurski Wyścig na 1/4 mili w Ełku	1	0,9
Stadniny	1	0,9
Plac Jana Pawła II	1	0,9
Szlak "Białej Lili"	1	0,9
Juwenalia	1	0,9
Mazurskie Kino Pod Gwiazdami	1	0,9



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

"Gwiazda Mazurska" - wyścig rowerowy	1	0,9
Dni Ełku	1	0,9
Rzeka Ełk	1	0,9
Brak odpowiedzi	7	6,1

**procent odpowiedzi wyliczony został z liczby 114, gdyż tyle osób reprezentowało Miasto Ełk*

Zródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Przedstawiciele Gminy Gołdap w większości uznali, że najważniejszymi atrakcjami gminy, które należy promować są atrakcje przyrodnicze: Puszcza Romincka (39,7%) i Jezioro Gołdap (32,8%), a także impreza rekreacyjna „Bieg Jaćwingów” (27,6%) i „Piękna Góra” jako ośrodek rekreacyjny (27,6%). Pozostałe wskazywane przez respondentów atrakcje turystyczne, przyrodnicze i rekreacyjne, zasługujące na szczególną promocję wymienione są w poniższej tabeli 13.

TABELA 13. ATRAKCJE TURYSTYCZNE, PRZYRODNICZE I REKREACYJNE **GMINY GOŁDAP**, KTÓRE ZASŁUGUJĄ NA SZCZEGÓLNA PROMOCJĘ.

	N	%
Puszcza Romincka	46	39,7
Jezioro Gołdap	38	32,8
Bieg Jaćwingów	32	27,6
"Piękna Góra"	32	27,6
Rzeka Gołdap	19	16,4
Piramida w Rapie (gmina Banie Mazurskie)	18	15,5
"Bezkrwawe safari"	17	14,7
Masty w Stańczykach (gmina Dubieninki)	16	13,8
Kartaczewo	15	12,9
Wieża Ciśnień	15	12,9
WITAL-Sanatorium Uzdrowskie	13	11,2
Ogólnopolski Konkurs Krzyku	12	10,3
Szlak kajakowy rzeką Gołdapa	11	9,5
Dni Gołdapi	9	7,8
Jeziora	9	7,8
Spływy kajakowe	6	5,2
Gołdapskie Lato Kulturalne	5	4,3
Osada "Biegnący Wilk" w Ściborkach (gmina Banie Mazurskie)	5	4,3
Mazoory Style Connection	5	4,3
Szlaki rowerowe	5	4,3
Zabytki	4	3,4

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

"Transmisja"	4	3,4
Tatarska Góra	3	2,6
Miss mokrego podkoszulka	3	2,6
Kompleks umocnień po byłej kwaterze Luftwaffe	3	2,6
Kościół NMP Matki Kościoła	2	1,7
Plaża	2	1,7
Puszcza Borecka	2	1,7
Szlaki turystyczne	2	1,7
Wzgórza Szeskie	2	1,7
Żeglarstwo	2	1,7
Agroturystyka	2	1,7
Basen	2	1,7
Kompleks sportowo-rekreacyjny	1	0,9
Wędkarstwo	1	0,9
Lasy	1	0,9
Baza noclegowa	1	0,9
Turnieje sportowe	1	0,9
"Kierunek Gołdap"	1	0,9
Stadion	1	0,9
Brak odpowiedzi	8	6,9

*procent odpowiedzi wyliczony został z liczby 116, gdyż tyle osób reprezentowało Gminę Gołdap

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W Gminie Olecko według ankietowanych najważniejszymi atrakcjami, które należy promować są występujące tu jeziora i rzeki, które spowodowały, że gmina posiada wysoki potencjał turystyczny. Odpowiedź taką udzieliło prawie 20% respondentów. Ponadto Regionalny Ośrodek Kultury „Mazury Garbate” organizuje co roku imprezę pod nazwą „Przystanek Olecko”, która cieszy się dużym zainteresowaniem wśród turystów (19,8%). Pozostałe odpowiedzi respondentów na to pytanie przedstawia *tabela 14*.

TABELA 14. ATRAKCJE TURYSTYCZNE, PRZYRODNICZE I REKREACYJNE **GMINY OLECKO**, KTÓRE ZASŁUGUJĄ NA SZCZEGÓLĄ PROMOCJĘ.

	N	%
Jeziora/rzeki	16	19,8
Przystanek Olecko	16	19,8
Park miejski	15	18,5
Plaża miejska	13	16,0
Wiewiórcza Ścieżka	12	14,8



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Ścieżki rowerowe	11	13,6
Jezioro Oleckie Wielkie	10	12,3
Szlaki turystyczne	10	12,3
Turnieje sportowe	10	12,3
Agroturystyka	9	11,1
Imprezy plenerowe	8	9,9
Kuchnia regionalna	7	8,6
Skocznia miejska	7	8,6
Zabytki	7	8,6
Lasy	6	7,4
Kamienna półrotunda	6	7,4
Spływy kajakowe	5	6,2
Korty tenisowe	5	6,2
Wędkarstwo	4	4,9
Puszcza Borecka	4	4,9
Maraton pływacki	4	4,9
Baza noclegowa	3	3,7
Stadion	3	3,7
Baza gastronomiczno-noclegowa	3	3,7
Sporty wodne	3	3,7
Basen	2	2,5
Folklor wiejski	2	2,5
Kompleks sportowo-rekreacyjny	2	2,5
Regionalny Ośrodek Kultury "Mazury Garbate"	2	2,5
Grzybobranie	2	2,5
Sporty zimowe	2	2,5
Mazurskie Spotkania z Folklorem	2	2,5
Obiekty sportowe	2	2,5
Żeglarstwo	2	2,5
Atrakcyjny teren	1	1,2
Bary nad brzegami jezior	1	1,2
Festiwale muzyczne	1	1,2
Myślistwo	1	1,2
"Zamek"	1	1,2
Młyny wodne	1	1,2
Krajobraz	1	1,2
Dni Olecka	1	1,2
Kościół w Wieliczkach	1	1,2



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kuligi	1	1,2
Żywność ekologiczna	1	1,2
Kościóły	1	1,2
Brak odpowiedzi	2	2,5

**procent odpowiedzi wyliczony został z liczby 81, gdyż tyle osób reprezentowało Gminę Olecko*
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Atrakcjami turystycznymi, które powinny być promowane według respondentów pochodzących z Miasta Suwałki, są Wigierski Park Narodowy (36,8%) oraz Suwalski Park Krajobrazowy (27,6%). Ponadto 23% ankietowanych wskazało na Wigry – klasztor pokamedulski nad j. Wigry oraz 20,4% na wyciąg narciarski WOSiR Szelment. Należy podkreślić, że wyżej wymienione produkty nie należą do atrakcji zlokalizowanych w Mieście Suwałki, a tym samym do regionu EGO SA, ale niewątpliwie wpływają na jego atrakcyjność turystyczną z racji pobliskiego położenia. Pozostałe odpowiedzi respondentów przedstawia *tabela 15*.

TABELA 15. ATRAKCJE TURYSTYCZNE, PRZYRODNICZE I REKREACYJNE MIASTA SUWAŁKI, KTÓRE ZASŁUGUJĄ NA SZCZEGÓLNA PROMOCJĘ.

	N	%
Wigierski Park Narodowy	56	36,8
Suwalski Park Krajobrazowy	42	27,6
Wigry - klasztor pokamedulski nad jez. Wigry	35	23
WOSiR Szelment/wyciąg narciarski	31	20,4
Suwalski Blues Festival	30	19,7
Jezioro Hańcza	29	19,1
Zalew Arkadia	25	16,4
Szlaki wodne	22	14,5
Wigierska Kolej Wąskotorowa	20	13,2
Jezioro Wigry	17	11,2
Suwalska starówka	16	10,5
Spływy kajakowe	13	8,6
Stary Folwark - Muzeum Wigier	13	8,6
Szlaki rowerowe	13	8,6
Szlaki turystyczne	13	8,6
Zabytki	12	7,9
Plaże	11	7,2
Muzeum im. Marii Konopnickiej	10	6,6
Dni Suwałk	9	5,9



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Żegluga	8	5,3
Konkatedra św. Aleksandra	8	5,3
Festyn Jaćwieski	7	4,6
Góra Cisowa	7	4,6
Sękacz	7	4,6
Kościół pw. Najświętszego Serca Pana Jezusa	7	4,6
Piknik Kawaleryjski	6	3,9
Szlak Papieski	6	3,9
Jarmark Folkloru i Jadła Kresowego	5	3,3
Kuchnia regionalna	5	3,3
Turystyka aktywna	5	3,3
Festyny/koncerty	5	3,3
"Muszelki Wigier"	4	2,6
Galeria Andrzeja Strumiły	4	2,6
Agroturystyka	3	2,0
"Kaziuk Suwalski"	3	2,0
Aqua Park	3	2,0
Turniej piłki plażowej	2	1,3
Suwale	2	1,3
Walory przyrodnicze	2	1,3
Park konstytucji 3 Maja	2	1,3
Letnia Filharmonia AUKSO	2	1,3
Cmentarzysko Jaćwingów	2	1,3
Park Wiatrowy	2	1,3
Suwalskie nekropolie	1	0,7
Kościoty	1	0,7
"Głazowisko" - rezerwat	1	0,7
Turnieje sportowe	1	0,7
Suwalskie Teatr-Akcje	1	0,7
Pomnik Jana Pawła II	1	0,7
Brak odpowiedzi	3	2

**procent odpowiedzi wyliczony został z liczby 152, gdyż tyle osób reprezentowało Miasto Suwałki*
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Produktami turystycznymi Miasta Augustów, które powinny być promowane są: Kanał Augustowski (35,8% wskazań respondentów), Żegluga Augustowska (25,5%) oraz występujące okoliczne walory przyrodnicze, takie jak np. Puszcza Augustowska (24,8%).



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 16. ATRAKCJE TURYSTYCZNE, PRZYRODNICZE I REKREACYJNE **MIASTA AUGUSTÓW**, KTÓRE ZASŁUGUJĄ NA SZCZEGÓLNA PROMOCJĘ.

	N	%
Kanał Augustowski	49	35,8
Żegluga Augustowska	35	25,5
Walory przyrodnicze	34	24,8
Jeziora, rzeki	29	21,2
Szlaki rowerowe	22	16,1
Puszcza Augustowska	21	15,3
Sporty wodne	20	14,6
Lasy	17	12,4
Dolina Rospudy	15	10,9
Wyciąg nart wodnych w Augustowie	15	10,9
Szlaki turystyczne	14	10,2
Festiwale/koncerty	13	9,5
Walory krajobrazowe	12	8,8
Szlaki wodne	11	8
Turystyka aktywna	11	8
Wycieczki	9	6,6
Sanktuarium w Studzienicznej	9	6,6
baza noclegowa	7	5,1
Spływy kajakowe	7	5,1
Kuchnia regionalna	7	5,1
Cisza i spokój	6	4,4
Szlak Papieski	6	4,4
Bogactwo kultur	6	4,4
Czyste powietrze	5	3,6
Konkurs Skoków na Nartach Wodnych "Netta Cup"	5	3,6
Zabytki	4	2,9
Muzea	4	2,9
Rzeka Netta	4	2,9
Lecznictwo borowinowe	3	2,2
Rejsy gondolami	3	2,2
Sanatorium "Budowlani"	3	2,2
Wędkarstwo	3	2,2
Puszcza Romincka	2	1,5
Plaże	2	1,5
Festiwal Jazzu Tradycyjnego "Spotkanie z „Louisem Armstrongiem"	2	1,5



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Wigierski Park Narodowy	2	1,5
Augustowskie Noce i dnie	2	1,5
"Co ma pływać nie utonie"	2	1,5
Wieża Ciśnień	2	1,5
Kuligi	1	0,7
Augustowskie Lato Teatralne	1	0,7
Pojezierze Augustowskie	1	0,7
"Necko Endurance"	1	0,7
Baza gastronomiczna	1	0,7
Balladowe Nocki nad Neckiem	1	0,7
Ośrodki wypoczynkowe	1	0,7
Wodny Slalom Gwiazd	1	0,7
Augustowska Noc Kabaretowa "Lejemy wodę"	1	0,7

**procent odpowiedzi wyliczony został z liczby 137, gdyż tyle osób reprezentowało Miasto Augustów*
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Powyższa analiza dotycząca tych produktów turystycznych, które należy w szczególności promować, ukazuje co według respondentów zasługuje na szczególną uwagę w poszczególnych miastach i gminach. Ponadto, z odpowiedzi tych można wywnioskować co jest najbardziej atrakcyjne turystycznie na analizowanym obszarze i co z pewnością, gdy tylko dobrze zostanie wypromowane przyciągnie uwagę potencjalnych turystów.

W dalszej części ankiety respondenci zostali poproszeni o wyrażenie opinii na temat tego, które produkty ich zdaniem cieszą się największym zainteresowaniem wśród turystów. Pod uwagę wzięte zostały występujące w Mieście Ełk, Gminie Gołdap, Gminie Olecko, Mieście Suwałki i Mieście Augustów różnego rodzaju obiekty, szlaki, wydarzenia oraz miejsca.

W pierwszej kolejności ocenie respondentów poddano obiekty występujące w mieście Ełk.

Poniżej zamieszczona *tabela 17*, przedstawia wszystkie odpowiedzi respondentów na temat produktów turystycznych tworzonych na terenie Miasta Ełk. Z analizy danych wynika, iż największym zainteresowaniem wśród turystów cieszą się następujące produkty:

- Jezioro Ełckie,
- impreza Mazurskie Lato Muzyczne,
- Plaża Miejska,
- Mazurskie Lato Kabaretowe „MULATKA”,



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

- Festiwal „Ogień i Woda” oraz
- Mazurski Festiwal Balonowy.

Natomiast najmniejszym zainteresowaniem cieszą się takie produkty turystyczne jak:

- Pomnik Michała Kajki oraz
- szlak „Zabytkowe cmentarze”.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 17. STOPIEŃ ZAINTERESOWANIA TURYSTÓW POSZCZEGÓLNYMI PRODUKTAMI TURYSTYCZNYMI NALEŻĄCYMI DO MIASTA ELK

	bardzo duże zainteresowanie		duże zainteresowanie		średnie zainteresowanie		małe zainteresowanie		znikome zainteresowanie		brak odpowiedzi	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Jezioro Elckie	252	42	137	22,8	77	12,8	65	10,8	29	4,8	40	6,7
Mazurskie Lato Muzyczne	207	34,5	122	20,3	66	11	67	11,2	64	10,7	74	12,3
Plaża Miejska	189	31,5	182	30,3	90	15	48	8	35	5,8	56	9,3
"MULATKA" - Mazurskie Lato Kabaretowe	168	28	144	24	95	15,8	74	12,3	48	8	71	11,8
Promenada nad Jeziorem Elckim	163	27,2	180	30	111	18,5	48	8	35	5,8	63	10,5
Festiwal "Ogień & Woda"	142	23,7	122	20,3	111	18,5	84	14	52	8,7	89	14,8
Mazurski Festiwal Balonowy	138	23	116	19,3	120	20	82	13,7	54	9	90	15
Rzeka Elk	130	21,7	180	30	120	20	71	11,8	37	6,2	62	10,3
Elcka Kolej Wąskotorowa	122	20,3	155	25,8	144	24	80	13,3	42	7	57	9,5
Plac Jana Pawła II	122	20,3	163	27,2	124	20,7	82	13,7	35	5,8	74	12,3
Park Solidarności	113	18,8	160	26,7	135	22,5	70	11,7	40	6,7	82	13,7
Park Wodny	108	18	153	25,5	112	18,7	86	14,3	57	9,5	84	14
Pomnik Jana Pawła II	103	17,2	118	19,7	132	22	103	17,2	59	9,8	85	14,2
Podróż ze smakiem	103	17,2	129	21,5	116	19,3	89	14,8	68	11,3	95	15,8
Międzynarodowy Folklorystyczny Festiwal Dzieci i Młodzieży "Tęcza"	100	16,7	115	19,2	102	17	109	18,2	61	10,2	113	18,8
Wieża Ciśnień w Elku	71	11,8	133	22,2	137	22,8	109	18,2	60	10	90	15

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Szlak rowerowy "Wokół jeziora Selment Wielki"	70	11,7	133	22,2	135	22,5	95	15,8	70	11,7	97	16,2
Ruiny zamku krzyżackiego na wyspie Jeziora Elckiego	69	11,5	117	19,5	152	25,3	116	19,3	55	9,2	91	15,2
Katedra pw. Św. Wojciecha	65	10,8	110	18,3	144	24	99	16,5	87	14,5	95	15,8
Szlak rowerowy "Tatarskim szlakiem"	56	9,3	120	20	156	26	102	17	69	11,5	97	16,2
Szlak rowerowy "Morenowych Wzgórz"	54	9	96	16	121	20,2	109	18,2	92	15,3	128	21,3
Pomnik Mikołaja Kajki	50	8,3	99	16,5	112	18,7	129	21,5	97	16,2	113	18,8
Szlak spacerowy "Białej Lilii"	47	7,8	107	17,8	148	24,7	96	16	81	13,5	121	20,2
Szlak "Zabytkowe cmentarze"	35	5,8	102	17	124	20,6	133	22,2	85	14,2	121	20,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kolejnymi analizowanymi produktami turystycznymi są produkty zlokalizowane na terenie Gminy Gołdap. Reprezentanci tego obszaru również zostali poproszeni o podanie stopnia zainteresowania wśród turystów atrakcjami turystycznymi, pogrupowanymi w następujące kategorie: obiekty, szlaki, wydarzenia oraz miejsca.

Jak wynika z analizy danych, które zostały przedstawione w poniżej zamieszczonej tabeli 18, największym zainteresowaniem wśród turystów odwiedzających Gminę Gołdap cieszą się następujące produkty turystyczne:

- Mosty w Stańczykach,
- Piramida w Rapie.

Oba wymienione wyżej produkty turystyczne nie należą terytorialnie do Gminy Gołdap, a tym samym do regionu EGO SA, ale niewątpliwie wpływają na jego atrakcyjność turystyczną, gdyż znajdują się z najbliższym sąsiedztwie (gminy powiatu gołdapskiego). Pozostałe atrakcje turystyczne cieszące się największym zainteresowaniem wśród turystów, zlokalizowane w Gminie Gołdap to:

- „Piękna Góra”,
- Ogólnopolski Konkurs Krzyku,
- Jezioro Gołdap.

Natomiast produktami turystycznymi, które w opinii respondentów uznane zostały za najmniej atrakcyjne dla turystów są:

- Zespół pałacowy w Galweciach,
- Osada „Biegnący Wilk” w Ściborkach (gmina Banie Mazurskie),
- Kanał Brożajcki (gmina Banie Mazurskie),
- Pałac Steinerów i Barków wraz z grobowcem w Zakałczu (gmina Banie Mazurskie).



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 18. STOPIEŃ ZAINTERESOWANIA TURYSTÓW POSZCZEGÓLNYMI PRODUKTAMI TURYSTYCZNYMI NALEŻĄCYMI DO GMINY GOŁDAP

	bardzo duże zainteresowanie		duże zainteresowanie		średnie zainteresowanie		małe zainteresowanie		znikome zainteresowanie		brak odpowiedzi	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Kościół NMP Matki Kościoła	71	11,8	114	19	133	22,2	93	15,5	57	9,5	132	22
Kościół pw. św. Leona	65	10,8	109	18,2	137	22,8	93	15,5	62	10,3	134	22,3
Zespół pałacowy w Galwecicach	55	9,2	93	15,5	126	21	127	21,2	68	11,3	131	21,8
Wieża Ciśnień w Gołdapi	110	18,3	110	18,3	125	20,8	94	15,7	57	9,5	104	17,3
Mosty w Stańczykach	300	50	135	22,5	74	12,3	38	6,3	36	6	17	2,8
Piramida w Rapie	171	28,5	166	27,7	106	17,7	41	6,8	40	6,7	76	12,7
"Piękna Góra"	210	35	158	26,3	92	15,3	42	7	27	4,5	71	11,8
"Bezkrwawe safari"	97	16,2	150	25	130	21,7	79	13,2	38	6,3	106	17,7
Kompleks umocnień po byłej kwaterze Luftwaffe	60	10	95	15,8	163	27,2	132	22	46	7,7	104	17,3
Osada "Biegnący Wilk" w Ściborkach	58	9,7	102	17	126	21	126	21	62	10,3	126	21
Kanał Brożajcki	40	6,7	70	11,7	136	22,7	140	23,3	83	13,8	131	21,8
Pałac Steinerów i Barków wraz z grobowcem w Zakładzu	27	4,5	91	15,2	119	19,8	131	21,8	95	15,8	137	22,8
Szlak "Suwalski Gigant"	47	7,8	95	15,8	186	31	105	17,5	64	10,7	103	17,2
Szlak "Między Puszciami"	39	6,5	94	15,7	174	29	99	16,5	65	10,8	129	21,5
Szlak "Gołdap - Węgorzewo"	45	7,5	109	18,2	164	27,3	121	20,2	61	10,2	100	16,7
Szlak rowerowy "Śladami rominckiego jelenia"	52	8,7	90	15	149	24,8	112	18,7	73	12,2	124	20,7
Szlak kajakowy rzeką Gołdapą	106	17,7	131	21,8	118	19,7	96	16	65	10,8	84	14

Projekt „Platforma współpracy – EGO SA” finansowany z budżetu państwa, budżetów: Miasta Elku, Gminy Gołdap, Gminy Olecko, Miasta Suwałki, Miasta Augustów oraz ze środków Unii Europejskiej



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Festyn Pogranicza "Kartaczevo"	133	22,2	156	26	130	21,7	66	11	46	7,7	69	11,5
Ogólnopolski Konkurs Krzyku	169	28,2	137	22,8	112	18,7	70	11,7	41	6,8	71	11,8
"Bieg Jaćwingów"	169	28,2	146	24,3	108	18	78	13	35	5,8	64	10,7
"Kierunek Gołdap"	50	8,3	115	19,2	136	22,7	127	21,2	57	9,5	115	19,2
"Mazoory Style Connection"	66	11	115	19,2	140	23,3	115	19,2	68	11,3	96	16
"Transmisja"	83	13,8	106	17,7	127	21,2	113	18,8	69	11,5	102	17
Gołdapskie Lato Kulturalne	74	12,3	170	28,3	106	17,7	91	15,2	60	10	99	16,5
Puszcza Romincka (w tym: Park Krajobrazowy Puszczy Rominckiej, z pięcioma rezerwatami i pięcioma oznakowanymi ścieżkami edukacyjnymi)	156	26	150	25	122	20,3	77	12,8	30	5	65	10,8
Rzeka Gołdapa	90	15	166	27,7	125	20,8	96	16,	43	7,17	80	13,3
Wzgórza Szeskie	97	16,2	156	26	163	27,2	74	12,3	40	6,67	70	11,7
Lasy Skaliste	114	19	162	27	123	20,5	92	15,3	37	6,17	72	12,
WITAL - Sanatorium Uzdrowskie	140	23,3	169	28,2	96	16	83	13,8	32	5,33	80	13,3
Jeziro Gołdap	164	27,3	152	25,3	98	16,3	83	13,8	35	5,83	68	11,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

W skład regionu EGO SA wchodzi również Gmina Olecko, która również posiada charakterystyczne produkty. Większość miejsc, obiektów, wydarzeń i szlaków zlokalizowanych w Olecku i jego okolicach zostało ocenionych jako cieszące się średnim zainteresowaniem wśród turystów. Osoby, które wzięły udział w badaniu uznały, że najbardziej lubianymi przez wczasowiczów atrakcjami są:

- impreza „Przystanek Olecko”,
- Jezioro Oleckie Wielkie wraz z zabytkowym mołem i skocznią,
- trasa rowerowo – spacerowa „Wiewiórcza Ścieżka”.

Analiza zebranego materiału badawczego nie wykazała jednoznacznie tych produktów, które cieszą się najmniejszym zainteresowaniem wśród respondentów. Jak już zostało wspomniane wyżej większość atrakcji uznanych zostało za cieszące się średnią popularnością wśród turystów. Produktami, w które na pewno powinno się zainwestować są:

- Cmentarz ewangelicki z odtworzonym pomnikiem,
- Pałacyk szlachecki z XIX w., wybudowany przez Friedricha von Tolsdorffa w Białej Oleckiej,
- Kościoły w Szarejkach (gmina Kowale Oleckie), Cichym (gmina Świętajno), Świętajnie (gmina Świętajno), Wieliczkach (gmina Wieliczki), Szczecinkach oraz plebania w Gąskach,
- Wieża Ciśnień,
- Zespół Kościoła Podwyższenia Krzyża Świętego w Olecku,
- Kamienna półrotunda wzniesiona ku czci żołnierzy poległych w I wojnie światowej,
- Szlak „Tęczą piętnastu jezior wokół sudawskiej warowni”,
- „Zamek” – siedziba Zespołu Szkół Technicznych.

Tabela 19 przedstawia rozkład ocen poszczególnych miejsc, szlaków, wydarzeń i obiektów tworzonych przez Gminę Olecko.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 19. STOPIEŃ ZAINTERESOWANIA TURYSTÓW POSZCZEGÓLNYMI PRODUKTAMI TURYSTYCZNYMI NALEŻĄCYMI DO GMINY OLECKO

	bardzo duże zainteresowanie		duże zainteresowanie		średnie zainteresowanie		małe zainteresowanie		znikome zainteresowanie		brak odpowiedzi	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Przystanek Olecko	291	48,5	92	15,3	84	14	55	9,2	40	6,7	38	6,3
Jezioro Oleckie Wielkie wraz z plażą miejską i skocznią	211	35,2	156	26	98	16,3	60	10	24	4	51	8,5
Park Miejski	143	23,8	145	24,2	124	20,7	70	11,7	39	6,5	79	13,2
"Wiewiórcza Ścieżka" - trasa rowerowo-spacerowa	107	17,8	102	17	105	17,5	93	15,5	78	13	115	19,2
Szlak "Ku Dolinie Rospudy - szlakami przemytników"	101	16,8	149	24,8	114	19	86	14,3	77	12,8	73	12,2
Międzynarodowy Turniej Tenisa Ziemnego Kobiet	101	16,8	113	18,8	137	22,8	92	15,3	61	10,2	96	16
Turniej Siatkówki	94	15,7	143	23,8	113	18,8	88	14,7	68	11,3	94	15,7
Maraton Pływacki	83	13,8	139	23,2	131	21,8	90	15	63	10,5	94	15,7
Mazurskie Spotkania z Folklorem	79	13,2	127	21,2	157	26,2	86	14,3	55	9,2	96	16
Wieża Ciśnień	74	12,3	88	14,7	130	21,7	107	17,8	72	12	129	21,5
"Fiesta Borealis - Święto Młodej Muzyki na Północy"	74	12,3	115	19,2	141	23,5	88	14,7	67	11,2	115	19,2
Młyn Wodny z 1895r.	73	12,2	122	20,3	149	24,8	102	17	46	7,7	108	18



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Szlak "Nad Jezioro Krzywe - po wysokich brzegach jezior i jarów"	70	11,7	140	23,3	115	19,2	96	16	74	12,3	105	17,5
Zespół Kościoła Podwyższenia Krzyża Świętego w Olecku	60	10	93	15,5	149	24,8	119	19,8	51	8,5	128	21,3
Szlak "Na Szeską Górę - filar mazurskiego świata"	60	10	116	19,3	133	22,2	102	17	73	12,2	116	19,3
Kamienna półtunda wzniesiona ku czci żołnierzy poległych w I wojnie światowej wraz z kompleksem rekreacyjno-sportowym	58	9,7	99	16,5	132	22	106	17,7	74	12,3	131	21,8
Młyny wodne w Olecku, Starostach, Sedrankach, Babkach Gąseckich	57	9,5	117	19,5	133	22,2	102	17	74	12,3	117	19,5
Grodzisko w Wężewie	49	8,2	106	17,7	118	19,7	103	17,2	63	10,5	161	26,8
Szlak "Tęczą pietnastu jezior wokół sudawskiej warowni	49	8,2	98	16,3	114	19	105	17,5	76	12,7	158	26,3
"Zamek" - siedziba Zespołu Szkół Technicznych	48	8	104	17,3	126	21	109	18,2	79	13,2	134	22,3
Kościóły w Szarejkach, Cichym, Świętajnie, Wieliczkach, Szczecinkach oraz plebania w Gąskach	47	7,8	82	13,7	149	24,8	134	22,3	57	9,5	131	21,8

Projekt „Platforma współpracy – EGO SA” finansowany z budżetu państwa, budżetów: Miasta Elku, Gminy Gołdap, Gminy Olecko, Miasta Suwałki, Miasta Augustów oraz ze środków Unii Europejskiej



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Pałac szlachecki z XIX w., wybudowany przez Friedricha von Tolsdorffa w Białej Oleckiej	46	7,7	112	18,7	129	21,5	122	20,3	64	10,7	127	21,2
Szlak "Nad Jezioro Garbas - przygranicznymi ścieżkami do bobrowych żeremi"	44	7,3	103	17,2	133	22,2	109	18,2	70	11,7	141	23,5
Szlak "Doliną Legi - z nurtem pracowitej rzeki"	44	7,3	94	15,7	126	21	107	17,8	89	14,8	140	23,3
Grodzisko w Dybowie	39	6,5	86	14,3	141	23,5	109	18,2	60	10	165	27,5
Cmentarz ewangelicki z odtworzonym pomnikiem	35	5,8	82	13,7	120	20	126	21	103	17,2	134	22,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Miasto Suwałki, jako kolejne z objętego badaniem regionu, również posiada ciekawe produkty turystyczne. Według odpowiedzi respondentów największym uznaniem cieszą się następujące atrakcje:

- Wigry – zespół pokamedulski nad j. Wigry,
- Szlak kajakowy Czarnej Hańczy i Kanału Augustowskiego,
- Jezioro Hańcza, które jest najgłębszym jeziorem na Nizinie Polskiej,
- Wigierski Park Narodowy,
- Szlak kajakowy Rospudy,
- Szlak Papieski,
- Suwalski Park Krajobrazowy,
- Suwałki Blues Festival,
- Płociczno Tartak – Wigierska Kolejka Wąskotorowa,
- Dni Suwałk.

Spośród wyżej wymienionych produktów turystycznych przez Miasto Suwałki tworzone są jedynie takie produkty jak imprezy kulturalne - Suwałki Blues Festival oraz Dni Suwałk. Pozostałe produkty nie są zlokalizowane na terenie miasta. Oznacza to, że nie są one potencjałem obszaru EGO SA, a jedynie z racji pobliskiego położenia wpływają na jego atrakcyjność.

Analiza danych nie wskazuje jednoznacznie na najmniej atrakcyjne dla turystów produkty. Według respondentów produktami cieszącymi się średnim zainteresowaniem są:

- Zabytkowy kościół ewangelicko – augsburski pw. Świętej Trójcy,
- Molenna staroobrzędowców oraz prawosławna drewniana kaplica cmentarna,
- Zespół cmentarzy – suwalskie nekropolie,
- Kościół pw. NSPJ,
- Szlak żółty Suwałki – Mierniuszki Małe.

Poniżej zamieszczona *tabela 20* przedstawia oceny respondentów dotyczące wszystkich wymienionych w ankiecie produktów turystycznych tworzonych przez Miasto Suwałki.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 20. STOPIEŃ ZAINTERESOWANIA TURYSTÓW POSZCZEGÓLNYMI PRODUKTAMI TURYSTYCZNYMI NALEŻĄCYMI DO MIASTA SUWAŁKI

	bardzo duże zainteresowanie		duże zainteresowanie		średnie zainteresowanie		małe zainteresowanie		znikome zainteresowanie		brak odpowiedzi	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Wigry – zespół pokamedulski nad j. Wigry	301	50,2	103	17,2	92	15,3	54	9	26	4,3	24	4
szlak kajakowy Czarnej Hańczy i Kanału Augustowskiego	292	48,7	139	23,2	67	11,2	49	8,2	34	5,7	19	3,2
Jezioro Hańcza, najgłębsze jezioro na Niżu Polskim	276	46	133	22,2	95	15,8	50	8,3	23	3,8	23	3,8
Wigierski Park Narodowy	272	45,3	168	28	81	13,5	39	6,5	22	3,7	18	3
szlak kajakowy Rospudy	271	45,2	148	24,7	82	13,7	49	8,2	30	5	20	3,3
Szlak Papieski	237	39,5	143	23,8	68	11,3	64	10,7	50	8,3	38	6,3
Suwałski Park Krajobrazowy	235	39,2	191	31,8	98	16,3	42	7	15	2,5	19	3,2
Suwałki Blues Festival	199	33,2	115	19,2	112	18,7	77	12,8	43	7,2	54	9
Płociczno Tartak – Wigierska Kolejka Wąskotorowa	170	28,3	154	25,7	113	18,8	79	13,2	48	8	36	6
Dni Suwałk	163	27,2	136	22,7	117	19,5	76	12,7	34	5,7	74	12,3
szlak rowerowy po Suwałkach i w kierunku Wigierskiego Parku Narodowego oraz nad	145	24,2	147	24,5	122	20,3	85	14,2	44	7,3	57	9,5



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

jeziora Okmin i Ożewo, dla ruchu rowerowego lokalnego i turystycznego nad zalew Arkadia oraz do zespołu obiektów rekreacyjno - sportowych (korty, boiska do piłki nożnej, siatkowej i koszykowej, basen, sauna, siłownia)												
Stary Folwark – Muzeum Wigier im. Alfreda Lityńskiego	137	22,8	139	23,2	127	21,2	92	15,3	55	9,2	50	8,3
suwalska starówka z klasycystyczną zabudową – zespół przestrzenny ulicy Kościuszki	101	16,8	152	25,3	171	28,5	74	12,3	45	7,5	57	9,5



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

park Konstytucji 3 Maja z XIX. wiecznym żeliwnym zegarem słonecznym, altaną oraz nową fontanną, w muszli koncertowej w parku siedziba Centrum Międzynarodowej Informacji Kulturalnej i Turystycznej Regionalnego Ośrodka Kultury i Sztuki	95	15,8	130	21,7	176	29,3	95	15,8	47	7,8	57	9,5
szlak rowerowy Dowspuda – Stary Folwark	92	15,3	138	23	135	22,5	93	15,5	73	12,2	69	11,5
Suwalski Jarmark Folkloru. Festiwal Jadła Kresowego	91	15,2	137	22,8	136	22,7	94	15,7	53	8,8	89	14,8
Festyn Jaćwieski	89	14,8	138	23	126	21	101	16,8	62	10,3	84	14
Międzynarodowy Festiwal Pieśni i Tańca „Muszelki Wigier”	88	14,7	121	20,2	135	22,5	103	17,2	60	10	93	15,5
Muzeum Okręgowe w gmachu dawnej Resursy Obywatelskiej, ze stałą wystawą Alfreda Wierusza Kowalskiego (w remoncie do 2011 r.)	87	14,5	127	21,2	129	21,5	101	16,8	80	13,3	76	12,7

Projekt „Platforma współpracy – EGO SA” finansowany z budżetu państwa, budżetów: Miasta Elku, Gminy Gołdap, Gminy Olecko, Miasta Suwałki, Miasta Augustów oraz ze środków Unii Europejskiej



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

wraz z oddziałami: Muzeum im. Marii Konopnickiej (dom rodzinny Marii Konopnickiej) oraz Centrum Sztuki Współczesnej - Galeria Andrzeja Strumiłły												
Piknik Kawaleryjski	84	14	140	23,3	121	20,2	101	16,8	69	11,5	85	14,2
zabytkowa konkatedra św. Aleksandra i w jej poblizu pomnik Jana Pawła II autorstwa prof. Gustawa Zemły	82	13,7	121	20,2	137	22,8	110	18,3	58	9,7	92	15,3
międzynarodowa trasa rowerowa EUROVELO R 11	70	11,7	136	22,7	126	21	114	19	66	11	88	14,7
europejski dalekobieżny szlak pieszy E 11	68	11,3	108	18	124	20,7	109	18,2	85	14,2	106	17,7
zabytkowy kościół pw. Najświętszego Serca Pana Jezusa (dawna	55	9,2	109	18,2	145	24,2	124	20,7	69	11,5	98	16,3
pierścień rowerowy Suwalszczyzny R 65	46	7,7	111	18,5	143	23,8	108	18	78	13	114	19
	49	8,2	84	14			128	21,3	79	13,2	123	20,5
szlak niebieski Suwałki - Danowskie	45	7,5	117	19,5	142	23,7	113	18,8	80	13,3	103	17,2
suwalskie nekropolie: zespół cmentarzy (cerkiew)	47	7,8	112	18,7	135	22,5	128	21,8	79	13,5	104	17,9

Projekt „Platforma współpracy – EGO SA” finansowany z budżetu państwa, budżetów: Miasta Elku, Gminy Gołdap, Gminy Olecko, Miasta Suwałki, Miasta Augustów oraz ze środków Unii Europejskiej



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

(katolicki, ewangelicki, prawosławny, Staroobrzędowców, żydowski, muzułmański)												
zabytkowy kościół ewangelicko – augsburski pw. Świętej Trójcy	38	6,3	98	16,3	149	24,8	143	23,8	67	11,2	105	17,5
Letnia Filharmonia AUKSO	38	6,3	103	17,2	140	23,3	138	23	92	15,3	89	14,8
- molenna Staroobrzędowców - prawosławna drewniana kaplica cmentarna z początków XX w.	33	5,5	89	14,8	136	22,7	123	20,5	96	16,0	123	20,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Augustów – ostatnie miasto wchodzące w skład regionu EGO SA posiada najwięcej produktów turystycznych, które cieszą się bardzo dużym i dużym zainteresowaniem wśród turystów. Najatrakcyjniejszymi produktami turystycznymi, które tworzy Miasto Augustów są:

- Mistrzostwa Polski w Pływaniu na Byle Czym „Co ma pływać nie utonie”,
- Kanał Augustowski i biegnący z jego nurtem Szlak Papieski,
- Żegluga Augustowska,
- Puszcza Augustowska,
- Sanktuarium w Studzienicznej,
- Szlaki kajakowe m.in. po Kanale Augustowskim, Czarnej Hańczy, Rospudzie, Biebrzy,
- Bulwary spacerowe na rzeką Nettą i jeziorem Necko wraz z mołem im. Radiowej Trójki oraz Elektryczny Wyciąg Nart Wodnych,
- Motorowodne Mistrzostwa Świata Łodzi Wytrzymałościowych „Necko Endurance”.

Najmniej atrakcyjnymi dla turystów produktami turystycznymi, które powinny zostać udoskonalone są:

- Szlak pieszy do Danowskich,
- Szlak pieszy do Huty,
- Szlak pieszy do Mikaszówki.

Poniżej zamieszczona *tabela 21* przedstawia rozkład wszystkich odpowiedzi respondentów dotyczących oceny stopnia zainteresowania poszczególnymi produktami turystycznymi tworzonymi przez Miasto Augustów.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 21. STOPIEŃ ZAINTERESOWANIA PRODUKTAMI TURYSTYCZNYMI ZLOKALIZOWANYMI W MIEŚCIE AUGUSTÓW

	bardzo duże zainteresowanie		duże zainteresowanie		średnie zainteresowanie		małe zainteresowanie		znikome zainteresowanie		brak odpowiedzi	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Mistrzostwa Polski w Pływaniu Na Byle Czym „Co ma pływać nie utonie”	350	58,3	106	17,7	57	9,5	45	7,5	26	4,3	16	2,7
Kanał Augustowski	345	57,5	129	21,5	64	10,7	33	5,5	15	2,5	14	2,3
Szlak wodny – Kanał Augustowski Szlak Papieski	310	51,7	105	17,5	76	12,7	49	8,2	35	5,8	25	4,2
Żegluga Augustowska	280	46,7	131	21,8	88	14,7	62	10,3	19	3,2	20	3,3
Puszcza Augustowska	275	45,8	156	26	87	14,5	42	7	24	4	16	2,7
Pojezierze Augustowskie	265	44,2	130	21,7	96	16	59	9,8	29	4,9	21	3,5
Sanktuarium w Studzicznej	256	42,7	138	23	73	12,2	60	10	37	6,2	36	6
Szlaki kajakowe m.in. po Kanale Augustowskim, Czarnej Hańczy, Rospudzie, Biebrzy	253	42,2	121	20,2	74	12,3	71	11,8	40	6,7	41	6,8
Zespół Kanału Augustowskiego	250	41,7	138	23,0	73	12,2	67	11,2	35	5,9	37	6,2
Bulwary spacerowe nad rzeką Netą i jeziorem Necko w Augustowie, w skład atrakcji wchodzi także: Molo imienia	212	35,3	137	22,8	123	20,5	60	10	38	6,3	30	5



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Radiowej Trójki nad jeziorem Necko i Elektryczny Wyciąg Nart Wodnych												
Motorowodne Mistrzostwa Świata Łodzi Wytrzymałościowych „Necko Endurance”	206	34,3	137	22,8	102	17	66	11	51	8,5	38	6,3
Elektryczny Wyciąg Nart Wodnych	199	33,2	134	22,3	118	19,7	70	11,7	38	6,3	41	6,8
Weekendy z Trójką	196	32,7	156	26	102	17	58	9,7	44	7,3	44	7,3
Augustowska Noc Kabaretowa „Lejemy Wodę”	188	31,3	143	23,8	126	21	64	10,7	35	5,8	44	7,3
Balladowe Nocki nad Neckiem	144	24	147	24,5	127	21,2	77	12,8	66	11	39	6,5
Muzeum Ziemi Augustowskiej, Muzeum Kanału Augustowskiego	141	23,5	143	23,8	154	25,7	81	13,5	41	6,8	40	6,7
Sanatorium Uzdrowskie „Budowlani” – „Zdrowie w Augustowie”	138	23	166	27,7	131	21,8	83	13,8	43	7,2	39	6,5
Szlak rowerowy Rzeki Rospudy	125	20,8	144	24	127	21,2	91	15,2	72	12	41	6,8
Międzynarodowy Konkurs Skoków na Nartach Wodnych "Netta Cup" Memoriał Zygmunta	125	20,8	126	21	141	23,5	95	15,8	62	10,3	51	8,5



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Kowalika												
Regaty o Puchar Burmistrza Miasta Augustowa - Eliminacje Pucharu Polski Jachtów Kabinowych	119	19,8	124	20,7	141	23,5	98	16,3	62	10,3	56	9,3
Reggae Netta Festiwal	117	19,5	149	24,8	123	20,5	82	13,7	72	12	57	9,5
Szlak konny Puszczy Augustowskiej	114	19,0	129	21,5	132	22,0	105	17,5	69	11,5	51	8,5
Szlak rowerowy wokół jeziora Sajno	95	15,8	120	20,0	129	21,5	112	18,7	76	12,7	68	11,3
Zabytkowy kościół eklektyczny - Bazylika Mniejsza Najświętszego Serca Jezusa	93	15,5	118	19,7	155	25,8	116	19,3	61	10,2	57	9,5
Szlak rowerowy rzeki Netty	91	15,2	116	19,3	146	24,3	113	18,8	72	12,0	62	10,3
Szlak rowerowy wokół jezior Białe i Studzienie	85	14,2	125	20,8	147	24,5	107	17,8	79	13,2	57	9,5
Augustowski Złot Morsów	83	13,8	125	20,8	139	23,2	123	20,5	72	12,0	58	9,7
Stara Poczta, zbudowana w 1828 r. w stylu neoklasycystycznym według projektu H. Marconiego	82	13,7	157	26,2	140	23,3	92	15,3	70	11,7	59	9,8
Zrekonstruowany dworek	77	12,8	159	26,5	152	25,3	90	15,0	66	11	56	9,3



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

gen. Ignacego Prądyńskiego z 1829 r.												
Festiwal Jazzu Tradycyjnego „Spotkanie z Louis’em Armstrongiem”	74	12,3	120	20	160	26,7	107	17,8	84	14	55	9,2
Szlak pieszy do Raczek	71	11,8	99	16,5	166	27,7	103	17,2	79	13,2	82	13,7
Szlak rowerowy wokół jeziora Kolno	69	11,5	112	18,7	137	22,8	120	20	84	14	78	13
„Camerata Augustoviana”- cykl koncertów muzyki poważnej	68	11,3	134	22,3	155	25,8	126	21	60	10	57	9,5
Szlak pieszy do Mikaszówki	54	9	75	12,5	150	25	126	21	94	15,7	101	16,8
Szlak pieszy do Bargłowa Kościelnego	50	8,3	79	13,2	158	26,3	118	19,7	105	17,5	90	15
Szlak pieszy do Danowskich	47	7,8	89	14,8	133	22,2	129	21,5	113	18,8	89	14,8
Szlak pieszy do Huty	41	6,8	89	14,8	132	22	128	21,3	110	18,3	100	16,7

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Powyżej zamieszczona analiza danych, dotycząca atrakcji turystycznych regionu EGO SA oraz stopnia zainteresowania nimi ukazuje, które produkty turystyczne mają znaczący wpływ na atrakcyjność niniejszego regionu.

Na podstawie odpowiedzi respondentów można wyłonić najbardziej popularne wśród turystów, produkty turystyczne, które tworzone są przez poszczególne miasta i gminy regionu EGO SA. Należą do nich:



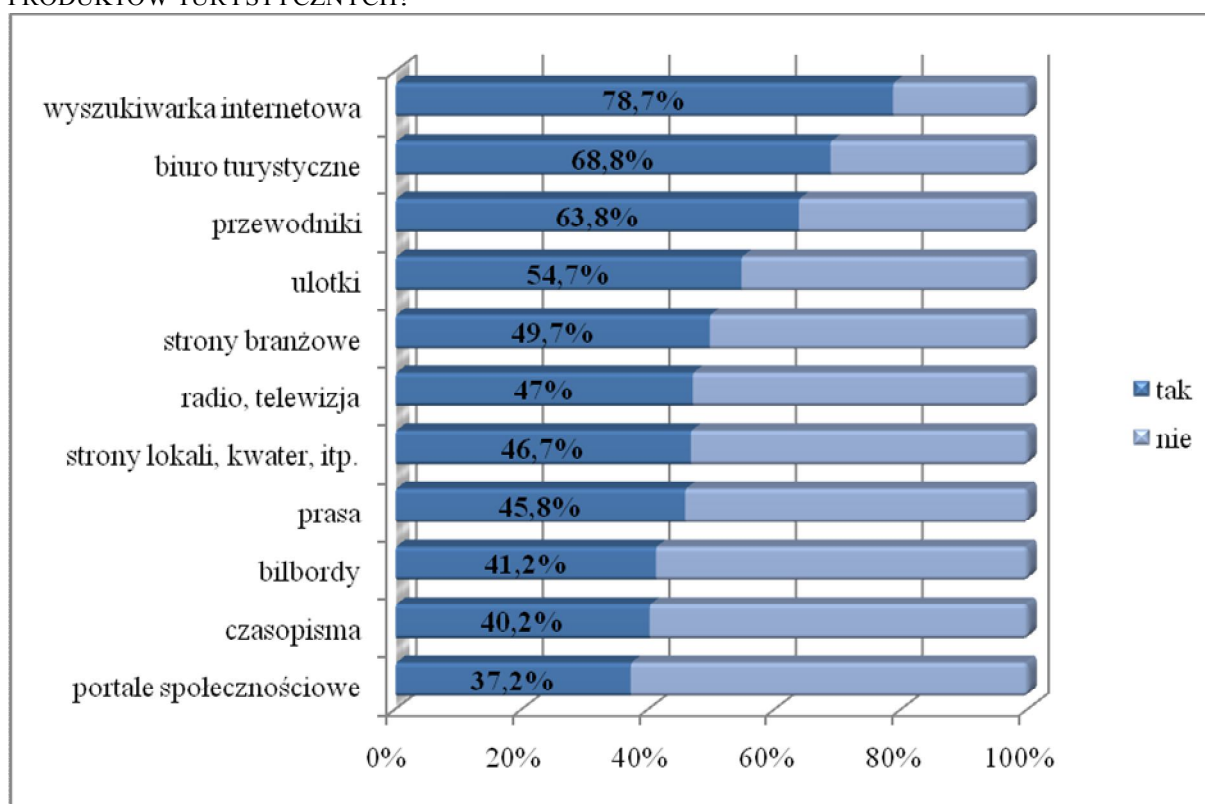
W kolejnej części ankiety respondenci zostali zapytani o to, gdzie można znaleźć informacje na temat wyżej analizowanych produktów.

Najwięcej respondentów (78,7%) wskazało, że wyszukiwarka internetowa jest jednym z najlepszych sposobów zdobycia informacji na temat istniejących na terenie EGO SA atrakcji turystycznych, przyrodniczych i rekreacyjnych. Dlatego też strony internetowe firm i instytucji, które swą działalnością związane są z turystyką powinny być tak stworzone i na bieżąco aktualizowane, aby znajdowały się na nich wszelkie informacje przydatne dla potencjalnego turysty. Innymi wskazywanymi najczęściej źródłami informacji są istniejące w poszczególnych miastach/gminach punkty informacji turystycznej oraz wydawane różnego rodzaju przewodniki i ulotki, w których umieszczane są najważniejsze dane dotyczące turystyki.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

RYSUNEK 2. GDZIE MOŻNA ZNALEŹĆ INFORMACJE NA TEMAT PODANYCH NA WSTĘPIE PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH?



Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W kolejnym pytaniu respondenci zostali zapytani o to, czy uczestniczą w tworzeniu produktów turystycznych. Ponad połowa ankietowanych zadeklarowała, że nie uczestniczy w tworzeniu produktów.

TABELA 22. CZY UCZESTNICZĄ PAŃSTWO W TWORZENIU PRODUKTU/ÓW TURYSTYCZNEGO/YCH?

	N	%
Nie	338	56,3
Tak	262	43,7
Ogółem	600	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które biorą udział w tworzeniu produktów turystycznych najczęściej wskazywali, że tymi produktami są obiekty bazy noclegowej (16,4%) bądź noclegowo – gastronomicznej (7,3%).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 23. PRODUKTY TURYSTYCZNE, W KTÓRYCH TWORZENIU UCZESTNICZĄ RESPONDENCI

	N	%
Baza noclegowa	43	16,4
Baza noclegowo-gastronomiczna	19	7,3
Wycieczki	18	6,9
Agroturystyka	12	4,6
Żegluga	12	4,6
Baza gastronomiczna	12	4,6
Spływy kajakowe	10	3,8
Kuchnia regionalna	9	3,4
Oferta sportowa	9	3,4
Biuro podróży/turystyczne	8	3,1
Mazurskie Lato Muzyczne	6	2,3
Imprezy kulturalne/muzyczne	6	2,3
Ośrodek wypoczynkowy	6	2,3
Wypożyczalnia sprzętu wodnego/turystycznego	5	1,9
Szlaki turystyczne	5	1,9
Transport osób	5	1,9
Kolonie	5	1,9
Rekreacja zimowa	4	1,5
Szlaki konne	4	1,5
Piknik Kawaleryjski	4	1,5
Organizacja imprez sportowych	4	1,5
Mazurski Festiwal Balonowy	3	1,1
Stary Folwark - Muzeum Wigier	3	1,1
Strona internetowa z prezentacją atrakcji turystycznych	3	1,1
Wieża Ciśnień	3	1,1
Jarmark Folkloru i Jadła Kresowego	3	1,1
Usługi okółoturystyczne (np. kawiarnia, lodziarnia)	3	1,1
Imprezy sportowe	3	1,1
Mazurskie Lato Kabaretowe "Mulatka"	2	0,8
egoturystyka.pl	2	0,8
Festiwal Sportów Wodnych w Ełku	2	0,8
Kartaczewo	2	0,8
Promenada nad Jeziorem Ełckim	2	0,8
Czwartki lekkoatletyczne	2	0,8

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Wyciąg nart wodnych	2	0,8
Ratownictwo wodne	2	0,8
Wędkarstwo rekreacyjne - sprzedaż pozwoleń	2	0,8
Wystawy prac malarskich/fotograficznych	2	0,8
"Muszelki Wigier"	1	0,4
Ełcka Kolej Wąskotorowa	1	0,4
Festiwal "Ogień & Woda" w Ełku	1	0,4
Ołtarz Ekumeniczny	1	0,4
Port żeglarski	1	0,4
Galeria Andrzeja Strumiłły	1	0,4
Dni Ełku	1	0,4
Kalendarz imprez	1	0,4
Kompleks sportowo-rekreacyjny	1	0,4
Ełcka Majówka Pozarządowa	1	0,4
Wędzarnia	1	0,4
Dni Suwałk	1	0,4
"Co ma pływać nie utonie"	1	0,4
WITAL - Sanatorium Uzdrawiskowe	1	0,4
Przystanek Olecko	1	0,4
Mistrzostwa Polski Skuterów Wodnych	1	0,4
Ośrodek jeździecki	1	0,4

**procent odpowiedzi został wyliczony z 262, ponieważ tyle osób zadeklarowało tworzenie nowych produktów turystycznych*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Produkty turystyczne, w których tworzeniu uczestniczą ankietowani najczęściej są finansowane ze środków własnych. W ten sposób odpowiedziało 46,2% respondentów, co związane jest zapewne z tym, że większość respondentów to właściciele firm prywatnych, związanych z branżą turystyczną. 13,7% osób biorących udział w badaniu przyznało, że tworzone przez nich produkty są finansowane z budżetu państwa, miasta lub gminy.

TABELA 24. ŹRÓDŁA FINANSOWANIA PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH, W KTÓRYCH TWORZENIU UCZESTNICZY RESPONDENT

	N	%
środki własne	121	46,2
budżet państwa/miasta/gminy	36	13,7
dochody z usługi	28	10,7
dotacje z UE	28	10,7

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

sponsorzy	16	6,1
kredyt	5	1,9
RPO Warmia i Mazury	4	1,5
Norweski Mechanizm Finansowy	3	1,1
Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego	3	1,1
PO Rozwój Polski Wschodniej	2	0,8
EFS	2	0,8
Fundacja Rozwoju Regionu Gołdap	1	0,4
Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej	1	0,4
brak odpowiedzi	12	4,6
Ogółem	262	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Następnie respondenci zostali zapytani, o to czy ich firma/instytucja posiada swój własny produkt turystyczny. W tym wypadku również ponad połowa ankietowanych zadeklarowała, że ich firma/instytucja nie posiada własnego produktu turystycznego.

TABELA 25. CZY PAŃSTWA INSTYTUCJA/FIRMA POSIADA SWÓJ WŁASNY PRODUKT TURYSTYCZNY?

	N	%
Nie	310	51,7
Tak	290	48,3
Ogółem	600	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Najczęściej wymienianymi produktami turystycznymi, które są w posiadaniu firmy respondenta są: baza noclegowa (22,4%) oraz gastronomia (14,5%). Pozostałe wskazywane przez respondentów produkty zamieszczone zostały w poniższej tabeli 26.

TABELA 26. JAKIE PRODUKTY TURYSTYCZNE POSIADA PANA/I FIRMA?

	N	%
baza noclegowa	65	22,4
gastronomia	42	14,5
wyprawy turystyczne	23	7,9
hotelarstwo	17	5,9
biuro turystyczne	8	2,8
Ełcka Kolej Wąskotorowa	7	2,4
imprezy sportowe	7	2,4

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

żegluga	7	2,4
lody	6	2,1
baza sportowa	5	1,7
rejsy	5	1,7
Suwałki Blues Festiwal	5	1,7
imprezy kulturalne	4	1,4
Park Wodny	4	1,4
spływy kajakowe	4	1,4
zdrowa żywność	3	1
agroturystyka	3	1
Piknik Kawaleryjski	3	1
promenada Elcka	3	1
Wieża Ciśnień	3	1
czwartki lekkoatletyczne	2	0,7
galeria	2	0,7
imprezy taneczne	2	0,7
maskotka jelonka Rominckiego z logo Gołdapi	2	0,7
muzeum	2	0,7
Muzeum Wigier w Starym Folwarku	2	0,7
Nagroda "Romincki Ryś"	2	0,7
nauka strzelania z kuszy/łuku, zwiedzanie grodu, tor przeszkód	2	0,7
portal turystyczny	2	0,7
potrawy regionalne	2	0,7
sprzęt sportowy	2	0,7
sprzęt wodny	2	0,7
stadiony, pływalnia, hala, ośrodek żeglarski, lodowisko, modelarstwo	2	0,7
wędkarstwo	2	0,7
własna oferta potraw rybnych, tradycyjnych potraw, pieczenie chleba	2	0,7
wypożyczalnia sprzętu wodnego	2	0,7
Międzynarodowy Festiwal Pieśni i Tańca "Muszelki Wigier"	1	0,3
"Z wodą za Pan Brat"	1	0,3
baza turystyczna nad jeziorem, bieg Jaćwingów	1	0,3
Dni Gołdapi, Kartaczewo, Kierunek Gołdap	1	0,3
dukaty mazurskie	1	0,3
grzybobranie, wędkowanie - zawody rodzinne, kuligi	1	0,3
gulasz w chlebaku	1	0,3
imprezy kulinarne	1	0,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

jazda konna	1	0,3
jezioro ełckie	1	0,3
Kanał Augustowski	1	0,3
kompleks zarybionych stawów z bazą gastronomiczną i noclegową	1	0,3
krajoznawcze zabawy integracyjne	1	0,3
kuchnia regionalna	1	0,3
łowiectwo	1	0,3
mapy, przewodniki	1	0,3
masaże relaksacyjne	1	0,3
miód	1	0,3
Mulatka	1	0,3
nurkowanie	1	0,3
oglądanie zwierzyny leśnej	1	0,3
ogólnopolski wielodyscyplinowy rajd po Wigierskim Parku Narodowym, Ogólnopolski Rajd Narciarski Wędrówki północy, Regaty żeglarskie o błękitną wstęgę jez. Wigry, Szlak rowerowy, Pierścień rowerowy suwalszczyzny, odcinek szlaku pieszego E11, szlak rowerowy	1	0,3
Ołtarz ekumeniczny - żydowski	1	0,3
ośrodek jeździecki	1	0,3
plac Jana Pawła II	1	0,3
plac rozrywki	1	0,3
pływalnia, hala, stadiony, odnowa biologiczna, korty tenisowe, siłownia	1	0,3
Podróże ze smakiem	1	0,3
polowania	1	0,3
połowy ryb	1	0,3
portal internetowy www.egoturystyka.pl szlaki rowerowe piesze, kajakowe	1	0,3
przejażdżki konne	1	0,3
Przystanek Olecko	1	0,3
Ryś Romincki	1	0,3
safari	1	0,3
sanatorium uzdrowskie - borowiny	1	0,3
sękacz	1	0,3
spływy canoe rzekami regionu	1	0,3
stadnina koni	1	0,3
stanice wodne w Jaskach i Małych Raczkach	1	0,3
Suwalski Blues Festiwal, Zalew Arkadia z obiektami, rekreacyjno	1	0,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

sportowymi i plaża miejska		
swojskie jadło	1	0,3
szlak rowerowy	1	0,3
turystyka i rekreacja	1	0,3
turystyka zdrowotna	1	0,3
windsurfing na Necku	1	0,3
wypożyczalnia katamaranów	1	0,3
wystawy	1	0,3
Zalew Arkadia kawiarnia, ścieżki rowerowe, sztuczny zalew wody zasilany Czarną Hańczą, kawiarnie ścieżki spacerowe, plaża strzeżona, kawiarnia, boiska sportowe piłki plażowej, skate Park, hala sportowa ze ścianką wspinaczkową, basen, rzeka Czarna Hańcza	1	0,3
brak odpowiedzi	4	1,4

*procent został wyliczony z 290, ponieważ tyle osób zadeklarowało tworzenie produktu turystycznego
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród respondentów, którzy zadeklarowali, że posiadają własne produkty turystyczne, blisko 66% wyraziło zamiar ich udoskonalenia. Pozostałe osoby nie zamierzają w najbliższym czasie wprowadzać zmian w swojej ofercie turystycznej.

TABELA 27. CZY ZAMIERZA PAN/I UDOSKONALAĆ ISTNIEJĄCY/E PRODUKT/Y TURYSTYCZNY/E, KTÓRE OFERUJE PANA/I INSTYTUCJA/FIRMA?

	N	%
Tak	191	65,9
Nie	99	34,1
Ogółem	290	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Osoby, które w poprzednim pytaniu zapewniły, że chcą udoskonalić tworzone produkty turystyczne zostały poproszone o wskazanie jakich produktów będzie dotyczyć ta inwestycja. Najwięcej osób wskazało, że udoskonali bazę noclegową (7,9%) bądź gastronomiczną (6,6%). Na podstawie tych danych można wywnioskować, że w najbliższym czasie w miastach i w gminach należących do EGO SA, baza noclegowa i gastronomiczna ulegnie rozbudowie.

TABELA 28. PRODUKTY TURYSTYCZNE, KTÓRE RESPONDENCI ZAMIERZAJĄ UDOSKONALIĆ

	N	%
baza noclegowa	23	7,9
gastronomia	19	6,6

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

hotelarstwo	17	5,9
wyprawy turystyczne	11	3,8
baza sportowa	9	3,1
żegluga	9	3,1
biuro turystyczne	6	2,1
imprezy taneczne	5	1,7
trasy rowerowe i piesze	5	1,7
sprzęt wodny	4	1,4
wystawy	4	1,4
Ełcka Kolej Wąskotorowa	3	1
imprezy kulturalne	3	1
imprezy sportowe	3	1
rozszerzyć ofertę deserów lodowych	3	1
sprzęt sportowy	3	1
Suwałki Blues Festiwal	3	1
wędkarstwo	3	1
agroturystyka	2	0,7
krajoznawcze zabawy integracyjne	2	0,7
Mazurskie Zawody Balonowe	2	0,7
park wodny	2	0,7
promenada	2	0,7
s pływy kajakowe	2	0,7
atrakcje wodne	1	0,3
basen, obiekty znajdujące się nad jeziorem	1	0,3
baza turystyczna nad jeziorem, bied Jaćwingów	1	0,3
dukaty mazurskie	1	0,3
grzybobranie, nauka pływania, organizowanie marszów orientacyjnych	1	0,3
imprezy kulinarne	1	0,3
Jezioro Ełckie	1	0,3
maskotka jelonka Rominckiego z logo Gołdapi	1	0,3
modernizacja oferty ełckiej kolei wąskotorowej	1	0,3
modernizacja strony internetowej	1	0,3
Mulatka	1	0,3
narty zjazdowe i brzegowe	1	0,3
nowe kierunki kształcenia	1	0,3
oferta nowych zajęć edukacyjnych	1	0,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Ołtarz ekumeniczny – żydowski	1	0,3
plac Jana Pawła II	1	0,3
plac rozrywki	1	0,3
plaże nad zalewem	1	0,3
połączenie kolejowe między miastami	1	0,3
poprawa bazy turystycznej	1	0,3
portal internetowy www.egoturystyka.pl szlaki rowerowe piesze, kajakowe	1	0,3
potrawy regionalne	1	0,3
Przystanek Olecko	1	0,3
rozszerzenie portalu poprzez więcej wiadomości na temat produktu turystycznego	1	0,3
rozszerzyć ofertę jeździeczą	1	0,3
Safari	1	0,3
SPA	1	0,3
Stanice nad Czarną Hańczą	1	0,3
suwalskie ścieżki kulturowe	1	0,3
Suwałki Blues Festiwal, Suwalski Jarmark Folkloru	1	0,3
szlak rowerowy	1	0,3
turystyka i rekreacja	1	0,3
udoskonalenie oferty	1	0,3
ulepszenie oferty muzeum	1	0,3
Wieże Ciśnień	1	0,3
wprowadzenie nowych smaków lodów	1	0,3
wycieczki krajoznawcze szlakami wielkich jezior	1	0,3
zwiedzanie zabytków, jazda konna	1	0,3
brak odpowiedzi	10	3,4

**procent został wyliczony z 290, ponieważ tyle osób zadeklarowało tworzenie produktu turystycznego*
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Spośród ogółu czynności zmierzających do udoskonalenia produktu respondenci najczęściej wskazywali: działania promocyjne oraz reklamę (30,3%), budowę, rozbudowę lub modernizację obiektu (29,8%) oraz wzbogacenie oferty (27,3%).

TABELA 29. CZYNNOŚCI JAKIE RESPONDENCI ZAMIERZAJĄ PODJAĆ W KIERUNKU UDOSKONALENIA ISTNIEJĄCEGO/YCH PRODUKTU/ÓW TURYSTYCZNY/CH?

	N	%
Działania promocyjne/reklama	30	30,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Budowa/rozbudowa/modernizacja obiektu	29	29,3
Wzbogacenie oferty	27	27,3
Wniosek o dofinansowanie/dotacje (UE, budżet państwa, miasta, gminy)	19	19,2
Szkolenia/doskonalenie zawodowe	8	8,1
Podniesienie standardu	7	7,1
Zakup/modernizacja sprzętu wodnego/turystycznego	5	5,1
Aktualizacja bazy turystycznej	9	9,1
Kredyt	4	4
Zatrudnienie dodatkowych osób	4	4
Sprzedaż internetowa	4	4
Organizacja dancingów	3	3
Biznesplan	3	3
Brak odpowiedzi	11	11,1

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Na pytanie dotyczące planów wprowadzenia w najbliższym czasie na lokalny rynek turystyczny nowych produktów turystycznych, tylko nieco ponad 13% respondentów zadeklarowało taki zamiar.

TABELA 30. CZY ZAMIERZAJĄ PAŃSTWO W NAJBLIŻSZYM CZASIE WPROWADZIĆ NA LOKALNY RYNEK TURYSTYCZNY NOWY/E PRODUKT/Y TURYSTYCZNY/E?

	N	%
Nie	512	85,3
Tak	79	13,2
brak odpowiedzi	9	1,5
Ogółem	600	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Produkty, które najczęściej były wymieniane, jako te, które respondenci zamierzają wprowadzić na lokalny rynek turystyczny w najbliższym czasie, to: cykliczne imprezy kulturalne/muzyczne/sportowe (8,9%), wycieczki (6,3%), nauka jazdy konnej oraz wędkarstwo (5,1%).

TABELA 31. PRODUKTY TURYSTYCZNE JAKIE RESPONDENCI MAJĄ ZAMIAR W NAJBLIŻSZYM CZASIE WPROWADZIĆ NA LOKALNY RYNEK TURYSTYCZNY

	N	%
--	---	---

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Cykliczne imprezy kulturalne/muzyczne/sportowe	7	8,9
Wycieczki	5	6,3
Nauka jazdy konnej	4	5,1
Wędkarstwo	4	5,1
Restauracja	3	3,8
Budowa hotelu	2	2,5
Kuligi	2	2,5
Kolonie/szkoła przetrwania	2	2,5
Kursy żeglarskie/motorowe	2	2,5
Pamiętki regionalne	2	2,5
Sporty lądowe	2	2,5
Nauka fotografowania	2	2,5
Nauka jazdy na nartach	2	2,5
Nowe potrawy w menu	2	2,5
Nauka windsurfingu	2	2,5
Aerobik	1	1,3
Kuchnia regionalna	1	1,3
Grzybobranie	1	1,3
Hala sportowa	1	1,3
Pole golfowe	1	1,3
Korty tenisowe	1	1,3
Nauka pływania	1	1,3
Oferta sportowa	1	1,3
Pensjonat	1	1,3
Pływająca pizzeria	1	1,3
Spływy kajakowe	1	1,3
Sporty wodne	1	1,3
Kompleks rekreacyjny (amfiteatr, basen, spa)	1	1,3
Sanatorium	1	1,3
Usługi noclegowe	1	1,3
Basen	1	1,3
Masło własnej produkcji	1	1,3
Stadion piłkarski	1	1,3
Aqua park	1	1,3
Stadion lekkoatletyczny	1	1,3

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Pole caravanning	1	1,3
Imprezy polowe (myślistwo, swojskie jądło)	1	1,3
Ołtarz ekumeniczny	1	1,3
Plenerowe imprezy integracyjne	1	1,3
Serwis motorowodny	1	1,3
Suwalski Park linowy na Czarną Hańczę	1	1,3
Stacje wodne	1	1,3
Brak odpowiedzi	9	11,4

**procent został wyliczony z 79, ponieważ tyle osób zadeklarowało wprowadzenie nowego produktu turystycznego na rynek*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Wprowadzenie na rynek turystyczny nowego produktu turystycznego lub udoskonalenie już istniejącego wiąże się z poniesieniem kosztów finansowych. Spośród respondentów, którzy udzielili odpowiedzi na pytanie dotyczące wysokości nakładów finansowych przeznaczonych na wprowadzenie bądź udoskonalenie produktu turystycznego 13,3% osób zadeklarowało, że koszt tychże inwestycji nie przekroczy 10 tys. zł. Natomiast ponad połowa respondentów nie była w stanie wskazać wysokości nakładów finansowych jakie mieliby przeznaczyć w związku z wprowadzeniem lub udoskonaleniem produktu turystycznego.

TABELA 32. WYSOKOŚĆ NAKŁADÓW JAKIE PLANUJE WYASYGNOWAĆ FIRMA/INSTYTUCJA W ZWIĄZKU Z WPROWADZENIEM NOWEGO PRODUKTU LUB UDOSKONALENIEM DOTYCHCZASOWEGO PRODUKTU W NAJBLIŻSZYM CZASIE

	N	%
poniżej 10 tys. zł	27	13,3
od 50 tys. zł do 100 tys. zł	22	10,8
od 10 tys. zł do 50 tys. zł	17	8,4
od 100 tys. zł do 500 tys. zł	13	6,4
powyżej 1 mln zł.	11	5,4
od 500 tys. zł do 1 mln zł	9	4,4
brak odpowiedzi	104	51,2
Ogółem	203	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Powyższa analiza danych wykazała, że region EGO SA jest regionem bogatym w produkty turystyczne. Ponadto większość z nich cieszy się dużym zainteresowaniem wśród turystów. Bogata oferta atrakcji udoskonalona o nowe pomysły sprawi, że region ten z czasem

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

będzie się stawał coraz atrakcyjniejszym miejscem odpowiednim dla każdego potencjalnego turysty.

W związku z powyższym dalsza część ankiety dotyczyła pomysłów na nowe produkty turystyczne.

c. Pomysły na nowe produkty turystyczne

Respondenci, gdy zapytano ich jakie produkty turystyczne można by było wprowadzić na rynek, aby wykorzystać w pełni potencjał miasta/gminy, wykazali się dużą pomysłowością. Owe pomysły mogą zostać wykorzystane podczas tworzenia nowych atrakcji turystycznych.

W pierwszej kolejności przeanalizowane zostały odpowiedzi respondentów pochodzących z Miasta Ełk. Najwięcej odpowiedzi (22,8%) wskazywało na zwiększenie liczby imprez kulturalnych. 17,5% ankietowanych uważa, że aby w pełni wykorzystać potencjał turystyczny miasta należy zainwestować w zagospodarowanie linii brzegowej Jeziora Ełckiego. Innymi pomysłami respondentów są: rozbudowa i oznakowanie szlaków turystycznych (14,9%), poszerzenie bazy noclegowej (12,3%), modernizacja i rozbudowa Plaży Miejskiej (11,4%).

Pozostałe pomysły respondentów na większe wykorzystanie potencjału miasta przedstawia niżej zamieszczona *tabela 33*.

TABELA 33. GDYBY POSIADAŁ/A PAN/I ODPOWIEDNIE ZASOBY TO JAKIE PRODUKTY TURYSTYCZNE MOŻNA BY BYŁO WPROWADZIĆ NA RYNEK, ABY WYKORZYSTAĆ W PEŁNI POTENCJAŁ **MIASTA EŁK**?

	N	%
imprezy kulturalne	26	22,8
zagospodarowanie w pełni Jeziora Ełckiego	20	17,5
rozbudowa i oznakowanie szlaków turystycznych	17	14,9
poszerzenie bazy noclegowej	14	12,3
modernizacja i rozbudowa plaży miejskiej w Ełku	13	11,4
amfiteatr	12	10,5
modernizacja i rewitalizacja Zamku Krzyżackiego w Ełku	11	9,6
parki zabaw dla dzieci	11	9,6
rejsy po jeziorze Ełckim	11	9,6
odnowa i udostępnienie zabytków	10	8,8
pola golfowe	9	7,9
poszerzenie bazy gastronomicznej	9	7,9
kryty basen	8	7,0
parki rozrywki	8	7,0

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

loty balonem	8	7,0
wycieczki po mieście Ełk i okolicach/krajoznawcze	7	6,1
lodowisko	7	6,1
kanal łączący jeziora EGO SA z Wielkimi Jeziorami Mazurskimi	6	5,3
wyciąg narciarski na Jeziorze Ełckim	6	5,3
wypożyczalnie sprzętu	6	5,3
moło nad j. Ełckim	5	4,4
ZOO	5	4,4
nowoczesne kino	5	4,4
spływy kajakowe	5	4,4
kuchnia regionalna	5	4,4
modernizacja Wieży Ciśnień	5	4,4
korty tenisowe	4	3,5
przystań na jeziorze Ełckim	4	3,5
rozbudowa promenady ełckiej	4	3,5
wystawy	4	3,5
imprezy sportowe	4	3,5
aktywny wypoczynek nad wodą/ sporty wodne	3	2,6
urozmaicić ofertę Ełckiej Kolejki Wąskotorowej	3	2,6
kasyno	3	2,6
przejażdżki bryczkami	3	2,6
przewodnik po Ełku (w tym wirtualny)	3	2,6
turnieje tenisa ziemnego	3	2,6
parki rozrywki	3	2,6
centrum handlowe	2	1,8
hale sportowe/widowiskowe	2	1,8
park zwierząt leśnych	2	1,8
pole do paint - ball	2	1,8
SPA	2	1,8
punkty dostępu do Internetu	2	1,8
sieć wiosek tematycznych	2	1,8
imprezy związane z historią i tożsamością Ełku	2	1,8
loty paralotnią	2	1,8
szkółka jazdy konnej/ wyścigi konne	2	1,8
wędkarstwo rekreacyjne	2	1,8
park wodny	2	1,8
pokazy walk rycerskich	2	1,8

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

baza wycieczkowa ze sprzętem wodnym	1	0,9
całodobowe punkty medyczne dla turystów	1	0,9
centrum wspinaczkowe	1	0,9
hipoterapia	1	0,9
kompleks strzelnic sportowych	1	0,9
kompleks uzdrowisk	1	0,9
loty krajoznawcze	1	0,9
maskotka regionalna	1	0,9
mazurska wioska żeglarska	1	0,9
muzeum regionu EGO SA	1	0,9
sieć biur turystycznych	1	0,9
skate park	1	0,9
stare miasto	1	0,9
szanty	1	0,9
wspólne dla EGO SA Lato Muzyczne	1	0,9
wystawa psów rasowych	1	0,9
występy Disco Polo	1	0,9
wyścigi nart wodnych	1	0,9
wzbogacić infrastrukturę towarzyszącą	1	0,9
cotygodniowe wieczory muzyczne	1	0,9
festiwal o tematyce regionalnej	1	0,9
park jurajski	1	0,9
park owadów	1	0,9
skoki na bangee	1	0,9
teatr	1	0,9
tramwaj wodny	1	0,9
żeglarstwo	1	0,9
festiwal muzyki alternatywnej	1	0,9
muzeum ziemi mazurskiej	1	0,9
sklepy z pamiątkami	1	0,9
agroturystyka	1	0,9
projekt Brama Mazur	1	0,9
boiska	1	0,9
opera	1	0,9
skoki spadochronowe	1	0,9

**procent wyliczony został z 114, gdyż tylu respondentów reprezentowało Miasto Elk*
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Według 14,7% respondentów, aby w pełni wykorzystać potencjał turystyczny Gminy Gołdap należy w pierwszej kolejności rozbudować bazę noclegową. 10,3% osób, uważa, że powinno się stworzyć nowe szlaki turystyczne. Ankietowani wskazywali również na zwiększenie liczby imprez kulturalnych o wymiarze ponadregionalnym, naukę jazdy konnej, przejażdżki bryczkami i wozami drabiniastymi oraz na ulepszenie infrastruktury nad Jeziorem Gołdap.

TABELA 34. GDYBY POSIADAŁ/A PAN/I ODPOWIEDNIE ZASOBY TO JAKIE PRODUKTY TURYSTYCZNE MOŻNA BY BYŁO WPROWADZIĆ NA RYNEK, ABY WYKORZYSTAĆ W PEŁNI POTENCJAŁ GMINY GOŁDAP?

	N	%
rozbudowa bazy noclegowej	17	14,7
nowe szlaki turystyczne	12	10,3
imprezy kulturalne o wymiarze ponadregionalnym	9	7,8
nauka jazdy konnej/przejażdżki bryczkami/wozami drabiniastymi	7	6
ulepszenie infrastruktury nad Jeziorem Gołdap	6	5,2
agroturystyka	5	4,3
SPA	5	4,3
place zabaw dla dzieci	4	3,4
darmowe przewodniki dla turystów	4	3,4
wspinaczka ściankowa	4	3,4
lodowisko	4	3,4
hotele o wysokim standardzie	3	2,6
spływy kajakowe	3	2,6
nauka snowboardu	3	2,6
stadnina koni	3	2,6
aqua park	3	2,6
nauka pływania	3	2,6
nauka pływania żaglówkami, motorówkami	3	2,6
hala sportowa	2	1,7
rozbudowa bazy gastronomicznej	2	1,7
imprezy sportowe	2	1,7
baza gastronomiczna z kuchnią regionalną	2	1,7
darmowa sieć Wi-Fi w gminie	2	1,7
basen	2	1,7
wypożyczalnia sprzętów turystycznych (rowery, quady)	2	1,7
uzdrowisko	2	1,7

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

wycieczki krajoznawcze	2	1,7
paralotniarstwo	2	1,7
narty wodne	2	1,7
festiwal disco-polo	1	0,9
"kino pod gwiazdami"	1	0,9
kółka fotograficzne	1	0,9
kajtsefing	1	0,9
kafejki internetowe	1	0,9
czekoladziarnia	1	0,9
smażalnia ryb	1	0,9
tężnie (inhalatornia)	1	0,9
tor przeszkód na Jeziorze Gołdap	1	0,9
zawody w strzelaniu dynamicznym ASG	1	0,9
korty tenisowe	1	0,9
kółka przyrodnicze	1	0,9
skoki na bungee	1	0,9
stadion lekkoatletyczny	1	0,9
zorganizowane wycieczki do Puszczy Rominckiej	1	0,9
pole golfowe	1	0,9
park rozrywki	1	0,9
budowa kolei wąskotorowej	1	0,9
uliczny teatr	1	0,9
brak odpowiedzi	34	29,3

*procent wyliczony został z 116, gdyż tylu respondentów reprezentowało Gminę Gołdap

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Powiększenie bazy gastronomicznej, która będzie się specjalizowała w kuchni regionalnej pomoże Gminie Olecko, w opinii 14,8% respondentów, zwiększyć swój potencjał turystyczny. 12,3% ankieterów uważa, że w gminie powinno powstać więcej obiektów noclegowych, a według 12,3% zagospodarowanie linii brzegowej występujących tu jezior sprawi, że gmina stanie się bardziej atrakcyjna.

Pozostałe pomysły respondentów na zwiększenie wykorzystania potencjału Gminy Olecko przedstawia poniższa tabela 35.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 35. GDYBY POSIADAŁ/A PAN/I ODPOWIEDNIE ZASOBY TO JAKIE PRODUKTY TURYSTYCZNE MOŻNA BY BYŁO WPROWADZIĆ NA RYNEK, ABY WYKORZYSTAĆ W PEŁNI POTENCJAŁ GMINY OLECKO?

	N	%
baza gastronomiczna z kuchnią regionalną	12	14,8
rozbudowa bazy noclegowej	11	13,6
zagospodarowanie linii brzegowej jezior	10	12,3
festiwale muzyczne	7	8,6
imprezy plenerowe	6	7,4
imprezy promujące kulturę regionu	6	7,4
agroturystyka	5	6,2
uprawy ekologiczne w gospodarstwach agroturystycznych	4	4,9
wycieczki krajoznawcze	4	4,9
port żeglarski	3	3,7
rozbudowa bazy gastronomicznej	3	3,7
turnieje sportowe	3	3,7
park wodny	3	3,7
smażalnia ryb	3	3,7
nowe szlaki turystyczne	3	3,7
nowe plaże strzeżone	3	3,7
mała gastronomia przy jeziorach i szlakach wodnych	2	2,5
most linowy	2	2,5
plac zabaw dla dzieci	2	2,5
stadnina koni	2	2,5
tanie noclegi	2	2,5
"Koncert z Mega Gwiazdą"	2	2,5
puby	2	2,5
wyciąg nart wodnych	2	2,5
kino 3D	2	2,5
pole golfowe	2	2,5
darmowa sieć Wi-Fi	1	1,2
nauka jazdy konnej	1	1,2
kanał wodny Olecko-Giżycko, Olecko-Ełk, Suwałki-Olecko	1	1,2
mini zoo	1	1,2
rejsy	1	1,2
taxi-riksza	1	1,2
pola namiotowe	1	1,2
amfiteatr na wodzie	1	1,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

boiska do piłki siatkowej	1	1,2
wycieczki bryczką	1	1,2
sanatorium	1	1,2
wyścigi psów zaprzęgowych	1	1,2
paintball	1	1,2
pizzeria	1	1,2
punkt widokowy	1	1,2
brak odpowiedzi	18	22,2

*procent wyliczony został z 81, gdyż tylu respondentów reprezentowało Gminę Olecko
Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

W celu zwiększenia potencjału turystycznego Miasta Suwałki według 8,6% ankietowanych należy wybudować w mieście uzdrowisko/sanatorium. 7,9% uważa, że aby w pełni wykorzystać potencjał turystyczny Miasta Suwałki należy rozbudować bazę noclegową. Innymi pojawiającymi się odpowiedziami respondentów są: wybudowanie hoteli o wysokim standardzie oraz wybudowanie placów zabaw dla dzieci.

Pozostałe pomysły na zwiększenie atrakcyjności miasta przedstawia poniższa tabela 36.

TABELA 36. GDYBY POSIADAŁ/A PAN/I ODPOWIEDNIE ZASOBY TO JAKIE PRODUKTY TURYSTYCZNE MOŻNA BY BYŁO WPROWADZIĆ NA RYNEK, ABY WYKORZYSTAĆ W PEŁNI POTENCJAŁ MIASTA SUWAŁKI?

	N	%
uzdrowisko/sanatorium	13	8,6
rozbudowa bazy noclegowej	12	7,9
hotel o wysokim standardzie	9	5,9
plac zabaw dla dzieci	9	5,9
baza gastronomiczna z kuchnią regionalną	8	5,3
SPA	8	5,3
festiwale muzyczne	7	4,6
imprezy plenerowe	7	4,6
agroturystyka	6	3,9
nowe szlaki turystyczne	6	3,9
rozbudowa bazy gastronomicznej	5	3,3
amfiteatr	4	2,6
bary z ogródkami	4	2,6
korty tenisowe	4	2,6

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

lotnisko	4	2,6
pole golfowe	4	2,6
smażalnia ryb	4	2,6
boiska	4	2,6
imprezy zimowe	4	2,6
albumy, przewodniki	3	2,0
aqua park	3	2,0
festiwal muzyki sakralnej	3	2,0
stadion	3	2,0
ścieżka zdrowia	3	2,0
pikniki rodzinne (pokazanie tradycji regionu)	3	2,0
kino 4D	2	1,3
koncert szantowy	2	1,3
nowe plaże	2	1,3
obwodnica	2	1,3
bajkowy ogród	2	1,3
park rozrywki	2	1,3
park z rzeźbami artystów	2	1,3
puby	2	1,3
turnieje sportowe	2	1,3
udoskonalenie szlaków turystycznych	2	1,3
wyciąg nart wodnych	2	1,3
wypożyczalnia sprzętu wodnego	2	1,3
dyskoteki na plaży	2	1,3
warsztaty fotograficzne, malarskie (w plenerze)	2	1,3
riksze	2	1,3
trasy turystyczne	2	1,3
festiwal muzyki biesiadnej	1	0,7
festiwal muzyki cygańskiej	1	0,7
hala widowiskowa	1	0,7
park linowy na Czarną Hańczę	1	0,7
szlak do narciarstwa biegowego	1	0,7
wesołe miasteczko	1	0,7
występy zagranicznych gwiazd	1	0,7
zoo rzeźbionych zwierząt	1	0,7
stadnina koni - hipoterapia	1	0,7
imprezy turystyczne (rajdy rowerowe)	1	0,7

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

spotkania z poezją	1	0,7
tramwaje	1	0,7
brak odpowiedzi	58	38,2

*procent wyliczony został z 152, gdyż tylu respondentów reprezentowało Miasto Suwałki

Zródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Jeśli zaś chodzi o uatrakcyjnienia Miasta Augustów, to według 10,2% ankietowanych w mieście powinno powstać lodowisko. 8,8% osób uważa, że oferta miasta powinna być urozmaicona o przejażdżki bryczką po mieście. Respondenci podawali również następujące odpowiedzi: zwiększenie atrakcji zimowych, stworzenie nowych tras turystycznych oraz nowej bazy gastronomicznej z kuchnią regionalną.

Pozostałe pomysły reprezentantów Augustowa dotyczące lepszego wykorzystania potencjału turystycznego przedstawia tabela 37.

TABELA 37. GDYBY POSIADAŁ/A PAN/I ODPOWIEDNIE ZASOBY TO JAKIE PRODUKTY TURYSTYCZNE MOŻNA BY BYŁO WPROWADZIĆ NA RYNEK, ABY WYKORZYSTAĆ W PEŁNI POTENCJAŁ **MIASTA AUGUSTÓW**?

	N	%
lodowisko	14	10,2
przejażdżki bryczką po mieście	12	8,8
atrakcje zimowe turystyczne (m.in. kuligi)	11	8
nowe trasy turystyczne	11	8
baza gastronomiczna z kuchnią regionalną	9	6,6
loty balonem ponad miastem	8	5,8
wycieczki z historią regionu w tle	8	5,8
imprezy plenerowe	7	5,1
wypożyczalnia sprzętu wodnego	7	5,1
kort tenisowy	6	4,4
plac zabaw	5	3,6
spotkania ze sztuką	5	3,6
wypożyczalnia bryczek	5	3,6
aqua park	4	2,9
dorożki uliczne	4	2,9
spływy kajakowe	4	2,9
szkółki jeździeckie	4	2,9
trasy narciarskie	4	2,9
uzdrowisko	4	2,9

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

żeglarstwo lodowe-bojery	4	2,9
imprezy promujące kulturę regionu	3	2,2
park rozrywki	3	2,2
SPA	3	2,2
zagospodarowanie plaż	3	2,2
zjeżdżalnie wodne	3	2,2
biesiady kulinarne	2	1,5
festiwal piosenki żeglarskiej	2	1,5
łyżwiarstwo	2	1,5
ośrodek wypoczynkowy	2	1,5
przejażdżki konne	2	1,5
skate park	2	1,5
wycieczki "Poznajemy przyrodę"	2	1,5
wycieczki konne do Puszczy Augustowskiej	2	1,5
ZOO	2	1,5
poła namiotowe	2	1,5
biegi augustowskie na czas	1	0,7
ekoturystyka	1	0,7
gościniec	1	0,7
kuligi w Puszczy Augustowskiej	1	0,7
paralotnictwo, spadochroniarstwo, skoki na bangee	1	0,7
pole golfowe	1	0,7
sanatorium	1	0,7
stadnina	1	0,7
stanice	1	0,7
stok narciarski	1	0,7
wędzarnia ryb	1	0,7
wyciąg narciarski	1	0,7
grzybobranie - zawody w Puszczy Augustowskiej	1	0,7
zawody - triathlon: kajak – rower - pływanie	1	0,7
wyścig kolarski przełajowy	1	0,7
brak odpowiedzi	21	15,3

*procent wyliczony został z 137, gdyż tylu respondentów reprezentowało Miasto Augustów

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

Powyższe odpowiedzi dotyczyły nowych produktów turystycznych jakie można byłoby stworzyć w poszczególnych miastach i gminach regionu EGO SA. Respondenci

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

wykazali się dużą pomysłowością, a ich odpowiedzi można wykorzystać planując tworzenie nowej oferty turystycznej.

Mimo to pod uwagę należy wziąć fakt, że nie każdy podawany przez respondentów pomysł na produkt jest możliwy do realizacji (np. budowa uzdrowiska bądź sanatorium w Suwałkach). Ponadto, niektóre odpowiedzi ankietowanych nie pokrywają się z faktycznym zapotrzebowaniem na dany produkt (np. zwiększenie liczby imprez kulturalnych w Ełku, gdzie ich liczba jest wystarczająca).

Ostatnie zawarte w ankiecie pytanie dotyczyło tych walorów i atrakcji, które łączą ze sobą pięć miast/gmin wchodzących w skład regionu EGO SA, a mianowicie Miasto Ełk, Gminę Gołdap, Gminę Olecko, Miasto Suwałki oraz Miasto Augustów.

Respondenci w większości (45,7%) uznali, że chcąc wypromować tych pięć miast, w pierwszej kolejności zwróciliby uwagę na łączące je liczne jeziora i rzeki. Następnie 21,8% uznało, że miasta i gminy łączą ze sobą warunki przyrodnicze, które można by było wykorzystać do promocji tego regionu.

Wiele z udzielanych odpowiedzi respondentów na to pytanie dotyczy atrakcji przyrodniczych. Tak więc warto byłoby pomyśleć o tym, jakie walory przyrodnicze mogłyby sprawić, że region stałby się atrakcyjniejszy turystycznie.

TABELA 38. CZY JEST PAN/I W STANIE POWIEDZIEĆ, CO ŁĄCZY MIASTO EŁK, GMINĘ GOŁDAP, GMINĘ OLECKO, MIASTO SUWAŁKI ORAZ MIASTO AUGUSTÓW? GDYBY CHCIAŁ/A PAN/I WYPROMOWAĆ JEDNOCZEŚNIE PIĘĆ TYCH MIAST TO NA CO BY PAN/I ZWRÓCIŁ/A SZCZEGÓLNA UWAGĘ?

	N	%
liczne jeziora/rzeki	274	45,7
walory przyrodnicze	131	21,8
położenie geograficzne	125	20,8
las/puszcze	77	12,8
walory krajobrazowe	75	12,5
"czyste środowisko"	61	10,2
szlaki turystyczne	52	8,7
turystyka	41	6,8
zabytki	37	6,2
bliskie położenie względem siebie	35	5,8
imprezy/festiwale/festyny	32	5,3
EGO SA	31	5,2

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

szlaki rowerowe	30	5,0
kuchnia	28	4,7
kajakarstwo	22	3,7
położenie w północno-wschodniej Polsce	22	3,7
promocja rozwoju turystycznego	22	3,7
klimat	20	3,3
atrakcje turystyczne	19	3,2
Zielone Płuca Polski	19	3,2
historia	18	3,0
rekreacja wodna	18	3,0
położenie nad jeziorami	13	2,2
kultura regionalna	12	2,0
wielokulturowość	12	2,0
aktywna turystyka	9	1,5
plaże	9	1,5
agroturystyka	8	1,3
bezpieczne, czyste plaże	8	1,3
bogactwo flory i fauny	8	1,3
dziedzictwo kulturowe	8	1,3
szlaki wodne	8	1,3
cisza, spokój	7	1,2
Kraina Tysiąca Jezior	6	1,0
wędkarstwo	6	1,0
dawne województwo suwalskie	5	0,8
parki narodowe	5	0,8
wydarzenia kulturalne	5	0,8
biedne regiony Polski	4	0,7
Natura 2000	4	0,7
pojezierza	4	0,7
sporty wodne	4	0,7
żegluga	4	0,7
baza gastronomiczna	2	0,3
baza noclegowo-gastronomiczna	2	0,3
turystyka sezonowa	2	0,3
niewielkie przemysłowanie	2	0,3
architektura	1	0,2
bezrobocie	1	0,2



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

brak ofert pracy	1	0,2
brak współpracy regionalnej	1	0,2
ekoturystyka	1	0,2
imprezy sportowe	1	0,2
kościół	1	0,2
kraina zmysłów: wzroku, smaku, dotyku, słuchu	1	0,2
brak odpowiedzi	66	11,0

**procent wyliczony został z 600, gdyż tyle osób wzięło udział w niniejszym badaniu*

Źródło: opracowanie własne na podstawie przeprowadzonych badań

PODSUMOWANIE

Celem niniejszego badania jest poznanie pomysłów na nowe produkty turystyczne oraz działające produkty turystyczne z punktu widzenia popytu i podaży wśród respondentów.

W pierwszej części ankiety respondenci zostali zapytani o istniejące produkty turystyczne zlokalizowane w pięciu obszarach należących do krainy EGO SA.

Osoby, które wzięły udział w badaniu zostały poproszone o wskazanie charakterystycznych dla poszczególnych miast/gmin produktów turystycznych.

Z analizy danych wynika iż najbardziej charakterystycznymi produktami dla **Miasta Elk** są: Ełcka Kolej Wąskotorowa, „MULATKA” – Mazurskie Lato Kabaretowe oraz Promenada nad Jeziorem Ełckim. Produkty te wraz z Jeziorem Ełckim i Mazurskim Festiwalem Balonowym, zasługują według respondentów na szczególną promocję.

W opinii respondentów największym zainteresowaniem wśród turystów cieszą się: Jezioro Ełckie wraz z Plażą Miejską, Mazurskie Lato Muzyczne oraz Mazurskie Lato Kabaretowe „MULATKA”. Natomiast spośród wszystkich zamieszczonych w ankiecie produktów turystycznych, najmniej ciekawe okazały się: Pomnik Michała Kajki oraz szlak „Zabytkowe cmentarze”. Z pewnością oba te produkty powinny zostać udoskonalone w celu zwiększenia ich popularności.

Gmina Gołdap w swej ofercie turystycznej zawiera następujące charakterystyczne produkty: Piramida w Rapie, Puszcza Romincka, „Piękna Góra”. Na szczególną promocję zasługują zlokalizowane w gminie: Puszcza Romincka, Jezioro Gołdap oraz Bieg Jaćwingów.

Respondenci zostali poproszeni także o określenie stopnia zainteresowania atrakcjami należącymi do gminy. Jako najbardziej cieszące się wśród turystów zostały uznane Mosty w Stańczykach, Piramida w Rapie, „Piękna Góra” (obiekt sportowo - rekreacyjny), Jezioro Gołdap oraz Ogólnopolski Konkurs Krzyku. Produkty, które powinny zostać udoskonalone w celu zwiększenia ich atrakcyjności to: Zespół pałacowy w Galwieciach, Osada „Biegnący Wilk” w Ściborkach, Kanał Brożajcki, Pałac Steinerów i Barków wraz z grobowcem w Zakłaczcu. Produkty te zostały ocenione przez większość respondentów jak cieszące się małym zainteresowaniem wśród turystów.

Analiza danych wykazała, że respondenci uznają obiekty takie jak Piramida w Rapie czy Mosty w Stańczykach za produkty turystyczne tworzone przez Gminę Gołdap. Natomiast

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

w rzeczywistości atrakcje te, przynależą do sąsiednich gmin należących do powiatu gołdapskiego. Tak więc obiekty te nie stanowią potencjału turystycznego Gminy Gołdap, a tym samym regionu EGO SA. Natomiast z racji swego pobliskiego położenia mają, jak wynika z badań, bardzo duży wpływ na atrakcyjność turystyczną gminy.

W skład regionu EGO SA wchodzi również **Gmina Olecko**, która dla przybywających w te okolice turystów ma w swej ofercie następujące atrakcje: imprezę kulturalną „Przystanek Olecko”, okoliczne jeziora i rzeki oraz trasę spacerowo – rowerową „Wiewiórcza Ścieżka”. Respondenci z gminy Olecko, uznali, że powinno się wypromować okoliczne jeziora i rzeki, imprezę „Przystanek Olecko” oraz Park Miejski.

Największym zainteresowaniem wśród respondentów cieszą się takie produkty turystyczne jak: „Przystanek Olecko”, Jezioro Oleckie Wielkie wraz z zabytkowym mołem i skoczną oraz trasa „Wiewiórcza ścieżka”.

Największym zainteresowaniem wśród turystów cieszą się: impreza kulturalna „Przystanek Olecko” oraz Jezioro Oleckie Wielkie wraz z plażą miejską i skoczną. Z analizy danych nie można jednoznacznie stwierdzić, które z produktów są najmniej ciekawe dla respondentów, gdyż większość wskazań respondentów wskazywała na średnie zainteresowanie danym produktem.

Suwałki również tworzą ciekawe produkty turystyczne, które są dla miasta charakterystyczne. Do najważniejszych z nich należą: Suwałki Blues Festival, kuchnia regionalna oraz suwale (lokalne dukaty). Zgodnie z odpowiedziami ankietowanych większa promocja powinna dotyczyć: Wigierskiego Parku Narodowego, Suwalskiego Parku Krajobrazowego oraz klasztoru pokamedulskiego nad jez. Wigry.

W Mieście Suwałki największym uznaniem wśród respondentów cieszą się następujące produkty turystyczne: zespół pokamedulski nad j. Wigry, szlak kajakowy Czarnej Hańczy i Kanału Augustowskiego oraz Jezioro Hańcza. Za mniej ciekawe dla turystów respondenci uznali: zabytkowy kościół ewangelicko – augsburski pw. Świętej Trójcy oraz molenna Staroobrzędowców wraz z prawosławną drewnianą kaplicą cmentarną z początków XX w.

W Suwałkach podobnie jak w Gminie Gołdap większość wskazywanych przez respondentów produktów turystycznych nie przynależy terytorialnie do miasta, a tym samym swym zasięgiem nie obejmuje ich region EGO SA. Atrakcje takie jak: Suwalski Park Krajobrazowy, Wigierski Park Narodowy czy zespół pokamedulski nad jeziorem Wigry nie

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

są zlokalizowane na terenie Suwałk. Tak więc analizując potencjał turystyczny miasta atrakcji tych nie powinno się brać pod uwagę. Natomiast miejsca te niewątpliwie podnoszą atrakcyjność turystyczną Miasta Suwałki.

Ostatnim miastem należącym do EGO SA jest **Miasto Augustów**. Respondenci, którzy reprezentowali to miasto, jako charakterystyczne produkty turystyczne najczęściej podawali Kanał Augustowski, istniejącą bazę noclegową oraz Żeglugę Augustowską. Jeśli zaś chodzi o te atrakcje, które powinny być w szczególny sposób promowane to zgodnie z odpowiedziami respondentów są to: Kanał Augustowski, żegluga oraz walory przyrodnicze zlokalizowane w Augustowie i jego okolicach.

Największym zainteresowaniem wśród respondentów cieszą się takie produkty turystyczne jak: Mistrzostwa Polski w Pływaniu na Byle Czym „Co ma pływać nie utonie”, Kanał Augustowski i biegnący z jego nurtem Szlak Papieski oraz Żegluga Augustowska. Natomiast za najmniej popularne wśród turystów są podane przez ankietowanych szlaki piesze: do Danowskich, do Huty oraz do Mikaszówki.

Najlepszym sposobem pozyskiwania informacji o produktach turystycznych znajdujących się na terenie EGO SA jest wyszukiwarka internetowa. Dlatego też poszczególne miasta/gminy powinny stworzyć odpowiednie strony internetowe, które będą zawierały najpotrzebniejsze informacje dotyczące regionu. Strona internetowa powinna zachęcać turystów do przyjazdu w te tereny oraz powinna być na bieżąco aktualizowana. Respondenci równie często wskazywali także na biura turystyczne, dlatego też instytucje te powinny posiadać bogatą, aktualną wiedzę na temat walorów regionu EGO SA.

2/5 respondentów zadeklarowało, że uczestniczy w tworzeniu produktów turystycznych, którymi są w głównej mierze obiekty bazy noclegowej bądź noclegowo – gastronomicznej i są one przeważnie finansowane ze środków własnych.

Prawie połowa osób biorących udział w badaniu przyznaje, że ich firma/instytucja posiada produkty turystyczne, do których przeważnie należą: baza noclegowa i gastronomiczna.

Większy odsetek osób, które posiadają własne produkty turystyczne planuje je w przyszłości udoskonalić. W tym celu planują oni różne działania. Istniejąca oferta zostanie udoskonalona przez budowę, rozbudowę lub modernizację obiektów oraz poprzez wzbogacenie oferty. Ponadto większość respondentów planuje rozpocząć różnego rodzaju działania promocyjne.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Z analizy danych wynika, iż w najbliższym czasie w regionie EGO SA nie powstanie zbyt wiele nowych produktów turystycznych. Planowanymi nowymi produktami są: cykliczne imprezy kulturalne, wycieczki, nauka jazdy konnej, wędkarstwo.

Jednym z celów badania było poznanie pomysłów respondentów na nowe produkty turystyczne. Ankietowani, którzy wzięli udział w badaniu wskazywali dużo różnych produktów turystycznych jakie mogłyby powstać na terenie EGO SA. Odpowiedzi te były jednak bardzo zróżnicowane co uniemożliwiło wyłonienie kilku najważniejszych produktów, które według respondentów powinno się stworzyć na terenie EGO SA. Mimo to, pomysły ankietowanych mogą okazać się pomocne w tworzeniu produktów turystycznych, gdyż mogą wskazywać jaki obrać tor podczas kreowania nowej oferty turystycznej.

W poniżej zamieszczonej tabeli 39 ukazane są trzy najczęściej pojawiające się wśród odpowiedzi ankietowanych pomysły na uatrakcyjnienie oferty turystycznej poszczególnych miast i gmin. Należy wziąć pod uwagę fakt, że podawane przez respondentów odpowiedzi nie zawsze pokrywają się z faktycznym zapotrzebowaniem na dane produkty, a ponadto osoby biorące udział w badaniu nie zważały na możliwość realizacji podawanych przez nich pomysłów.

TABELA 39. PRODUKTY TURYSTYCZNE JAKIE POWINNY POWSTAĆ W REGIONIE EGO SA

MIASTO ELK	<ul style="list-style-type: none"> - zwiększenie liczby imprez kulturalnych - zagospodarowanie w pełni Jeziora Elckiego - rozbudowa i oznakowanie szlaków turystycznych
GMINA GOŁDAP	<ul style="list-style-type: none"> - rozbudowa bazy noclegowej - nowe szlaki turystyczne - imprezy kulturalne o wymiarze ponadregionalnym
GMINA OLECKO	<ul style="list-style-type: none"> - baza gastronomiczna z kuchnią regionalną - rozbudowa bazy noclegowej - zagospodarowanie linii brzegowej jezior
MIASTO SUWAŁKI	<ul style="list-style-type: none"> - uzdrowisko/sanatorium - rozbudowa bazy noclegowej - hotel o wysokim standardzie
MIASTO AUGUSTÓW	<ul style="list-style-type: none"> - lodowisko - przejażdżki bryczką po mieście - zimowe atrakcje turystyczne



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

W celu wspólnej promocji Miasta Elk, Gminy Gołdap, Gminy Olecko, Miasta Suwałki i Miasta Augustów szczególną uwagę należy zwrócić na walory przyrodnicze.

Region EGO SA położony jest na terenie Zielonych Płuc Polski. Cechy wyróżniające ten obszar to możliwość obcowania z przyrodą nie zmienioną przez cywilizację, atrakcyjne kompleksy lasów, jezior i użytków zielonych, spokój i czyste powietrze, bogactwo oraz różnorodność kultur i obyczajów, dobra tradycyjna kuchnia oraz rozwijająca się infrastruktura usługowa. Dlatego też respondenci, którzy wzięli udział w badaniu prawie jednogłośnie uznali, że poszczególne miasta i gminy wchodzące w skład regionu EGO SA łączy ze sobą bogactwo walorów przyrodniczych, a w szczególności występujące tu liczne jeziora i rzeki.

**BADANIA W ZAKRESIE MOŻLIWOŚCI I POTRZEB INWESTYCYJNYCH
W ZAKRESIE ZAGOSPODAROWANIA TURYSTYCZNEGO, KIEROWANE
DO BURMISTRZÓW, WÓJTÓW, PREZYDENTÓW MIAST ORAZ SŁUŻB
INWESTYCYJNYCH CZY PLANISTYCZNYCH W REGIONIE.**

ZAGADNIENIA METODOLOGICZNE

Przeprowadzone badania dotyczyły możliwości oraz potrzeb inwestycyjnych w zakresie zagospodarowania turystycznego w ramach projektu EGO SA. Wywiady były przeprowadzone z prezydentami, burmistrzami i wójtami, a także z osobami odpowiedzialnymi za działania inwestycyjne oraz planistyczne. Wywiady zrealizowane zostały w miastach partnerskich EGO SA: Elku, Gołdapi, Olecku, Suwałkach oraz Augustowie.

Badanie to zostało zrealizowane metodą indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI), za pośrednictwem opracowanego przez Wykonawcę scenariusza. Próba do badania została dobrana metodą celową, a jej skład został ustalony wspólnie z Zamawiającym. Łącznie wybrano 34 respondentów, pełniących funkcje prezydentów, burmistrzów, wójtów lub ich zastępców, kierowników Wydziałów Strategii Rozwoju i Promocji, skarbników, kierowników wydziałów finansowych i inwestycyjnych oraz dyrektorów Ośrodków Kultury, Sportu i Rekreacji z regionu EGO SA.

TABELA 40. RESPONDENCI, Z KTÓRYMI ZOSTAŁY PRZEPROWADZONE WYWIADY IDI

Lp.	ELK
1.	Prezydent Miasta Elku
	<i>Tomasz Andrukiewicz</i>
2.	Z-ca Prezydenta
	<i>Artur Urbański</i>
3.	Naczelnik Wydziału Organizacyjnego
	<i>Marcin Radziłowicz</i>
4.	po. Naczelnika Wydziału Strategii i Rozwoju
	<i>Renata Anna Samelko</i>
5.	Naczelnik Wydziału Finansowego
	<i>Jarosław Wróbel</i>
6.	Naczelnik Wydziału Mienia Komunalnego
	<i>Andrzej Semeńczuk</i>
7.	Naczelnik Wydziału Promocji i Spraw Społecznych

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

	<i>Aneta Werla</i>
8.	Naczelnik Wydziału Planowania Przestrzennego i Gospodarki Nieruchomościami
	<i>Sławomir Chilicki</i>
9.	Kierownik Zespołu Inwestycji
	<i>Halina Bender</i>
10.	Dyrektor Elckiego Centrum Kultury
	<i>Beata Makuch</i>
11.	Dyrektor Miejskiego Ośrodka Sportu i Rekreacji w Elku
	<i>Paweł Głowacki</i>
Lp.	GOŁDAP
1.	Zastępca Burmistrza Goldapi
	<i>Jackiem Morzy</i>
2.	Przewodniczący Rady Miejskiej w Goldapi
	<i>Remigiusz Karpiński</i>
3.	Kierownik Wydziału Organizacji i Nadzoru
	<i>Władysław Frydrych</i>
4.	Kierownik Wydziału Gospodarki Przestrzennej i Ochrony Środowiska
	<i>Beata Kolakowska</i>
5.	Kierownik Wydziału Finansów i Realizacji Budżetu
	<i>Krystyna Trzasko</i>
Lp.	OLECKO
1.	Burmistrz Gminy Olecko
	<i>Wacław Olszewski</i>
2.	Dyrektor MOSiR w Olecku
	<i>Andrzej Kamiński</i>
3.	Zastępca Burmistrza Gminy Olecko
	<i>Henryk Trznadel</i>
4.	Kierownik Wydziału Edukacji, Kultury, Sportu
	<i>Elżbieta Rękawek</i>
5.	Zastępca Dyrektora Regionalnego Ośrodka Kultury w Olecku "Mazury Garbate"
	<i>Katarzyna Jeżewska</i>
6.	Kierownik Wydziału Budownictwa, Inwestycji i Planowania
	<i>Alicja Szalkowska</i>
7.	Kierownik Wydziału Gospodarki Komunalnej i Ochrony Środowiska



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

	<i>Marianna Kisielska</i>
Lp.	SUWAŁKI
1.	Prezes Parku Naukowo-Technologicznego Polska – Wschód
	<i>Stanisław Kurak</i>
2.	Naczelnik Wydziału Geodezji, Gospodarki Nieruchomościami i Rolnictwa
	<i>Andrzej Kordowski</i>
3.	Naczelnik Wydziału Strategii i Rozwoju
	<i>Łukasz Kurzyna</i>
4.	Naczelnik Wydziału Architektury i Gospodarki Przestrzennej
	<i>Małgorzata Włoskowska</i>
5.	Naczelnik Wydziału Kultury Turystyki i Promocji
	<i>Alicja Andrulewicz</i>
6.	Zastępca Prezydenta Miasta Suwałk
	<i>Marek Buczyński</i>
Lp.	AUGUSTÓW
1.	Burmistrz Miasta Augustów
	<i>Kazimierz Kozuchowski</i>
2.	Dyrektor Miejskiego Ośrodka Sportu i Rekreacji w Augustowie
	<i>Maciej Krzywiński</i>
3.	Dyrektor Centrum Sportu i Rekreacji w Augustowie
	<i>Andrzej Zarzecki</i>
4.	Kierownik Wydziału Strategii Rozwoju i Promocji Miasta Augustów
	<i>Marcin Choroszewski</i>
5.	Skarbnik Urzędu Miejskiego w Augustowie
	<i>Monika Podziewska</i>

Scenariusz Wywiadu Pogłębionego (IDI)

Wywiady skierowane są do burmistrzów, wójtów, prezydentów oraz służb inwestycyjnych i planistycznych z regionu EGO SA

Przed rozpoczęciem wywiadu poinformowano respondenta o temacie rozmowy oraz nawiązano do pisma przewodniego wysłanego do biura urzędu z ustaleniem tematyki wywiadu.

1) Wprowadzenie

- a) Przedstawienie moderatora i firmy badawczej
- b) Przedstawienie celu badania, którym jest określenie możliwości i potrzeb inwestycyjnych w zakresie zagospodarowania turystycznego, jako ważny element oceny możliwości tworzenia i rozwoju wspólnego produktu turystycznego na terenie Polski Północno – Wschodniej na obszarze EGO SA.
- c) Prezentacja zasad wywiadu
 - poufny charakter wywiadu, uzyskane informacje będą prezentowane w zestawieniach zbiorczych;
 - rejestracja wywiadu na nośniku elektromagnetycznym, pełniąca rolę notatki, sporządzona jako dokument wewnętrzny firmy badawczej;

2) Informacja na temat symulacji potrzeb inwestycyjnych

Moderator: celem tej części wywiadu jest zaprezentowanie skróconej wersji symulacji potrzeb inwestycyjnych dla określonych konfiguracji wspólnego produktu turystycznego obszaru EGO SA.

Na początku rozmowy zaprezentuję symulacje wspólnego produktu w trzech podejściach: maksymalistycznym, pośrednim, minimalistycznym.

- a) Jak Pan(i) ocenia zaprezentowane konfiguracje wspólnego produktu? Czy poczynione założenia odpowiadają aspiracjom regionu?
- b) Czy zostały wymienione wszystkie potrzeby inwestycyjne związane z wprowadzeniem danej konfiguracji wspólnego produktu?

Dopytać o:

- ewentualne uzupełnienie potrzeb inwestycyjnych

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

- współpracę nad określonym zadaniem inwestycyjnym z partnerskimi miastami/gminami

3) Uzyskanie informacji na temat możliwości finansowania przez samorząd określonych przedsięwzięć inwestycyjnych

Moderator: celem tej części wywiadu jest określenie udziału samorządu w finansowaniu określonych inwestycji w celu wdrożenia wspólnego produktu turystycznego obszaru EGO SA.

- a) Czy samorząd planuje inwestycje w zakresie zagospodarowania turystycznego? Jakiej wysokości mogą być nakłady własne samorządu na daną inwestycję? Czy zostanie wykorzystane finansowanie zewnętrzne? Jeśli tak, jakie będą zewnętrzne źródła finansowania?
- b) Czy planuje się korzystać z programów unijnych? Jeśli tak, proszę określić z jakich programów współfinansowanych przez Unię Europejską będą Państwo korzystać?
- c) Czy istnieje możliwość wspólnego finansowania nakładów inwestycyjnych przez zainteresowane samorządy i w jakim zakresie?
- d) Czy samorząd planuje przyciągnąć inwestorów prywatnych z Polski i zagranicy? Jakie działania można w tym celu podjąć? Jakie inwestycje Pana/ Pani zdaniem powinny zostać zrealizowane w celu wzbogacenia oferty turystycznej regionu EGO SA?
- e) Jaka jest luka w finansowaniu? (różnica między całością niezbędnych nakładów a nakładami samorządu) Jakie są możliwości jej sfinansowania?

Dopytać o:

- kwoty nakładów i okresy ich wnoszenia (plany budżetowe)
- emisję papierów wartościowych komunalnych
- możliwości pozyskania funduszy z Unii Europejskiej
- negocjacje z inwestorami zewnętrznymi

Moderator: To wszystkie informacje, jakie chciałem uzyskać. Dziękuję za rozmowę.

a. Potencjał turystyczny regionu EGO SA

Miasta wchodzące w skład partnerstwa EGO SA zlokalizowane są w północno – wschodniej części Polski. Region ten charakteryzuje się dużymi możliwościami rozwoju turystyki. Niewątpliwą zaletą całego regionu jest atrakcyjne położenie. Respondenci wielokrotnie podkreślali, iż wizja i strategia rozwoju powinna opierać się o walory naturalne, przede wszystkim o otoczenia lasów i jezior, pozwalających na zdrowy i spokojny wypoczynek. „...*rzeczą, która jest w stanie przyciągnąć turystów – bardziej kojarzy się z naturą. Coś co wykorzystuje nasze naturalne walory, a więc wzgórze, lasy, jeziora, rzeki i wszelkie inwestycje, które miałyby przyczynić się do rozwoju powinny być jak najbardziej wkomponowane w nasz krajobraz, aby nie było dysonansu*” (Przewodniczący Rady Miejskiej w Gołdapi). Największym potencjałem obszaru EGO SA, dającym wiele możliwości rozwoju produktów turystycznych jest niezniszczona przyroda. Specyficzny klimat oraz położenie pomiędzy czterema puszciami – Borecką, Romińską, Augustowską i Piską, sprzyja zdrowemu, czynnemu wypoczynkowi.

Uczestnicy wywiadu zwracali uwagę na historyczne, kulturowe i społeczne powiązania regionu. „... *przez wiele lat byliśmy województwem suwalskim i te kontakty pozostały. W tym tkwi potencjał, że powstały jakieś powiązania, nie tylko infrastrukturalne, ale również organizacyjne, czy nawet towarzyskie, które warto byłoby wykorzystać*” (Burmistrz Gminy Olecko). Dzięki temu region EGO SA jest obszarem, który może realizować wspólną wizję rozwoju opartą na współpracy o charakterze komplementarnym, a nie na wewnętrznej konkurencji różnego rodzaju atrakcji turystycznych.

Większość objętych badaniem osób prezentowała atrakcje turystyczne swoich miast (regionów), które mogłyby stać się wspólnym produktem dla całego regionu. Ponadto wiele atrakcji turystycznych poszczególnych miast mogłoby stać się produktem turystycznym całej strefy EGO SA. Wszyscy respondenci zwracali uwagę na takie produkty jak:

- a) ścieżki rowerowe,
- b) imprezy kulturalne,

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

- c) walory uzdrowiskowe,
- d) imprezy sportowe,
- e) kresowość / wielonarodowościowość.

➤ *Ścieżki rowerowe*

Respondenci jednomyślnie podkreślali, iż obecne ścieżki rowerowe oraz ich dalsza rozbudowa stanowi jedną z ciekawszych atrakcji turystycznych. Zwracali oni uwagę na rozwój tej infrastruktury nie tylko w obrębie konkretnego miasta, ale w obszarze całej strefy EGO SA.

- „Propozycją może być stworzenie szlaków rowerowych. Istotne jest też stworzenie wspólnego kalendarza imprez organizowanych przez poszczególne miasta”.

- „Ponadto zamierzamy rozbudować sieć ścieżek rowerowych, które zimą mogą posłużyć jako trasy do narciarstwa biegowego” (Zastępca Prezydenta Miasta Suwałki).

- „W obszarze turystyki realizujemy tych inwestycji kilka (...) budowa promenady pieszo – rowerowej, już dwa etapy są zrealizowane. Do tego rozbudowa ścieżek rowerowych, w okolicy centrum edukacji ekologicznej...” (Prezydent Miasta Elk).

- „Klasycznym przykładem jest ścieżka wokół jeziora – 12km. Rowerem jedzie się 45 minut, natomiast pieszo idzie się 4 godziny. Planujemy rozbudowę ścieżek rowerowych tak, aby wchodziły w system ścieżek ogólnokrajowych (ścieżka do Lublina)” (Zastępca Burmistrza Gminy Olecko).

- „Chcielibyśmy tworzyć cały system szlaków rowerowych, szlaków kajakowych aby region połączyć nie tylko komunikacją bezwzględnie potrzebną do funkcjonowania mieszkańców, ale również powiedziałbym taką komunikacją turystyczną” (Zastępca Prezydenta Miasta Elk).

- „Szczególnie zależałoby mi na utworzeniu sieci ścieżek rowerowych pomiędzy Oleckiem, Gołdapią i Giżyckiem. Ułatwieniem tej inwestycji są niewykorzystane obecnie nasypy kolejowe, co czyni tę inwestycję dużo tańszą” (Burmistrz Gminy Olecko).

Uczestnicy wywiadu często podkreślali, że walory przyrodnicze regionu EGO SA w sposób naturalny skłaniają do rozwoju aktywnego spędzania wolnego czasu, właśnie poprzez między innymi turystykę rowerową. Rozwój sieci ścieżek rowerowych pozwoliłby na połączenie szlakami pięciu miast, zatem stanowić powinien jeden z istotniejszych produktów turystycznych.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

➤ *Imprezy kulturalne*

Imprezy kulturalne realizowane w obszarze EGO SA stanowią ciekawe uzupełnienie oferty turystycznej. Poszczególne miasta proponują turystom szereg atrakcyjnych imprez, którymi starają się wypełnić kalendarz lata, jednocześnie przyczyniając się do wydłużenia sezonu turystycznego od wczesnej wiosny do późnej jesieni. W Ełku na szczególną uwagę zasługują takie imprezy jak „Wind and Fire” oraz kabaret „Mulatka”. *„Pozyskaliśmy w ramach projektu zestaw do prezentacji kina na świeżym powietrzu i cieszy się to coraz większą popularnością. Inne imprezy typu „Wind and Fire” (Ogień i Woda), czyli imprezy które mają skupić uwagę na różnych możliwościach pirotechnicznych, teatrze ognia, działań związanych z wodą, (...) Rozwijamy kabaret, który uległ trochę zapomnieniu, bo przecież elcka „Mulatka” była jedną z najważniejszych imprez kabaretowych w Polsce”* (Zastępca Prezydenta Miasta Ełk). Z kolei Gołdap oferuje szereg imprez kulturalnych i muzycznych, które realizowane są nie tylko w okresie wakacji. Ponadto organizowane są imprezy podkreślające walory lokalnego folkloru takie jak: Festiwal Pograniczna Kartaczewo. *„Na przelomie stycznia i kwietnia organizowane są przez Dom Kultury imprezy typowo muzyczne. Organizowane są na dziedzińcu Domu Kultury lub w nowo otwartej sali kinowej. (...) Zadaniem Domu Kultury jest opracowanie takiego planu, aby każda grupa wiekowa znalazła coś dla siebie w skali całego roku”* (Kierownik Organizacji i Nadzoru Miasta Gołdap). Suwałki przyciągają turystów imprezami muzycznymi. Realizują pakiet zarówno dużych imprez kulturalnych przyciągających turystów z kraju i zagranicy, jak i niszowych mających jednak stałą grupę odbiorców. *„Przykładem jest duża impreza Suwałki Blues Festiwal. Jest to impreza trzydniowa z dużą obsadą znanych muzyków”* (Zastępca Prezydenta Miasta Suwałki). W Olecku na szczególną uwagę zasługują takie imprezy jak: Przystanek Olecko, Sztama, Mazurskie Spotkania z Folklorem. Augustów proponuje turystom wiele imprez kulturalnych których znaczna część odbywa się w lipcu i sierpniu. Wspomnieć należy o Augustowskim Lecie Teatralnym – cyklicznej imprezie, w ramach której odbywają się spektakle, kabarety, noce filmowe i inne.

Respondenci zwracają uwagę na potrzebę stworzenia jednolitej polityki w zakresie realizacji imprez kulturalnych w regionie tak, aby stanowiła ona atrakcyjne uzupełnienie, a nie wewnętrzną konkurencję. *„Stworzenie wspólnego kalendarza imprez tak, by uzupełniał się on, a przede wszystkim nie nakładał, by najważniejsze imprezy kulturalne ze wszystkich*

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

tych pięciu samorządów nie nakładały się na siebie” (Kierownik Wydziału Strategii Rozwoju i Promocji w Augustowie).

➤ **Walory uzdrowiskowe**

W związku z faktem, iż niewątpliwym atutem regionu EGO SA jest przyroda, uczestnicy wywiadu zwracali uwagę na zdrowotne walory regionu. Szczególną rolę odgrywają takie miasta jak Gołdap oraz Augustów.

- *„Zwracamy też uwagę na uzdrowiskowe walory naszego miasta, co również chcielibyśmy wykorzystać” (Burmistrz Miasta Augustów).*

- *„...podstawową sprawą jest to, że jesteśmy jedynym uzdrowiskiem w województwie. Jest to swojego rodzaju turystyka, ponieważ przyjeżdżają kuracjusze do sanatorium, a z kolei rodzina odwozi, odwiedza, itd. (...). Powstaną teżnie, pijalnia wód mineralnych, i to moim zdaniem przyciągnie już nie tylko kuracjuszy, a do teżni i do pijalni będą przyjeżdżać po prostu turyści i to będzie jednym z magnesów” (Zastępca Burmistrza Miasta Gołdap).*

➤ **Imprezy sportowe**

Wielokrotnie w badaniach respondenci zwracali uwagę na potencjał sportowy, którym charakteryzują się miasta strefy EGO SA. Jak wynika z przeprowadzonych badań - rozwój infrastruktury sportowej stanowi istotny aspekt w kreowaniu produktu turystycznego regionu. Miasta partnerskie realizują wiele imprez sportowych o różnej randze, wykorzystując istniejącą infrastrukturę. Ponadto osoby objęte badaniem wskazywały wiele inwestycji mających na celu poprawę istniejącej bazy sportowej.

- *„Postawiliśmy na rozwój bazy sportowej, ponieważ mamy już te „fundamenty”, które już zostały wykonane wcześniej (...) Tę bazę udoskonalamy” (Burmistrz Gminy Olecko).*

- *„Mamy w tym zakresie bogate tradycje. Szereg zespołów w piłce nożnej (Jagiellonia Białystok, Legia Warszawa, Korona Kielce, młodzieżowe reprezentacje Polski odbywały u nas zgrupowania, rozgrywały mecze” (Prezydent Miasta Ełk).*

Gołdap jest miastem, w którym niewątpliwą atrakcją turystyczną jest stok narciarski Piękna Góra. Dzięki temu sezon turystyczny w naturalny sposób wykracza poza miesiące wakacyjne. Inwestycja ta jest sukcesywnie rozwijana. *„Jeżeli chodzi o zimowe imprezy to Bieg Jaćwingów, czy coraz więcej imprez zimowych związanych z już istniejącą infrastrukturą naszej Pięknej Góry, czyli jakies zjazdy slalomy. W tym roku pojawił się pierwszy konkurs na*

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

snowboard” (Przewodniczący Rady Miejskiej w Gołdapi). Również Ełk stawia na rozwój infrastruktury sportowej, nie tylko z myślą o turystach preferujących aktywny wypoczynek, ale również z myślą o klubach sportowych, lekkoatletycznych i piłkarskich. „Poza tym rozbudowujemy bazę rekreacyjno – sportową w naszym mieście, modernizacja stadionu, części sportowej, ale i rekreacyjno – turystycznej, z lodowiskiem, z kortami tenisowymi, z placem zabaw, z małym polem golfowym” (Prezydent Miasta Ełk). Jedną z ciekawszych atrakcji dla turystów, jakie oferuje Ełk, stanowi park wodny. „Chcielibyśmy również rozbudować nasz Aquapark, który już w tej chwili jest dość atrakcyjnym miejscem, jeśli chodzi o mapę takich atrakcji wodnych w naszym województwie” (Zastępca Prezydenta Miasta Ełk). Olecko także stawia na rozwój infrastruktury sportowej oraz nadanie istniejącym obiektom najwyższych standardów. Dodatkowo realizowane są nowe produkty związane ze sportami wodnymi. „W strategii rozwoju zakładamy też rozbudowę infrastruktury sportowej. (...) Będziemy mieli najnowocześniejszy stadion, pływalnię, sale odnowy biologicznej, fitness”. „W samym Olecku warto też wybudować wyciąg do nart wodnych. Mamy już wytypowane miejsce i zostało to opracowane w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego” (Zastępca Burmistrza Gminy Olecko). Augustów wykorzystując swoje położenie realizuje inwestycje pod kątem turystyki aktywnej. Jedną z największych atrakcji turystycznych miasta jest wyciąg do nart wodnych, gdzie co roku odbywają się liczne imprezy sportowe. „Proponujemy tu również świetne warunki wypoczynku, treningu dla sportowców. Augustów może być odpowiedni dla leniuchów i osób spędzających aktywnie czas” (Burmistrz Miasta Augustów). Również Suwałki stawiają na rozwój atrakcji sportowych. „Inwestycją, którą realizujemy jest budowa Aquaparku, co jest atrakcją turystyczną zwłaszcza w warunkach złej pogody” (Zastępca Prezydenta Miasta Suwałki). Ponadto szansą na rozwój turystyki sportowej jest nowowytbudowana hala sportowa. Jak podkreślają uczestnicy wywiadu, miasto nie jest atrakcyjnie położone, dlatego też kładzie się szczególnie duży nacisk na rozwój atrakcji sportowych i rekreacyjnych. „...cenna jest inicjatywa Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego, który wybudował ośrodek sportów zimowych, są też dalsze plany rozbudowy tego ośrodka i przedłużenia sezonu zimowego na sezon letni” (Naczelnik Wydziału Strategii i Rozwoju Urzędu Miejskiego w Suwałkach).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

➤ *Kresowość / wielonarodowościowość*

Uczestnicy wywiadu często podkreślali szczególne położenie geograficzne obszaru partnerstwa EGO SA. Atutem, na który wskazywali jest bliskość granicy w wieloma Państwami, tym samym kontakt z wieloma kulturami.

- „Rzadko się zdarza, że na tak krótkim odcinku granicy jest styk z tyloma Państwami. Jest to miejsce, które można pokazać na zewnątrz, jako miejsce tolerancji. Nikt nie pyta czy ty jesteś taki czy taki, czy też nazwisko brzmi inaczej niż inne nazwisko. Nawet nie przeszkadza religia. To jest ta wielokulturowość na którą warto stawiać” (Przewodniczący Rady Miejskiej w Gołdapi).

- „...ludzie mieszkający tutaj na pograniczu, nawet w ramach EGO SA, gdzie bardzo blisko mieszkają Rosjanie, Litwini, Białorusini, pozostałości Niemców, Ukraińcy, no więc to jest coś co jest naszym dobrodziejstwem. Z jednej strony ludzie nauczyli się szanować, tolerować tę różnorodność kulturową, ale to też jest potencjał” (Przewodniczący Rady Miejskiej w Gołdapi).

Wielokulturowe aspekty pozwalają na realizację różnego rodzaju imprez, których celem jest prezentacja i promocja regionalnych produktów, dań, czy też folkloru. Ponadto odległość od granicy z Rosją, Litwą, czy też Białorusią stwarza możliwość zwiększenia ruchu turystycznego, jest potencjałem, na który warto zwrócić uwagę. Wielokrotnie respondenci wspominali, iż przed wprowadzeniem wiz, turyści z krajów ościennych licznie odwiedzali ich okolice. Aktualnie trwają rozmowy nad możliwością uproszczenia ruchu pomiędzy granicami. Należy także wspomnieć o współpracy transgranicznej i realizacji wielu wspólnych inwestycji.

- „Z myślą o rozwoju turystyki (...) powstaje też w ramach projektu realizowanego z naszymi partnerami rosyjskimi z Obwodu Kaliningradzkiego, taki projekt dotyczący budowy ścieżek turystycznych, wraz z oznakowaniem tych ścieżek, postawieniem dwudziestu tablic w miejscach związanych z historią miasta, z atrakcjami turystycznymi w czterech językach” (Prezydent Miasta Ełk).

- „W tym momencie trwa realizacja projektu w ramach współpracy transgranicznej Litwa – Polska. Jest to renowacja Parku Zygmunta Augusta w Augustowie i Parku Przyrodoleczniczego w Druzgiennikach. (...) zaakceptowany został projekt budowy amfiteatru w Augustowie i Centrum Młodzieżowego w Druzgiennikach” (Kierownik Wydziału Strategii Rozwoju i Promocji w Augustowie).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Badania przeprowadzone w Ełku, Gołdapi, Olecku, Suwałkach oraz Augustowie pozwoliły także na określenie potencjału turystycznego poszczególnych miast. Atrakcje turystyczne mogą stanowić wkład tych ośrodków w stworzenie produktu charakterystycznego dla całego regionu EGO SA.

Miasto Ełk stawia na rozwój turystyki oraz zagospodarowanie Jeziora Ełckiego. Ponadto szczególną uwagę przykładają do rozbudowy Parku Wodnego oraz modernizację niewątpliwiej atrakcji turystycznej jaką jest Ełcka Kolej Wąskotorowa. Ten zabytek techniki, który jest unikatowy na skalę krajową, cieszy turystów, zwłaszcza tych najmłodszych.

Respondenci Gołdapi przede wszystkim podkreślali w wywiadach niezwykle walory miasta jako ośrodka uzdrowskiego oraz stoku narciarski – Piękna Góra. Trwające inwestycje mają na celu rozbudowę infrastruktury uzdrowskiej i okołouzdrawiskowej, natomiast dzięki ośrodkowi narciarskiemu wydłuża się sezon turystyczny.

Z kolei uczestnicy badania w Olecku, szczególną uwagę zwracali na imprezy kulturalne, a wśród nich jedną z najpopularniejszych – Przystanek Olecko. Ważne miejsce na turystycznej mapie miasta odgrywa Ośrodek Sportu, który od wielu lat wykorzystywany jest przez kadry sportowe, i którego dalsza rozbudowa uwzględniana jest w strategii rozwoju.

Jednym z ważniejszych produktów turystycznych Suwałk, o których wielokrotnie wspominali respondenci, jest Aquapark oraz ciesząca się ogromnym zainteresowaniem impreza Suwałki Blues Festiwal. Ponadto dużą popularnością wśród turystów cieszy się Wigierski Park Narodowy z jeziorem Wigry.

Augustów jest miastem, które zlokalizowane jest w wśród jezior Sajno, Necko, Białe, Rospuda i Studzieniczne. Stąd najciekawsze produkty turystyczne związane są z wodą, a należą do nich „Elektryczny Wyciąg Nart Wodnych” oraz rejsy Kanałem Augustowskim.

b. Potrzeby wynikające z budowy produktów turystycznych

Potencjał rozwoju produktów turystycznych w obszarze EGO SA jest bardzo duży. Jednak uwarunkowania i możliwości niejednokrotnie utrudniają ten rozwój. Przeprowadzone badania pozwoliły na określenie potrzeb wynikających z budowy produktów turystycznych, ale również zwróciły uwagę na bariery rozwoju turystyki w regionie EGO SA. Potrzeby wynikające z budowy produktu turystycznego wiążą się z pokonaniem wielu istotnych

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

ograniczeń. Do najistotniejszych barier, na które zwracali uwagę uczestnicy wywiadów należą:

- a) infrastruktura komunikacyjna,
- b) niedostateczna infrastruktura turystyczna,
- c) krótki sezon turystyczny,
- d) brak jednolitej promocji regionu,
- e) źródła finansowania (brak pieniędzy, surowe wymagania w zakresie pozyskania środków).

➤ **Infrastruktura komunikacyjna**

Polska północno – wschodnia, a więc obszar obejmujący region EGO SA, należy do najgorzej skomunikowanych w Europie. Wśród większości respondentów problem infrastruktury drogowej stanowił najistotniejszą barierę mającą wpływ na rozwój turystyki. W wywiadach wielokrotnie podkreślano brak dobrej komunikacji z pozostałą częścią kraju.

- „*Na pewno najpotrzebniejszą dla nas jest infrastruktura związana z komunikacją. Jeżeli będzie można w szybki sposób dotrzeć do Gołdapi to nie jest to wtedy kłopot, ponieważ wielokrotnie słyszymy: Jak tu do Was daleko*” (Przewodniczący Rady Miejskiej w Gołdapi).

- „*Barierą jest brak dróg dojazdowych. Jesteśmy dość oddalonym miastem od centrum, od Warszawy, Katowic, Gdańska. Natomiast turyści kalkulują biorąc pod uwagę cenę benzyny (...). A więc barierą na pewno jest odległość*” (Naczelnik Wydziału Kultury, Turystyki i Promocji Urzędu Miejskiego w Suwałkach).

- „*Największą barierą jest infrastruktura drogowa, kolejowa, brak lotniska w regionie północno – wschodnim*” (Burmistrz Gminy Olecko).

Inwestycje drogowe są w trakcie realizacji, jednak ich zakres jest zbyt duży, aby ośrodki same mogły sprostać tym zadaniom. Samorządy w miarę możliwości współdziałają, lobbują na rzecz poprawy sieci komunikacyjnej, usprawniającej dojazd turystów.

- „*...współdziałaliśmy z Gołdapią, z Oleckiem i z innymi samorządami, było doprowadzenie do tego, że przebieg Via Baltici, czyli przebieg drogi ekspresowej łączącej Warszawę z krajami nadbałtyckimi, przez Elk i subregion częściowo EGO SA, będzie właśnie w takim przebiegu jaki my oczekiwaliśmy to jest po pierwsze. Po drugie zabiegaliśmy o to, żeby sieć kolejowa, linia kolejowa Rail Baltica, pobiegła właśnie przez Elk, Olecko w kierunku Suwałk i dalej na teren krajów nadbałtyckich*” (Prezydent Miasta Elk).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

- „Dwie takie duże inwestycje drogowe to są *Via Baltica* i *Rail Baltica*. Te drogi z pewnością ożywiłyby nasz region nie tylko w wymiarze turystycznym ale i gospodarczym” (Zastępca Prezydenta Miasta Ełk).

Uczestnicy wywiadów często podkreślali potrzebę budowy lotniska, która w pewnym stopniu ułatwiłaby komunikację, w szczególności turystom spoza granic naszego kraju.

- „Budowa lotniska w znacznym stopniu zmieniałaby dostępność regionu dla turystów zagranicznych” (Kierownik Wydziału Strategii Rozwoju i Promocji w Augustowie).

- „Lobbing na rzecz lotniska regionalnego w niedalekiej odległości jak najbardziej. Jeśli chcemy otworzyć się na turystów z zachodu, bo przejazd przez całą Polskę na pewno zniechęca do odwiedzenia Augustowa” (Kierownik Wydziału Strategii Rozwoju i Promocji w Augustowie).

- „Ja będę opowiadał się za tym, by lotnisko powstało, gdyż są to kolejni turyści, którzy nie chcą tak długo jeździć. Jak najbardziej będę opowiadał się za dobrymi drogami, lotniskiem” (Burmistrz Miasta Augustów).

➤ **Niedostateczna infrastruktura turystyczna**

Kolejną istotną barierą rozwoju turystyki w regionie EGO SA, która często pojawiała się w badaniach to: mała liczba miejsc noclegowych, słaba jakość tej bazy, mało atrakcji turystycznych (ograniczony dostęp do jezior w przypadku niektórych miejscowości, słaba infrastruktura związana ze sportami wodnymi, ograniczona oferta turystyczna w przypadku braku pogody, brak obiektów hotelowych o wysokim standardzie – SPA, baseny, atrakcje dla dzieci).

- „Przede wszystkim jest to brak infrastruktury na dobrym poziomie. Obecna infrastruktura lata świetności ma już za sobą. Chodzi tu m.in. o plażę miejską lub inną – brak pomostu, dno niewłaściwie zadbane, brak parkingów, brak w okolicy bazy gastronomicznej, która byłaby dobrze oznakowana i spełniałaby standardy” (Naczelnik Wydziału Kultury, Turystyki i Promocji Urzędu Miejskiego w Suwałkach).

- „Nie jesteśmy w stanie przyciągnąć turysty (...). Nie posiadamy wystarczającej bazy i atrakcji turystycznych. Planowane inwestycje są ukierunkowane na spędzanie przez turystów czasu w dniach niepogody” (Naczelnik Wydziału Kultury, Turystyki i Promocji Urzędu Miejskiego w Suwałkach).

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

- „*Brakuje przystani na większą liczbę żaglówek, przydałby się wyciąg do narciarstwa wodnego, jednak nie mamy na to na razie funduszy*” (Naczelnik Wydziału Architektury i Gospodarki Przestrzennej Wydziału Miejskiego w Suwałkach).

➤ **Krótki sezon turystyczny**

Respondenci wskazywali także krótki sezon turystyczny, jako jeden z istotniejszych czynników ograniczających rozwój turystyki. Wiele działań, ze strony władz i wydziałów odpowiedzialnych za rozwój turystyki, skierowanych jest na przedłużenie sezonu turystycznego. Badania pokazały, iż samorządy starają się wykorzystać i rozwijać te produkty turystyczne, które są atrakcją również poza miesiącami wakacyjnymi.

- „*Barierą jest też krótki sezon turystyczny, ponadto maj i czerwiec bywają upalne, natomiast sierpień deszczowy i zimny. Jeżeli zatem nasza oferta nie będzie przygotowana na niepogodę, (...) to wtedy turysta wyjedzie*” (Naczelnik Wydziału Kultury, Turystyki i Promocji Urzędu Miejskiego w Suwałkach).

- „*Obecnie turystyka w regionie uzależniona jest od dobrej pogody i sezon turystyczny trwa tylko 2 – 3 miesiące w roku – jest to okres wakacyjny*” (Kierownik Organizacji i Nadzoru Miasta Gołdap).

- „*Brakuje też infrastruktury dla narciarstwa biegowego – wytyczenie, oznakowanie i przygotowanie tras dla narciarzy. Wiem, że jest duże zainteresowanie w tym zakresie. Jest to dobry sposób na wydłużenie sezonu turystycznego*” (Kierownik Wydziału Strategii i Promocji w Augustowie).

➤ **Brak jednolitej promocji regionu**

Na pytanie dotyczące barier rozwoju turystyki respondenci często wymieniali brak spójnej promocji regionu. Każde z miast partnerskich stara się realizować działania marketingowe na własną rękę. Jednak jak pokazują badania istnieje duże oczekiwania w zorganizowaniu wspólnych działań promocyjnych całego obszaru EGO SA.

- „*W EGO SA upatrują ogromną szansę promocji. (...) Siła jest tutaj dużo większa niż w pojedynkę*” (Zastępca Prezydenta Miast Elku).

- „*Brak jest również jednolitego systemu informacyjnego o atrakcjach w regionie. Każde z miast próbuje na własną rękę pozyskiwać turystów, nie widząc korzyści współpracy, np.*

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

stworzenie jednego portalu internetowego, gdzie byłyby reklamowane atrakcje turystyczne, wycieczki po regionie” (Naczelnik Wydziału Strategii, Promocji i Rozwoju w Suwałkach).

- „Razem jesteśmy w stanie wypromować ten region, region bardzo piękny, ale czasami mało znany w innych zakątkach Polski” (Burmistrz Miasta Augustów).

➤ **Źródła finansowania**

Zdecydowana większość respondentów, jako czynnik ograniczający rozwój turystyki, wskazywała na ograniczenia finansowe. Brak pieniędzy na realizację inwestycji dotyka w zasadzie każdą miejscowość regionu EGO SA. Znaczna część środków wykorzystywanych na rozwój infrastruktury turystycznej pochodzi ze środków unijnych, przy wsparciu budżetów lokalnych. Jednak większe zasoby finansowe pozwoliłyby na zdecydowanie bardziej dynamiczne działania w zakresie rozwijania istniejących i budowania nowych produktów turystycznych.

- „Rozwój infrastruktury turystycznej wiąże się z ogromnymi kosztami, których nie zawsze jesteśmy w stanie udźwignąć”.

- „Środki pochodzą z własnych dochodów gminy, na tyle na ile nas stać, ale robimy dużo aby pozyskać zewnętrzne środki”.

c. Zestawienie inwestycji realizowanych przez poszczególne miasta i gminy

Aktywność turystyczna w miastach strefy EGO SA jest jednym z najistotniejszych elementów umożliwiających rozwój regionu. Wszystkie miasta realizują szereg inwestycji mających na celu rozwój szeroko pojętej infrastruktury turystycznej. Inwestycje te uwarunkowane są możliwościami finansowymi poszczególnych miast. Respondenci podkreślali, iż rozwój w zakresie zagospodarowania turystycznego jest jednym z priorytetów ujmowanych w budżetach. Najważniejszymi źródłami finansowania działalności oraz inwestycji sektora turystycznego są obecnie środki unijne wsparte budżetami własnymi oraz akcjami kredytowymi. Na takie źródła wskazywali wszyscy respondenci. Ponadto część ośrodków stara się szukać innych sposobów pozyskania kapitałów jednak stanowią minimalny odsetek.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Do najważniejszych inwestycji w zakresie zagospodarowania turystycznego (realizowanych, a także planowanych) zaliczyć możemy:

EŁK		
1	Budowa sieci szerokopasmowej aglomeracji miasta Ełku	5 463 312
2	Sprzedaż zamku i budowa centrum konferencyjno-hotelowego	około 1,9 mln zł
3	Nasze dziedzictwo ełcka kolej wąskotorowa w Ełku	1 070 205
4	Kompleksowa modernizacja obiektów sportowo-rekreacyjnych MOSiR	5 329 706
5	Modernizacja boiska i bieżni lekkoatletycznej wraz z trybunami	7 918 240
6	Wykorzystanie energii słonecznej w Parku Wodnym	4 493 240
7	Budowa i rozbudowa promenady pieszo-rowerowej wzdłuż jeziora ełckiego	4 917 928
8	Ełk – kulinarna stolica Mazur	979 300
9	Budowa Amfiteatru przy Ełckim Centrum Kultury w Ełku	2 865 000
10	Ośrodki informacji turystycznej	20 000
11	Stworzenie wyciągu narciarskiego	około 3 mln zł
GOŁDAP		
12	Wykonanie odwiertu solankowego i budowa tężni w parku zdrojowym	10 385 506
13	Budowa pijalni wód mineralnych w uzdrowisku	7 945 512
14	Rozwój funkcji uzdrowiskowej poprzez urządzenie plaży i budowę parków: zdrojowego i kinezyterapeutycznego	21 602 072
15	Dokończenie remontu boiska OSiR	100 000
16	Modernizacja punktów informacji turystycznej	125 325
OLECKO		
17	Modernizacja i rozbudowa Regionalnego Systemu Informacji Turystycznej	46 150
18	Budowa ścieżki pieszo-rowerowej	2 011 773
19	Centrum sportowo – rekreacyjno - kulturalne – stadiony piłkarskie	6 800 355
20	Centrum sportowo – rekreacyjno - kulturalne – hala widowiskowo sportowa z pływalnią	46 130 896
21	Planowany wyciąg do nart wodnych	około 2 mln zł
SUWAŁKI		
22	Miejskie Centrum Usług Publicznych, Kultury i Sportu – Aquapark z pływalnią	46 612 762
23	Przebudowa hali sportowej OSiR	6 478 124
24	Rozbudowa i przebudowa stadionu piłkarskiego	2 590 000
25	Miejskie Centrum Usług Publicznych, Kultury i Sportu – sala koncertowo-teatralna	50 139 140

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

26	Muzeum Okręgowe	około 8 mln zł
AUGUSTÓW		
27	Rozbudowa infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej w strefie Kanału Augustowskiego	3 855 632
28	Rozwój infrastruktury turystyki transgranicznej poprzez renowację parku przyrodoleczniczego w Druskiennikach i Rynku Zygmunta Augusta w Augustowie	2 940 000
29	Budowa kompleksu sportowego Moje boisko Orlik 2012	1 412 000
30	Wyciąg do nart wodnych	około 5 mln zł
31	Planowana budowa całorocznego centrum turystycznego	około 40 mln zł

Potrzeby inwestycyjne w obszarze EGO SA są ogromne. Wszystkie miasta intensywnie inwestują w rozwój infrastruktury turystycznej i około turystycznej. Pociąga to za sobą duże wydatki, których samorzady nie są w stanie samodzielnie zrealizować. Najważniejsze inwestycje, realizowane przez miasta partnerskie EGO SA wielokrotnie wymieniane były podczas badań. Ponadto respondenci wymieniali wiele potencjalnych inwestycji, które przy wsparciu finansowym, mogłyby zostać zrealizowane, przyczyniając się do rozwoju sektora turystycznego regionu. Do najczęściej wymienianych zaliczyć możemy:

Ełk: modernizacja kolei wąskotorowej, modernizacja stacji Sypitki z budową toalet, wiat i miejsc odpoczynku turystycznego, planowana rozbudowa Parku Wodnego, budowa obiektów sportowych „Orlik”, inwestycje związane z promenadą nadjeziorną, modernizacja Plaży Miejskiej w Ełku, rozbudowa infrastruktury noclegowej i gastronomicznej, modernizacja obiektów sportowo – rekreacyjnych przy MOSiR w Ełku, budowa parku linowego. W planach jest również budowa skateparku, a także bazy hotelowej z obiektami SPA.

Gołdap: rozbudowa infrastruktury uzdrowskiej wraz z budową tężni, pijalni wód mineralnych oraz obiektami około sanatoryjnymi. Kolejną istotną inwestycją jest rozwój ośrodka narciarskiego Piękna Góra z budową obrotowej restauracji na szczycie. W najbliższych planach priorytetowymi działaniami są - budowa zbiornika wodnego, która rozpocznie się w tym roku i będzie trwać do końca 2012 roku, a także zagospodarowanie brzegów jeziora i rzeki.

Olecko: jedną z najważniejszych inwestycji to rozbudowa infrastruktury sportowej o standardzie europejskim, realizowana w ramach programu operacyjnego Polska – Litwa.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Remont głównego placu w centrum Olecka – Placu Wolności. W planach jest także potrzeba wybudowania wyciągu do nart wodnych.

Suwałki: realizacja Aquaparku, rozbudowa Sali koncertowo – teatralnej, rozbudowa ścieżki rowerowej w kierunku jeziora Wigry.

Augustów: priorytetem jest Aquapark – inwestycja o wartości około 40 mln.zł oraz sala widowisko-teatralna szacowana również na około 40 mln.zł. Ponadto planowane są inwestycje w bazę noclegową, gastronomiczną oraz obiekty kulturalne i rozrywkę. Ważne miejsce w planie inwestycyjnym zajmują działania uzdrowiskowe.

Ponadto respondenci podkreślali konieczność realizowania wspólnych inwestycji w obszarze EGO SA. Wynikają one przede wszystkim z potrzeb likwidacji barier rozwoju turystyki wymienionych wcześniej. Do tych inwestycji, które wielokrotnie podnoszono w wywiadach zaliczyć możemy kwestie komunikacyjne – budowę dróg, budowę lotniska, rozbudowę sieci ścieżek rowerowych, rozbudowa bazy noclegowej w szerokim zakresie.

d. Inwestycje wspólne w obszarze EGO SA

Realizacja wspólnego produktu turystycznego w regionie EGO SA może przyczynić się do podniesienia atrakcyjności oraz synergii atutów poszczególnych miast. Uczestnicy wywiadu wielokrotnie zwracali uwagę na te produkty turystyczne, które powinny zostać zrealizowane wspólnie i stać się elementem charakterystycznym dla EGO SA. Do tych produktów zaliczają się:

✓ Ścieżki rowerowe łączące miasta obszaru EGO SA.

Z uwagi na walory przyrodnicze regionu utworzenie wspólnej sieci ścieżek rowerowych stałoby się niewątpliwą atrakcją dla turystów chcących aktywnie spędzać wolny czas. Poszczególne miasta częściowo posiadają własne ścieżki rowerowe, natomiast połączenie i rozbudowa tej sieci stanie się cenną atrakcją turystyczną obszaru EGO SA. Ponadto uczestnicy wywiadu zwracali uwagę na możliwość wykorzystania ścieżek w okresie zimowym jako trasy do narciarstwa biegowego. Realizacja tego produktu turystycznego powinna być jednym z najważniejszych wspólnych przedsięwzięć miast partnerskich.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Finansowanie:

Inwestycja ta powinna zostać zrealizowana wspólnie przez samorzady. Ze względu na znaczne nakłady niezbędne do realizacji tej inwestycji finansowanie powinno zostać wsparte środkami unijnymi.

- ✓ Szlaki wodne, spływy kajakowe.

Produktem turystycznym, wspólnym dla obszaru EGO SA powinny stać się również szlaki wodne (spływy kajakowe). Rozwój istniejących szlaków a także inwestycja infrastrukturę związaną z tą dziedziną turystyki będzie niewątpliwą atrakcją turystyczną całego regionu.

Finansowanie:

W ramach środków własnych, kredytów oraz środków unijnych. Niezbędne jest wykorzystanie finansowania poprzez zdobycie inwestorów zewnętrznych (lokalnych) oraz działania w ramach partnerstwa publiczno – prywatnego.

- ✓ Infrastruktura drogowa.

Sieć dróg dojazdowych, a także jakość tych dróg jest niewątpliwie jednym z najważniejszych czynników wpływających na atrakcyjność turystyczną regionu EGO SA. Respondenci byli zgodni, że poprawa infrastruktury komunikacyjnej jest najistotniejszym elementem, który wpłynie na rozwój. Dlatego też powinna zostać potraktowana priorytetowo.

Finansowanie:

Modernizacja i rozbudowa infrastruktury drogowej wymaga ogromnych nakładów. Miasta powinny szukać środków w funduszach unijnych oraz w budżetach samorządowych wyższych szczebli.

- ✓ Wspólny kalendarz imprez.

Imprezy muzyczne, kulturalne i sportowe wpisały się na stałe, jako atrakcyjny produkt turystyczny. Poszczególne miasta partnerskie realizują wiele ciekawych koncertów, meetingów, kabaretów, które przyciągają szerokie grono turystów. Uczestnicy wywiadów zwracali uwagę na konieczność stworzenia wspólnego kalendarza imprez, tak

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

aby nie konkurowały między sobą. Zbudowanie wspólnego kalendarza atrakcji bezsprzecznie wpłynęłoby na wzmocnienie spójności EGO SA.

Finansowanie:

Organizacja poszczególnych imprez powinna być realizowana przez miasta, w których się one odbywają. Dodatkowym źródłem finansowania (obok środków własnych) powinny być inwestorzy prywatni (sponsorzy).

✓ Baza noclegowa.

Wspólną inwestycją realizowaną w ramach EGO SA powinna być rozbudowa bazy noclegowej. Respondenci wielokrotnie zwracali uwagę na niedostateczną ilość miejsc noclegowych (zarówno hoteli, pensjonatów, jak i ośrodków wypoczynkowych, czy pól karawaningowych i namiotowych).

Finansowanie:

Realizacja tych inwestycji powinna być skierowana na inwestorów indywidualnych (lokalnych, krajowych, a nawet zagranicznych). Finansowanie powinno być również wsparte partnerstwem publiczno – prywatnym. W miarę możliwości bazę noclegową można finansować w ramach środków własnych, kredytów oraz środków unijnych.

✓ Ładowisko.

Problemy infrastruktury komunikacyjnej stanowią barierę w rozwoju całego regionu. Stworzenie ładowiska, w wypowiedziach respondentów, ułatwiłoby komunikację krajową, a nawet międzynarodową. Ponadto niewątpliwie wpłynęłoby na podniesienie prestiżu regionu (również w oczach potencjalnych inwestorów).

Finansowanie:

Inwestycja ta wymaga dużych nakładów. Źródłem finansowania powinny być przede wszystkim środki unijne wsparte kapitałami własnymi oraz kredytami bankowymi. Warto wykorzystać możliwości współfinansowania inwestycji przez inwestorów indywidualnych, a także w ramach partnerstwa publiczno – prywatnego.

✓ Promowanie charakterystycznych produktów regionalnych – kuchnia regionalna.

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Ciekawym produktem turystycznym jest wykorzystanie atutów kuchni regionalnej. Działania na rzecz promocji zdrowych, lokalnych potraw może pozytywnie wpłynąć na jednolity wizerunek obszaru EGO SA, może stać się jedną z „wizytówek” (brandów) regionu.

Finansowanie:

Przede wszystkim w ramach środków własnych z wykorzystaniem lokalnych instytucji gastronomicznych.

e. Źródła finansowania inwestycji turystycznych

Z przeprowadzonych badań jednoznacznie wynika, że podstawowe źródło pozyskania kapitałów stanowią środki unijne wsparte akcją kredytową oraz środki własne. Miasta starają się pozyskać kapitały uczestnicząc w różnego rodzaju funduszach unijnych, programach regionalnych i innych projektach.

- „Poszukujemy różnych źródeł finansowania. Są to głównie środki z Unii Europejskiej – Regionalny Program Operacyjny Województwa Warmińsko – Mazurskiego”.
- „Inwestujemy też w rozbudowę parku naukowo-technologicznego Polska – Wschód – ok. 60 mln zł, przy wsparciu unijnym (...) z czego 2/3 stanowią środki z Unii Europejskiej”.
- „Od momentu wejścia do UE mamy większą możliwość korzystania ze środków pomocowych. Z tych środków korzystamy i na nich bazujemy – ZPOOR, RPO Województwa Podlaskiego. Korzystamy też z programu – Rozwój Polski Wschodniej”.

Wykorzystanie funduszy unijnych wiąże się z uwzględnieniem wkładów własnych. Pociąga to za sobą konieczność wsparcia ze strony kredytów. Ta forma finansowania jest więc siłą rzeczy również popularnym źródłem pozyskania funduszy. Pozostałe źródła takie jak: obligacje komunalne, partnerstwa publiczno – prawne, czy współpraca z pozostałymi samorządami, nie są w dużym stopniu wykorzystywane i stanowią potencjalne źródło dokapitalizowania inwestycji turystycznych.

Obligacje komunalne obecnie wykorzystywane są przez jeden ośrodek. Z kolei gmina Olecko planuje w tym roku emisję komunalnych papierów wartościowych. Zdarzały się także przypadki w których badani twierdzili, iż wykorzystanie papierów wartościowych jest

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

niepraktyczne, gdyż wiąże się ze zwrotem powiększonym o odsetki. Komunalne papiery wartościowe mogą więc stanowić alternatywne źródło pozyskania funduszy.

W świetle odpowiedzi badanych – kontrowersyjną formą finansowania projektów turystycznych jest partnerstwo publiczno-prawne. O ile większość respondentów przejawia zainteresowanie tego typu współpracą, o tyle barierą jest brak odpowiednich uregulowań oraz obawa przed negatywnym odbiorem tego rodzaju partnerstwa. *„Przyglądamy się mu i w tym kraju te partnerstwo nie do końca jest zdrowe. Może dlatego, że każdy się obawia, że jakkolwiek samorząd wejdzie w partnerstwo publiczno-prywatne to już na tego samorządowca patrz krzywo, że już coś kręci”*. Jednak pomimo tych obiekcji sektor prywatny stanowi jedną z najważniejszych potencjalnych możliwości rozwoju sektora turystycznego w możliwie szerokim zakresie. Zainteresowanie ze strony samorządów oraz uregulowanie relacji partnerskich pozytywnie rokuje w kwestii partnerstwa publiczno-prywatnego.

Inne źródło finansowania upatrywać należy we współpracy z samorządami. Wśród badanych przeważała opinia o pozytywnych aspektach takiej współpracy. Samorzady mają już doświadczenie w tego typu działaniach i są otwarte na ich kontynuację. *„Jesteśmy otwarci na współpracę zwłaszcza, gdy istnieje możliwość wspólnego pozyskania środków finansowych w ramach określonego programu pomocowego”*, *„Myślę, że miasto chętnie przystąpiłoby do współpracy. Jest ku temu sprzyjająca atmosfera w samorządzie. Przykładowo w zakresie ochrony środowiska miasto współpracuje przecież ze wszystkimi gminami ościennymi.”* W świetle przeprowadzonych badań jasno wynika, iż współpraca z samorządami stanowić może źródło potencjalnych środków finansowych. Synergia wspólnych działań może przynieść korzyść dla całego obszaru EGO SA.

PODSUMOWANIE I ZALECENIA

Obszar EGO SA posiada szczególne walory przyrodnicze, które stanowią niewątpliwą atrakcję turystyczną. Odpowiednio przygotowana infrastruktura, ciekawe produkty turystyczne mogą przyczynić się do dynamicznego rozwoju tego sektora. Przeprowadzone badania wskazują, iż istnieje duży potencjał do wykorzystania. Respondenci wskazywali na potrzeby, a także bariery ograniczające rozwój turystyki. Najważniejsze zalecenia wynikające z przeprowadzonych badań można ująć w dwóch obszarach: **rozwoju produktu turystycznego oraz możliwości finansowania inwestycji**.

Stworzenie wspólnych produktów turystycznych powinno przyczynić się do budowania i utrwalania spójnego regionu w ramach EGO SA. Najważniejsze działania, które powinny zostać podjęte to przede wszystkim stworzenie jednolitego programu promocji EGO SA. Informacja przekazywana turystom powinna obejmować cały region. Zarówno baza turystyczna jak i atrakcje, produkty turystyczne powinny być prezentowane jako elementy jednego „ośrodka turystycznego”. Istotnym elementem jest działanie na rzecz wydłużenia sezonu turystycznego. Jak wynika z przeprowadzonych rozmów, w regionie można rozwinąć aktywność narciarską (zjazdy i biegi), budowane są aquaparki, a także rozszerzyć ofertę imprez sportowych i muzycznych. Należy wykorzystać potencjał sportowy regionu poprzez między innymi organizację dużych imprez sportowych. Pozwoli to z jednej strony na zapewnienie atrakcji turystom, a z drugiej na promocje regionu jako ośrodka treningowego dla sportowców. Warto zwrócić uwagę na to, że współczesny turysta jest osobą zdecydowanie bardziej mobilną, niż kilka, kilkanaście lat temu. Dzięki temu odległości pomiędzy miastami partnerstwa EGO SA nie stanowią bariery rozwoju, a wręcz przeciwnie – stanowią ciekawą alternatywę spędzania czasu. Wiąże się to z poprawą infrastruktury komunikacyjnej, zarówno pomiędzy miastami, jak i pozostałą częścią kraju. Miasta EGO SA powinny być postrzegane jako miasta nowoczesne, o wysokich standardach turystycznych. Należy zapewnić turystom dostęp do bezprzewodowego internetu, a także dostęp do informacji o regionie wystandaryzowanej na wysokim poziomie (strony internetowe, bazy noclegowe, informacje o atrakcjach turystycznych) prezentowane w przyjaznej formie graficznej i funkcjonalnej.

Finansowanie inwestycji turystycznych wiąże się z ogromnymi nakładami, na które poszczególne samorządy nie zawsze mogą sobie samodzielnie pozwolić. Jako potencjalne

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

źródła pozyskania kapitału, wskazać należy przede wszystkim programy unijne realizowane w ramach różnych programów lokalnych, wojewódzkich, krajowych a nawet przy współpracy międzynarodowej (transgranicznej). Fundusze unijne aktualnie stanowią największy udział w współfinansowaniu szeroko pojętych działań na rzecz rozwoju turystyki. Ponadto należy zwrócić uwagę na możliwość współpracy z sektorem prywatnym, który do tej pory stanowi niszową formę pozyskania kapitału. Wiele działań związanych z turystyką (budowa bazy noclegowej, gastronomia, etc...) powinny być realizowane przez inwestorów indywidualnych zarówno lokalnych, jak i większych inwestorów krajowych, bądź zagranicznych. Lobbing na rzecz rozwoju turystycznego regionu powinien wpłynąć pozytywnie na wizerunek obszaru EGO SA i tym samym przyciągnąć potencjalnych inwestorów. Projekty wymagające dużych nakładów finansowych (mających wpływ na cały region EGO SA) powinny być finansowane wspólnie z samorządami na zasadzie partnerstwa publiczno-prawnego. Warto również zwrócić uwagę na możliwości pozyskania kapitału na drodze emisji papierów wartościowych. Aktualnie ta forma ma znikomy udział w budżecie przeznaczonym na rozwój turystyki.

Reasumując należy zaznaczyć, iż ideą partnerstwa EGO SA jest taki wspólny rozwój strefy, aby w rezultacie powstał spójny, atrakcyjny region turystyczny z charakterystycznymi, unikalnymi produktami, które uzupełniałyby się wewnątrz regionu, a nie stanowiły wewnętrzną konkurencję. Synergia walorów poszczególnych miast, pozwoli na zdecydowanie efektywniejsze wypromowanie regionu w innych zakątkach Polski czy Europy. Miasta partnerskie EGO SA, wykorzystują środki unijne do finansowania projektów turystycznych, jednak potrzeby znacznie przekraczają ich możliwości. Potencjalne źródła pozyskania kapitału mogą przyspieszyć realizację wielu inwestycji szeroko pojętej turystyki, przyczyniając się tym samym do rozwoju tego sektora.



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

TABELA 41. ZESTAWIENIE NAJWAŻNIEJSZYCH INWESTYCJI REALIZOWANYCH PRZEZ MIASTA EGO SA

13 Lp.	MIASTO	Dokończenie remontu boiska OSiR (2010)	100 000	Środki własne
		PLANOWANE INWESTYCJE	WARTOŚĆ (zł)	ZRÓDŁA FINANSOWANIA
14		Modernizacja punktów informacji turystycznej (2010-2012)	125 325	Środki własne, środki unijne
15		Budowa sieci szerokopasmowej aglomeracji miasta Elku (2009-2012)	5 463 312	Środki własne, Obligacje, RPO
16		Turystycznej (2009-2011)	46 150	Środki własne, RPO Warmia i Mazury
17	Olecko	Nasze dziedzictwo elek kolejką wąskotorową w Elku (2009-2011)	1 070 205	Środki własne, Obligacje, RPO
18		Budowa ścieżki pieszo-rowerowej (2007-2011)	2 011 773	Środki własne, Program Współpracy Transgranicznej Litwa – Polska
19		Kompleksowa modernizacja obiektów sportowo-rekreacyjnych MOSiR (2008-2011)	5 329 706	Środki własne, Obligacje, RPO
20		Modernizacja boiska i bieżni lekkoatletycznej wraz z trybunami (2009-2011)	6 800 355	Środki własne, Program Współpracy Transgranicznej Litwa – Polska
21	Elk	Centrum sportowo-rekreacyjno-kulturalne - hala widowiskowo sportowa z pływalnią (2007-2012)	7 918 240	Środki własne, Środki własne, Obligacje, RPO Warmia i Mazury
22		Wykorzystanie energii słonecznej w Parku Wodnym (2010-2011)	46 616 672	Środki własne, RPO Warmia i Mazury
23		Miejskie Centrum Usług Publicznych, Kultury i Sportu - Aquapark z pływalnią (2009-2011)	4 493 240	Obligacje, RPO Warmia i Mazury
24		Budowa i rozbudowa promenady pieszo-rowerowej wzdłuż jeziora Dobrego (2010-2011)	4 917 928	Obligacje, RPO Warmia i Mazury
25	Suwałki	Elk – kulinarna stolica Mazur (2010-2012)	6 478 124	Środki własne, Fundusze strukturalne i środki spójności
26		Rozbudowa bazy turystycznej OSiR wraz z infrastrukturą sportowo-rekreacyjną (2010-2013)	979 300	Środki własne, RPO Warmia i Mazury
27		Budowa Amfiteatru przy Elkim Centrum Kultury w Elku (2010-2013)	21 715 205	Środki własne, Fundusze strukturalne i środki spójności
28		Miejskie Centrum Usług Publicznych, Kultury i Sportu - sala informacyjna (2009-2012)	2 865 000	Środki własne, RPO Warmia i Mazury
29		Osrodek informacyjny turystyczny	50 139 140	Środki własne, Fundusze strukturalne i środki spójności
30		Rozbudowa infrastruktury turystycznej	3 855 632	Kredyty własne, Środki krajowe, Dotacje z budżetu państwa
31		Wykonanie odwiertu solankowego i budowa teżni w parku i rekreacyjnej w streżeniu Kanalu Augustowskiego (2010-2012)	10 385 506	Środki krajowe, Dotacje z budżetu państwa
32		Rozwój infrastruktury turystyki transgranicznej		u.f.p.
33	Augustów	poprzez renowację parku przyrodoleczniczego	7 945 512	Kredyty własne, Środki krajowe, Dotacje z budżetu państwa
34		Budowa pijalnic wodnych w Augustowie (2010)		Środki własne, Fundusze strukturalne i środki spójności
35		Rozwój funkcji uzdrowiskowej poprzez urządzenie plaży i budowę parków: zdrojowego i kinezyterapeutycznego (2008-2012)	21 402 000	Środki własne, Dotacje z samorządu województwa, Dotacje z budżetu państwa

Projekt „Platforma współpracy – EGO SA” finansowany z budżetu państwa, budżetów: Miasta Elku, Gminy Gołdap, Gminy Olecko, Miasta Suwałki, Miasta Augustów oraz ze środków Unii Europejskiej



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Spis tabel:

Tabela 1. Miejscowość, którą reprezentuje respondent.....	18
Tabela 2. Rodzaj instytucji/przedsiębiorstwa	18
Tabela 3. Liczba zatrudnionych osób	19
Tabela 4. Stanowisko respondenta	19
Tabela 5. Wykształcenie respondentów.....	20
Tabela 6. Czy zna Pan/i definicję pojęcia "produkt turystyczny"?	21
Tabela 7. Produkty charakterystyczne dla Miasta Elk.....	21
Tabela 8. Charakterystyczne produkty turystyczne Gminy Gołdap.....	23
Tabela 9. Produkty charakterystyczne dla Gminy Olecko.....	25
Tabela 10. Charakterystyczne produkty turystyczne Miasta Suwałki.....	26
Tabela 11. Charakterystyczne produkty turystyczne dla Miasta Augustów.....	28
Tabela 12. Atrakcje turystyczne, przyrodnicze i rekreacyjne Miasta Elk, które zasługują na szczególną promocję	30
Tabela 13. Atrakcje turystyczne, przyrodnicze i rekreacyjne Gminy Gołdap, które zasługują na szczególną promocję.....	32
Tabela 14. Atrakcje turystyczne, przyrodnicze i rekreacyjne Gminy Olecko, które zasługują na szczególną promocję.....	33
Tabela 15. Atrakcje turystyczne, przyrodnicze i rekreacyjne Miasta Suwałki, które zasługują na szczególną promocję.....	35
Tabela 16. Atrakcje turystyczne, przyrodnicze i rekreacyjne Miasta Augustów, które zasługują na szczególną promocję.....	37
Tabela 17. Stopień zainteresowania turystów poszczególnymi produktami turystycznymi należącymi do Miasta Elk.....	40
Tabela 18. Stopień zainteresowania turystów poszczególnymi produktami turystycznymi należącymi do Gminy Gołdap.....	43
Tabela 19. Stopień zainteresowania turystów poszczególnymi produktami turystycznymi należącymi do Gminy Olecko.....	46

Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 20. Stopień zainteresowania turystów poszczególnymi produktami turystycznymi należącymi do Miasta Suwałki.....	50
Tabela 21. Stopień zainteresowania produktami turystycznymi zlokalizowanymi w Mieście Augustów	56
Tabela 22. Czy uczestniczą Państwo w tworzeniu produktu/ów turystycznego/yh?	61
Tabela 23. Produkty turystyczne, w których tworzeniu uczestniczą respondenci	62
Tabela 24. Źródła finansowania produktów turystycznych, w których tworzeniu uczestniczy respondent	63
Tabela 25. Czy Państwa instytucja/firma posiada swój własny produkt turystyczny?	64
Tabela 26. Jakie produkty turystyczne posiada Pana/i firma?	64
Tabela 27. Czy zamierza Pan/i udoskonalać istniejący/e produkt/y turystyczny/e, które oferuje Pana/i instytucja/firma?	67
Tabela 28. Produkty turystyczne, które respondenci zamierzają udoskonalić	67
Tabela 29. Czynności jakie respondenci zamierzają podjąć w kierunku udoskonalenia istniejącego/yh produktu/ów turystyczny/ch?	69
Tabela 30. Czy zamierzają Państwo w najbliższym czasie wprowadzić na lokalny rynek turystyczny nowy/e produkt/y turystyczny/e?	70
Tabela 31. Produkty turystyczne jakie respondenci mają zamiar w najbliższym czasie wprowadzić na lokalny rynek turystyczny	70
Tabela 32. Wysokość nakładów jakie planuje wyasygnować firma/instytucja w związku z wprowadzeniem nowego produktu lub udoskonaleniem dotychczasowego produktu w najbliższym czasie	72
Tabela 33. Gdyby posiadał/a Pan/i odpowiednie zasoby to jakie produkty turystyczne można by było wprowadzić na rynek, aby wykorzystać w pełni potencjał Miasta Elk?	74
Tabela 34. Gdyby posiadał/a Pan/i odpowiednie zasoby to jakie produkty turystyczne można by było wprowadzić na rynek, aby wykorzystać w pełni potencjał Gminy Gołdap?	77
Tabela 35. Gdyby posiadał/a Pan/i odpowiednie zasoby to jakie produkty turystyczne można by było wprowadzić na rynek, aby wykorzystać w pełni potencjał Gminy Olecko?	79
Tabela 36. Gdyby posiadał/a Pan/i odpowiednie zasoby to jakie produkty turystyczne można by było wprowadzić na rynek, aby wykorzystać w pełni potencjał Miasta Suwałki?	80
Tabela 37. Gdyby posiadał/a Pan/i odpowiednie zasoby to jakie produkty turystyczne można by było wprowadzić na rynek, aby wykorzystać w pełni potencjał Miasta Augustów?.....	82



Fundusze Europejskie – dla rozwoju Polski Wschodniej

Tabela 38. Czy jest Pan/i w stanie powiedzieć, co łączy miasto Ełk, Gminę Gołdap, Gminę Olecko, Miasto Suwałki oraz Miasto Augustów? Gdyby chciał/a Pan/i wypromować jednocześnie pięć tych miast to na co by Pan/i zwrócił/a szczególną uwagę?	84
Tabela 39. Produkty turystyczne jakie powinny powstać w regionie EGO SA.....	90
Tabela 40. Respondenci, z którymi zostały przeprowadzone wywiady IDI.....	93
Tabela 41. Zestawienie najważniejszych inwestycji realizowanych przez miasta EGO SA.	119

Spis rysunków

Rysunek 1. Liczebność próby	7
Rysunek 2. Gdzie można znaleźć informacje na temat podanych na wstępie produktów turystycznych?.....	61