





SPIS TREŚCI

1.	Wprowadzenie	6
1.1.	Cele i zakres opracowania	7
1.2.	Metodologia opracowania dokumentu	9
1.3.	Zestawienie podstawowych pojęć występujących w Raporcie	10
2.	Trendy w turystyce i zjawiska determinujące rozwój turystyki regionów	14
3.	Analiza dokumentów strategicznych na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym	18
3.1.	Dokumenty krajowe	18
3.2.	Dokumenty wojewódzkie	23
3.3.	Dokumenty powiatowe	26
3.4.	Dokumenty gminne	31
3.5.	Wnioski	40
4.	Charakterystyka obszaru Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego	43
5.	Potencjał turystyczny Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego	48
5.1.	Walory turystyczne	51
5.1.1.	Walory krajoznawcze	53





5.1.2.	Walory wypoczynkowe	79
5.1.3.	Walory specjalistyczne	89
5.1.4.	Wnioski	97
5.2.	Infrastruktura i usługi turystyczne	98
5.2.1.	Baza noclegowa i gastronomiczna	101
5.2.2.	Usługi pilocko – przewodnickie	115
5.2.3.	Usługi krajoznawczo – edukacyjne	125
5.2.4.	Wnioski	129
5.3.	Dostępność komunikacyjna	131
5.3.1.	Dostępność zewnętrzna	131
4.3.2.	Dostępność wewnętrzna	133
5.3.3.	Wnioski	136
5.4.	Podstawowe problemy w zakresie działań promocji gospodarczej i turystycznej	137
6.	Raport badawczy „Znajomość i wizerunek Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego”	139
6.1.	Informacje o badaniu	139
6.2.	Słownik pojęć wykorzystanych w raporcie	141
6.3.	Metryczka	142





6.4.	Znajomość Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego	147
6.4.	Wizerunek Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego	155
6.5.	Zainteresowanie Pojezierzem Łęczyńsko-Włodawskim	158
6.6.	Wnioski i rekomendacje	169
7.	Ocena uwarunkowań rozwoju turystyki Pojezierza Łęczyńskiego - Włodawskiego	171
7.1	Ocena atrakcyjności w skali kraju	171
7.2	Ocena atrakcyjności w skali województwa lubelskiego	181
7.3	Analiza SWOT w obszarze turystyki	195
8.	Ruch turystyczny jako wskaźnik wykorzystania potencjału turystycznego Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego	202
9.	Audyt produktów turystycznych Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego	208
9.1.	Produkt turystyczny w regionie i jego specyfika	208
9.2.	Cele i metodologia audytu	212
9.3.	Produkty turystyczne powiatu Łęczyńskiego	213
9.4.	Produkty turystyczne Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego i okolic.....	223
9.5.	Wnioski.....	228
10.	Analiza działań promocyjnych.....	231





10.1	Rola i założenia promocji miejsc	232
10.2	Analiza działań promocyjnych Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego	232
10.2.1.	Drukowane publikacje promocyjne.....	232
10.2.2.	Internet	234
10.2.3.	Imprezy, wydarzenia oraz inne elementy promocji	245
11.	Analiza regionów konkurencyjnych względem Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego	249
11.1.	Warmia i Mazury.....	249
11.1.1.	Analiza działań promocyjnych regionu Warmia i Mazury	259
11.1.2.	Wnioski	266
11.2.	Roztocze	266
11.2.1.	Analiza działań promocyjnych regionu Roztocze.....	269
11.2.2.	Wnioski	273
11.3.	Świętokrzyskie	273
11.3.1.	Analiza działań promocyjnych województwo Świętokrzyskie	277
11.3.2.	Wnioski	284
12.	Podsumowanie	284
13.	Materiały i źródła	285





13.1. Bibliografia	285
13.2. Spis tabel	288
13.3. Spis rysunków	290
ZAŁĄCZNIK –	293
Dodatkowe wyliczenia z raportu badawczego „Znajomość i wizerunek Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego”	293

1. Wprowadzenie

Ideą przewodnią projektu „Opracowanie Strategii Marki Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego na lata 2011-2020” jest stworzenie podstaw do przekształcenia słabo rozpoznawalnego regionu Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego w wyróżniający się obszar atrakcyjny turystycznie. Pożądanym rezultatem planowanych działań jest opracowanie zasad efektywnego zarządzania potencjałem turystycznym regionu w aspekcie rekreacji i wypoczynku, ale też tworzenia zróżnicowanego, przemyślanego programu wydarzeń, imprez i markowych produktów turystycznych. Wysiłki wkładane w stworzenie silnej marki regionu stanowią najbardziej perspektywiczną inwestycję w rozwój turystyki na danym obszarze. Mając na uwadze, że jedynie spójne i konsekwentne działania, poparte dokładną analizą potrzeb rynku i posiadanego potencjału, mogą zaowocować pożądanym wzrostem zainteresowania, świadomości i konkurencyjności regionu, opracowano dokument - „Raport z badań i analiz” stanowiący fundament dalszych prac strategicznych w ramach projektu.

Autorem dokumentu „Raport z badań i analiz” jest konsorcjum Synergia Sp. z o. o. – ARC Rynek i Opinia Sp. z o. o. Opracowanie stanowi efekt realizacji pierwszego etapu projektu „Opracowanie Strategii Marki Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego na lata 2011-2020” w ramach projektu „Markowy powiat. Strategia promocji marki powiatu Łęczyńskiego” współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego





z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013. Niniejszy dokument przygotowano na zlecenie Starostwa Powiatowego w Łęcznej.

Autorzy dokumentu pragną serdecznie podziękować wszystkim osobom, których wiedza i doświadczenie przyczyniły się do jego powstania.

1.1. Cele i zakres opracowania

Prezentowane opracowanie jest próbą syntetycznej oceny atrakcyjności turystycznej i możliwości konkurencyjnych regionu Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego na polskim rynku turystycznym. Złożoność kontekstu uwarunkowań, poglądów oraz koncepcji zmusiły zespół autorski do daleko idącej selekcji dostępnych opracowań, raportów, materiałów informacyjnych dostępnych w Internecie itp. oraz skoncentrowania uwagi na tym, co najważniejsze i kluczowe w aspekcie dalszych etapów realizowanego projektu. Zespół uznał za istotne, aby wnioski, jakie wypływają z analizy były dostatecznie uzasadnione i przekonujące oraz wsparte dającymi się bronić argumentami opartymi na liczbach i faktach zaczerpniętych ze sprawdzonych i wiarygodnych źródeł, a także nawiązywały do takich aspektów rozwoju turystyki, które mają żywotne znaczenie dla rozwoju turystycznego polskich regionów.

Raport stanowi audyt zasobów i obecnych produktów turystycznych oraz analizę efektywności turystycznej Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego. We Wprowadzeniu przedstawiono cele, zakres i metodologię opracowania oraz słowniczek specjalistycznych pojęć używanych w dalszej części dokumentu. Następnie przedstawiono aktualne trendy na rynku turystycznym oraz analizę dokumentów strategicznych różnych szczebli w kontekście turystyki. Po ogólnej charakterystyce całego obszaru Pojezierza, zaprezentowano potencjał turystyczny, na który składają się walory turystyczne, infrastruktura oraz dostępność komunikacyjna. Kolejny rozdział dotyczy uwarunkowań rozwoju turystyki na Pojezierzu, zarówno w skali województwa, jak i Polski oraz analizę





SWOT w obszarze turystyki. Następnie opisano kształtowanie się ruchu turystycznego na obszarze Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego. Dalsza część opracowania obejmuje audyt rozpoznawalnych produktów turystycznych, które aspirują do miana wiodących na Pojezierzu. Ostatni rozdział poświęcono analizie działań promocyjnych Pojezierza oraz jego konkurencyjnych regionów.

Źródła i sposoby pozyskiwania informacji.

Informacje niezbędne do opracowania Audytu zostaną uzyskane z różnych źródeł. Przewiduje się utworzenie roboczej bazy danych, niezbędnych do wykonania części diagnostyczno - analitycznej.

Podstawowe źródła pozyskiwania informacji to:

1. Statystyka publiczna, w tym dane GUS i WUS w Lublinie, dane z Turystycznej bazy danych GMINA, sporządzonej przy Instytucie Turystyki w Warszawie;
2. Dokumenty analityczne i programowe sporządzone przez administrację publiczną (państwową i samorządową);
3. Instytucje i placówki wojewódzkie i regionalne;
4. Analiza zawartości stron internetowych.





1.2. Metodologia opracowania dokumentu

Raport realizowany jest przez analizę szeregu dokumentów o strategicznym charakterze. Rodzaj i poziom szczegółowości wybranych dokumentów uwarunkowany jest występowaniem treści odnoszących się do sektora turystyki bądź branż okołoturystycznych. Proponuje się, aby Opracowanie Strategii Marki Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego uwzględniało obowiązujące dokumenty strategiczne, gdyż wyznaczają one główne kierunki rozwoju.

Dalszym etapem prac nad Raportem jest diagnoza wyjściowego stanu połączona z określeniem potencjalnego zakresu pożądanych działań. W procesie badań pierwotnych wykorzystane zostały następujące metody badawcze:

Badanie obserwacyjne, tzw. wizja lokalna – wizyty bezpośrednie, w tym ocena wybranych miejsc, elementów infrastruktury, ze szczególnym uwzględnieniem infrastruktury turystycznej.

Metoda opisu i statystyczne techniki ilościowe:

1. Wskaźnik PowerDestinationIndex – syntetyczny miernik atrakcyjności turystycznej PDI stosowany dla jednostek przestrzennych terytorialnych. Zakłada ujęcie w ocenie atrakcyjności turystycznej istotnych dla rozwoju turystyki cech. Pod uwagę brane są przyrodnicze walory turystyczne, elementy krajobrazu, kulturowe walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne.





- Istotną właściwością narzędzia PDI jest możliwość charakterystyk liczbowych analizowanych jednostek przestrzennych pod kątem potencjału turystycznego. Stosowane dotychczas, dość subiektywne metody (m. in. analizy SWOT) nie umożliwiały „pełnego” obiektywnego pozycjonowania gmin na tle obszaru kraju, województwa czy też w porównaniu z gminami sąsiednimi.

2. Wskaźniki efektywności turystycznej – wskaźniki wielkości i znaczenia ruchu turystycznego, wskaźniki funkcji turystycznej.

Analiza literatury problemowej nt. oceny atrakcyjności turystycznej kraju, w tym szczegółowej dotyczącej regionu lubelskiego. Analizą objęto opracowania popularno - naukowe oraz koncepcje i raporty o charakterze analitycznym i aplikacyjnym.

Metoda kartograficzna (prezentacja obszaru badań oraz wyników oceny potencjału turystycznego).

1.3. Zestawienie podstawowych pojęć występujących w Raporcie

Atrakcje turystyczne (dobra turystyczne, walory turystyczne) - wszelkie dobra, walory, wartości turystyczne (materialne i niematerialne) występujące w stanie naturalnym lub przystosowanym przez człowieka do korzystania przez turystów, które mogą stanowić przedmiot ich zainteresowania, dostarczyć im specyficzne przeżycia, wartości, rozrywkę (walory wypoczynkowe, środowiska przyrodniczego, zwyczaje, obrzędy, obiekty, kultura materialna i niematerialna itp.). Na ich turystyczne wykorzystanie pozwala dostosowana do nich infrastruktura turystyczna.

Gospodarka turystyczna - szeroko rozumiany popyt turystyczny, obejmuje nie tylko dobra i usługi służące bezpośrednio konsumpcji turystycznej, ale także takie rodzaje aktywności gospodarczej, które są ściśle bądź częściowo uzależnione od ruchu podróżnych i których rozwój nie byłby możliwy (lub byłby znacznie ograniczony), gdyby nie turystyka.

Markowy produkt turystyczny - (brandowy produkt turystyczny) - to produkt turystyczny posiadający ustaloną dla siebie nazwę - cechę, która pozwala na jego identyfikację, wyróżnia go i jednocześnie wskazuje jego możliwości wejścia na odpowiednie rynki, na których istnieje potencjalny popyt na ten rodzaj produktu. Głównym celem istnienia markowych produktów turystycznych jest wykorzystywanie ich jako skutecznych instrumentów marketingowych.





Odwiedzający - (wg UNWTO) uczestnicy ruchu turystycznego, każda osoba odbywająca podróż turystyczną do miejsca znajdującego się poza jej codziennym otoczeniem na czas nie dłuższy niż 12 miesięcy, jeśli podstawowy cel podróży jest inny niż podjęcie działalności zarobkowej, wynagradzanej w odwiedzanej miejscowości. Odwiedzający dzielą się na: odwiedzających międzynarodowych i odwiedzających krajowych, a w ramach każdej z tych grup są dwie podgrupy (turyści oraz odwiedzający jednodniowi)

Odwiedzający jednodniowi - (wg UNWTO) odwiedzający, którzy nie nocują w obiektach zakwaterowania zbiorowego ani w kwaterach i obiektach prywatnych w odwiedzanym kraju.

Organizator turystyki - przedsiębiorca organizujący imprezę turystyczną.

Podaż turystyczna - w wąskim znaczeniu to wolumen dóbr, usług, walorów i wartości, który jest zaoferowany do sprzedaży uczestnikom ruchu turystycznego. W szerszym znaczeniu to całokształt działań wszystkich podmiotów prowadzących działalność zmierzającą do zaspokojenia popytu uczestników ruchu turystycznego.

Popyt turystyczny - suma dóbr turystycznych, usług, towarów, walorów i wartości, które uczestnicy ruchu turystycznego skłonni są nabyć przy określonym poziomie cen. Specyficzne dla popytu turystycznego, w odróżnieniu do popytu generalnie jest to, że turysta zgłasza zapotrzebowanie na pakiet usług (kompleksowość) oraz, że część z nabywanych dóbr oznacza kupowanie prawa do korzystania z tych dóbr (słońce, woda, powietrze, oglądanie dzieł sztuki itp.)

Produkt turystyczny - oferowany na rynku spójny pakiet materialnych i niematerialnych elementów (dóbr, usług, walorów i wartości) pozwalających nabywcy na spełnienie różnych potrzeb i celów determinujących podróż turystyczną. Specyfika produktu turystycznego polega na tym, że składa się on z wielu elementów oraz nabywany jest stosunkowo rzadko, na ogół jeden, dwa razy do roku i angażuje znaczne środki finansowe. Główne składniki produktu turystycznego to:

1. atrakcje i środowisko miejsca docelowego
2. infrastruktura i usługi miejsca docelowego
3. dostępność miejsca docelowego (szybkość, wygoda i koszty dotarcia podróжного)





4. wizerunki i postrzeganie miejsca docelowego, jako motywator decyzji zakupu
5. cena płacona przez konsumenta, jako suma kosztów powyższych składników

Przemysł turystyczny - obejmuje produkcję dóbr i usług ściśle związanych z turystyką, służących bezpośrednio konsumpcji turystycznej, takich jak wyżywienie, zakwaterowanie, usługi rekreacyjne i transport turystów.

Przewodnik turystyczny - osoba zawodowo oprowadzająca turystów lub odwiedzających po wybranych obszarach, miejscowościach i obiektach oraz udzielająca o nich informacji.

Ruch turystyczny - systemowe zjawisko o charakterze społeczno-ekonomicznym, którego istota polega na dobrowolnych, czasowych podróżach podejmowanych przez jego uczestników dla spełnienia swoich potrzeb i realizacji celów rekreacyjnych, poznawczych, zdrowotnych i rozrywkowych.

Rynek turystyczny - to proces zachodzący pomiędzy sprzedawcą a nabywcą, w którym przedmiotem wymiany jest wszystko to, co feruje się nabywcy, aby zaspokoić jego pragnienia i oczekiwania związane z wyjazdem turystycznym. W większości przypadków, ze względu na kompleksowość popytu turystycznego, na rynku turystycznym mamy do czynienia z łańcuchem sprzedaży, tj. pomiędzy ostatecznym konsumentem a wytwórcami poszczególnych usług są pośrednicy, organizatorzy produktów itp. W niniejszym opracowaniu pojęcie "rynek" (zgodnie z praktyką) jest również utożsamiane z rynkiem narodowym (krajem pochodzenia) potencjalnego turysty.

System organizacji obsługi ruchu turystycznego - ogół podmiotów mających wpływ bezpośrednio lub pośrednio na ruch turystyczny. Tworzą go:

- organizacje i stowarzyszenia turystyczne, które mogą mieć charakter lokalny, regionalny, krajowy, międzynarodowy, światowy
- jednostki organizacji rządowej i samorządowej,
- organizacje społeczne,
- podmioty gospodarcze - producenci usług turystycznych oraz jednostki pośredniczące w ich sprzedaży.

Turyści - (wg UNWTO) odwiedzający, którzy przynajmniej przez jedną noc korzystają z obiektów zakwaterowania zbiorowego lub indywidualnego w odwiedzanym kraju, regionie czy miejscowości.





Turystyka - obejmuje ogół czynności osób, które podróżują i przebywają w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych nie dłużej niż rok bez przerwy poza swoim codziennym otoczeniem.

Turystyka krajowa - krajowe wyjazdy mieszkańców danego kraju.

Turystyka specjalistyczna (kwalifikowana) - jest czasową, dobrowolną, wymagającą przygotowania kondycyjnego i zawodowo-turystycznego, częstą zmianą miejsca w przestrzeni, połączoną ze zmianą codziennego trybu życia, zaspokojeniem potrzeb ruchu i wysiłku fizycznego, osobistego kontaktu z innym środowiskiem społecznym, przyrodniczym i kulturowym oraz potrzeb informacyjno-poznawczych. Sprzyja nie tylko osiąganiu celów perfekcjonistyczno-sprawnościowych, co jest właściwe dla sportu, lecz także krajoznawczych.

Agroturystyka (turystyka na terenach wiejskich) - obejmuje wszelkie formy aktywności turystycznej na terenach wiejskich, w tym pobyty w gospodarstwach rolnych, imprezy folklorystyczne, rzemiosło ludowe, tradycyjne życie w gospodarstwach rolnych. Szczególne formy turystyki na terenach wiejskich to agroturystyka, ekoturystyka, zwiedzanie parków narodowych i krajobrazowych oraz rezerwatów przyrody.

Turystyka przygraniczna i tranzytowa - obejmująca jednodniową turystykę przygraniczną i krótkie wizyty w celu robienia zakupów, wzięcia udziału w imprezach adresowaną do osób przebywających w 50 kilometrowym pasie przygranicznym oraz oferty związane z ruchem tranzytowy, ze szczególnym uwzględnieniem autostrad.

Turystyka aktywna i wypoczynkowa (w tym sporty niszowe) - realizowana jest dla regeneracji sił fizycznych i psychicznych, uwzględnia szeroki zakres rekreacji przy wykorzystaniu walorów środowiska naturalnego (góry, jeziora, rzeki, wybrzeże) a także imprezy turystyki specjalistycznej (kwalifikowanej) uwzględniającej wszystkie rodzaje specjalistycznych zainteresowań, w tym turystykę etniczną.

Wytwórcy / producenci usług turystycznych - wytwarzają i dostarczają na rynek dobra i usługi, które mogą być nabywane indywidualnie lub wchodzić w skład produktu turystycznego (transportowe, noclegowe, żywieniowe, przewodnickie, rozrywkowe itp.)





2. Trendy w turystyce i zjawiska determinujące rozwój turystyki regionów

Według najnowszych danych UNWTO turystyka w 2010 roku na świecie zanotowała szybkie tempo wzrostu wynoszące 7% (liczba podróży zagranicznych na świecie wzrosła do poziomu 935 mln, po 4% spadku w 2009 r.). Większość destynacji turystycznych odnotowała wzrosty w liczbie podróży zagranicznych w 2010 roku. Jednakże tempo wzrostu w różnych rejonach świata było zróżnicowane. W Azji zarejestrowano wzrost w liczbie podróży zagranicznych w 2010 r. o 13%, w Afryce o 6%, na Bliskim Wschodzie o 14%, w Europie 3%, w Ameryce Północnej i Południowej o 8%.

- W skali Europy szczegółowych danych dostarczają raporty Komisji Europejskiej ds. Turystyki (*European Tourism 2010. Trends&Prospects*. European Ravel Commission). Najnowsze sprawozdanie wskazuje, że liczba noclegów w krajach europejskich zmniejszyła się o 6% w 2009 roku. podczas gdy na świecie wskaźnik ten spadł o 4,7%. Pierwszy kwartał przyniósł większe zapotrzebowania na usługi hotelarskie i transportowe, a na przestrzeni całego roku spodziewany jest wzrost na poziomie 2,4%. W ostatnich miesiącach 2009 roku pojawiły się pierwsze oznaki ożywienia w sektorze podróży. Rok 2009 zakończył się wzrostem dla niektórych europejskich destynacji. Utrzymaniem tej tendencji wzrostowej rozpoczął się rok 2010: europejscy przewoźnicy lotniczy zanotowali wzrost liczby pasażerów, a hotelarze goszczą większą





liczbę gości i mimo niższych cen, notują zysk. Obie te tendencje wskazują na pobudzenie w sektorze przyjazdów turystycznych w pierwszym kwartale 2010 roku.

- Jednak mimo oznak poprawy, europejskie gospodarki pozostają kruche i niepewne – szczególnie, jeśli chodzi o rynek pracy. W krótkiej perspektywie, dziedziny związane z branżą turystyczną będą musiały wyjść na przeciw rosnącemu zapotrzebowaniu tej branży, ale na właściwą poprawę sytuacji potrzeba czasu.

- Szacunki wskazują, że wzrost liczby przyjazdów do europejskich regionów turystycznych wyniesie w 2010 roku 2,4%, a w 2011 roku 3,8%. Według danych Instytutu Turystyki w 2010 roku było 58,3 mln przyjazdów cudzoziemców (o 8% więcej niż w 2009 r.). Liczbę przyjazdów turystów w tym czasie oszacowano na 12,5 mln (o 5% więcej). Wśród cudzoziemców dominowali Niemcy, Czesi, Słowacy i Litwini.

Według danych ogłoszonych przez GUS, w 2010 roku z obiektów zakwaterowania zbiorowego skorzystało o 6,3% więcej turystów zagranicznych niż w 2009 roku, ale o około 1% mniej niż w 2008 roku. Liczba udzielonych noclegów w 2010 roku w porównaniu do roku wcześniejszego wzrosła o 3,5%, a zaś w stosunku do 2008 roku - zmalała o 4,3%.

Według skorygowanych (w górę) prognoz Instytutu Turystyki, ogólna liczba przyjazdów turystów po spadku do 13 mln w 2008 roku i do 11,9 mln w 2009 roku, będzie powoli rosła do poziomu około 13,6 mln w latach 2012 i 2013 oraz do 14,6 mln w 2015 roku. Stabilizacji liczby przyjazdów można oczekiwać z Niemiec, po spadku w 2009 roku. Przyjazdy sąsiadów zza wschodniej granicy znacznie spadły w 2008 roku, po wejściu Polski do strefy Schengen. Straty te są już w pewnym stopniu niwelowane.

Łączne przychody z turystyki przyjazdowej w 2009 roku wyniosły 9,511 mln USD, z czego 5,171 mln to wpływy od turystów, pozostała zaś część – od odwiedzających jednodniowych. W 2010 roku spodziewane są nieco mniejsze kwoty wydatków turystów i wzrost wpływów od odwiedzających jednodniowych. Charakterystyczną cechą polskiej turystyki jest to, że znaczącą część łącznej sumy wydatków stanowią od lat zakupy dokonywane w celu dalszego odsprzedaży. Zakupy turystów wyniosły jedynie 1/3 i w 2009 roku wyniosły 352,1 mln USD.





Do europejskich krajów o największym wzroście liczby korzystających z bazy noclegowej w 2010 roku należą: Malta, Rumunia, Finlandia, Rosja, Luksemburg, Belgia, Portugalia, Łotwa i Norwegia (wzrost od 39% do 11%). Wśród krajów pozaeuropejskich największy wzrost zanotowały: Japonia, Brazylia, Chiny, Australia, Hong Kong, Stany Zjednoczone i Kanada (od 44% do 14%). W skali kraju gospodarka turystyczna wytwarza 4,6 - 8,0% PKB i zatrudnia około 16% ogółu pracujących.

Przyszłość turystyki w skali kraju uwarunkowana będzie globalnymi trendami, jakie zidentyfikowano (European Tourism 2010. Trends&Prospects) i które pośrednio będą wpływały na rozkład i natężenie ruchu turystycznego. Wśród nich wymienia się m. in.:

Świadomość i edukacja. Podnosi się średni poziom wykształcenia, co będzie skutkowało wyborem imprez, w których istotną rolę odgrywają sztuka, kultura i historia, tzn. imprez o większych walorach edukacyjnych i związanych z rozwojem duchowości (włączenie elementów historii, kultury i sztuki do wakacji indywidualnych i zorganizowanych, bardziej kreatywne przekazywanie informacji).

Technologie informatyczne. Nadal będzie wzrastać znaczenie przeszukiwania Internetu oraz jego wykorzystania do zdobywania informacji oraz nabywania produktów i usług turystycznych (duży wpływ możliwości porównywania ofert w Internecie na konkurencyjność produktów, zmaleje rola biur podróży gdyż zakup imprez turystycznych będzie odbywał się przez Internet, na znaczeniu zyska marketing miejsc turystycznych, ponieważ będzie on zachęcał do odwiedzania stron internetowych, możliwość zakupów przez Internet).

Zrównoważony rozwój. Świadomość związana z ochroną środowiska będzie nadal wzrastać. Będzie to skutkowało zwiększonym popytem na miejsca, w których rozwój jest zrównoważony i w których przyroda i lokalni mieszkańcy odgrywają coraz większą rolę (zyska na znaczeniu regionalny charakter destynacji, turyści będą preferować miejsca, w których będą chętnie przyjmowani przez miejscową ludność).

Zdrowie. Będzie wzrastać świadomość zdrowotna, która nie wpłynie na wielkość popytu, ale będzie miała wpływ na podejmowanie decyzji przy wyborze celu podróży oraz na postępowanie klienta w czasie wyjazdu (kierunki podróży postrzegane jako prozdrowotne będą wybierane





częściej, zmaleje popyt na wakacje oferujące wyłącznie kąpiele słoneczne, wzrośnie popyt na turystykę aktywną a także obiekty oferujące aktywny wypoczynek).

Styl życia. Styl życia w społeczeństwie zachodnim stopniowo się zmienia. W turystyce ma to wpływ na postrzeganie osobistych potrzeb i zachowanie turystów (m. in. wzrost popytu na produkty dla osób podróżujących pojedynczo).

Zmiany postrzegania turystyki w układach regionalnych w Polsce były wynikiem transformacji społeczno - gospodarczych kraju. Przemiany jakie miały miejsce w Polsce po roku 1989 spowodowały wzrost zainteresowania gospodarczymi, w tym ekonomicznymi skutkami rozwoju turystyki. Turystyka stała się jedną z najszybciej rozwijających się dziedzin gospodarki. Efekty społeczno - ekonomiczne rozwoju turystyki postrzegane są przez pryzmat korzystnych zmian w postaci wzrostu dochodów z turystyki, wzrostu zatrudnienia, poprawy standardu życia społeczności obszarów docelowych, poprawy i rozwoju infrastruktury tak w skali kraju jak i przede wszystkim regionu. Przyjęcie nowego podziału administracyjnego kraju w roku 1999, decentralizacja władzy, w tym „usamodzielnienie” podstawowych jednostek podziału – gmin, stworzyło warunki oddolnego sterowania rozwojem lokalnym.

Szczególna rola przypada w tym układzie samorządom terytorialnym, jako przedstawicielom lokalnych społeczności, odpowiedzialnym za planowanie, koordynację i często inicjatorą kierunków rozwoju, w tym także rozwoju turystyki. Na obszarze Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego szanse rozwoju turystyki tkwią w jego środowisku przyrodniczym, dziedzictwie wielokulturowym oraz położeniu przygranicznym. Niewątpliwie atutem jest stosunkowo mało przekształcone środowisko przyrodnicze i znaczny udział obszarów chronionych. Rolniczy charakter regionu, oraz stosunkowo niski poziom rozwoju społeczno - gospodarczego to wyzwania dla określenia efektywnych kierunków rozwoju zgodnych z zasadami rozwoju zrównoważonego. Alternatywą wydaje się być aktywizacja regionu poprzez turystykę.

Mając na uwadze fakt, że konkurencja w turystyce coraz częściej dotyczy nie tylko podmiotów gospodarczych, ale również jednostek przestrzennych, istotnym jest całościowa ocena zasobów turystycznych tkwiących w środowisku i strategiczne planowanie rozwoju produktów turystycznych związanych ściśle z walorami, jakimi dysponuje obszar.





3. Analiza dokumentów strategicznych na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym

Rozwój poszczególnych obszarów – miast, gmin, powiatów, województw czy wreszcie kraju – jest zazwyczaj planowany na kilkanaście lat wprzód. Dotyczy to zarówno procesów ogólnorozwojowych, jak i konkretnych obszarów funkcjonalnych, w tym turystyki. Poszczególne jednostki samorządu terytorialnego są jednak umocowane w określonym kontekście administracyjnym. Oznacza to, że funkcjonują w systemie społeczno - ekonomicznym, w którym działania jednostek niższego rzędu są na różne sposoby uzależnione od zachowań rozwojowych jednostek wyższego rzędu. Programując rozwój jakiegokolwiek dziedziny należy zatem mieć na uwadze zamierzenia władz jednostek umiejscowionych wyżej w hierarchii administracyjnej, aby nie dochodziło do sprzecznych planów czy zamierzeń rozwojowych.

3.1. Dokumenty krajowe

Strategia Rozwoju Kraju na lata 2007-2015





Podstawowym dokumentem strategicznym, który określa cele i priorytety rozwoju społeczno – gospodarczego oraz warunki niezbędne do zapewnienia rozwoju Polski do 2015 roku, jest Strategia Rozwoju Kraju. Sfera turystyki dotyczy bezpośrednio lub pośrednio (ale jednoznacznie) większości spośród wskazanych priorytetów:

- Wzrost konkurencyjności i innowacyjności technicznej i społecznej,
- Poprawa stanu infrastruktury technicznej i społecznej,
- Wzrost zatrudnienia i podniesienia jego jakości,
- Budowa zintegrowanej wspólnoty społecznej i jej bezpieczeństwa,
- Rozwój obszarów wiejskich,
- Rozwój regionalny i podniesienie spójności terytorialnej.

Polska powinna czerpać korzyści z rozwoju turystyki przyczyniającej się do wzrostu gospodarczego regionów, tworzenia nowych miejsc pracy oraz promocji regionów i kraju. Do zadań mających na celu konkurowanie i intensyfikację działań na rynku turystycznym należy wzbogacenie wachlarza usług wymagających powstania i rozbudowy obiektów bazy i infrastruktury turystycznej.

W części diagnostycznej Strategia wskazuje kierunki wsparcia polityki regionalnej Polski wobec województwa lubelskiego, które przejawiają się w następujących działaniach:

- a) Poprawa infrastruktury transportowej, zwłaszcza międzynarodowych korytarzy transportowych i lepszego powiązania z najważniejszymi ośrodkami w kraju,
- b) Promocja współpracy transgranicznej,
- c) Budowa, rozbudowa i modernizacja przejść granicznych,
- d) Wzmocnienie funkcji metropolitalnej Lublina oraz działań skierowanych na rozwój ośrodków o ponadregionalnej randze,
- e) Wzmocnienie potencjału badawczo – rozwojowego i szkolnictwa wyższego regionu,
- f) Restrukturyzacja rolnictwa w kierunku podniesienia jego efektywności i konkurencyjności oraz realokacja zatrudnionych w rolnictwie do innych





sektorów,

- g) Wspieranie rolnictwa ekologicznego i specjalistycznego,
- h) Zwiększenie udziału w gospodarce sektora kultury i turystyki,
- i) Promocja uzdrowisk oraz zespołów zabytkowych o unikalnej architekturze.

Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia na lata 2007-2015

Narodowe Strategiczne ramy Odniesienia przedstawiają analizę sytuacji społeczno – gospodarczej w Polsce i jej poszczególnych regionach, formułują najważniejsze wyzwania w perspektywie kolejnych lat oraz określają cele zmierzające do osiągnięcia spójności społeczno – gospodarczej i terytorialnej z krajami i regionami Unii Europejskiej, prezentują możliwości alokacji środków finansowych na poszczególne programy oraz ramy systemu realizacji.

Celem strategicznym opracowania jest tworzenie warunków dla wzrostu konkurencyjności gospodarki opartej na wiedzy i przedsiębiorczości zapewniającej wzrost zatrudnienia oraz wzrost poziomu spójności społecznej, gospodarczej i przestrzennej. Dokument przedstawia dokładny opis programów operacyjnych, które realizują powyższy cel poprzez następujące cele horyzontalne:

1. Poprawa jakości funkcjonowania instytucji publicznych oraz rozbudowa mechanizmów partnerstwa,
2. Poprawa jakości kapitału ludzkiego i zwiększenie spójności społecznej,
3. Budowa i modernizacja infrastruktury technicznej i społecznej mającej podstawowe znaczenie dla wzrostu konkurencyjności Polski,
4. Podniesienie konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw, w tym szczególnie sektora wytwórczego o wysokiej wartości dodanej oraz rozwój sektora usług,
5. Wzrost konkurencyjności polskich regionów i przeciwdziałanie ich marginalizacji społecznej, gospodarczej i przestrzennej,
6. Wyrównywanie szans rozwojowych i wspomaganie zmian strukturalnych na obszarach wiejskich.

Zgodnie z obecnymi trendami gospodarczymi w Polsce nastąpi zwiększenie zatrudnienia w sektorze usług oraz podniesienie ich jakości, przy jednoczesnym spadku zatrudnienia w rolnictwie. Zwiększeniu ulegnie zwłaszcza rola sektora turystycznych usług rynkowych. Wsparcie państwa dotyczące turystyki





ukierunkowane będzie na poprawę jakości infrastruktury turystycznej oraz na powstawanie nowych obiektów służących do prowadzenia działalności turystycznej.

Kierunki Rozwoju Turystyki do 2015 roku

Kierunki Rozwoju Turystyki to dokument programowy, który traktuje turystykę jako ważne narzędzie społeczno – gospodarczego rozwoju regionów. Zakłada budowanie silnych podstaw harmonijnego rozwoju sektora turystycznego w kraju, promowanie zrównoważonej konsumpcji turystycznej, kształtowanie zdrowia publicznego poprzez turystykę, popieranie działań przyczyniających się do zmniejszenia presji na klimat globalny (zwłaszcza w transporcie), integrowanie społeczeństwa wokół lokalnych produktów turystycznych oraz łączenie aktywności wszystkich podmiotów działających na rzecz rozwoju turystyki i zasobów będących w ich dyspozycji.

Generalne wartości określone w opracowaniu przedstawiają się następująco:

- ✓ turystyka będzie rozwijana jako dziedzina synergiczna w stosunku do innych, ważnych z punktu widzenia rozwoju kraju celów, przyczyniająca się do tworzenia istotnej części dochodu narodowego, budowania pozytywnego obrazu Polski,
- ✓ turystyka będzie dziedziną eksponującą i wykorzystującą w sposób efektywny, a równocześnie respektującą zasady rozwoju zrównoważonego cenne potencjały kraju, w szczególności dziedzictwo kultury i tradycji oraz bogactwo przyrody,
- ✓ Polska będzie kierunkiem atrakcyjnym turystycznie dla turystów krajowych i zagranicznych, ze skutecznie funkcjonującym przemysłem turystycznym oraz nowoczesnymi, konkurencyjnymi i wysokiej jakości produktami i usługami turystycznymi.

Dokument wyznacza główne kierunki rozwoju polskiej turystyki w postaci obszarów priorytetowych:

- Produkt turystyczny o wysokiej konkurencyjności będący podstawą filozofii rozwoju polskiej turystyki,
- Rozwój zasobów ludzkich poprzez wykwalifikowane kadry, jako jeden z najważniejszych elementów usługi turystycznej,
- Wsparcie marketingowe, jako efektywny sposób sprzedaży wykreowanego produktu,
- Kształtowanie przestrzeni turystycznej poprzez świadomą politykę kształtowania dostępności walorów turystycznych,





- Wsparcie instytucjonalne, jako świadomą politykę instytucji, jednostek samorządu terytorialnego oraz organizacji ukierunkowaną na kształtowanie proturystycznych strategii kraju i regionów.

W pierwszym zakresie (produktu turystycznego) rekomendowane są działania zorientowane wokół kształtowania konkurencyjnych produktów turystycznych oraz rozwoju nowych produktów i wiodących typów turystyki. Ponadto położono nacisk na inwestycje w obszarze infrastruktury turystycznej produktów, integrację produktów i oferty turystycznej regionów oraz działania mające na celu rozwój przedsiębiorczości i działalności organizacji w dziedzinie turystyki. Odnośnie zasobów ludzkich rekomendowane są działania związane z przygotowaniem wysoko wykwalifikowanych kadr operacyjnych gospodarki turystycznej, rozwojem edukacji turystycznej i turystyki społecznej oraz działań w ramach monitorowania potrzeb branży turystycznej w zakresie kadr zawodowych. W zakresie wsparcia marketingowego zalecane są działania ukierunkowane na usprawnienie systemu informacji turystycznej oraz zwiększenie efektywności działań marketingowych w turystyce. Ostatni zakres (kształtowanie przestrzeni turystycznej) odnosi się do działań kształtujących rozwój turystyki w sposób zachowujący i podnoszący wartość przestrzeni oraz zwiększaniem dostępności turystycznej regionu poprzez rozwój infrastruktury transportowej.

W dokumencie województwo lubelskie określono jako obszar atrakcyjny turystycznie pod względem kulturowym, przyrodniczym i ekologicznym. Pojezierze Łęczyńsko – Włodawskie zaliczono do obszarów o walorach wypoczynkowych znaczących w kontekście Polski, który ze względu na czystość środowiska i tradycyjny charakter wsi posiada warunki do rozwoju turystyki wiejskiej (w tym agroturystyki i ekoturystyki). Do niezbędnych działań w tym zakresie rozwoju funkcji turystycznej zalicza się wsparcie infrastruktury kultury i turystyki oraz sfery informacji i promocji regionu.

Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015

Strategia stanowi podstawowy instrument działania Polskiej Organizacji Turystycznej i branży turystycznej w Polsce, który jest merytoryczną podstawą do określania kierunków polityki promocyjnej kraju. Za cel strategiczny wynikający z misji, czyli tworzenia i wzmacniania wizerunku Polski jako kraju atrakcyjnego i gościnnego dla turystów i posiadającego konkurencyjne produkty turystyczne wysokiej jakości, uznano zwiększenie skuteczności i efektywności działań marketingowych. Jest to duże wyzwanie i szansa dla Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego i innych regionów turystycznych.





Marketingowa strategia podkreśla największy potencjał produktów turystycznych w województwie lubelskim w zakresie turystyki rekreacyjno – wypoczynkowej (wypoczynek na obszarach przyrodniczych), turystyki aktywnej (głównie rowerowej) oraz kulturowej w miastach, przy czym ta ostatnia nie odnosi się do obszaru Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego.

3.2. Dokumenty wojewódzkie

Zadaniem samorządów terytorialnych różnych szczebli jest realizacja zadań bezpośrednio związanych z turystyką w regionie lub pośrednio wpływających na jej rozwój. W gestii samorządów leży m. in. określenie strategii rozwoju danego obszaru. Stawianie na rozwój gospodarki turystycznej może sprawić, że dany region będzie widocznie wyróżniał się spośród innych. Ponadto dążenie samorządów do kształtowania i utrzymania ładu przestrzennego ma ogromny wpływ na wizerunek regionu, a w konsekwencji na jego atrakcyjność turystyczną.

Strategia Rozwoju Województwa Lubelskiego na lata 2006-2020

Strategia Rozwoju Województwa Lubelskiego jest narzędziem planowania działań mających na celu trwały rozwój społeczno – gospodarczy regionu. Jednym z siedmiu opracowanych priorytetów jest ochrona i wykorzystanie dziedzictwa kulturowego regionu. Zmiany obejmują m. in. tworzenie szlaków turystycznych, modernizację obiektów sportowo – rekreacyjnych, prace remontowo – konserwatorskie w obiektach zabytkowych oraz prowadzenie marketingu turystycznego.





W dokumencie Lubelszczyzna została określona regionem atrakcyjnym turystycznie. Wiele gmin ma potencjał do rozwoju funkcji turystycznej jako czynnika aktywizującego miejscową ludność.

Strategia Rozwoju Województwa Lubelskiego zalicza Pojezierze do obszarów o szczególnych walorach wypoczynkowych. Pojemność turystyczną, czyli optymalną liczbę osób przebywających w sposób nieinwazyjny na danym terenie oszacowano na około 54 tysięcy osób w sezonie letnim oraz około 13 tysięcy w sezonie zimowym (podobne wartości przypisano również dla Rostocza i rejonu Kazimierza Dolnego). Pojezierze, obok Rostocza z Puszcą Solską i dolin rzecznych: Wisły i Bugu, uznano za najcenniejszą pod względem bogactwa dziedzictwa przyrodniczego część województwa lubelskiego. Tym samym zaliczono je do szeregu obszarów, dla których zachowane zasoby mogą stanowić szansę szeroko pojętej aktywności, zwłaszcza w turystyce.

Plan Marketingu Turystyki w Województwie Lubelskim na lata 2007-2013

W Planie Marketingu Turystyki w Województwie Lubelskim określone zostały główne kierunki rozwoju turystyki regionalnej. Dokument uwzględnia wszelkie uwarunkowania, kierunki rozwoju oraz strategiczne działania adresowane do podmiotów realizujących regionalną politykę społeczno – gospodarczą. Opracowanie powstało na podstawie Strategii Rozwoju województwa lubelskiego na lata 2006-2020 oraz Koncepcji programowo – przestrzennej rozwoju turystyki i rekreacji w województwie lubelskim. Celem Planu Marketingu Turystyki jest określenie możliwości zrównoważonego rozwoju gospodarki turystycznej. Do konkretnych działań należy: propagowanie rozwoju różnorodnych form turystyki i rekreacji, zachowanie bioróżnorodności, racjonalne wykorzystanie bazy turystycznej, zasobów ludzkich, turystycznych oraz finansowych.

Celem działań marketingu turystycznego jest:

- Poprawa promocji regionu i oraz produktów kulturowych i turystycznych

Wzmocnienie przekazu promocyjnego polega na wdrażaniu programów skierowanych do dominujących segmentów rynku turystycznego województwa lubelskiego (rynek wschodni, niemiecki, grup turystycznych z Izraela, rynek podróży biznesowych, rynek turystów tranzytowych,





segment pobytów wypoczynkowych, segment podróży edukacyjnych, krajoznawczych, związanych masowymi imprezami turystycznymi, wydarzeniami kulturalnymi i sportowymi). Dla osiągnięcia zamierzonego celu niezbędne będzie podjęcie następujących działań: budowa zintegrowanego regionalnego systemu marketingu turystycznego, wspierającego, rozwój tradycyjnych instrumentów marketingowych w turystyce (udział w międzynarodowych i krajowych targach turystycznych i organizacja swoich - regionalnych, warsztaty turystyczne, seminaria i prezentacje produktów turystycznych, reklama w mediach, instrumenty z grupy Public Relations, organizacja imprez (kulturalnych, sportowych, rekreacyjnych) promujących poszczególne regiony województwa, wydawanie materiałów promujących walory województwa), rozwój instrumentów informatycznych i włączenie województwa w krajowy i europejski system marketingu internetowego.

- Usprawnienie systemu regionalnej informacji turystycznej

Realizacja powyższego celu powinna obejmować wdrożenie zintegrowanego systemu regionalnej informacji turystycznej, utworzenie regionalnego banku danych o turystyce oraz turystycznego portalu internetowego, powstanie sieci lokalnych ośrodków i punktów informacji turystycznej, rozszerzenie wizualnej informacji.

- Rozwój instytucji i organizacji działających w obszarze turystyki

Markowe produkty turystyczne powstają dzięki współpracy samorządów z branżą turystyczną oraz przedsiębiorstw funkcjonujących w przemyśle turystycznym między sobą. Niezbędna jest aktywizacja wszystkich instytucji i podmiotów gospodarczych biorących udział w kształtowaniu rynku turystycznego.

- Kształcenie kadr na potrzeby rozwijającego się ruchu turystycznego

Zasadniczym elementem w procesie przygotowania profesjonalnych kadr jest opracowanie systemu kwalifikacji zawodowych na rynku usług turystycznych. Certyfikaty o zasięgu międzynarodowym przewiduje się wprowadzać dla hotelarzy, restauratorów, biur podróży, pilotów i przewodników.





Zgodnie z Planem Marketingowym Rozwoju Turystyki w Województwie Lubelskim na lata 2007-2013 na Pojezierzu dominuje wypoczynek pobytowy (urlopowy), w tym zorganizowane pobyty dzieci i młodzieży (Okuninka). Wypoczynek indywidualny realizowany jest w głównej mierze w bazie prywatnej, zabudowie letniskowej, gospodarstwach agroturystycznych. W zagospodarowaniu obszaru przewiduje się w szczególności rozwój ekoturystyki. Znaczenie równorzędne ma turystyka pobytowa, kwalifikowana, specjalistyczna.

Pojezierze Łęczyńsko – Włodawskie uznano za markowy produkt obszarowy w oparciu o zasoby środowiska, walory bioklimatyczne, wypoczynkowe o dużym znaczeniu dla turystyki – II i III kategorii atrakcyjności turystycznej w kraju (bogactwo jezior, kompleksów leśnych, urozmaicona rzeźba terenu). Produkt jest przeznaczony na rynek krajowy.

3.3. Dokumenty powiatowe

Samorządy lokalne (powiatowe i gminne) zobowiązane są promować walory i możliwości rozwoju danego regionu. Są również zobligowane do sprawowania opieki nad środowiskiem kulturowym i przyrodniczym, co sprzyja tworzeniu w obrębie regionu np. szlaków turystycznych. Do ich zadań należy także podjęcie odpowiednich działań na rzecz modernizacji terenów wiejskich. W związku z tym istotne znaczenie ma rozwój gospodarstw agroturystycznych oraz aktywizacji terenów wokół nich. Samorządy lokalne podejmują szereg działań w zakresie kultury fizycznej, co wiąże się z tworzeniem różnego rodzaju obiektów rekreacyjno - sportowych, organizacji i tematycznych imprez. Bardzo ważnym zadaniem władz samorządowych mającym ogromny wpływ na rozwój gospodarki turystycznej regionu jest niewątpliwie nadzór i działania zmierzające do poprawy jakości i modernizacji lokalnej infrastruktury oraz komunikacji i lokalnego transportu zbiorowego.

Strategia Rozwoju Powiatu Łęczyńskiego na lata 2010-2015

Głównym celem Strategii jest wskazanie wizji oraz strategicznych kierunków rozwoju Powiatu w efekcie długofalowego zarządzania. Położenie geograficzne obejmujące Pojezierze Łęczyńsko – Włodawskie stanowi podstawę do rozwoju różnych form turystyki w Powiecie:





1. turystyka sobotnio - niedzielna mieszkańców regionu, z wykorzystaniem jezior i stawów, kompleksów leśnych, (do uprawiania między innymi wędkarstwa oraz sportów wodnych),
2. turystyka rowerowa rozwijana wzdłuż istniejących i planowanych ścieżek rowerowych,
3. turystyka krajoznawcza - przyrodnicza (wykorzystująca cenne obszary przyrodnicze oraz infrastrukturę ścieżek dydaktycznych),
4. turystyka kulturowa (m. in. z wykorzystaniem szlaku dziedzictwa kulturowego),
5. agroturystyka oraz organizacja letniego wypoczynku dla dzieci w szkołach wiejskich.

Strategia zakłada podniesienie poziomu jakości życia mieszkańców poprzez:

- ✓ Wzrost konkurencyjności lokalnej gospodarki,
- ✓ Poprawę jakości kapitału ludzkiego oraz ograniczenie wykluczenia społecznego,
- ✓ Poprawę atrakcyjności turystycznej powiatu (rozwój infrastruktury wypoczynkowo - rekreacyjnej, podniesienie konkurencyjności oferty turystycznej, zachowanie i odbudowa dziedzictwa kulturowego),
- ✓ Rozwój współpracy (międzynarodowej, międzyregionalnej, lokalnej) oraz promocję powiatu.

Dzięki jednoczesnej realizacji powyższych priorytetów możliwa będzie spełnienie misji Strategii ([...] podniesienie poziomu jakości życia mieszkańców oraz zrównoważony rozwój, wykorzystujący walory przyrodnicze, krajobrazowe i kulturowe, tworząc korzystne warunki do rozwoju rolnictwa, przedsiębiorczości i turystyki).

Strategia Rozwoju Turystyki w Powiecie Łęczyńskim 2007-2013

Wizją przyszłości dotyczącą rozwoju turystyki w Powiecie Łęczyńskim jest poprawa jakości życia mieszkańców, zrównoważony rozwój Powiatu i wzrost zatrudnienia w tym sektorze gospodarki. Obszary priorytetowe (przestrzeń turystyczna, produkty turystyczne, zasoby ludzkie, marketing, informacja i





promocja) są zgodne z ogólnopolskimi Kierunkami Rozwoju Turystyki do 2015 oraz Marketingową Strategią Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015, która podkreśla największy potencjał produktów turystycznych w województwie lubelskim w zakresie turystyki rekreacyjno – wypoczynkowej (wypoczynek na obszarach przyrodniczych) oraz turystyki aktywnej.

Do celów w ramach I priorytetu – Przestrzeń turystyczna należą: zwiększanie dostępności komunikacyjnej Powiatu, kształtowanie proekologicznej infrastruktury w kontekście rozwoju przestrzeni turystycznej, rozwój mikro przestrzeni turystycznych. Priorytet II - Oryginalny produkt turystyczny zawiera następujące cele: kreacja i rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych, stymulowanie i wspieranie inwestycji w obszarze infrastruktury turystycznej produktów. Cele w priorytecie III – Rozwój zasobów ludzkich to kształcenie kadr dla obsługi ruchu turystycznego, wsparcie kadr administracji samorządowej, kadr pedagogicznych oraz organizacji pozarządowych, badania rynku pracy, potrzeb szkoleniowych oraz efektywności programów szkoleniowych. Ostatni, IV priorytet - Marketing, informacja i promocja obejmuje następujące cele: tworzenie i implementacja nowoczesnych rozwiązań w dziedzinie marketingu produktu i tworzenia produktów markowych, stworzenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej, wprowadzenie systemu badań rynku turystycznego.

Strategia Marki Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego na lata 2011-2020 będzie stanowiła kontynuację założeń Strategii Rozwoju Turystyki w Powiecie Łęczyńskim, np. przy wdrażaniu trzech wiodących produktów turystycznych – „Gościnne brzegi”, „Wielobarwny wypoczynek”, „Magia miejsc”.

Strategia Rozwoju Powiatu Włodawskiego na lata 2008-2015

Nadrzędnym celem Strategii jest osiągnięcie trwałego i zrównoważonego rozwoju społeczno – gospodarczego Powiatu poprzez zwiększenie konkurencyjności gospodarczej oraz optymalne wykorzystanie jego wewnętrznych potencjałów rozwojowych. Priorytetowymi kierunkami rozwoju są następujące:

- ✓ Wzrost konkurencyjności gospodarki powiatu oraz jej zdolności do tworzenia miejsc pracy,
- ✓ Rozwój nowoczesnego społeczeństwa i zasobów ludzkich dostosowanych do wymogów rynku pracy i gospodarki opartej na wiedzy,
- ✓ Poprawa atrakcyjności i spójności terytorialnej ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju turystyki,





- ✓ Rozwój współpracy między jednostkami samorządu terytorialnego i organizacjami pozarządowymi oraz współpracy międzynarodowej.

Odnosnie rozwoju turystyki do najważniejszych celów należy stworzenie warunków do rozwoju bazy infrastruktury turystycznej, tworzenie i rozwój form i usług turystycznych eksponujących i wykorzystujących walory powiatu, koordynacja działań powiatu, gmin i podmiotów realizujących usługi turystyczne, wspólna promocja, tworzenie warunków sprzyjających inwestowaniu oraz przyczyniających się do promocji powiatu jako obszaru posiadającego ogromne walory turystyczne.

Realizacja tych celów powinna przyczynić się do wzmocnienia zdolności instytucjonalnych powiatu w zakresie turystyki, promocji i przyciągania inwestycji zewnętrznych, co w dłuższej perspektywie doprowadzi do ogólnej poprawy wizerunku marketingowego powiatu.

W strategii zostały sprecyzowane główne zadania:

- prowadzenie w kraju i za granicą efektywnego marketingu powiatu,
- stworzenie sprawnego i kompleksowego systemu informacji i obsługi,
- wykorzystanie w działalności promocyjnej samorządów narzędzi i możliwości związanych z rozwojem społeczeństwa informacyjnego,
- wspomaganie mechanizmów powiązania inwestycji publicznych z przedsięwzięciami komercyjnymi,
- rozwój infrastruktury turystycznej,
- odnowa w celach turystycznych obiektów zabytkowych i pomników historii,
- rozwój lokalnych produktów turystycznych i ich promocja.

Strategia Rozwoju Powiatu Lubartowskiego na lata 2007-2015

Działania strategiczne w Powiecie koncentrują się na zwiększeniu konkurencyjności lokalnej gospodarki głównie poprzez poprawę infrastruktury technicznej i turystycznej. Jednocześnie należy zadbać o poprawę poziomu zatrudnienia mieszkańców oraz jakości kapitału ludzkiego.





Z przeprowadzonych w części diagnostycznej Strategii analiz wynika, że powiat lubartowski dysponuje znacznym potencjałem turystycznym. Głównym atutem w tym zakresie jest bogactwo środowiska przyrodniczego oraz dziedzictwa kulturowego. Bardzo istotną barierą ograniczającą rozwój przemysłu turystycznego w powiecie jest zły stan materialny wielu obiektów zabytkowych oraz słabe wyposażenie w podstawową infrastrukturę turystyczną. Dotyczy to zarówno infrastruktury publicznej (np. szlaki turystyczne, ścieżki rowerowe), jak i infrastruktury będącej w dyspozycji sektora prywatnego i obejmującej głównie bazę noclegową i gastronomiczną. Od skuteczności i efektów poprawy w tym zakresie zależy sukces innych zaplanowanych działań, szczególnie tych odnoszących się do rozwoju przedsiębiorczości i różnicowania działalności na obszarach wiejskich. Do głównych typów projektów realizowanych w ramach turystyki należą m. in.:

2. rozwój publicznej infrastruktury turystycznej,
3. odnowa obiektów zabytkowych i lokalnych pomników historii,
4. wspieranie rozwoju bazy turystycznej, głównie noclegowej i gastronomicznej (przede wszystkim poprzez współpracę z lokalnymi przedsiębiorcami),
5. rozwój lokalnych produktów turystycznych oraz ich promocja, np. potrawy regionalne, tradycyjne produkty rękodzielnicze.

Strategia Rozwoju Powiatu Parczewskiego na lata 2008-2015

Strategia Rozwoju Powiatu Parczewskiego obejmuje analizę zewnętrznych i wewnętrznych uwarunkowań rozwoju regionu. Istotny wpływ mogą mieć procesy integracyjne i globalizacyjne, informatyzacja społeczeństwa, rosnące znaczenie walorów przyrodniczych i kulturowych w rozwoju nowych form turystyki, rozkwit sektora odnawialnych źródeł energii. W dokumencie opisano także negatywne czynniki hamujące rozwój powiatu, m. in. peryferyjne położenie na mapie Polski, słaba dostępność komunikacyjna, niekorzystna polityka rolna dla większości gospodarstw na terenie województwa, emigracja młodych i wykształconych ludzi. Analiza uwarunkowań wewnętrznych została przeprowadzona w kategoriach: przestrzeń i środowisko, sfera gospodarcza i społeczna, infrastruktura techniczna i społeczna, jakość rządzenia. Wiele zaprezentowanych w strategii danych porównano z wartościami na rynku wojewódzkim i krajowym w celu ukazania konkurencyjności powiatu parczewskiego. Punkty w określeniu ogólnej pozycji konkurencyjnej przyznawano





kierując się przede wszystkim atrakcyjnością inwestycyjną i jakością życia. Powiat parczewski został zakwalifikowany do ostatniej, IV klasy, podobnie jak większość powiatów województwa lubelskiego.

Władze powiatu prowadzą szereg działań prowadzących do osiągnięcia celów strategicznych. Pierwszym priorytetem jest „Poprawa warunków do inwestowania i rozwoju turystyki”, w ramach którego przewidziano realizację następujących celów operacyjnych:

- Rozwój infrastruktury poprawiającej atrakcyjność turystyczną powiatu.
- Promocja oraz rozwój współpracy międzynarodowej powiatu.
- Poprawa jakości rządzenia w powiecie.

Słaby stan wyposażenia w podstawową infrastrukturę techniczną wpływa bardzo niekorzystnie na atrakcyjność inwestycyjną i powoduje niską zdolność do konkurencji o turystów. Pozostałe cele strategiczne omówione w dokumencie dotyczą zwiększenia efektywności lokalnej gospodarki, poprawy jakości kapitału ludzkiego i społecznego, wzrostu poziomu bezpieczeństwa publicznego.

3.4. Dokumenty gminne

Przyjęte w następujących dokumentach strategicznych gmin Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego priorytety rozwoju w pełni wpisują się w założenia i kierunki strategiczne rozwoju regionalnego na poziomie Polski oraz województwa lubelskiego.

Strategia Rozwoju Gminy Łęczna na lata 2009-2020

Wizja rozwoju Gminy zakłada, że stanie się ona w 2020 roku ośrodkiem „o znaczeniu ponadlokalnym w zakresie administracyjnym, kulturalnym, edukacyjnym, handlowo – usługowym i gospodarczym z własnym zapleczem przemysłowym, jak również „turystyczna brama” do Pojezierza Łęczyńskiego”. Realizacja Strategii do 2020 roku przewiduje utworzenie dogodnych warunków dla rozwoju mieszkańców i przedsiębiorstw przyjaznych dla środowiska oraz wsparcie rozwoju turystyki pod hasłem promocyjnym: „Łęczna = kopalnia możliwości”. Osiągnięcie celów strategicznych doprowadzi do powstania Gminy:

- ✓ z dobrze rozbudowaną infrastrukturą techniczno – ekonomiczną,





- ✓ ludzi aktywnych i wykształconych,
- ✓ stworzonej dla przedsiębiorczości (z uwzględnieniem sektora turystyki).

Strategiczne cele rozwojowe przenoszą się na cele operacyjne i w dalszej kolejności na bieżące zadania. Rozwój turystyki odbywać się będzie m. in. przez rewitalizację miasta Łęczna (w tym Starego Miasta), rozbudowę infrastruktury turystycznej i adaptacja terenów na potrzeby turystyczne, wdrożenie systemu promocji i informacji turystycznej Gminy. Biorąc pod uwagę mocne strony Gminy i licząc się z zewnętrznymi uwarunkowaniami, szansę rozwoju należy upatrywać przede wszystkim w młodych zasobach ludzkich oraz w korzystnych uwarunkowaniach geograficznych i zachowanym dziedzictwie kulturowym.

Strategia Rozwoju Gminy Cyców na lata 2000-2015

Do sformułowania celów rozwoju Gminy zidentyfikowano jej problemy. Dotyczą one przede wszystkim sfery społecznej, komunikacji, przedsiębiorczości, rolnictwa. Nadrzędnym celem stało się tworzenie warunków do harmonijnego i dynamicznego rozwoju gospodarczego, mającego na celu zapewnianie godnych warunków życia mieszkańców. Do osiągnięcia celu głównego służą długoterminowe, siedmioletnie cele strategiczne, będące odzwierciedleniem zarówno lokalnych warunków działania, jak i uwarunkowań zewnętrznych:

1. Pomoc w tworzeniu miejsc pracy (np. organizacja szkoleń z zakresu agroturystyki),
2. Restrukturyzacja i modernizacja rolnictwa (np. zakładanie gospodarstw agroturystycznych),
3. Kształcenie młodzieży wiejskiej (np. stworzenie programu rozwoju kultury),
4. Budowa infrastruktury technicznej (np. modernizacja dróg).

Zadania objęte Strategią dotyczące bezpośrednio bądź pośrednio turystyki znajdują się na ostatnich pozycjach listy projektów uporządkowanych według hierarchii ważności. Powoduje to sytuację, że pomimo atrakcyjnego turystycznie środowiska naturalnego oraz znacznych terenów pod inwestycje, Gmina nie posiada centrum informacji turystycznej, wydajnego systemu promocji turystycznej, atrakcyjnych lokali gastronomiczno – rozrywkowych, zbyt wielu szlaków turystycznych, ani markowych produktów turystycznych.





Strategia Rozwoju Gminy Milejów na lata 2000-2015

Strategia wskazuje główne obszary, których wsparcie jest konieczne dla wywołania pozytywnych zmian w sferze społeczno – gospodarczej. Do ogólnych celów strategicznych należy:

- wyższa efektywność lokalnej gospodarki (w tym: rozwój infrastruktury poprawiającej atrakcyjność inwestycyjną i turystyczną, rozwój zrównoważonego rolnictwa, ożywienie lokalnej przedsiębiorczości i turystyki),
- integracja społeczna oraz poprawa jakości kapitału ludzkiego w Gminie (w tym: poprawa jakości i poziomu wykształcenia mieszkańców, rozwój kultury i kapitału społecznego).

W wyniku realizacji założeń Strategii Gmina będzie m. in. lepiej wykorzystywała potencjał rolniczy (wybór bardziej dochodowego rolnictwa, większa dywersyfikacja działalności rolnej w kierunku produkcji energii odnawialnej i rozwoju turystyki), posiadała większą ilość miejsc pracy, przyciągała turystów zainteresowanych różnymi formami aktywnego wypoczynku. Rozwój sektora turystyki określono jako istotną formę wzmacniania lokalnej gospodarki i tworzenia nowych miejsc pracy poza rolnictwem na co wskazują liczne i różnorodne walory przyrodnicze i krajobrazowe, a także dostępność terenów pod działalność gospodarczą.

Strategia Rozwoju Lokalnego Gminy Ludwin na lata 2008-2020

Prace nad Strategią polegały m. in. na konsultacjach społecznych, na których mieszkańcy wypełniali anonimowo ankietę konsultacyjną dotyczącą szans rozwojowych. Wskazano trzy grupy odpowiedzi:

- ✓ Rozwój turystyki, w tym agroturystyki,
- ✓ Budowa i rozwój infrastruktury,
- ✓ Aktywizacja społeczno – gospodarcza.

Przy określeniu mocnych stron Gminy dominowały kwestie związane z turystyką, a za największy problem (także związany z rozwojem funkcji turystycznej) uznano zły stan infrastruktury drogowej. Na tej podstawie sformułowano misję Gminy: pobudzenie rozwoju społeczno – gospodarczego dla podniesienia





ekonomicznej wartości i atrakcyjności. Istotne jest przy tym wykorzystanie walorów turystycznych oraz poprawa standardu życia mieszkańców zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Turystyka i rekreacja została uznana przez mieszkańców za najważniejszy kierunek rozwoju Gminy, więc postanowiono podjąć jak najwięcej działań w tej sferze. Nastąpi dalszy rozwój rynku usług turystycznych poprzez podwyższenie jakości świadczeń, w tym usług oferowanych w gospodarstwach agroturystycznych. Stan infrastruktury turystycznej ulegnie znaczącej poprawie. Zostanie wprowadzony jednolity system oznakowania i promocji atrakcji turystycznych. Gmina potraktuje swoje zasoby przyrodnicze jako kapitał do wykorzystania w celu przyciągnięcia na swój teren turystów, pamiętając jednak przy tym o nieprzekroczeniu chłonności turystycznej, czyli maksymalnej liczby uczestników ruchu turystycznego na danym obszarze, nie powodująca dewastacji i degradacji środowiska naturalnego, a przy tym warunków wypoczyniania.

Strategia Rozwoju Lokalnego Gminy Puchaczów na lata 2007-2015

Głównym celem działania Gminy określonym w Strategii jest zaspokajanie zbiorowych potrzeb mieszkańców (zapewnienie jak najlepszych warunków świadczenia usług społecznych) poprzez prowadzenie polityki zrównoważonego rozwoju. Do realizacji tego celu niezbędne jest podjęcie działań w następujących obszarach priorytetowych:

- Budowa, rozbudowa i modernizacja infrastruktury służącej wzmocnieniu konkurencyjności Gminy,
- Budowa oraz umocnienie wewnętrznych więzi społecznych oraz zewnętrznych kontaktów gospodarczych,
- Zmniejszanie bezrobocia oraz wzmocnienie bazy ekonomicznej,
- Odbudowa i zachowanie walorów przyrodniczych i historycznych oraz dziedzictwa kulturowego, z uwzględnieniem funkcji turystycznej.

Uzasadnieniem wyboru obszaru dotyczącego turystyki (ostatniego) jest szansa rozwoju gospodarczego poprzez ożywienie funkcji turystycznej. Turystyka w stosunkowo krótkim czasie może przynieść pozytywne wyniki ekonomiczno – społeczne i jest jednocześnie tą gałęzią gospodarki, która w niewielkim stopniu





wchodzi w kolizję z racjami ochrony środowiska przyrodniczego i kulturowego. Natomiast rozwój infrastruktury turystycznej z korzyścią wpłynie nie tylko na podniesienie atrakcyjności Gminy, ale także poprawę możliwości korzystania z wypoczynku i rekreacji przez mieszkańców.

Strategia Rozwoju Lokalnego Gminy Spiczyn na lata 2007-2015

Misja ujęta w Strategii wyznaczająca ogólny trend rozwojowy brzmi następująco: Gmina Spiczyn to wspólnota samorządowa tworząca warunki do harmonijnego rozwoju gospodarczego poprzez maksymalne wykorzystanie posiadanych zasobów, uwzględnianie korzystnego położenia oraz eksponowanie walorów środowiska przyrodniczego i kulturowego. W ramach realizacji celu nadrzędnego wyodrębniono sześć następujących obszarów priorytetowych, z których każdy bezpośrednio lub pośrednio odnosi się do kwestii turystyki:

- Zwiększenie dostępności komunikacyjnej gminy,
- Poprawa stanu środowiska naturalnego,
- Rozbudowa infrastruktury technicznej i społecznej oraz jej wyposażenie,
- Odnowa i zachowanie dziedzictwa kulturowego,
- Optymalne wykorzystanie walorów środowiska przyrodniczego do poprawy atrakcyjności gospodarczej i turystycznej,
- Poprawa jakości kapitału ludzkiego i aktywizacja społeczno - gospodarcza mieszkańców.

Uzasadnieniem tak dokonanego wyboru celów strategicznych są materiały ankietowe z wiejskich zebrań. Powyższe propozycje spowodowane są niezadowolającą sytuacją społeczno – gospodarczą w Gminie ze względu na rolniczy charakter, niskie dochody ludności oraz niski poziom wydatków inwestycyjnych. Poprzez pozyskanie zewnętrznych środków istnieje realna szansa na dynamiczny rozwój Gminy, co w konsekwencji zaktywizuje mieszkańców do osiągania celów strategicznych.

Strategia Rozwoju Lokalnego Gminy Włodawa na lata 2009-2015





Misja Gminy ([...] osiągnięcie statusu rozpoznawalnego w skali kraju ośrodka turystyki poprzez wykorzystanie walorów środowiska naturalnego, potencjału społecznego oraz transgranicznego położenia gminy na granicy państwa, Białorusi i Ukrainy) wskazuje na obszary działania: rozwój oparty na turystyce, poprawa infrastruktury, aktywizacja społeczeństwa, promocja turystyczna. Do celów strategicznych należą:

- Aktywizacja rozwoju marki „Centrum turystyczno – rekreacyjnego województwa lubelskiego Okuninki nad Jeziorem Białym i okolic” jako markowego produktu Gminy Włodawa i Lubelszczyzny oraz rozwój jej funkcji turystycznej,
- Rozwój gospodarki przyjaznej dla środowiska i rozwoju turystyki,
- Rozwój infrastruktury publicznej gminy mający na celu poprawę jakości życia mieszkańców i turystów
- Gmina Włodawa dobrym miejscem do życia

Wśród silnych stron Gminy najbardziej znaczącymi są walory krajoznawcze, czyste środowisko naturalne, aktywność organizacji pozarządowych. Bardzo ważnym czynnikiem jest funkcjonowanie centrum rekreacji nad Jeziorem Białym.

Działania dotyczące sfery turystyki w Gminie są następujące:

- Opracowanie i wdrożenie długofalowego programu promocji i rozwoju turystycznej marki gminy w oparciu o walory przyrodnicze, kulturowe, historyczne i antropogeniczne,
- Rozbudowa istniejącej i tworzenie nowej infrastruktury turystycznej, rekreacyjnej i sportowej,
- Intensyfikacja działań na rzecz turystyki na terenach wiejskich obejmująca wszelkie formy turystyki na terenach wiejskich, w tym rzemiosło ludowe, pobyt w gospodarstwach rolnych, imprezy folklorystyczne, tradycyjne życie w gospodarstwach rolnych, także ekoturystykę i „wieś tematyczną” zwiedzanie obszarów prawnie chronionych (parków, rezerwatów przyrody, obszarów Natura 2000),
- Budowanie spójnej oferty turystycznej poprzez angażowanie różnych partnerów, w tym budowanie potencjału typu Leader,
- Rozszerzanie zakresu współpracy turystycznej z Ukrainą i Białorusią w oparciu o transgraniczne położenie,





- Wypromowanie imprez kulturalnych, rozrywkowych i rekreacyjnych o zasięgu wojewódzkim i krajowym,
- Kreowanie produktów turystycznych charakterystycznych dla obszaru,
- Poprawa i rozbudowa usług turystycznych,
- Wsparcie działań mających na celu budowę turystycznego przejścia granicznego z Ukrainą w Zbereżu, osobowego przejścia granicznego z Białorusią we Włodawie i kolejowego w Orchówku.

Strategia Zrównoważonego Rozwoju Gminy Urszulin 2008-2020

W dokumencie strategicznym przedstawiono główne kierunki działań oraz wyznaczono cele strategiczne dopełnione celami operacyjnymi i przypisanymi im działaniami. Uwarunkowania, które dotychczas ograniczały rozwój Gminy, tj. geograficzne, historyczne, geopolityczne i przyrodnicze, przyczyniły się do ocalenia dóbr przyrody stanowiących obecnie najbardziej docenianą wartość. Dlatego też Strategia zakłada kierunki rozwoju, które umożliwią zwiększanie dobrobytu bez destrukcyjnej ingerencji w dziedzictwa przyrodniczego. Główny cel, kluczowy z punktu widzenia rozwoju turystyki w Gminie Urszulin oraz opisany w Strategii Zrównoważonego Rozwoju Gminy to „Rozbudowa i modernizacja infrastruktury służącej wzmacnianiu konkurencyjności Gminy Urszulin”.

Precyzują go następujące cele operacyjne:

- Modernizacja i rozbudowa układu drogowego,
- Rozbudowa infrastruktury społeczeństwa informacyjnego,
- Odbudowa i zachowanie substancji przyrodniczej i dziedzictwa kulturowego,
- Zachowanie i odbudowa dziedzictwa kulturowego,
- Rozwój turystyki poprzez rozbudowę i modernizację infrastruktury turystycznej oraz poszerzanie oferty turystycznej.

Z analizy kolejnych celów strategicznych i operacyjnych wynika, że atrakcyjność turystyczna oraz istnienie na terenie Gminy zróżnicowanych form ochrony przyrody (w tym Parku Narodowego) ma decydujące znaczenie w rozwoju na niemalże wszystkich płaszczyznach życia społeczno – gospodarczego,





Strategia Rozwoju Gminy Hańsk na lata 2008-2015

Głównym celem Strategii jest zrównoważony ekonomiczny, społeczny, gospodarczy i kulturalny rozwój będący wynikiem wzrostu aktywności, zorganizowania i zamożności mieszkańców gminy prowadzący do znacznego podniesienia komfortu życia. Jego osiągnięcie będzie możliwe dzięki

jednoczesnej realizacji następujących celów strategicznych:

- ✓ Zwiększenie atrakcyjności inwestycyjnej i osiedleńczej oraz ochrona środowiska poprzez rozwój infrastruktury lokalnej,
- ✓ Zapewnienie sprzyjających warunków do rozwoju społecznego,
- ✓ Stworzenie warunków do rozwoju turystyki, kultury i rekreacji,
- ✓ Rozwój lokalnej przedsiębiorczości i gospodarki oraz wsparcie istniejących przedsiębiorstw i gospodarstw rolnych.

Ułatwienie funkcjonowania działających już podmiotów gospodarczych oraz pobudzanie mieszkańców do inicjatyw gospodarczych to najważniejszy zamysł i aspiracja związana z wdrażaniem dokumentu. Prawdopodobnie dużą rolę odegra funkcja turystyczna Gminy, która obecnie jest słabo rozwinięta. Przy odpowiednim wykorzystaniu przyrodniczych i kulturowych uwarunkowań turystyka stanie się szansą na ogólny rozwój społeczno – gospodarczy. W tym zakresie planuje się stworzenie przestrzeni do rozwoju turystyki i rekreacji, ratowanie dziedzictwa kulturowego, promocję walorów turystycznych.

Strategia Rozwoju Lokalnego Gminy Wola Uhruska

Misją Strategii jest wszechstronne działanie na rzecz zrównoważonego rozwoju Gminy dla dobra lokalnej społeczności i ich gości, w oparciu o wykorzystanie walorów środowiska naturalnego jak i nadgranicznego położenia. Określono następujące cele strategiczne:

1. Wykorzystanie walorów środowiska naturalnego i nadgranicznego położenia dla rozwoju funkcji turystycznej (w ramach którego zostanie m. in. opracowany i wdrożony długofalowy program rozwoju turystycznego, rozbudowana infrastruktura turystyczna, stworzona rozszerzona i spójna oferta turystyczna, wykwalifikowana kadra turystyczna, zbudowane i wypromowane turystyczne przejście graniczne z Ukrainą w Zbereżu, rozszerzona współpraca transgraniczna z Ukrainą w zakresie turystyki),
2. Wola Uhruska gminą nowoczesnej gospodarki i rolnictwa,





3. Wola Uhruska gminą przyjazną dla mieszkańców.

Cel Strategiczny odnoszący się do rozwoju turystyki opisany jest przez aż 10 działań, podczas gdy pozostałe dwa cele jedynie przez 5. Wynika z tego, że prawdopodobnie funkcja turystyczna wraz z aktywizacją społeczeństwa odegra najistotniejszą rolę w rozwoju Gminy.

Strategia Rozwoju Gminy Stary Brus na lata 2007-2015

Strategia zakłada rozwój ekonomiczny Gminy w dużej części oparty na turystyce, agroturystyce i drobnej przedsiębiorczości.

Niestety opracowanie nie jest dostępne w wersji elektronicznej, a władze gminy posiadają jedynie drukowaną wersję na własny użytek.

Strategia Rozwoju Gminy Sosnowica na lata 2008–2020

Celem Strategii jest osiągnięcie do 2020 roku trwałego i zrównoważonego rozwoju społeczno – gospodarczego poprzez wykorzystanie zasobów własnych Gminy. Priorytetami wyznaczonymi na podstawie aspiracji rozwojowych są:

- Wszechstronny rozwój społeczności gminnej oraz jej aktywizacja,
- Aktywizacja gospodarcza Gminy oraz poprawa jej konkurencyjności,
- Ochrona środowiska naturalnego oraz walorów krajobrazowych i kulturowych (ze szczególnym ukierunkowaniem na turystykę).

W zakres ostatniego z priorytetów wchodzi m. in. podnoszenie atrakcyjności Gminy pod względem różnorodności przyrodniczej i krajobrazowej, ochrona oraz promocja dziedzictwa kulturowego i dorobku kulturalnego Gminy, wykorzystanie walorów przyrodniczych i kulturowych dla rozwoju turystyki. Nacisk na funkcję turystyczną jest spowodowany realnymi szansami przeistoczenia jej w główny, bądź jeden z nich, kierunek aktywności gospodarczej.

Strategia Rozwoju Gminy Uścimów na lata 2007-2013





Wewnętrzny potencjał Gminy opiera się głównie za zasobach przyrodniczych i dobrym stanie środowiska naturalnego oraz na korzystnej strukturze demograficznej. W ramach celów strategicznych (Poprawa stanu infrastruktury technicznej i społecznej; Rozwój usług dla mieszkańców; Zwiększenie absorpcji środków finansowych UE oraz innych grantów; Wsparcie lokalnej gospodarki) w sferze turystyki i wypoczynku proponuje się:

- podniesienie standardów istniejącej bazy oraz rozwój usług turystycznych i paraturystycznych,
- możliwość rozwoju obiektów turystycznych o niskiej intensywności zabudowy (pensjonaty, małe ośrodki wypoczynkowe),
- rozszerzenie oferty turystycznej o agroturystykę, turystykę kwalifikowaną i specjalistyczną,
- utworzenie ścieżek rowerowych, tras konnych, podwyższenie standardów istniejących szlaków turystycznych,
- adaptację istniejącej zabudowy na cele letniskowe,
- elastyczna wymianę funkcji istniejących i nowych obiektów wypoczynkowych,
- ochronę przed przeinwestowaniem obszaru Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego, zwłaszcza obszarów wokół jezior: Krasne i Tomaszne.

Pomimo tak licznych działań w kierunku rozwoju sektora turystyczno – rekreacyjnego, uznano go za źródło jedynie dodatkowych dochodów mieszkańców.

3.5.Wnioski

Zebrane informacje, przedstawiające wybrane zapisy z dokumentów strategicznych określające kierunki i cele rozwoju Pojezierza, są podstawą do twierdzenia, że turystyka ma duże znaczenia w gospodarce na wielu poziomach planowania. Samorządy regionalne i lokalne powinny ściśle ze sobą współpracować w realizacji inwestycji turystycznych i działań aktywizujących rozwój turystyki. Aby rozwój przebiegał w harmonijny i zrównoważony sposób wszystkie dokumenty strategiczne na szczeblu lokalnym muszą być tworzone w kontekście regionalnym. Dopiero spójność zamierzeń umożliwia tworzenie pozytywnego wizerunku i ponadlokalnych produktów turystycznych oraz koordynację promocyjnych i informacyjnych przedsięwzięć.

Tab. 1 Powiązanie strategicznych kierunków rozwoju Polski i województwa lubelskiego





Strategia Rozwoju Województwa Lubelskiego na lata 2006-2020		Strategia Rozwoju Kraju na lata 2007-2015
Priorytet 3 Cel 3.1 Poprawa dostępności komunikacyjnej województwa	←	Priorytet 2 Infrastruktura techniczna a) infrastruktura transportowa
Priorytet 3 Cel 3.2 Zachowanie i wzmacnianie różnorodności przyrodniczej, krajobrazowej i kulturowej Lubelszczyzny		Priorytet 2 Infrastruktura techniczna a) Infrastruktura ochrony środowiska
Priorytet 3 Cel 3.4 Poprawa jakości życia mieszkańców oraz wielofunkcyjny rozwój obszarów wiejskich		Priorytet 5 Rozwój obszarów wiejskich c) Rozwój i poprawa infrastruktury technicznej i społecznej na obszarach wiejskich
Priorytet 3 Cel 3.2 Zachowanie i wzmacnianie różnorodności przyrodniczej, krajobrazowej i kulturowej Lubelszczyzny		Priorytet 2 Infrastruktura społeczna a) Infrastruktura kultury, turystyki i sportu
Priorytet 2 Cel 2.4 Wspieranie integracji społecznej i ograniczanie poziomu ubóstwa w regionie		Priorytet 5 Rozwój obszarów wiejskich d) Wzrost jakości kapitału ludzkiego oraz aktywizacja zawodowa mieszkańców wsi
Priorytet 1 Cel 1.4 Rozwój małych i średnich przedsiębiorstw		Priorytet 4 Zintegrowana wspólnota b) Wspieranie samoorganizacji społeczności lokalnych

Źródło: Opracowanie własne





Na poziomach wszystkich powiatów dokumenty strategiczne zakładają kontynuację działań w obszarze priorytetów określonych w powyższej tabeli. Są to zapisy o rozbudowie i modernizacji infrastruktury drogowej, ochrony środowiska, o zachowaniu dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego, o rozwoju turystyki i aktywizacji terenów wiejskich.

Obszary zainteresowania w kontekście rozwoju turystyki poszczególnych gmin Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego leżą na różnych poziomach w hierarchii celów strategicznych. Do gmin najbardziej zainteresowanych inwestycjami w turystykę i upatrującymi w turystyce największe szanse społeczno – gospodarczego ożywienia należy przede wszystkim Gmina Ludwin, Gmina Puchaczów, Gmina wiejska Włodawa, Gmina Urszulin, Gmina Hańsk, Gmina Wola Uhruska, Gmina Sosnowica. Także analizy intensywności ruchu turystycznego oraz stopnia rozwoju funkcji turystycznych wykazały na analizowanym obszarze gminy o rozwiniętej turystyce: Ludwin, Sosnowica, Uścimów i Włodawa, w których funkcja turystyczna stanowi funkcję uzupełniającą¹. Pozostałe gminy Pojezierza uznały turystykę i rekreację za kierunek ważny aczkolwiek nie priorytetowy. Przykładowo, najważniejszym zadaniem Gminy Łęczna ujętym w strategii jest poprawa jakości życia mieszkańców i wzmocnienie więzi społecznych, a rozwój funkcji turystycznej został ujęty jedynie jako kierunek preferencyjny.

W efekcie realizacji działań lokalnych strategii odnoszących się do rozwoju turystyki zostanie wykorzystany nieuaktywniony lub niewłaściwie użytkowany potencjał ludzki, kulturowy i środowiskowy. Zostaną stworzone nowe szanse dla obszarów wiejskich (o słabszym tempie rozwoju) przez eksponowanie i zachowanie cennych wartości przyrodniczych i kulturowych. Turystyka będzie stymulowała przedsiębiorczość oraz innowacyjne postawy związane z umiejętnością kreowania nowych usług, tworzenia nowych produktów turystycznych oraz zdolnością do ich stałego doskonalenia. Dzięki rozwojowi sektora turystyki i rekreacji ukształtowany zostanie pozytywny wizerunek kraju i regionów przekładający się na wzrost atrakcyjności życiowej i inwestycyjnej.

¹

Gminy polskie o funkcjach turystycznych i uzdrowiskowych, Wyd. US, Jelenia Góra 1996



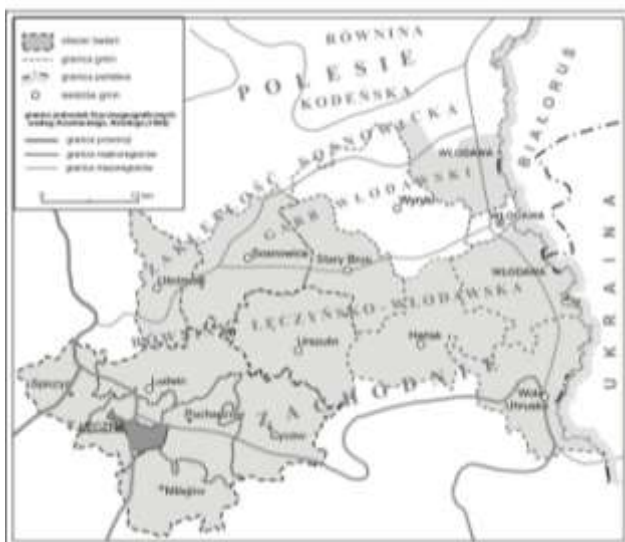


4. Charakterystyka obszaru Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego

Pojezierze Łęczyńsko - Włodawskie to stosunkowo niewielki fragment Polesia Lubelskiego (1160 km²) wciśnięty pomiędzy pagóry Chełmskie a Garb Włodawski na północy (rys. 1); jego zachodnią granicę wyznacza dolina Tyśmienicy, zaś wschodnią dolina Bugu (Kondracki 2000). Osobliwością przyrody jest gęsta sieć wód powierzchniowych z 67 jeziorami, będącymi jedynym w Polsce ich zgrupowaniem położonym poza zasięgiem lądolodu ostatniego zlodowacenia. Ich wiek datuje się na około 11 300 lat (Harasimiuk 1998).

Rys. 1 Położenie obszaru objętego analizą na tle podziału fizycznogeograficznego





Źródło: Opracowanie własne na podstawie Kondrackiego (2000)

O rozpoznawalności Pojezierza wśród regionów naturalnych Lubelszczyzny świadczy fakt, że już w XIX wieku (1882) po raz pierwszy użyto określenia „Pojeziora Łęczyńsko – Włodawskie”, natomiast pierwsze pełne studium przyrodnicze tego obszaru wykonano w latach 60. XX wieku (Chałubińska, Wilgat 1954). Nazwa regionu przyjęła się tak w środowisku naukowym lubelskim jak i podziałach fizyczno - geograficznych Polski (Kondracki od 1968 roku); w niektórych regionalizacjach fizycznogeograficznych kraju tereny te nazywane są Równiną Łęczyńsko - Włodawską (rys. 1).

Pierwotnie, tereny analizowane w niniejszym opracowaniu zajęte były przez lasy i torfowiska. Próby zagospodarowania terenu postępowały wraz z wycinką lasów i z osuszaniem mokradeł Polesia. Większe zmiany w ekosystemach na terenie Pojezierza zaszły w latach 50. i 60. XX wieku. Wiązały się one z budową kanału Wieprz – Krzna, który został ostatecznie wybudowany w latach 1954-61, a na interesującym nas obszarze, przebiega na linii Puchaczów – Dąbrowica. Budowę kanału uzasadniał bezwzględny deficyt wody na Pojezierzu, który to jednak w latach późniejszych powodował i nadal powoduje zanikanie i zarastanie naturalnych zbiorników wodnych. Okres silnego rozwoju miast i przemysłu pociągnął za sobą rozwój problematyki poświeconej





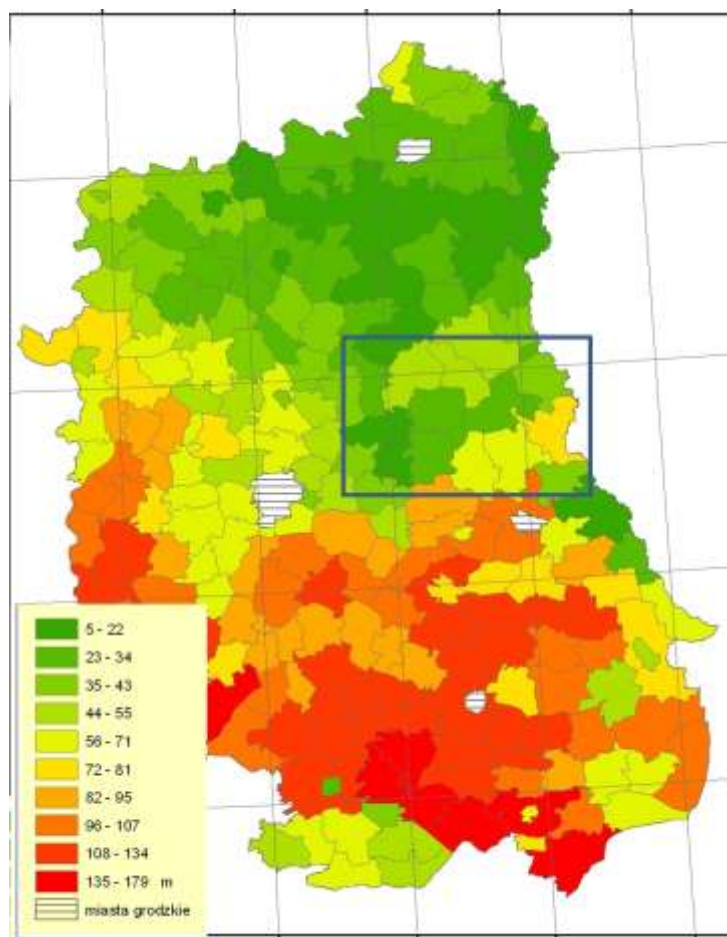
terenom wypoczynkowym Lubelszczyzny. Już w latach 60. na terenie Pojezierza zauważono cenne turystyczne walory przyrodnicze, które stały się przedmiotem szczegółowych waloryzacji i analiz pod kątem możliwości rozwoju turystyki (Wilgat 1956, 1971, Anasiewicz 1967).

Pod względem administracyjnym, obszar objęty szczegółową analizą znajduje się na terenie czterech powiatów: ęczyńskiego, włodawskiego, parczewskiego oraz lubartowskiego – łącznie 13 gmin. Są to: Cyców, Ludwin, Milejów, Łeczna, Puchaczów, Spiczyn, Sosnowica, Uścimów, Hańsk, Stary Brus, Urszulin, Włodawa i Wola Uhruska (rys. 1).

Obszar Pojezierza charakteryzuje się niewielkim zróżnicowaniem wysokości bezwzględnych, które wynoszą na peryferiach północnych i południowych od 180-200 m, na krańcu północno-zachodnim około 140 m. Ostateczny dość monotony krajobraz regionu ukształtowany został podczas kilku etapów kształtowania rzeźby tej części kraju (Buraczyński, Wojtanowicz 1983).

Rys. 2 Hipsometria (wysokości względne) w gminach Pojezierza ęczyńsko - Włodawskiego





Źródło: Opracowanie własne

W krajobrazie Pojezierza pierwszorzędna rolę odgrywają wody. Pod względem hydrograficznym obszar Pojezierza należy do dorzecza Bugu i Wieprza. Wieprz - o długości 303,2 km, to największy prawostronny dopływ środkowej Wisły, odwadniający obszar o powierzchni 10 415,2 km². Średni wieloletni przepływ Wieprza w odcinku ujściowym (Kośmin) w latach 1981-1990 wynosił 34,7 m³/s. Ponad dwukrotnie mniejszym przepływem charakteryzuje się Wieprz w



granicach powiatu łęczyńskiego; w łącznej w latach 1981-1990 wynosił 14,4 m³/s (Świeca 1998). Wschodnią granicę Pojezierza wyznacza Bug. Przez teren Pojezierza przepływają ponadto Tyśmienica z dwiema Piwoniami, Świnka (dopływy Wieprza) oraz Włodawka – dopływ Bugu.

Zjawiska wodne obszaru poddanego analizie to jednak przede wszystkim jeziora. Do końca XX wieku zachowały się na tym terenie 62 akweny naturalne (w roku 1954 istniały tu 68 jezior – Wilgat (1954). Sześć jezior (Domaszne, Mytycze, Krzcień, Dratów, Komiarno, Wytyckie) podczas prac melioracyjnych ogroblowano i zamieniono na zbiorniki retencyjne. Należy podkreślić, że spośród wszystkich jezior o powierzchni ponad 1 ha występujących na Równinie Łęczyńsko - Włodawskiej, 12 zbiorników znajduje się w granicach powiatu łęczyńskiego. Różnią się one pod względem kształtu i powierzchni. Największym jest jezioro Uściwierz o powierzchni 284,2 ha, natomiast najgłębszym (38,8m) - Piaseczno (Wilgat i in. 1991). Są to zbiorniki stosunkowo czyste; większość wód odpowiada II klasie czystości.

Jeziora analizowanego regionu różnią się przydatnością do uprawiania rekreacji wodnej. Obok jezior prawie nie zarośniętych (Piaseczno – określanego potocznie jako najczystsze na Pojezierzu), zdecydowana większość jezior tu występujących to jeziora eutroficzne i dystroficzne, obrazujące „starzenie” się akwenów, co powoduje niestety spadek ich przydatności dla turystyki i wypoczynku.

O stosunkach klimatycznych danego obszaru decyduje głównie czynnik stały, tj. położenie fizycznogeograficzne oraz zmienne czynniki meteorologiczne. Według regionalizacji klimatycznej Polski Wosia (1999), Pojezierze Łęczyńsko – Włodawskie leży w znacznej części w Regionie klimatycznym Podlasko - Poleskim, w którym częściej niż w innych regionach występuje pogoda dość mroźna, słoneczna i bez opadów. Region ten charakteryzuje klimat przejściowy pomiędzy morskim klimatem Europy Zachodniej i kontynentalnym klimatem Europy Wschodniej. Przeważają tu masy powietrza polarno - morskiego (kierunki zachodnie i południowo-zachodnie), a wiosną zwiększa się udział powietrza polarno - kontynentalnego i arktycznego. W bilansie rocznym dominują wiatry z kierunku zachodniego. Klimat jest nieco chłodniejszy od klimatu obszarów sąsiadujących od zachodu, ma cechy kontyentalizmu i odznacza się większymi kontrastami. Lata są wczesne i długie.

Analizowany obszar wyróżnia się pod względem warunków insolacyjnych. Usłonecznienie rzeczywiste, czyli liczba godzin z odkrytą tarczą słoneczną, osiąga na tym terenie wartości najwyższe w Polsce (Kaszewski 2005). Rzeczywiste sumy usłonecznienia przekraczają 1650 godzin w roku, czyli średnio około 4,5 godzin dziennie. Najwięcej godzin z odkrytą tarczą słoneczną notuje się w okresie lata – średnio powyżej 650 godzin. Średnia roczna temperatura





powietrza na tym obszarze wynosi od 7,1° C do 7,5° C. Najcieplejszym miesiącem jest lipiec najchłodniejszym – styczeń. Przeciętna maksymalna temperatura lipca waha się w przedziale od 23° C do 24° C, natomiast minimalna średnia temperatura stycznia kształtuje się na poziomie od -5,1° C do -6,3° C (Lorenc 2005).

Wymienione powyżej cechy elementów klimatu i ich wzajemne relacje składają się łącznie na odczuwanie klimatu i samopoczucie ludzi – tworząc antropoklimat. Spośród wyróżnionych przez Kozłowską-Szczęsną (1991) czterech typów antropoklimatu: silnie bodźcowego², umiarkowanie, łagodnie i słabo bodźcowego, Pojezierze Łęczyńsko - Włodawskie należy do czwartego typu, a więc słabo bodźcowego o cechach oszczędzających, co zawdzięcza znacznym powierzchniom leśnym i niezurbanizowanym. Podkreśla to znacznie walory rekreacyjno - wypoczynkowe tego obszaru.

Przyroda Pojezierza jest bogata, szczególnie ze względu na różnorodność siedlisk. Najbardziej wartościowe zbiorowiska roślinne znajdują się wokół jezior: Długie, Moszne, Łukie, Uściwierz, Brudno, na Bagnie Bubnów i Durnym Bagnie. Zróżnicowanie gatunkowe fauny opiera się głównie na wielości bezkręgowców wodnych (530) występujących w jeziorach (Radwan 1994). Osobliwością wśród gadów jest żółw błotny. Jego populacja występująca na Pojezierzu jest najbogatszą w Polsce i jedną z największych w Europie (Holuk 1998).

5. Potencjał turystyczny Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego

² Bodźcowy - stopień oddziaływanie na organizm ludzi takich elementów meteorologicznych jak temperatura, wilgotność, wiatr, ciśnienie.





Określenie „potencjał” oznacza zasób możliwości, zdolności tkwiących w czymś³. **Potencjał turystyczny** to całość czynników decydujących o możliwościach rozwoju turystyki na danym obszarze. Tworzą go wszystkie elementy środowiska geograficznego oraz zachowania człowieka, które mogą być wykorzystywane do uprawiania turystyki⁴.

Celem Raportu z badań i analiz jest dogłębna diagnoza atrakcyjności turystycznej oraz ukazanie, ocena i wskazanie praktycznych możliwości rozwoju oferty turystycznej na jej podstawie. Analiza obecnych zasobów turystycznych i potencjału obszaru Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego została przeprowadzona przy wykorzystaniu następujących źródeł:

- Dokumenty strategiczne gmin (opisane w rozdziale 3.4.)
- Strony internetowe wszystkich gmin (oprócz gminy Uścimów, której strona internetowa jest w przebudowie) wchodzących w całości lub części do Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego
<http://www.leczna.pl/>
<http://www.ugcykow.pl/>
<http://www.ludwin.powiatleczynski.pl/>
<http://www.puchaczow.pl/>
<http://www.milejow.pl/>
<http://www.spiczyn.pl/>
<http://www.gmina-wlodawa.pl/>
<http://www.ug.urszulin.eu/>

³ Skorupka S., Auderska H., Łempicka Z. (red.), *Mały Słownik Języka Polskiego*, Wyd. PWN, Warszawa 1968

⁴ Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny*, Wyd. PWE, Warszawa 2005





<http://www.hansk.pl/>

<http://www.brus.com.pl>

<http://www.wolauhruska.pl/>

<http://www.sosnowica.pl/>

- Opracowania turystyczne:
 - Mapa, przewodnik po szlakach, baza noclegowa „Powiat Łęczyński”, Wyd. Starostwo Powiatowe w Łęcznej, Łęczna 2007
 - „Powiat Włodawski i Rejon Szacki”, Wyd. Starostwo Powiatowe we Włodawie
 - Przewodnik turystyczny „Powiat Łęczyński”, Wyd. Starostwo Powiatowe w Łęcznej, Łęczna 2008
 - Chrzanowska A., Kulesza O., „Tradycje kultury ludowej w powiecie łęczyńskim i rejonie żółkiewskim”, Wyd. Starostwo Powiatowe w Łęcznej Łęczna 2007
 - „Powiat Łęczyński – monografia krajoznawcza”, Wyd. Starostwo Powiatowe w Łęcznej, Łęczna 2004
 - „Powiat Łęczyński”, Wyd. Starostwo Powiatowe w Łęcznej, Łęczna 2006
 - „Studia Łęczyńskie”, tom I, Wyd. Starostwo Powiatowe w Łęcznej, Łęczna 2009
 - Przewodnik turystyczny „Powiat Łęczyński. Rejon żółkiewski, Wyd. Starostwo Powiatowe w Łęcznej, Łęczna 2007
 - „Trzy Polesia” Wyd. Starostwo Powiatowe we Włodawie
- Baza danych GUS (Bank Danych Lokalnych)
 - Informacje o bazie noclegowej i gastronomicznej uzyskane ze Starostwa Powiatowego w Łęcznej, Centrum Promocji i Rozwoju Polesia Zachodniego, Urzędu Gminy Sosnowica oraz Urzędu Gminy Uścimów

Atrakcyjność turystyczną regionu rozumie się jako występowanie na danym terenie charakterystycznych elementów, które przyciągają turystów. Determinuje ona konkurencyjność pomiędzy miejscowościami i regionami turystycznymi, które starają się oferować turystom jak najlepsze warunki pobytu i





możliwości rekreacyjnego spędzania czasu. Przejawia się w zakresie zaspokajania podstawowych potrzeb stanowiących cel przyjazdu oraz atrakcyjnego spędzania wolnego czasu. O atrakcyjności turystycznej decydują trzy czynniki:

- Występowanie i ranga walorów turystycznych,
- Dostępność komunikacyjna – istniejąca sieć połączeń komunikacyjnych między miejscem stałego zamieszkania turysty a miejscem destynacji turystycznej, a także umożliwiająca odbywanie wycieczek w obrębie wybranego regionu,
- Zagospodarowanie turystyczne (baza materialna) – zespół obiektów stanowiących wyposażenie danego terenu, umożliwiających zaspokojenie potrzeb ruchu turystycznego⁵.

5.1. Walory turystyczne

Walory turystyczne to specyficzne cechy i elementy środowiska naturalnego i kulturowego oraz przejawy działalności człowieka, które są przedmiotem zainteresowania turystów. Występowanie walorów turystycznych wraz z infrastrukturą turystyczną są podłożem rozwoju ruchu turystycznego, kształtują kierunki podróży i są główną siłą przyciągającą turystów. Przez pojęcie walorów turystycznych rozumie się „dobra lub zespoły dóbr stworzonych przez naturę lub powstałe w wyniku działalności człowieka, które stanowią cel podróży turystycznych⁶”.

Ze względu na motywy, jakimi kierują się turyści przy wyborze miejsca pobytu, walory turystyczne podzielić można na:

1. **Walory krajoznawcze** – charakterystyczne zespoły krajobrazowe i osobliwości przyrody, dobra kultury, tradycyjna kultura ludowa, współczesne osiągnięcia cywilizacyjne człowieka w zakresie kultury materialnej, duchowej i społecznej. Do walorów krajoznawczych zalicza się: walory przyrodnicze istniejące bez ingerencji człowieka, walory powstałe przy niewielkim wpływie człowieka oraz walory przez niego ukształtowane,

⁵ Lijewski T., Wyrzykowski J., Mikułowski B., *Geografia turystyki Polski*, Wyd. PWE, Warszawa 2002

⁶ Mikuta B., Zelazna K., *Organizacja ruchu turystycznego na wsi*, Wyd. Format-AB, Warszawa 2004





2. **Walory wypoczynkowe** – warunki umożliwiające odpoczynek i regenerację sił psychofizycznych. Mają ścisły związek ze środowiskiem kulturalnym, przyrodniczym i jego cechami, m. in. walory widokowe, krajobrazu, cisza, dostęp do wody i lasu, niski stopień urbanizacji, korzystne warunki klimatyczne, możliwości uprawiania turystyki aktywnej. Do walorów wypoczynkowych kwalifikuje się: tereny dogodne do rekreacji, ośrodki życia kulturalnego często umiejscowione w wielkich miastach, miejscowości stanowiące centra rozrywkowo - wypoczynkowe oraz miejscowości uzdrowiskowe,

- **Walory specjalistyczne** – cechy i elementy środowiska przyrodniczego pozwalające na uprawianie wyspecjalizowanych form turystyki kwalifikowanej aktywnej, np. kajakarstwo, żeglarstwo, myślistwo, jeździectwo, taternictwo⁷.

Szczegółowy podział walorów turystycznych przedstawia tabela 2.

Tab. 2 Podział walorów turystycznych

⁷

Lijewski T., Wyrzykowski J., Mikułowski B., *Geografia turystyki Polski*, Wyd. PWE, Warszawa 2002





WALORY TURYSTYCZNE				
Walory wypoczynkowe <ul style="list-style-type: none"> tereny dogodne do rekreacji ośrodki życia kulturalnego miejsowości stanowiące centra rozrywki i wypoczynku miejsowości uzdrowiskowe 	Walory krajoznawcze <ul style="list-style-type: none"> walory przyrodnicze walory antropogeniczne, w tym: 			Walory specjalistyczne <ul style="list-style-type: none"> kajakowe i żeglarskie wędkarskie myśliwskie taternicze speleologiczne turystyki jeździeckiej i rowerowej
	Walory przyrodnicze istniejące bez ingerencji człowieka <ul style="list-style-type: none"> flora, fauna klimat ukształtowanie powierzchni 	Walory powstałe przy niewielkim wpływie człowieka <ul style="list-style-type: none"> parki narodowe parki krajobrazowe punkty widokowe 	Walory ukształtowane przez człowieka <ul style="list-style-type: none"> przyrodnicze (ogrody botaniczne i zoologiczne, parki zabytkowe) walory kulturowe powstałe w procesie historycznego rozwoju (zabytki, folklor, obrzędy, tradycje) walory współczesnych osiągnięć człowieka 	

Źródło: Mikuta B., Żelazna K., *Organizacja ruchu turystycznego na wsi*, Wyd. Format – AB, Warszawa 2004

Przedstawione założenia teoretyczne posłużyły do opisania najważniejszych walorów Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego z punktu widzenia ruchu turystycznego - począwszy od krajoznawczych, przez wypoczynkowe, kończąc na specjalistycznych.

5.1.1. Walory krajoznawcze





Walory krajoznawcze obejmują walory naturalne, czyli genetycznie związane ze środowiskiem przyrodniczym oraz walory antropogeniczne, czyli obiekty materialne i elementy ściśle związane z życiem, pracą i działalnością człowieka wytworzone przez niego w procesie historycznym. Zaspokajają one potrzeby estetyczne, wychowawczo - dydaktyczne, poznania i rekreacji psychofizycznej.

5.1.1.1. Walory przyrodnicze

Klasyfikacja rzeczowa została dokonana przez podział zasobów i walorów środowiska przyrodniczego zgodnie z zasadami przeprowadzania inwentaryzacji krajoznawczej przez Polskie Towarzystwo Turystyczno - Krajoznawcze⁸:

- Obiekty związane z budową geologiczną (np. odkrywki, jaskinie), charakterystyczne formy rzeźby terenu (np. ostańce, grzędy skalne),
- Krajobrazy, punkty i ciągi widokowe,
- Wody powierzchniowe (rzeki, jeziora, bagna, źródła itp.),
- Parki narodowe, rezerваты przyrody, parki krajobrazowe,
- Pomniki przyrody ożywionej i nieożywionej,
- Parki, ogrody (botaniczne, zoologiczne, dendrologiczne, palmiarnie),
- Grupy starodrzewu, aleje, okazy drzew egzotycznych, głazy narzutowe oraz inne obiekty godne uznania za pomniki przyrody.

Największym bogactwem Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego jest środowisko przyrodnicze, które w tym regionie wyróżniają przede wszystkim wody powierzchniowe i różne formy chronionej przyrody. Charakterystykę jezior przedstawiono w podrozdziale 5.1.2. Walory wypoczynkowe. Poniżej natomiast opisano główne obszary ochrony przyrody będące w obszarze zainteresowań potencjalnych turystów.

⁸

Internet, <http://www.pttk.pl/kznw/ikp/index.php?co=09&klasa=c>

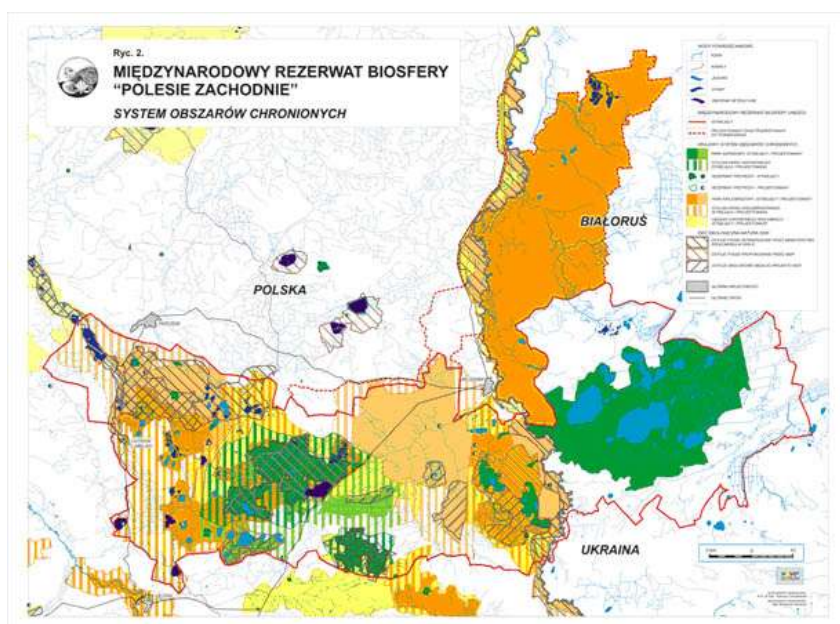




Międzynarodowy Rezerwat Biosfery „Polesie Zachodnie” został utworzony w ramach programu UNESCO „Człowiek i Biosfera” (MaB). Celem programu jest zachowanie bioróżnorodności (ekosystemów, gatunków, genów), rozwój dla zrównoważonej przyszłości (humanistyczny i społeczny), badania, monitoring oraz wymiana informacji w ramach światowej sieci MAB. Obecnie na pograniczu polsko-białorusko-ukraińskim istnieją trzy rezerваты:

- ✓ Polesie Zachodnie (2002 r.) na obszarze Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego i terenów przyległych; w jego skład wchodzi: Poleski Park Narodowy, parki krajobrazowe (Sobiborski, Poleski i Pojezierze Łęczyńskie), liczne rezerваты przyrody, pomniki i użytki ekologiczne;
- ✓ Polesie Nadbużańskie (2006 r.) na Białorusi;
- ✓ Szacki (2002 r.) na Ukrainie;

Rys. 4 Mapa Międzynarodowego Rezerwatu Biosfery „Polesie Zachodnie”



Źródło: Chmielewski T. J. (red.), *Ekologia krajobrazów hydrogeniczných Rezerwatu Biosfery „Polesie Zachodnie”*, Wyd. Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Lublin 2009



Poleski Park Narodowy utworzono w 1990 roku, a w 2002 roku wpisano na listę konwencji ramsarskiej ze względu na bogactwo ptactwa wodnego w międzynarodowej skali. Symbolem parku jest żuraw. Poleski Park Narodowy leży na Równinie Łęczyńsko – Włodawskiej i obejmuje prawie 10 tysięcy hektarów wodno - błotnych obszarów. Na jego terenie występuje duża różnorodność i obfitość jezior, stawów, rzek, rowów, torfianek oraz zagłębień krasowych. Udostępniono pięć, dobrze wyposażonych w infrastrukturę turystyczną i edukacyjną, ścieżek przyrodniczych:

- „Dąb Dominik” – ścieżka prowadzi przez różne typy lasów; szczególnym elementem jest torfowisko przejściowe wytworzone na ple⁹,
 - „Perehod” – pięciokilometrowa ścieżka o charakterze ornitologicznym prowadząca przez kompleks stawów; najatrakcyjniejsza jest w okresie przelotów ptaków, których obserwacja jest możliwa z wież i schronu obserwacyjnego,
 - „Spławy” – ścieżka prezentująca cenne zespoły leśne, torfowisko przejściowe i różne typy łąk; szczególną jej atrakcją są rośliny mięsożerne i kwitnące storczyki,
 - „Żółwik” – ścieżka mająca zaznajomić odwiedzających z życiem żółwi błotnych i prezentująca Ośrodek Rehabilitacji Zwierząt,
 - „Mietiułka” – ścieżka rowerowa wzdłuż rzeki Mietiułka o długości 21 km.
- Szlaki turystyczne w Poleskim Parku Narodowym i jego otulinie mają długość **109 km**, z czego $\frac{1}{3}$ znajduje się na terenie parku. Są to:
 - Szlak Niebieski (Pieszowola - Wytyczno)
 - Szlak Żółty (Wołoskowola - Muzeum Poleskiego Parku Narodowego w Załuczu Starym)
 - Szlak Czerwony Partyzancki (Urszulin - Muzeum Poleskiego Parku Narodowego)
 - Szlak Czerwony przy kompleksie Bagna Bubnów
 - Szlak Żółty przy kompleksie Bagna Bubnów
 - Szlak Czarny historyczno - przyrodniczy „Nałęcz” (Sosnowica - Jamniki)

⁹ Pło (spleja) – „kożuch” splątanych roślin torfowiskowych pokrywający powierzchnię bagna





- Trzy Szlaki Czarne - łącznikowe (Zawadówka, Kolonia Wola Wereszczyńska, Pieszowola)

Poleski Park Krajobrazowy utworzono w 1983 roku. Ponad 5 tysięcy hektarów podzielono na cztery obszary wokół Poleskiego Parku Narodowego. W ich granicach znajdują się liczne torfowiska oraz trudno dostępne jeziora, np. kompleksy tzw. stawów bruskich, dawne Jezioro Wytyckie. Osobliwością florystyczną jest nagromadzenie roślin strefy atlantyckiej. Bardzo bogaty jest również świat zwierząt, szczególnie awifauna. Na terenie parku projektowane jest stworzenie rezerwat przyrody obejmującego zarastające jeziorko Kahiża.

Sobiborski Park Krajobrazowy od 1983 roku chroni najcenniejsze partie lasów Sobiborskich z śródleśnymi torfowiskami i jeziorami. Osobliwością faunistyczną jest jedyny w Polsce gatunek żółwi – błotny. Objęto go ochroną ścisłą już w 1935 roku i wpisano do Polskiej Czerwonej Księgi Zwierząt jako gatunek bardzo wysokiego ryzyka, zagrożony wyginięciem. Na terenie Parku utworzono sześć rezerwatów przyrody (jezioro Orchowe, Magazyn, Żółwiowe Błota, Brudzieniec, Małoziemce, Trzy Jeziora).

Na terenie Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego w skład Zespołu Parków Krajobrazowych Wyżyny Lubelskiej wchodzi:

1. **Park Krajobrazowy Pojezierze Łęczyńskie** utworzono w 1990 roku na terenie jedynego w Polsce pojezierza położonego poza zasięgiem ostatniego zlodowacenia. Obszar obejmuje unikalne walory przyrodnicze (17 jezior, torfowiska i stawy) na terenie 4 gmin: Ludwin, Puchaczów, Uścimów, Ostrów Lubelski. Obszar ten zalicza się do najcenniejszych przyrodniczo na Lubelszczyźnie. System wód powierzchniowych wzbogacają 2 zespoły stawów w rejonie Uścimowa i Krasnego. Naturalna sieć rzeczna jest uboga - znajdują się początkowe odcinki rzek: Piwonii, Tyśmiennicy i Bobrówki.
2. **Nadwieprzański Park Krajobrazowy** utworzono w 1990 roku na terenach gmin: Łęczna, Milejów, Puchaczów i Spiczyn. Odznacza się wyraźnym zróżnicowaniem krajobrazowym. Znajdują się w nim cztery rezerwaty: Zakrzów, Łańcuchów, Uroczysko Jezioro („Torfowisko Dorohuckie”) i Bilsko.
3. **otulina Kozłowieckiego Parku Krajobrazowego** stanowi obszar o bardzo dużej lesistości, dochodzącej do 90%.





Poleski Obszar Chronionego Krajobrazu utworzono w 1983 roku na terenie gmin: Sosnowica, Urszulin, Cyców, Stary Brus, Wiryki, Hańsk, miasto Włodawa, Włodawa, Wola Uhruska. Leży pomiędzy obszarami chronionymi w rejonie Poleskiego Parku Narodowego, Sobiborskiego Parku Krajobrazowego i Szackiego Parku Narodowego na Ukrainie. Obejmuje rozległą równinę z licznymi torfowiskami (m. in. Krowie Bagno, Torfowisko Dubeczyńskie), jeziorami (m. in. Białe Sosnowickie, Uściwierz, Białe Włodawskie) oraz lasami sosnowymi i mieszanymi. W Poleskim Obszarze Chronionego Krajobrazu znajduje się rezerwat przyrody „Torfowisko nad Jeziorem Czarnym”, a kilka jest projektowanych (Dolina Włodawki, Torfowisko Dubeczyńskie, Uroczysko Uściwierskie, Ciesacin).

Chełmski Obszar Chronionego Krajobrazu także utworzono w 1983 roku. Stanowi on połączenie zespołu obszarów chronionych w rejonie Równiny Łęczyńsko - Włodawskiej z Chełmskim Parkiem Krajobrazowym oraz Grabowiecko - Strzeleckim Obszarem Chronionego Krajobrazu. Położony jest na terenie gmin Urszulin, Cyców i Hańsk w powiecie włodawskim oraz 9 gmin w powiecie chełmskim. Na chronionym terenie znajdują się trzy rezerваты przyrody „Jezioro Świerszczów”, „Serniawy”, „Roskosz”. Fragment obszaru pełni jednocześnie funkcje otuliny Chełmskiego Parku Krajobrazowego. Najcenniejsze fragmenty uznano za ostoję CORINE¹⁰ o nazwie „Torfowiska węglanowe koło Chełma” oraz za ostoję ptaków o znaczeniu europejskim „Chełmskie bagna węglanowe”.

5.1.1.2. Walory antropogeniczne

Walory antropogeniczne to przedmioty nieruchome interesujące ze względów na wartość historyczną, religijną, naukową, artystyczną, kulturalną, techniczną, gospodarczą oraz tradycyjne imprezy i regionalne zwyczaje. Kluczem doboru obiektów zabytkowych na terenie Pojezierza Łęczyńsko –

¹⁰ Coordination of Information on the Environment - system informacji na temat przyrody nadzorowany przez Europejską Agencję Środowiskową.





Włodawskiego jest prowadzony w Pracowni Narodowego Instytutu Dziedzictwa krajowy Rejestr i Ewidencja Zabytków. Spis jest stale uaktualniany i publikowany m. in. na stronie internetowej Instytutu (<http://www.kobidz.pl/index.php>). W tabelach umieszczono zabytki architektury i urbanistyki, archeologiczne oraz upamiętnione miejsca historyczne najczęściej pojawiające się w turystycznych opracowaniach i informatorach.

Tab. 3 Wybrane zabytki Gminy Cyców

GMINA CYCÓW	
Dawna cerkiew pounicka p. w. św. Michała Archaniola w Cycowie prezentuje styl bizantyjski. Świątynię zbudowano w XIX wieku i w przeciągu kilkudziesięciu lat przemianowano ją na cerkiew prawosławną, a później na kościół rzymskokatolicki p. w. Opieki św. Józefa.	
<ul style="list-style-type: none">• Pomnik wzniesiony ku czci bohaterów poległych 16 sierpnia 1920 roku w bitwie z bolszewikami w Cycowie stanowi przykład zwycięstwa polskiej kawalerii (szczególnie 3. i 7. Pułku Ułanów Lubelskich) nad przeważającymi siłami wroga.	
Kircha i pozostałości po dawnym folwarku w Cycowie w latach 80. XIX wieku należały do Niemców i do 1940 roku funkcjonowały jako zbór ewangelicki.	
Cmentarz wojenny w Cycowie – miejsce wiecznego spoczynku poległych w I wojnie światowej oraz bohaterów wojny polsko-bolszewickiej.	
Obelisk w Wólce Cycowskiej poświęcony zamordowanym w czasie II wojny światowej Polakom i Żydom.	
Park podworski w Kolonii Garbatówka obejmuje pomniki przyrody – drzewa, ogrody dworskie, pozostałości po sadzie oraz układ wodny wpisane do rejestru zabytków.	
Świątynia drewniana w Świerszczowie o konstrukcji zrębowej. Dawniej była to cerkiew parafialna p. w. Podwyższenia Świętego Krzyża, a od roku 1921 do dziś pełni funkcję kościoła rzymskokatolickiego p. w. św. Bazylego. Przed wejściem do obiektu znajduje się drewniana dzwonnica o konstrukcji słupowo-ramowej.	

Źródło: Opracowanie własne



**Tab. 4** Wybrane zabytki Gminy Ludwin

GMINA LUDWIN	
Neoklasycystyczny budynek Urzędu Gminy w Ludwinie z 1890 roku.	Strona 60
Dworek i spichlerz z końca XIX wieku w Ludwinie.	
XIX-wieczna cerkiew prawosławna p. w. św. Mikołaja w Dratowie to cenny obiekt w klasycystyczno – bizantyjskim stylu, którego bogata, rozczłonkowana bryła architektoniczna stanowi jeden z nielicznych w regionie przykładów budownictwa sakralnego wzniesionego w stylu rosyjskim.	
Obelisk nad jeziorem Dratów ku czci członków Polskiej Organizacji Wojskowej, poległych w manifestacji przeciwko władzy zaborczej w 1918 roku.	
Zespół dworsko-parkowy w Kaniwoli to XX-wieczna willa otoczona jest parkiem z egzotycznymi drzewami (np. metasekwoja chińska). Na terenie kompleksu znajdują się zabudowania gospodarcze: stajnia z oborą oraz spichlerz.	

Źródło: Opracowanie własne

Najcenniejszym zabytkiem Gminy Ludwin jest prawosławna cerkiew pod wezwaniem św. Mikołaja w Dratowie, o której historii informuje tablica przed świątynią.





Rys. 4 Cerkiew pod wezwaniem św. Mikołaja Cudotwórcy w Dratowie



Źródło: www.wikipedia.pl



Źródło: <http://www.informacja.wlodawa.pl>





Tab. 5 Wybrane zabytki Gminy Łęczna

GMINA ŁĘCZNA	
Kościół p. w. św. Marii Magdaleny w Łęcznej w stylu późnego renesansu został wybudowany w latach 1618-1631 w kształcie krzyża. Wewnątrz obiektu znajduje się pięć barokowych ołtarzy, w tym ołtarz główny z elementami rokokowymi, zabytkowe obrazy oraz rzeźby. W kaplicach zachowały się fragmenty renesansowych sztukaterii, a pod kościołem krypta, w której pochowano m. in. kilku łęczyńskich dziedziców. Dzwonnica przykościelna z czterema dzwonami posiadająca cechy późnego baroku.	Strona 62
Drewniany budynek dawnej plebanii z połowy XIX wieku z dekoracjami w stylu szwajcarskim.	
Późnobarokowy budynek dla księży mansjonarzy . W XX wieku dach łamany polski zastąpiono mansardowym.	
Synagoga Duża z połowy XVII wieku. W centrum świątyni znajduje się murowana bima z czterema kolumnami tokańskim. Zachował się także dwukolumnowy ołtarz na rodąły aron-ha-kodesz. Od 1966 roku w synagodze mieści się Muzeum Regionalne gromadzące liczną kolekcję judaików.	
Synagoga Mała zwana Domem Modlitwy lub szkołą żydowską wzniesiona na początku XIX wieku. Z wyposażenia zachowała się jedynie kamienna umywalnia do rytualnego obmywania rąk.	
Klasycystyczny Ratusz z końca XIX wieku. Budynek od frontu posiada czterokolumnowy portyk z trójkątnym szczytem.	
Drewniane domy zajezdne – pozostałości po XIX-wiecznej architekturze z okresu jarmarcznej świetności miasta.	
Murowany dwutraktowy dom z podcieniami (ul. Krasnystawska 4) na planie prostokąta z połowy XIX wieku.	
Zespół dworsko - parkowy na Podzamczu ulokowany na wysokim wzniesieniu na miejscu zamku obronnego, przy ujściu rzeki Świnki do Wieprza. Park o powierzchni około 8 ha założono w XVII wieku. Liczy blisko 2 tysiące drzew, z których kilka zostało zarejestrowanych jako pomniki przyrody. W parku znajduje się dwór z XIX wieku, oficyna oraz pozostałości po zabudowaniach gospodarczych.	





Ciekawostką turystyczną jest usytuowana nieopodal – przy szosie do Kijan – „Łęczyńska Dolina Dinozaurów” - zwierzyniec gadów jurajskich stworzony w betonie przez lokalnego artystę - Bogumiła Brodzisza.
Wzniesienie „Murowany Słup” , z którego rozpościera się widok na lessowe zbocze pradoliny Wieprza – jeden z najpiękniejszych zakątków Nadwieprzańskiego Parku Krajobrazowego. Duże nachylenie sprzyja występowaniu unikalnej w skali kraju roślinności stepowej.
„Wał Turecki” u podnóża wzniesienia „Murowany Słup”. Linia grobli według tradycji została usypana przez tureckich jeńców przybyłych po bitwie pod Wiedniem. Wał przebiega w kierunku lasu i łączy się z dwoma sadzawkami: Bezdenną i Leśną.
„Góra Spichlerzowa” w Kolonii Nowogród. W przeszłości stał tu spichlerz ze zbożem przeznaczonym na sprzedaż. Położenie nieopodal Wieprza ułatwiało transport towaru drogą rzeczną.

Źródło: Opracowanie własne

Gmina Łączna określana jest bramą wiodącą na Pojezierze Łęczyńsko – Włodawskie. Przez jedyne powiatowe miasto – Łączną przepływają dwie rzeki: Wieprz i Świnka. Oprócz walorów przyrodniczych, miasto oferuje ciekawe zabytki architektoniczne. Ciekawostką jest układ urbanistyczny z trzema rynkami, na których niegdyś odbywały się jarmarki. Do najważniejszych zabytkowych obiektów (oznaczonych odpowiednią informacją) należą: zespół synagogałny, późnorennesansowy kościół pod wezwaniem św. Marii Magdaleny, budynek dawnej mansjonarii (obecnie plebanii), zespół dworsko – parkowy Podzamcze. Po obronnym zamku nie zachowały się nawet ruiny, ale w XVII-wiecznym parku znajduje się przebudowany dwór, oficyna oraz pozostałości po gospodarczych zabudowaniach. Ciekawostką jest betonowy ogród jurajskich gadów projektu lokalnego mieszkańca.





Tab. 6 Wybrane zabytki Gminy Milejów

GMINA MILEJÓW	
Drewniany dwór w Milejowie wzniesiono w 1903 roku.	Strona 64
Murowana kapliczka św. Jana Nepomucena z początku XX wieku wchodząca w skład zespołu dworskiego.	
Cukrownia w Milejowie z początku XX wieku jako spółka okolicznych ziemian.	
Kościół p. w. Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny w Milejowie wzniesiono w stylu eklektycznym w połowie XIX wieku. Część ogrodzenia wokół świątyni stanowi mur z żelazną bramą z okresu jej powstania.	
Cmentarz w Milejowie z grobem nieznanego żołnierza z 1939 roku oraz grobem powstańca styczniowego – Romualda Kostkowskiego.	
Krzyż Niepodległościowy w Milejowie usypany został przez okolicznych mieszkańców w drugiej dekadzie XX wieku.	
Kościół p. w. św. Jana Chrzciciela w Łańcuchowie zbudowano w stylu barokowo-klasycystycznym na początku XIX wieku. Świątynia ogrodzona jest murem z żelazną bramą, które pochodzą z okresu powstania obiektu sakralnego.	
Dwór murowany w Łańcuchowie powstał w latach 1903-1904 roku w stylu zakopiańskim, według projektu Stanisława Witkiewicza. Budynek otoczony jest przez park.	
Kurhan w Łańcuchowie oraz kamienne nagrobki kryją szczątki żołnierzy rosyjskich i niemieckich poległych w 1915 roku.	
Drewniany dwór w Jaszczowie z początku XIX wieku.	
Murowana kapliczka w Jaszczowie przy drodze do Łysołaj wzniesiona w XVIII wieku. Posiada cechy stylu barokowego. Jej zwieńczenie stanowi niezidentyfikowana figura.	
Murowany dwór w Łysołajach w stylu eklektycznym z tarasami widokowymi. W otoczeniu budynku dworskiego znajduje się kaplica murowana oraz kordegarda.	





Cmentarz wojenny w Łysołajach z mogiłami żołnierzy poległych w czasie I wojny światowej.
Cmentarz wojenny w Maryniowie z mogiłami żołnierzy niemieckich, austriackich i rosyjskich z czasów I wojny światowej.
Pomnik w Kolonii Ostrówek ku czci 24 mieszkańców wsi zamordowanych przez Niemców w 1944 roku za współpracę z partyzantami.
Zbiorowa mogiła partyzantów w Majdanie Siostrzytowskim z bohaterami poakowskiego oddziału „Zawieja”. Powstała w latach 90. XX wieku z inicjatywy Światowego Związku Żołnierzy AK.
Cmentarz wojenny w Zalesiu z mogiłami żołnierzy polskich, niemieckich i rosyjskich z okresu I wojny światowej.
Kopiec w Klarowie kryjący mogiłę powstańców styczniowych.

Źródło: Opracowanie własne

Dokładnie naprzeciwko barokowo – klasycystycznego kościoła pod wezwaniem Jana Chrzciciela w Łańcuchowie znajduje się ośrodek dworsko – parkowy reprezentujący styl zakopiański. Tablica przez bramą informuje, że projektantem obiektu był Stanisław Witkiewicz. Obecnie jest to teren prywatny.





Rys. 5 Brama do dworu w Łąncuchowie



Źródło: Fotografie własne

Rys. 6 Kościół pod wezwaniem św. Jana Chrzciciela w Łąncuchowie



Gmina Puchaczów kojarzy się przede wszystkim z kopalnią węgla w Bogdance – prawdopodobnie jedną z najlepszych i najnowocześniejszych w Polsce. Stanowi ona element zaburzający charakter krajobrazu regionu. Jednak dzięki odpowiednim działaniom marketingowym ma duży potencjał stać się przemysłową atrakcją turystyczną i przykładem kopalni, której działalność nie zaburza lokalnych ekosystemów.





Tab. 7 Wybrane zabytki Gminy Puchaczów

GMINA PUCHACZÓW	
Kościół p. w. Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny w Puchaczowie	został zbudowany w 1778 roku w późnobarokowym stylu.
Kolumna ceglano - kamienna w zabytkowym parku w Puchaczowie	z połowy XIX wieku. Nawiązuje do tradycji galicyjskich „krzyży pańszczyźnianych”.
Grobowiec kamienny z okresu neolitu	z okresu kultury amfor kulistych we Wsi Nadrybie . Cenne archeologicznie neolityczne znalezisko jest dostępne dla wszystkich, gdyż znajduje się na terenie Szkoły Podstawowej im. Jana i Kazimierza Bogdanowiczów. Tablica informacyjna w wystarczającym zakresie opisuje historię obiektu.
Mogiła partyzantów w Ostrówku	poległych w bitwie partyzantów poakowskich z oddziału „Zawiei” z UB i NKWD.
Zespół folwarczno – dworski w Ciechankach Łąncuchowskich	z drugiej połowy XIX wieku. W skład kompleksu wchodzi park o powierzchni ok. 2,5 ha oraz okazałe drzewa.
Kopiec w Ciechankach Łąncuchowskich	dla upamiętnienia wydarzeń z połowy sierpnia 1920 roku. Miał wówczas miejsce manewr wyzwalający Polaków od bolszewików. Kopiec stoi przy skrzyżowaniu dróg, więc jest bardzo widoczny pomimo braku wcześniejszych wskazówek.
Drewniany karczma w Brzezinach	z końca XIX wieku.
Skrzyżowanie Kanału Wieprz – Krzna z płynącą pod nim rzeką Świnką w Brzezinach	Krzyżówka cieków wodnych jest architektoniczną rzadkością. Nie prowadzi do niej żadne oznaczenie.

Źródło: Opracowanie własne





Późnobarokowy kościół pod wezwaniem Wniebowzięcia Najświętszej Marii Panny w Puchaczowie jest zabytkiem o najwyższej wartości artystycznej i historycznej w skali światowej (klasa „0” według dawnej klasyfikacji zabytków nieruchomych). Wejście do obiektu jest zamknięte poza godzinami mszy świętych. Kościół wraz z plebanią mogą zostać uznane za pomnik historii.

Rys. 7 Kościół pod wezwaniem NMP w Puchaczowie



Źródło: <http://razemkupprzedsiębiorczosci.powiatleczynski.pl/>

Rys. 8 XIX-wieczna plebania



Źródło: Fotografie własne



Tab. 8 Wybrane zabytki Gminy Spiczyn

GMINA SPICZYN	
Kościół p. w. św. Anny w Kijanach	wybudowano na przełomie XVII i XVIII wieku jako wotum za szczęśliwy powrót z odsieczy wiedeńskiej wojewody wołyńskiego. W ołtarzu znajduje się słynący łaskami obraz Matki Bożej Kijańskiej.
Cmentarz parafialny w Kijanach	z grobowcem rodziny Skłodowskich. (m. in. z Józefem Skłodowskim, dziadkiem Marii Skłodowskiej-Curie) oraz symbolicznym pomnikiem ku czci przywódcy podziemia antykomunistycznego o pseudonimie „Uskok”, poległego w 1949 roku.
Pałac Sonnenbergów	wraz z salą balową w Kijanach z końca XIX wieku otoczony podworskim parkiem. Ciekawostkę architektoniczną stanowi arkadowo - filarowy portyk z posągami bogiń: Ateny i Demeter. Do pałacu prowadzi lipowa aleja.
Kapliczki w Spiczynie:	drewniana Najświętszej Marii Panny i murowana św. Floriana.
Mogiła w Spiczynie	z prochami dwóch uczestników powstania styczniowego.
Cmentarz wojenny austriacko-niemiecko-rosyjski w Charleżu	z lat 1915-1918, miejsce spoczynku ok. 370 żołnierzy.
Zespół parkowo - pałacowy w Zawieprzycach	obejmujący: kopiec z figurą zwieńczoną żelaznym krzyżem, oficynę z XVIII wieku, barokową bramę wjazdową, ruiny zamku z XVII wieku, barokową kaplicę zamkową z końca XVII wieku, lamus z pierwszej połowy XVII wieku, ruiny klasycystycznej oranżerii z pierwszej połowy XVII wieku. Z zamkiem w Zawieprzycach wiąże się romantyczna legenda o brance greckiej, która została zamurowana w zamkowych lochach razem z ukochanym za odrzucenie zalotów kasztelana lubelskiego – J. Gronowskiego.

Źródło: Opracowanie własne

Najważniejszymi zabytkami Gminy Spiczyn jest zespół parkowo – pałacowy w Zawieprzycach, barokowy kościół św. Anny oraz neorenesansowy pałac Sonnenbergów w Kijanach, który wraz z parkiem jest własnością Zespołu szkół Rolniczych. Do wszystkich obiektów dostęp jest możliwy (do kościoła jedynie w godzinach nabożeństw).



Tab. 9 Wybrane zabytki gmin z Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego z Powiatu Włodawskiego, Parczewskiego i Lubartowskiego

GMINA WŁODAWA (WIEJSKA)	
Cmentarz prawosławny w Sobiborze leży na terenie lasów sobiborskich. Lokalna specyfika przejawia się w budowie nagrobków z kilkumetrowymi, drewnianymi, niebieskimi krzyżami. Niestety do dziś zachowało się niewiele nagrobków z początku XIX wieku. Cmentarz służy obecnie nielicznej już społeczności prawosławnej z okolic.	
Kościół p. w. św. Jana Jałmużnika w Orchówku z drugiej połowy XVIII wieku znajduje się przy klasztorze braci kapucynów. Wewnątrz został zachowany wystrój architektoniczny oraz elementy takie jak Cudowny Obraz Matki Bożej Pocieszenia.	
Zespół pałacowo – parkowo - folwarczny z przełomu XVIII – XIX wieku w Różance . Należał on do rodów Flemingów, Czartoryskich i Zamoyskich.	
Neogotycki kościół p. w. św. Augustyna w Różance został ufundowany przez rodzinę Zamoyskich na początku XX wieku. Cenne wnętrza obejmują późnobarokowe rzeźby świętego Piotra i świętego Pawła z XVII wieku oraz kopia obrazu Matki Boskiej Kodeńskiej.	
GMINA URSZULIN	
Cmentarz wojenny z 1920 roku i dwie murowane kapliczki w Urszulinie.	
XIX-wieczny dwór szlachecki w Wereszczynie.	
Studnia dworska – miejsce kaźni żydowskiej z okresu II wojny światowej w Wereszczynie.	
Drewniany kościół rzymsko-katolicki p. w. biskupa Stanisława z XVIII wieku w Wereszczynie .	
Drewniany kościół p. w. św. Andrzeja Boboli w Wytyczynie .	
Grupa 11 kurhanów ciałopalnych z przełomu VIII i IX wieku w Wielkopolu znajduje się na skraju Bagna Bubnów.	



**GMINA STARY BRUS**

Dawna **cerkiew filialna w Starym Brusie** jest obecnie świątynią rzymskokatolicką.

Pozostałości **zespołu dworskiego** z przełomu XVIII i XIX wieku **w Starym Brusie** wraz z klasycystyczną kapliczką w parku.

Drewniana cerkiew św. Antoniego Pieczerskiego w Holi z początku XVIII wieku.

Cmentarz prawosławny z I połowy XX wieku **w Holi**.

GMINA HAŃSK

Dawna **cerkiew prawosławna w Hańsku** jest obecnie świątynią rzymskokatolicką. Wyposażona jest w późnobarokowy ołtarz główny, barokowo – klasycystyczną chrzcielnicę z piaskowca oraz ornaty z XVIII wieku.

GMINA WOLA UHRUSKA

Drewniany wiatrak koźlak z XIX wieku **w Woli Uhruskiej**.

Kościół i cerkiew w Woli Uhruskiej.

Pomnik poświęcony poległym i pomordowanym żołnierzom Lotnego Oddziału AK „Nadbużanka” w Woli Uhruskiej.

Pomnik poświęcony żołnierzom i ludności cywilnej poległym w czasie II wojny światowej w Woli Uhruskiej.

Kościół (dawna cerkiew) p. w. św. Stanisława Kostki w Kosyniu wzniesiono w stylu bizantyjsko – klasycystycznym w ostatnich latach XIX wieku. Obiekt jest bogato zdobiony architektonicznymi detalami.

Kościół parafialny p. w. św. Jana Chrzciciela w Uhrusku powstał w XVII wieku. Obecnie fasada posiada późnoklasycystyczny charakter. Przy kościele zlokalizowane są także inne zabytki – zakrystia, dzwonnica i plebania.

Cerkiew prawosławna w Uhrusku została wzniesiona jako świątynia unicka w połowie XIX wieku. Obiekt zachowany jest w stylu klasycystyczno – bizantyjskim, ale posiada także neoromańskie elementy.



GMINA SOSNOWICA

Zespół kościelny w Sosnowicy pochodzi z przełomu XVII i XIX wieku. W jego skład wchodzi kościół p. w. Świętej Trójcy, dwie dzwonnice przykościelne i ogrodzenie cmentarza. Obok znajdują się dwa pomniki: **Niezanego Żołnierza** z lat 1914-20 oraz **Żołnierzy AK i WiN** z lat 1939-56.

Prawosławna cerkiew p. w. Świętych Apostołów Piotra i Pawła w Sosnowicy wzniesiono w stylu bizantyjsko – klasycystycznym. O bogactwie wnętrza przesądza zabytkowy ikonostas. Świątynia jest nieczynna od powojennych lat. Otwiera się ją tylko raz w roku, w święto patronów.

W skład **zespołu rezydencjalnego w Sosnowicy** wchodzi dworska oficyna z XVIII wieku, pozostałości murowanego alkierza oraz dworski park. Obecnie w odrestaurowanej w stylu barokowym oficynie znajduje się pensjonat.

Aleja wzdłuż ulicy Mickiewicza oraz Staw Hetman w Sosnowicy to klasyczny przykład symetrycznego układu z epoki Oświecenia. Stanowi upamiętnienie pobytu w miejscowości Tadeusza Kościuszki.

Murowana kapliczka z 20. lat XX wieku oraz cmentarz unicki założony w XVIII wieku **w Lejnie**.

Z pozostałości dawnego **założenia dworskiego Krasowskich w Pieszowoli** został budynek powozowni, cmentarz Krasowskich – byłych właścicieli, szkoła oraz park z 300-letnimi dębami.

Dworek zarządcy stawów rybackich „Rybakówka” w Libiszewie.

Drewniany **spichlerz w Górkach** o konstrukcji typowej dla regionu Polesia Zachodniego. Pochodzi prawdopodobnie z końca XIX wieku.

Cmentarz wojenny z okresu I wojny światowej (1915r.) **w Starym Orzechowie**. Na kopcu ustawiono w 2002 roku płytę pamiątkową.

Na cmentarzu niemieckim usypano 25 mogił ziemnych w 6 rzędach, Jest on położony w lesie około 1 kilometr na zachód od drogi 820 i około 20 metrów w północną stronę od drogi gruntowej Orzechów - Uścimów.





W lesie koło Zienek znajduje się kurhan „Szwedzka Mogiła”, który zabezpiecza pochówek szkieletowy ludności kultury trzcińskiej z II okresu epoki brązu. Jest to duży kopiec ziemny (20 metrów średnicy i 1,2 metra wysokości) usypany na niewielkim stoku.

GMINA UŚCIMÓW

Strona | 73

Cmentarze wojenne z I-szej wojny światowej w Maśluchach, w Krasnem, w Kolonii Uścimów, w Uścimowie Nowym.

Kaplica we wsi Głębokie z początku XX wieku.

Drzewostan, aleja dojazdowa pozostałości parku we wsi Głębokie.

Zespół dworsko – pałacowy w Jedlance z pierwszej połowy XX wieku.

Drzewostan pozostałości parku dworskiego z XIX wieku **w Krasnem.**

Cmentarz prawosławny, obecnie parafialny w Uścimowie Starym z drugiej połowy XIX wieku.

Źródło: Opracowanie własne

Podsumowując, zabytki antropogeniczne z terenu Pojezierza prezentują bogate dziedzictwo historyczne i kulturowe. Nie są to jednak obiekty, które ze względu na swoją wartość mogłyby przyciągnąć turystów. Przy kreowaniu i rozwijaniu markowych produktów turystycznych regionu będą stanowiły dodatek do kluczowych atrakcji.

W ostatnich dekadach pojawił się trend wykorzystywania cmentarzy jako cel wycieczek krajoznawczych. Świadczą one o bogatej historii, stanowią nieodłączny element krajobrazu i dziedzictwa kulturowego¹¹. Przewiduje się, że w najbliższych latach grunty cmentarne w Polsce będą coraz bardziej odwiedzane przez turystów, a także przez mieszkańców miast, gdzie niedostatek zieleni parkowej spowoduje wykorzystywanie cmentarzy jako miejsc

¹¹

Tanaś S., *Znaczenie przestrzeni śmierci w turystyce kulturowej*, „Turyzm” 2006, t. 16, nr 2



spacerów i wypoczynku¹². Jak wynika w powyższych tabel przedstawiony trend ma szanse rozwoju także na terenie Pojezierza ze względu na licznie występujące zabytkowe nekropolie. W związku z tym, że nierzadko są one zdewastowane, zarastają roślinnością lub stają się nieoficjalnymi wysypiskami śmieci, rewitalizacyjne działania będą wymagały dużego zaangażowania zainteresowanych osób.

Ważnym elementem dziedzictwa kulturowego są obyczaje kulinarne. Termin „turystyka kulinarna” wprowadziła do literatury przedmiotu L. Long w 1998 roku. Autorka uważa, że zainteresowanie potrawami może być jednym ze sposobów zajmowania się innymi kulturami¹³. Oprócz spożywania posiłków i delektowania się napojami, gastroturysta poznaje dziedzictwo, historię, tradycję danego miejsca. Ta forma turystyki polega głównie na odwiedzaniu przetwórci spożywczych oraz alkoholowych, browarów, plantacji, restauracji i miejscowych knajpek oraz prywatnych domów. Turyści mają okazję przyrzeć się procesowi produkcji i przygotowywania regionalnych produktów, często osobistego udziału w nich, rozmowy z wytwórcami, degustacji. Obecnie nie brakuje w Polsce szlaków kulinarnych i imprez tematycznych nawet o międzynarodowym zasięgu¹⁴. Dzięki tym przedsięwzięciom utrzymuje się w pamięci tradycyjne receptury, a wiele z zapomnianych przepisów zostało wskrzeszonych i docenionych.

Tradycyjna kuchnia ma istotne znaczenie dla polskiej obyczajowości. Zjawisko to zostało spotęgowane po wejściu Polski do Unii Europejskiej oraz w aspekcie postępujących procesów globalizacji¹⁵. Atrakcyjność kulinarna miejscowości czy regionu zależy głównie od odmienności i oryginalności, zróżnicowania kuchni oraz podtrzymywania tradycyjnych receptur. Polska turystyka kulinarna jest prawie nieznana. Ma jednak bardzo duże szanse rozwoju ze względu na ogromny potencjał uwarunkowany przyrodniczo, geograficznie, społecznie oraz gospodarczo. W tym celu powstała Lista Produktów

¹² Tanaś S., *Cmentarz jako obiekt zainteresowań turysty oraz miejsce spędzania wolnego czasu* [w:] Turystyka i rekreacja, t. 1, Warszawa 2005

¹³ Wolf E., *Culinary tourism: a tasty economic proposition*, Portland 2004

¹⁴ Buczkowska K., *Turystyka kulturowa*, Poznań 2008

¹⁵ Michota-Katulska E., *Kuchnia regionalna – konkurencyjny produkt turystyczny regionu* [w:] Turystyka i rekreacja jako czynnik podnoszenia atrakcyjności i konkurencyjności regionu, red. D. Dudkiewicz, F. Mindura, E. Wysocka, Warszawa 2006





Tradycyjnych, prowadzona przez Ministra Rolnictwa i Rozwoju Wsi oraz Marszałków Województw. Spis cieszy się stale rosnącym zainteresowaniem zarówno producentów, jak i konsumentów. Lokalna żywność, przy pomocy działań marketingowych, przyczynia się do wzrostu atrakcyjności turystycznej dzięki unikalności i wyjątkowości wyrobów.

Do kuchni z terenów Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego należą potrawy znajdujące się w poniższej tabeli.

Tab. 10 Tradycyjne potrawy Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego

NAZWA POTRAWY	OPIS POTRAWY
Bomby Różanieckie	Pyzy z ziemniaczano – serowo – cebulowym nadzieniem
Jagielnik	Jednogarnkowa potrawa z boczku, kaszy i fasoli
Kulebiak Generałowej Natalii Kickiej	Ciasto drożdżowe w formie strucla nadziewane farszem mięsno – warzywnym
„Polesiaki”	Pierogi z boczkiem i ziemniakami
„Załuczanki”	Pierogi ze słodką kapustą i gotowanymi jajkami
Obertuch	Ciasto serowo – drożdżowe
Prażucha, lemieszka, fuśka, psiocha	Ziemniaczano – mączne kluski smażone na smalcu bądź maśle z cebulą

Źródło: Opracowanie własne

Tradycyjna kuchnia Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego opiera się na potrawach dość ubogich oraz mało urozmaiconych, ale niezwykle smacznych dzięki swej prostocie i wykorzystaniu lokalnych składników. Z powyższych potraw jedynie Kulebiak Generałowej Kickiej został wpisany na Listę Produktów Tradycyjnych 9 września 2009 roku¹⁶. Oryginalność innych potraw także należy wykorzystać jako swoisty atut i element promocyjny oferty turystycznej

¹⁶

Więcej o Kulebiaku Generałowej Kickiej w rozdziale 7.3 Produkty turystyczne powiatu Łęczyńskiego.



Pojezierza. Główne inicjatywy w tym zakresie powinny wychodzić od lokalnych restauratorów. Ważne jest, aby tradycyjne potrawy posiadały specjalne miejsce w kartach menu i były szczególnie polecane przyjezdnym gościom.

Możliwość uczestnictwa w imprezach kulturalnych, rozrywkowych i sportowych jest współcześnie ważną, wręcz pożądaną atrakcją turystyczną. Mianem turystyki eventowej określane są podróże w celu udziału w specjalnych inscenizacjach o ograniczonym czasie trwania i przyciągających turystów¹⁷. Ich tematyka oscyluje wokół folkloru, muzyki klasycznej i nowoczesnej, tańca, występów teatralnych, pokazów filmowych, rękodzieła artystycznego, fotografii, plenerów malarskich i rzeźbiarskich. Cechują się powtarzalnością w miejscach odbywania się, regularnością w częstotliwości oraz sukcesywnością w rozwoju.

Najważniejsze imprezy z punktu widzenia turystyki przyjazdowej, które odbyły się na Pojezierzu Łęczyńsko - Włodawskim w 2010 roku i prawdopodobnie staną się (lub już są) cyklicznymi, przedstawia poniższa tabela.

Tab. 11 Najważniejsze imprezy kulturalne, turystyczne i sportowe na Pojezierzu Łęczyńsko - Włodawskim

TERMIN	NAZWA IMPREZY	MIEJSCE IMPREZY
Przed sezonem letnim (styczeń - maj)	Majówka w Zawieprzycach Majówka Poleska Rajd Rocznicowy „Szlakami Żółwia”	Zawieprzyce Kołacze Poleski Park Narodowy
W sezonie letnim (czerwiec - sierpień)	Międzynarodowe Poleskie Lato z Folklorem Jarmark Holeński Dni Krokodyla	Włodawa Hola Okuninka

¹⁷ Mikos von Rohrscheidt A., *Turystyka kulturowa: fenomen, potencjał, perspektywy*, Gniezno 2008



	Jarmark Ginących Kultur - Festiwal Pieśni Prawosławnych Rekonstrukcja bitwy cycowskiej Noc Świętojańska Festyn Ekologiczno – rekreacyjny „Dni Gminy Urszulin” Dzień Pszczelarza Bieg jezior Festiwal Kapel Ulicznych i Podwórkowych	Dratów Cyców Kołacze Urszulin Wola Uhruska Krasne Łęczna
Po sezonie letnim (wrzesień - grudzień)	Włodawskie Spotkania transgraniczne „Dialog bez granic” Festiwal Trzech Kultur Dokopki, czyli Dożynki Kartoflane Kwaszenie Kapusty	Włodawa Włodawa Kołacze Kołacze

Źródło: Opracowanie własne

Większość wydarzeń ze względu na plenerowy charakter odbywa się w okresie letnim. Wtedy na Pojezierzu przebywa najwięcej turystów. Szansą na zapobieganie zjawisku sezonowości turystycznej¹⁸ jest organizacja imprez w innych terminach. Przykładami takich inicjatyw są obchody świąt związanych z końcem żniw i prac polowych (dożynki) czy zawody wędkarstwa podlodowego (np. na jeziorze Maśluchowskim). Jednak przedsięwzięcia podejmowane poza miesiącami letnimi (czerwiec, lipiec, sierpień) przyciągają głównie okolicznych mieszkańców, rzadziej odwiedzających.

¹⁸ Sezonowość turystyczna oznacza koncentrację ruchu turystycznego na danym obszarze jedynie w pewnym okresie czasu w ciągu roku, zazwyczaj w miesiącach letnich.





Przed sezonem letnim w Zawieprzycach odbywa się Majówka, podczas której prezentują się drużyny rycerskie, odgrywane są inscenizacje z życia Słowian Wschodnich, występują lokalne zespoły folkowe, odbywają się konkursy, turnieje i zabawy plebejskie. Przedsięwzięcie zostało jednokrotnie sfinansowane przez unię Europejską w ramach projektu „Transgraniczny festiwal kultury Słowian Wschodnich”.

Jarmark Holeński jest sztandarową imprezą gminy Stary Brus, gdyż odbywa się corocznie od 1998 roku. Przedsięwzięcie obejmuje warsztaty artystyczne, kiermasze, pokazy i występy zespołów ludowych z Podlasia, Chełmszczyzny i Ukrainy. W 2010 roku Jarmark współfinansowany był ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013 oraz w ramach 200-lecia powiatu włodawskiego.

W połowie sierpnia 1920 roku pod Cycowem stoczono polsko – bolszewicką bitwę. W 90. rocznicę tego zwycięskiego dla kawalerii polskiej wydarzenia odbyła się uroczyste obchody, w programie których przewidziano m. in. rekonstrukcję bitwy i pokazy walk.

W ramach projektu „Magia miejsc - promocja walorów turystycznych Lubelszczyzny" współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w 2010 roku odbył się II Festiwal Pieśni Prawosławnych w zabytkowej cerkwi w Dratowie. W programie imprezy oprócz koncertu chórów prawosławnych znalazły się inscenizacje plenerowe, wystawy prezentujące kulturę prawosławną i sztukę Polesia, degustacja tradycyjnej kuchni oraz możliwość zwiedzenia cerkwi z przewodnikiem.

Bardzo znaną imprezą sportowo – rekreacyjną na Pojezierzu jest Bieg Jezior. Odbywa się corocznie od 1994 roku w miejscowości Krasne. Dystans do pokonania wynosi 3800 metrów. Zainteresowanie zawodami jest bardzo duże zarówno wśród okolicznych mieszkańców, jak również osób wypoczywających nad jeziorami.





Od 1998 roku odbywa się w Łęcznej Festiwal Kapel Ulicznych i Podwórkowych, którego celem jest propagowanie folkloru miejskiego. W imprezie uczestniczą kapele z różnych stron Polski, które przez cały weekend koncertują na miejskim targowisku, na deptaku, w pubach.

Dużą rolę w promowaniu lokalnych tradycji odgrywa działalność Karczmy Poleskiej w Kołaczach, która organizuje od kilku lat imprezy cykliczne: Majówka na Polesiu, Noc Świętojańska, Dokopki czyli Dożynki Kartoflane, Kwaszenie Kapusty¹⁹. Karczma została wyróżniona drugim miejscem w kategorii zespołowej w ogólnopolskim konkursie „Sposób na sukces” organizowanym przez Centrum Doradztwa Rolniczego w Brwinowie. Nagroda została przyznana za całokształt przedsięwzięcia: stylowy budynek, regionalny wystrój wnętrz, potrawy regionalne, zagospodarowanie otoczenia oraz imprezy popularyzujące miejscowe tradycje i folklor.

5.1.2. Walory wypoczynkowe

O walorach wypoczynkowych stanowią cechy obszarów wyróżniających się niskim stopniem urbanizacji, czystym powietrzem i ciszą, występowaniem walorów estetycznych krajobrazu, sprzyjającym klimatem, korzystnymi warunkami bioklimatycznymi, walorami uzdrowiskowymi oraz warunkami do uprawiania czynnego wypoczynku. Służą one regeneracji sił fizycznych i psychicznych człowieka. Walory przyrodnicze mają szczególne znaczenie przy wyborze kierunku wypoczynku turystów²⁰. W ocenie atrakcyjności uwzględniono ukształtowanie terenu, wody powierzchniowe, lesistość, formy ochrony przyrody.

¹⁹ Internet, <http://karczmapoleska.pl/>

²⁰ Kowalczyk A., *Geografia turystyki*, Warszawa 2000





Ukształtowanie powierzchni odgrywa wiodącą rolę w kształtowaniu atrakcyjności krajobrazu danego obszaru. Rzeźba terenu analizowanych gmin jest mało zróżnicowana. Dominują obszary równinne, urozmaicone w niektórych miejscach jedynie niewielkimi wzniesieniami. Pojezierze charakteryzuje się małym zróżnicowaniem wysokości względnych, które nie przekraczają 30 metrów²¹. Charakter rzeźby analizowanych jednostek wyklucza możliwość rozwoju sportów zimowych, a w szczególności narciarstwa zjazdowego, gdyż warunki do jego uprawiania kształtują się na poziomie około 20 dni w roku²². Także małe wysokości względne warunkują zbyt małą opłacalność inwestycji turystycznych w ten rodzaj urządzeń rekreacyjnych. Analizowany obszar jest znacznie bardziej uprzywilejowany pod kątem możliwości rozwoju narciarstwa biegowego.

Rys. 9 Jezioro Łukcze



Źródło: Fotografia własna

²¹ Harasimiuk M., Michalczyk Z., Turczyński M. (red.), *Jeziora łęczyńsko – włodawskie. Monografia przyrodnicza*, Biblioteka Monitoringu Środowiska, Wyd. UMCS, Lublin 1998

²² Wyrzykowski J., *Geograficzne uwarunkowania rozwoju urlopowej turystyki wypoczynkowej w Polsce*, Wrocław 1986





Pojezierze Łęczyńsko – Włodawskie stanowi wodne zaplecze województwa lubelskiego. Jest pokryte bagnami i torfowiskami oraz 67 jeziorami, spośród których 22 mają powierzchnię powyżej 50 hektarów²³. Pojezierze zaliczane jest do drugiej kategorii atrakcyjności wypoczynkowej, do obszarów szczególnie atrakcyjnych w obrębie krajobrazów równinnych, ale poza regionami o krajowym znaczeniu²⁴. Dużą wartość mają jeziora i ich zagospodarowane brzegi. R. Krukowska przeprowadziła ocenę atrakcyjności turystycznej jezior Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego. Waloryzacja polegała na punktowaniu cech określających walory charakteryzujące zbiorniki wodne i przyległe tereny: powierzchnia jezior, maksymalna głębokość, rodzaj dna, dostęp do wody, otoczenie zbiornika, dostępność komunikacyjną. Oceny atrakcyjności dokonano dla jedynie 53 jezior, gdyż pominięto te, dla których niemożliwe było określenie wszystkich parametrów²⁵. Poniższa tabela przedstawia wyniki badań. Jeziora są uszeregowane od najmniej atrakcyjnych do najatrakcyjniejszych.

²³ Raport o stanie środowiska województwa lubelskiego w 2009 roku, Wyd. Biblioteka Monitoringu Środowiska, Lublin 2010

²⁴ Mileska M. I., Regiony turystyczne Polski. Stan obecny i potencjalne warunki rozwoju, Prace Geograficzne, Wyd. PWN, Warszawa 1963

²⁵ Krukowska R., *Użytkowanie turystyczne jezior Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego* [w:] Studia nad turystyką. Prace geograficzne i regionalne, Wyd. UJ, Kraków 2007



**Tab. 12** Atrakcyjność turystyczna jezior Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego.

NAZWA JEZIORA	OCENA ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ JEZIOR
Cycowe, Długie, Hańskie, Laskie, Moszne, Skomielno, Zienkowskie, Dubeczno, Orchowe, Białe Sosnowickie, Bikcze, Brudzieniec, Brzeziczno, Gumienko, Karaśne, Płotycze, Rogoźno k. Włodawy, Brudno, Czarne Gościenickie, Koseniec, Lipiniec, Łukietek, Nadrybie, Wspólne	Mało atrakcyjne
Czarne Uścimowskie, Domaszne, Kleszczów, Miejskie, Sumin, Święte, Czarne Sosnowickie, Dratów, Glinki, Głębokie Uścimowskie, Gumienek, Krzcień, Łukie, Perespilno, Rotcze, Ściegienne, Uścwierz, Czarne Włodawskie, Maśluchowskie, Mytycze, Uścimowskie, Wytyckie	Średnio atrakcyjne
Łukcze, Bialskie, Rogoźno, Zagłębcze, Krasne, Piaseczno, Białe Włodawskie	Bardzo atrakcyjne

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań R. Krukowskiej

W grupie jezior mało atrakcyjnych znajdują się 24 jeziora, w większości zbiorniki małe, płytkie, trudno dostępne, o niekorzystnych cechach wód dla rekreacji. Nie zmienia to faktu, że są one atrakcyjne pod innym względem – ekologicznym. Do drugiej grupy (średnio atrakcyjnych jezior) zaliczono akweny w pewnym stopniu wykorzystywane turystycznie bądź cieszące się popularnością wśród wędkarzy. Sześć najatrakcyjniejszych jezior należy do największych i najgłębszych zbiorników posiadających dobrą dostępność komunikacyjną. Na duże inwestycje turystyczne wokół nich wskazują liczne ośrodki wczasowe oraz letniskowe działki.





Rys. 10 Jezioro Głębokie we wsi Głębokie



Źródło: Fotografie własne

Szczegółowe informacje na temat średnio atrakcyjnych i bardzo atrakcyjnych jezior prezentuje poniższa tabela. Podczas budowy melioracyjnego systemu Kanału Wieprz – Krzna 6 jezior ogroblowano i zamieniono na retencyjne zbiorniki. Na analizowanym obszarze znajdują się, należące do kategorii średnio atrakcyjnych, jeziora: Mytycze, Wytyckie, Dratów, Krzczeń, Domaszne, które nie zostały objęte inwentaryzacją.



**Tab. 13** Dane o jeziorach Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego

LP.	NAZWA JEZIORA	POWIERZCHNIA (ha)	DŁUGOŚĆ LINII BRZEGOWEJ (m)	MAKSYMALNA GŁĘBOKOŚĆ (m)	ŚREDNIA GŁĘBOKOŚĆ (m)
1.	Białe Włodawskie	106,4	4262	33,6	14,1
2.	Krasne	75,9	3514	33	10,8
3.	Piaseczno	84,7	3788	38,8	12,6
4.	Zagłębowce	59	2873	25	7,3
5.	Rogoźno	57,1	2757	25,4	7,4
6.	Bialskie	31,7	2038	18,2	6,8
7.	Łukcze	56,5	3857	8,9	3,7
8.	Czarne Włodawskie	23,6	1909	11,4	3
9.	Maśluchowskie	26,7	2107	9,4	4,6
10.	Mytycze	-	-	-	-
11.	Uścimowskie	66,7	3746	4,4	2,7
12.	Wytyckie	-	-	-	-
13.	Czarne Sosnowickie	38,8	2519	15,6	5,1
14.	Dratów	-	-	-	-
15.	Glinki	46,9	3018	8,8	2,8
16.	Głębokie Uścimowskie	20,5	1650	7,1	3,4
17.	Gumienek	8,1	1014	7,8	3,8
18.	Krzczeń	-	-	-	-



19.	Łukie	150,1	6048	6,5	1,8
20.	Persepilno	24,3	2311	6,2	3,2
21.	Rotcze	42,7	2449	4,3	1,9
22.	Ściegienne	27,4	2112	5,4	2,8
23.	Uściwierz	284,1	6596	6,6	3,1
24.	Czarne Uścimowskie	24,8	1823	10,3	3,7
25.	Domaszne	-	-	-	-
26.	Kleszczów	53,9	3042	2,35	1,3
27.	Miejskie	45,3	2943	2,2	1,3
28.	Sumin	91,5	4813	6,5	1,6
29.	Święte	5,7	948	9,6	3,4
30.	Głębokie (Cycowskie)	11,4	1250	5,7	3,7

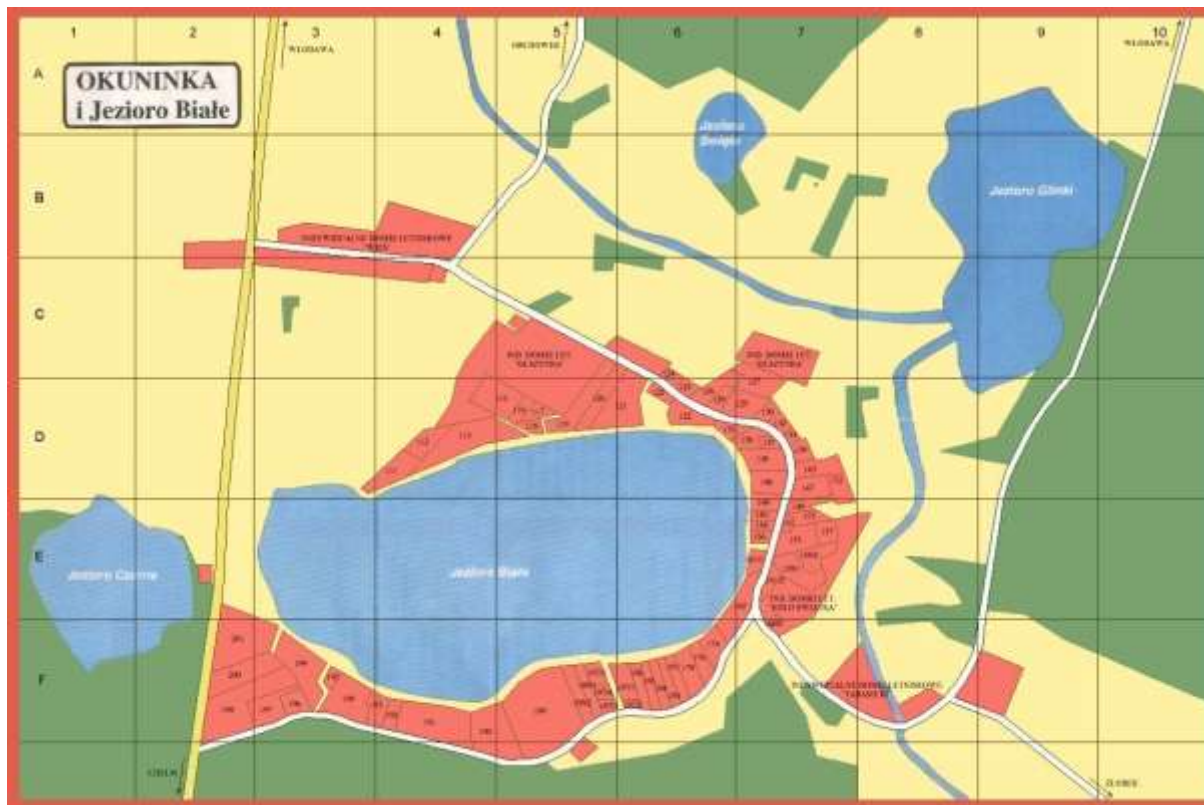
Źródło: Z. Michalczyk, *Stosunki wodne Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego* [w:] Jeziora Łęczyńsko – Włodawskie. Monografia przyrodnicza, Wyd. UMCS, Lublin 1998; Opracowanie własne

Szczególnie znane na całym Pojezierzu jest jezioro Białe Włodawskie koło wsi Okuninka. Jego wody należą do I klasy czystości. Przez twarde, piaszczyste dno i wąską strefę brzegową rozwój roślinności wodnej jest znikomy. Jezioro posiada zwarty, lekko wydłużony kształt, więc linia brzegowa jest stosunkowo słabo rozwinięta.





Rys. 10 Okolice Okuninki i rozmieszczenie ośrodków nad jeziorem Białym



Źródło: Internet, <http://www.gildor.ikp.pl/biale-mapa.html>

Nad brzegami przeważają plaże (oprócz zachodniej części, która porośnięta jest przez łąkę), a okoliczne tereny niemal w całości zagospodarowano na potrzeby turystyki i rekreacji. Przy północnym brzegu funkcjonuje centrum handlowo – usługowe z licznymi punktami gastronomicznymi. Nad jeziorem zlokalizowanych jest kilkadziesiąt (około 40) ośrodków wypoczynkowych, kilkanaście pensjonatów oraz kilka pól namiotowych. Bardzo licznie występują także prywatne działki letniskowe. Od wielu lat w sezonie letnim otoczenie jeziora jest przeciążone ruchem turystycznym. W weekendy wypoczywa około 30



tysięcy osób, a w dni powszednie około 7 tysięcy²⁶. Fakt, że ocena stanu elementów biologicznych i stanu ekologicznego jezior jest bardzo dobra (Tab. 21), dodatkowo wpływa na jego atrakcyjność turystyczną.

W 2009 roku Wojewódzki Inspektorat Ochrony Środowiska w Lublinie w ramach sieci monitoringu wód powierzchniowych stojących przeprowadził badania 7 jezior Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego (Białe Włodawskie, Piaseczno, Rogóźno, Biczce, Łukie, Sumin i Uściwierz). Wyniki przedstawione poniżej wskazują na wysoką, pozytywną ocenę analizowanych jezior, z czego najbardziej zadziwia fakt czystości jeziora Białego pomimo silnej koncentracji zabudowań i infrastruktury (Tab. 14).

Tab. 14 Wstępna ocena stanu jednolitych części wód jezior w układzie dorzeczy na podstawie wyników badań monitoringowych

Nazwa jeziora/JCW	Ocena stanu elementów biologicznych	Wskaźnik decydujący o stanie /wartość wskaźnika przekraczającego dobry stan/	Ocena elementów fizykochemicznych	Wskaźnik decydujący o stanie /wartość wskaźnika przekraczającego dobry stan/	Klasyfikacja stanu ekologicznego
Jeziora stratyfikowane					
Białe Włodawskie	bardzo dobry	Chlorofil „a”	dobry	Średnie nasycenie hipolimnionu tlenem, N- ogólny, P- ogólny, przezroczystość, przewodność	bardzo dobry
Piaseczno	dobry	Makrofitowy Indeks ESMI	dobry	Średnie nasycenie hipolimnionu tlenem, N- ogólny, P- ogólny, przezroczystość, przewodność	dobry
Rogóźno	dobry	Makrofitowy Indeks ESMI	poniżej dobrego	Średnie nasycenie hipolimnionu tlenem /2,3%/	dobry
Jeziora niestratyfikowane					
Biczce	dobry	Makrofitowy Indeks ESMI	dobry	Średnie nasycenie hipolimnionu tlenem, N- ogólny, P- ogólny, przezroczystość, przewodność	dobry
Łukie	dobry	Makrofitowy Indeks ESMI	poniżej dobrego	tlen rozpuszczony nad dnem /3,7 mgO ₂ /l/	dobry
Sumin	umiarkowany	Makrofitowy Indeks ESMI /0,229/	poniżej dobrego	tlen rozpuszczony nad dnem /2,2 mgO ₂ /l/	umiarkowany
Uściwierz	bardzo dobry	Makrofitowy Indeks ESMI	dobry	Średnie nasycenie hipolimnionu tlenem, N- ogólny, P- ogólny, przezroczystość, przewodność	bardzo dobry

Źródło: Wojewódzki Inspektorat Ochrony Środowiska (WIOŚ)

²⁶ Krukowska R., Skowronek E., Krukowski M., *Zmiany w krajobrazie gminy Włodawa zachodzące pod wpływem użytkowania rekreacyjnego* [w:] M. Pietrzak (red.) *Krajobraz – turystyka – ekologia, Problemy Ekologii Krajobrazu* 11, 2003



Z punktu widzenia turystyki zbadane jeziora są bardzo atrakcyjne ze względu na naturalną zdolność do oczyszczania się, która sprawia, że nawet te najbardziej eksplorowane turystycznie, po sezonie odnawiają swój pierwotny stan.

Lesistość w województwie lubelskim wynosiła w 2009 roku 22,8% (582,2 tysiące hektarów gruntów leśnych) co lokuje je dopiero na 14 pozycji w Polsce²⁷. W tabeli 15 pogrubione zostały wartości powyżej średniej województwa.

Tab. 15 Lesistość gmin Pojezierza Łęczyńskiego - Włodawskiego

JEDNOSTKA TERYTORIALNA	LESISTOŚĆ W 2009 ROKU [%]
Sosnowica	45,0
Hańsk	39,1
Stary Brus	44,4
Urszulin	24,8
Włodawa - obszar wiejski	47,0
Wola Uhruska	38,4
Uścimów	21,5
Cyców	11,1
Ludwin	14,5
Łęczna - miasto	3,3
Łęczna - obszar wiejski	3,8

²⁷

Leśnictwo, Informacje i opracowania statystyczne, GUS, Warszawa 2010





Milejów	16,1
Puchaczów	11,4
Spiczyn	24,5

Źródło: Bank Danych Lokalnych, GUS; opracowanie własne

Powiat Łęczyński posiada bardzo niski udział lasów w swoich gminach (średnia 13,6%). Natomiast lesistość pozostałych gmin Pojezierza jest około dwukrotnie większa (Gmina wiejska Włodawa, Gmina Sosnowica, Gmina Stary Brus, Gmina Hańsk, Gmina Wola Uhruska). Lasy znajdują się głównie we wschodniej i północno – zachodniej części regionu (Lasy Parczewskie, Lasy Włodawskie i Sobiborskie) i porośnięte są w większości borami sosnowymi i sosnowo – dębowymi.

5.1.3. Walory specjalistyczne

Walory specjalistyczne stanowią cechy środowiska przyrodniczego umożliwiające uprawianie różnych form turystyki kwalifikowanej²⁸, np. pieszej, rowerowej, kajakowej, żeglarskiej, wędkarskiej, myśliwskiej, narciarskiej, jeździeckiej, speleologicznej czy taternictwa. Walory specjalistyczne na Pojezierzu bazują na zasobach naturalnych i stanowią wykorzystanie walorów wypoczynkowych (opisanych w podrozdziale 5.1.2.).

²⁸ Według PTTK to forma wędrówki do konkretnego ośrodka turystycznego mające na celu wszechstronne poznawanie kraju, które uprawiają turyści o wysokich kwalifikacjach turystycznych, często wykorzystując w ich trakcie odpowiednie umiejętności techniczne i sprzęt, takie jak: jazda na rowerze, pływanie kajakiem, żeglowanie czy jazda konna.





Teren Pojezierza jest bardzo dobrym miejscem dla pasjonatów jeździectwa i kolarstwa. Szlaki konne i rowerowe prowadzą przez Polesie Lubelskie i Wołyńskie. Urozmaicona rzeźba terenu, liczne jeziora, unikatowa fauna i flora, ogromne połacie lasów, czyste powietrze i wartościowe przyrodniczo krajobrazy stanowią niezaprzeczalne walory dla turystyki kwalifikowanej.

Naukę i doskonalenie jazdy konnej umożliwiają kluby jeździeckie oraz gospodarstwa agroturystyczne oferujące przejażdżki konne. Usługi w ramach turystyki konnej na Pojezierzu oferuje m. in. Klub Jeździecki „Goniec” w Kaniwoli, Leśniczówka nad jeziorem Piaseczno, stajnia „Lansada” w Wólce Cycowskiej, gospodarstwo agroturystyczne „U Marcina” w Ludwinie, Renata Grabowska z Woli Wereszyńskiej. Proponowane jest m. in. oprowadzanie na koniu, nauka jazdy konnej, doskonalenie umiejętności jeździeckich, przejażdżki konne szlakami Poleskiego Parku Narodowego, kilkudniowe rajdy po Polesiu. Istnieje możliwość przyjazdu do ośrodka z własnym koniem. W okolicy Pojezierza funkcjonuje Ośrodek Jeździecko – Hodowlany „Żurawiejka” w Bukowej Małej na atrakcyjnym terenie Chełmskiego Parku Krajobrazowego (na styku z Sobiborskim Parkiem Krajobrazowym oraz Poleskim Parkiem Narodowym) oraz dwa ośrodki jeździeckie: „Jagodne” oraz „Bachus”.

Turystyka rowerowa może być uprawiana niemal na całym Pojezierzu, np. po następujących trasach:

- Szlak przez Wyżynę Lubelską i Polesie Lubelskie z Lublina do Woli Uhruskiej nad Bugiem; na obszarze powiatu łęczyńskiego trasa obejmuje miejscowości: Charleż - Zawieprzyce - Ziółków - Łęczna - Turowola - Puchaczów - Bogdanka - Kaniwola - Ostrówek - Czarny Las.
- Śladami wschodniostowiańskiej tradycji cerkiewnej na Polesiu Lubelskim z Puchaczowa do Horostyty; na obszarze powiatu szlak przebiega przez: Puchaczów - Dratów - Kaniwola - jezioro Piaseczno - Piaseczno - Zamłyniec.
- Daleko od szosy – system dobrze oznakowanych tras rowerowych w powiecie łęczyńskim²⁹.

Pojezierze to także odpowiednie miejsce do łowienia ryb połączonego z wypoczynkiem na łonie natury, czyli na tzw. turystykę wędkarską. Ocena atrakcyjności cieków i akwenów wodnych dla wędkarstwa opiera się na ocenie wartości walorów (występowanie charakterystycznych

²⁹

Więcej o szlaku w podrozdziale 7.3 Produkty turystyczne powiatu łęczyńskiego.





gatunków ryb, warunki hydrologiczno – termiczne, zasoby wodne, wydajność wędkarska, wartość wód dla naturalnej reprodukcji ryb, walory krajobrazowe) oraz uwzględnia dogodne położenie w stosunku do dużych zespołów miejskich stanowiących źródła ruchu turystycznego.

Rys. 12 Ośrodek Sportów Wędkarskich nad jeziorem Rogoźno



Źródło: Starostwo Powiatowe w Łęcznej

Liczne jeziora oraz rzeka Wieprz stanowią atrakcyjne miejsce dla wędkarzy. Najlepsze warunki do rekreacyjnych połowów znajdą oni nad zbiornikami: Rogoźno, Dratów, Krzczeń, Piaseczno, Bikcze, Uściwierz, Łukcze, Głębokie, Zagłębocze. Nad Rogoźnem znajduje się Łowisko Specjalne





prowadzone przez Koło Polskiego Związku Wędkarskiego Okręgu w Lublinie – Ośrodek Sportów Wędkarskich w Rogóźnie. Tam także odbywają się w sezonie letnim zawody wędkarskie.

Rys. 13 Ośrodki wczasowe i domki letniskowe nad jeziorem Łukcze



Źródło: Starostwo Powiatowe w Łęcznej

Pojezierze Łęczyńsko – Włodawskie stanowi także odpowiednie miejsce do rozwoju turystyki wodnej. Istniejąca infrastruktura przyjeziornych ośrodków jest wciąż rozbudowywana. W sezonie funkcjonują wypożyczalnie sprzętu wodnego, np. nad jeziorem Białym czy Zagłębocze. Nad jeziorem



Piaseczno działa odpowiednio wyposażona baza żeglarska, w której przeprowadzane są kursy na patenty dla zorganizowanych grup. Ze względu na znaczną głębokość (39 metrów) akwen stanowi również atrakcję dla nurków.

Do sportów wodnych uprawianych na Pojezierzu należy jeszcze kajakarstwo. Spływy organizuje LUMKS „Pojezierze” z Łęcznej, TOMI z Wólki Rokickiej, STERNIK z Bystrzejowic Pierwszych, ORYL ze Szczekarkowa, włodawska firma KAJAKI - 4U. Od wielu lat prężnie działa wypożyczalnia sprzętu pływającego (łódki wędkarskie, rowery wodne i kajaki) w Okunince nad jeziorem Białym. Na Pojezierzu istnieje podstawowa infrastruktura do uprawiania kajakarstwa. Do najważniejszych odcinków spławnych rzek na Pojezierzu należą:

- Na Włodawce: Suchawa – Adamki o długości 6 kilometrów,
- Na Bugu: Zbereże – Sobibór o długości około 12 kilometrów; Zbereże - Włodawa - około 19 kilometrów; Włodawa - Kuzawka - około 20 kilometrów; Różanka - Sławatycze - około 17 kilometrów; Kuzawka - Kodeń - około 20 kilometrów,
- Na Wieprzu (przełom Wieprza jest jednym z najpiękniejszych zakątków krajobrazowych zachodniej części Pojezierza): przez gminę Spiczyn, Łączna, Milejów,
- Na Bystrzycy w gminie Spiczyn.

Koło miejscowości Spiczyn do Wieprza wpada Bystrzyca – jedna z najważniejszych rzek Lubelszczyzny, coraz częściej (łącznie z Wieprzem) doceniana i postrzegana przez pryzmat turystyki kajakowej.



Rys. 14 Wieprz w Milejowie



Źródło: Internet, www.wikipedia.pl

Rys. 15 Wieprz w Milejowie



Źródło: Internet, <http://www.napolesie.pl>

Wieprz jest atrakcyjną rzeką nie tylko dla miłośników kajakarstwa, ale także dla osób początkujących, którym zaproponowano uczestnictwo w spływie (np. w miejscu zakwaterowania) podczas pobytu na Pojezierzu.





Turystyka piesza na terenie Pojezierza może odbywać się po wytyczonych i zagospodarowanych szlakach ziemi łączyńsko – włodawskiej:

- **Centralny Szlak Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego** o długości 120 kilometrów prowadzi z Włodawy przez jezioro Białe, Lutę, Dubeczno, Hańsk, Wytyczno, Pieszowolę, Sosnowicę, jezioro Białka, Orzechów Stary, jezioro Zagłębocze, Załucze Stare, Grabniak, Wereszczyn do Urszulin.

Rys. 16 Centralny Szlak Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego



Źródło: Internet, http://www.informacja.wlodawa.pl/images/mapa_wlodawa_urszulin.jpg



- **Poleski Szlak Partyzancki** z Urszulina do Parczewa; na obszarze powiatu łęczyńskiego: jezioro Uściwierz - Czarny Las - Ostrówek - Kaniwola - jezioro Brzeziczno - jezioro Rogóžno - jezioro Dratów - jezioro Krzcień.
- **Z Rostocza Zachodniego na Polesie Lubelskie** z Szastarki przez Lublin do Kaniwoli; na obszarze powiatu łęczyńskiego: Trębaczów - Łączna - Kolonia Turowola - Puchaczów - Dratów - Kobyłki – Kaniwola.
- Miłośnicy wędrówek mogą wybierać także spośród innych pieszych tras: Szlak „Nadbużański”, Szlak „Pętla Sobiborska”, Szlak „Trzech Jezior”, Szlak „Siedmiu Jezior Włodawskich”, Szlak „Lasów Włodawskich”, Szlak „Bagno Bubnów”, Szlak „Krawędziowy Poleskiego Parku Narodowego”, Szlak Centralny Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego, Szlak „Pojezierny Południowy”, Szlak czerwony (dawny „Partyzancki”), Szlak „Pojezierny Północny”, Szlak „Lasów Sobiborskich”, „Kołacze, czyli kołatania do wrót przyrody” – leśna ścieżka przyrodnicza

W gminie Puchaczów, w Nadrybiu Ukazowym, funkcjonuje gospodarstwo aero-turystyczne udostępniające miłośnikom sportów powietrznych trawiasty pas startowy o długości 950 metrów dla awionetek, śmigłowców, motolotni i paralotni. Ponadto na terenie gospodarstwa istnieje możliwość organizacji szkoleń.

W Okunince nad jeziorem Białym znajduje się profesjonalnie wyposażony park linowy obsługiwany przez wykwalifikowanych instruktorów. Rekreanci mają do wyboru trzy trasy o różnej trudności z ponad piętnastoma przeszkodami każda. Przejście jest poprzedzone szkoleniem z bezpieczeństwa i obsługi sprzętu alpinistycznego (kaski, lonże, uprząże, traki). W kilku miejscach na Pojezierzu istnieje także możliwość gry w paintball, np. na profesjonalnym polu w ośrodku Resort Piaseczno nad jeziorem Piaseczno czy na zakończenie spływu Wieprzem (oferta firmy STERNIK).





5.1.4. Wnioski

Krajobraz Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego tworzą liczne jeziora i torfowiska oraz bogactwo rzadkiej flory i fauny. Obok unikalnych dla Polski i Europy zbiorowisk roślinności wilgociolubnej, występują tu przekształcone przez człowieka lasy i łąki. Spotkać można także najbardziej na południowy zachód wysunięte zbiorowiska europejskiej tundry i lasotundry oraz jeden z największych rezerwatów żółwia błotnego. Przedstawiona identyfikacja i analiza stanu wyjściowego wykazała, że najważniejszymi walorami turystycznymi regionu łęczyńsko – włodawskiego są **zasoby naturalne oraz wypoczynkowe**. Na ich bazie powinny zostać wyznaczone kierunki rozwoju turystyki oraz budowane markowe produkty turystyczne.

Pomimo występowania wielu obiektów zabytkowych na obszarze gmin Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego, niewiele z nich ma na tyle wysoką rangę by samodzielnie stanowić cel czy motyw podróży.

W ocenie atrakcyjności turystycznej Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego **główne znaczenie mają obszary wodne**. Zróżnicowanie zbiorników przekłada się na ich przydatność w różnych formach rekreacji. Waloryzacja jezior Pojezierza wykazała, że najatrakcyjniejsze turystycznie są jeziora: Białe Włodawskie, Piaseczno, Krasne, Zagłębobcze, Rogoźno i Bialskie³⁰. Rzeki Pojezierza stanowią nie tylko element urozmaicający krajobraz, ale także podstawę do rozwoju turystyki kwalifikowanej (wędkarstwa i kajakarstwa).

Na obszarach chronionych Pojezierza, gdzie istnieją wspomagające elementy infrastruktury, np. ścieżki dydaktyczne, sale muzealna, ośrodki edukacji ekologicznej, istnieje potencjał rozwoju (szerszego niż dotychczas) **turystyki przyrodniczej**. Jest to forma uprawiana zarówno przez turystów indywidualnych, jak i zorganizowane grupy (nierzadko zagraniczne) obsługiwane przez wykwalifikowanych przewodników terenowych. Najpopularniejszymi rodzajami

³⁰

Tamże





turystyki przyrodniczej są obserwacje ptaków (birdwatching) i zwierząt oraz unikalnej flory. Jest to najpopularniejsza forma rekreacji wśród pasjonatów fotografii (tzw. fotosafari) oraz wycieczki zapoznające z najcenniejszymi zbiorowiskami roślinnymi i krajobrazami. Badania zasobów turystycznych Polski Wschodniej wykazały, że to właśnie walory przyrodnicze Polesia oraz bazujące na nich aktywności są najczęściej przywoływanymi skojarzeniami dotyczącymi regionu, co oczywiście warto odpowiednio wykorzystać³¹

Aby zwiększyć zainteresowanie i udział w imprezach **należy poszerzyć wachlarz ofert kulturalnych**. Wskazane są inwestycje w modernizację i budowę obiektów kultury, widowiskowych, sportowych.

5.2. Infrastruktura i usługi turystyczne

W ujęciu statycznym zagospodarowanie turystyczne rozumiane jest jako stan wyposażenia danej destynacji w elementy infrastruktury turystycznej i paraturystycznej. Natomiast przez ujęcie dynamiczne tego pojęcia rozumie się proces wyposażania danych miejsc w elementy infrastruktury turystycznej oraz dostosowywanie istniejących elementów ogólnej infrastruktury na potrzeby ruchu turystycznego.

Infrastruktura turystyczna (dobra komplementarne) razem z walorami turystycznymi (dobra podstawowe) wchodzi w skład dóbr turystycznych. Infrastruktura stanowi wyposażenie miejscowości, regionu czy szlaku w urządzenia i instytucje. Ich celem jest zaspokojenie potrzeb ruchu turystycznego.

Na infrastrukturę turystyczną składa się:

³¹ *Badanie skuteczności kampanii promocyjnej walorów turystycznych Polski Wschodniej*, Raport z I fali badania zrealizowanego dla POT przez PBS DGA Sp. z o. o., Sopot-Warszawa 2010





- Infrastruktura techniczna, obejmująca wszystkie instytucje i urządzenia infrastruktury komunikacyjnej (umożliwiające poruszanie się turystów), infrastruktury noclegowej i gastronomicznej, infrastruktury handlowo-usługowej oraz infrastruktury umożliwiającej korzystanie z walorów turystycznych,
- Infrastruktura społeczna, do której należą biura podróży, punkty informacji turystycznej, obiekty sportowe, punkty opieki medycznej, instytucje zapewniające bezpieczeństwo w czasie pobytu,
- infrastruktura ogólna (paraturystyczna) to elementy, których istnienie nie zależy od rozwoju ruchu turystycznego. Turystyka wpływa na przemianę, ulepszenie i rozwój tych elementów.

Podział infrastruktury turystycznej przedstawia tabela.

Tab. 16 Podział dóbr komplementarnych (infrastruktury turystycznej)

DOBRA KOMPLEMENTARNE (INFRASTRUKTURA TURYSTYCZNA)		
Infrastruktura techniczna <ul style="list-style-type: none"> • drogi • koleje linowe • obiekty handlowo-usługowe • obiekty kulturalne • punkty gastronomiczne • szlaki turystyczne • sieć obiektów bazy noclegowej • wyciągi narciarskie • żegluga turystyczna, kąpieliska • inne 	Infrastruktura społeczna <ul style="list-style-type: none"> • biura podróży • informacja turystyczna • instytucje opieki medycznej i weterynaryjnej • obiekty kulturalne • obiekty sportowe i wypoczynkowe • inne 	Infrastruktura ogólna paraturystyczna <ul style="list-style-type: none"> • obiekty i urządzenia administracyjne • obiekty socjalne • sieć technicznego uzbrojenia • inne

Źródło: Mikuta B., Żelazna K., „Organizacja ruchu turystycznego na wsi”, Wyd. Format – AB, Warszawa 2004



Analiza zjawisk i procesów turystycznych umożliwia ustalenie, w jakim stopniu ruch turystyczny wpływa na dobrobyt społeczeństwa i zaspokaja jego potrzeby. Obiektem szczególnych badań są usługi turystyczne. Badana jest ich produkcja, ocena, koszt i poziom świadczeń. Produkt turystyczny, aby mógł stanowić określoną wartość, zostaje obudowany szerokim zakresem usług wraz z ich infrastrukturą. Kompleksowy przegląd usług turystycznych przedstawia się następująco³²:

- Usługi transportowe – są pierwszym i ostatnim etapem podróży, dają dostęp do walorów turystycznych, stanowią dynamiczny czynnik kształtowania ruchu turystycznego i jego obsługi³³,
- Usługi hotelarskie – warunkują aktywność oraz intensywność turystyczną społeczeństwa, składają się ze świadczeń noclegowych, gastronomicznych i dodatkowych,
- Usługi informacyjne – kształtują wielkość, strukturę rodzajową, przestrzenną i czasową ruchu turystycznego, świadczone są przez instytucje pośredniczące w organizacji podróży,
- Usługi gastronomiczne – stanowią zespół czynności produkcyjnych i handlowych w zakładach gastronomicznych, które dzielą się na: żywieniowe (np. restauracje, bary), uzupełniające (np. kawiarnie, piwiarnie) oraz punkty gastronomiczne (np. smażalnie ryb),
- Usługi bankowe – ułatwiają formalności płatnicze w podróżowaniu, stymulują popyt na usługi turystyczne, aktywizują obroty gospodarki turystycznej,
- Usługi pośrednicko - organizatorskie – obejmują sprzedaż usług turystycznych, załatwianie formalności paszportowo - wizowych oraz wszechstronna informację o możliwości osiągnięcia celu podróży,
- Usługi pilocko - przewodnickie – stanowią bezpośrednią formę obsługi turysty, mają wpływ na kształtowanie społecznych zachowań i zainteresowań turysty,

³² Gaworecki W., *Turystyka*, Wyd. PWE, Warszawa 2003

³³ Więcej w rozdziale 5.3. Dostępność komunikacyjna





- Usługi wypoczynkowe i kultury fizycznej – polegają na budowie sieci obiektów i urządzeń technicznych w celu stworzenia warunków do czynnego wypoczynku i uprawiania sportów masowych,
- Usługi infrastruktury lokalnej – mają zasięg miejski, osiedlowy i wiejski, stanowią ważny czynnik kształtowania społecznie pożądanego modelu ruchu turystycznego,
- Usługi rzemieślnicze – są podstawowym narzędziem i środkiem zaspokajania potrzeb turystycznych, obejmują usługi osobiste oraz naprawy sprzętu turystycznego,
- Usługi handlowe – sprzedaż artykułów żywnościowych i nieżywnościowych z uwzględnieniem mechanizmu zmienności popytu i struktury potrzeb turystycznych.

5.2.1. Baza noclegowa i gastronomiczna

Według definicji Światowej Organizacji Turystyki za bazę noclegową uznaje się obiekty, które „oferują podróżnemu nocleg w pokoju lub innym pomieszczeniu, przy czym liczba oferowanych miejsc musi być większa niż pewne określone minimum, a ponadto nie chodzi o zakwaterowanie pojedynczej rodziny; wszystkie miejsca w obiekcie muszą podlegać jednolitemu zarządowi na zasadach komercyjnych, nawet jeśli nie ma on charakteru dochodowego”. Usługi hotelarskie definiowane są jako czasowe wynajmowanie podróżnym pokoi lub miejsc³⁴ i stanowią „zespół działań osób zatrudnionych w zakładzie hotelarskim, przy wykorzystaniu specjalnie do tego celu przystosowanych urządzeń³⁵”. Mogą być świadczone w obiektach hotelarskich, które spełniają wymagania co do wielkości obiektu, jego wyposażenia, kwalifikacji personelu oraz zakresu świadczonych usług, ustalone dla rodzaju i kategorii, do których obiekt został zaszeregowany³⁶.

³⁴ Turkowski M., *Marketing usług turystycznych*, Wyd. PWE, Warszawa 2010

³⁵ Sierpiński J., *Zakład hotelarski*, „Ekonomika zarządzania”, Wyd. TNOiK, Kraków 1974

³⁶ Ustawa o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 roku, art. 35





Przedstawione zasoby bazy noclegowej prezentują obiekty z terenów całych powiatów (łęczyńskiego, włodawskiego, lubartowskiego i parczewskiego), a nie tylko z gmin Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego, gdyż takie dane pochodzą z 2002 roku³⁷. Ze względu na brak dużą dynamikę zmian w tym sektorze postanowiono bazować na aktualniejszych danych powiatowych z 2009 roku.

Tab. 17 Zasoby bazy noclegowej w powiatach łęczyńskim, lubartowskim, parczewskim i włodawskim w 2009 roku

POWIAT	RODZAJ OBIEKTU	LICZBA OBIEKTÓW	LICZBA OBIEKTÓW CAŁOROCZNYCH	LICZBA POKOI W HOTELACH	LICZBA MIEJSC NOCLEGOWYCH	LICZBA MIEJSC NOCLEGOWYCH CAŁOROCZNYCH
ŁĘCZYŃSKI	Wszystkie obiekty	4	0	0	121	0
	Szkolne schroniska młodzieżowe	1	0	0	45	0
	Ośrodki wczasowe	2	0	0	46	0
	Zespół domków turystycznych	1	0	0	30	0
LUBARTOWSKI	Wszystkie obiekty	20	10	30	1158	380
	Hotele (razem)	1	1	13	28	28
	Hotele **	1	1	13	28	28
	Inne hotelowe	2	2	17	37	37
	Szkolne schroniska młodzieżowe	2	0	0	55	0
	Ośrodki wczasowe	7	2	0	598	80
	Ośrodki kolonijne	1	0	0	145	0
	Ośrodki szkoleniowo-	1	1	0	68	68

³⁷





	wypoczynkowe					
	Zespół domków turystycznych	1	0	0	10	0
	Pola biwakowe	1	0	0	50	0
	Pozostałe niesklasyfikowane	4	4	0	167	167
PARCZEWSKI	Wszystkie obiekty	15	4	24	792	84
	Pensjonaty	1	1	10	30	30
	Inne hotelowe	1	1	14	28	28
	Ośrodki wczasowe	9	0	0	584	0
	Pola biwakowe	1	0	0	120	0
	Pozostałe niesklasyfikowane	3	2	0	30	26
WŁODAWSKI	Wszystkie obiekty	45	5	75	2671	223
	Motele	1	1	9	20	20
	Pensjonaty	1	1	33	70	70
	Inne hotelowe	2	2	33	73	73
	Szkolne schroniska młodzieżowe	6	0	0	217	0
	Ośrodki wczasowe	25	0	0	1693	0
	Ośrodki kolonijne	1	0	0	75	0
	Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	3	0	0	255	0
	Zespół domków turystycznych	4	0	0	158	0
	Pola biwakowe	1	0	0	50	0
	Pozostałe niesklasyfikowane	1	1	0	60	60





Źródło: Instytut Turystyki

W badaniu turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania GUS wyodrębnia jedynie rodzaje obiektów o których mowa w ustawie o usługach turystycznych³⁸ (hotel, motel, pensjonat, kemping, dom wycieczkowy, schronisko, schronisko młodzieżowe, pole biwakowe) oraz szkolne schroniska młodzieżowe, ośrodki wczasowe, ośrodki kolonijne, ośrodki szkoleniowo – wypoczynkowe, domy pracy twórczej, zespoły ogólnodostępnych domków turystycznych, ośrodki wypoczynku sobotnio – niedzielного i świątecznego, zakłady uzdrowiskowe, inne obiekty hotelowe i pozostałe niesklasyfikowane. GUS nie prowadzi w statystykach ewidencji gospodarstw agroturystycznych i pokoi gościnnych (od 1.01.2003 roku), które w rzeczywistości stanowią obiekty zamieszkania większości turystów indywidualnych bądź małych grup na Pojezierzu. Na obszarze Pojezierza funkcjonuje wiele gospodarstw agroturystycznych, w tym 22 obiekty w powiecie łęczyńskim³⁹:

- Gospodarstwo agroturystyczne Urszula Lipska w Dratowie
- Gospodarstwo agroturystyczne „Leśny Domek” w Ludwinie
- Gospodarstwo agroturystyczne Wiesława Kiejnich w Kobyłkach
- Gospodarstwo agroturystyczne „Nad Błutkiem” – Joanna Wójcik w Starym Radzicu
- Gospodarstwo agroturystyczne Elżbieta Lipińska w Witaniowie
- Gospodarstwo agroturystyczne „U Niewiadomskich” w Jaszczowie
- Gospodarstwo agroturystyczne Ewa Guz w Łąncuchowie
- Gospodarstwo agroturystyczne „Pod Świerkami” w Nadrybiu Wsi
- Gospodarstwo agro aero-turystyczne Anna Schellenberg w Nadrybiu Ukazowym
- Gospodarstwo agroturystyczne „U Marcina” w Ludwinie
- Gospodarstwo agroturystyczne – Piotr Waszkiewicz w Dratowie
- Gospodarstwo agroturystyczne – Ewelina Głowacz w Dratowie

³⁸ Ustawa o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 roku, art.36

³⁹ Częste odniesienia do powiatu łęczyńskiego spowodowane są tym, że jako jedyny w całości wchodzi w analizowany obszar.



- Gospodarstwo agroturystyczne – Anna Widomska w Rossoszu
- Gospodarstwo agroturystyczne „ Przy gościńcu” – Anna Czarnecka w Grądach
- Gospodarstwo agroturystyczne „ U Anusi” – Anna Mazurkiewicz w Starej Wsi
- Gospodarstwo agroturystyczne „Lipowe zacisze” w Nadrybiu Dworze
- Gospodarstwo agroturystyczne „Pod Jabłonką” – Antoni Bojakowski w Nadrybiu Dworze
- Gospodarstwo agroturystyczne – Jerzy Jach w Krasnem
- Gospodarstwo agroturystyczne – Elżbieta Arasimowicz w Kolonii Świerszczów
- Gospodarstwo agroturystyczne – Elwira Krępacka w Kaniwoli
- Gospodarstwo agroturystyczne „Majątek Rutka” – Zbigniew Kołodziej w Puchaczowie
- Gospodarstwo agroturystyczne „Leśniczówka” w Nowym Orzechowie

Wizje lokalne objęły cztery losowo wybrane gospodarstwa agroturystyczne: „U Niewiadomskich”, „Gospodarstwo Agroturystyczne Marynka”, Gospodarstwo agro aero-turystyczne w Nadrybiu Ukazowym, „Pod Świerkami”.

Bardzo reprezentacyjnie wygląda znajdujące się tuż przy drodze gospodarstwo agroturystyczne Państwa Niewiadomskich stylizowane na staropolski zajazd. Ich oferta jest dość bogata, gdyż oprócz noclegów (dla dziewięciu osób) i wyżywienia obejmuje możliwość wędkowania, przejażdżek konnych, organizacji spływów kajakowych, gry w tenis stołowy i piłkę siatkową, rozbicia namiotów w rozległym ogrodzie czy zakupu obrazów o tematyce religijnej malowanych przez gospodarza. Agroturystyka posiada kategoryzację i należy do Polskiej Federacji „Gospodarstw Gościnnych”.





Rys. 17 Gospodarstwo agroturystyczne „U Niewiadomskich” w Jaszczowie



Źródło: Fotografia własna

Od czterech lat w Wólce Cycowskiej funkcjonuje „Gospodarstwo Agroturystyczne Marynka⁴⁰”. Oferta pobytu obejmuje zakwaterowanie w komfortowo wyposażonych domkach letniskowych i jest uzupełniona przez bogaty program wypoczynkowy: wędkowanie w stawie rybnym, wypożyczalnia rowerów, korty tenisowe, boiska do gry w piłkę siatkową, nożną i plażową, plac zabaw. W 2009 r. obiekt został nagrodzony w konkursie na najbogatszą ofertę agroturystyczną na Lubelszczyźnie.

⁴⁰

Określenie „gospodarstwo turystyczne” jest mylne, gdyż oferta pobytu obejmuje zakwaterowanie w domkach letniskowych.





Rys. 18 Kort tenisowy w ośrodku „Marynka”



Źródło: Internet, <http://www.marynka.pl/>

Dojazd do ośrodka jest bardzo dobrze oznakowany już z drogi krajowej nr 82. Goście mają do dyspozycji parking na około piętnaście miejsc oraz czterdzieści osiem miejsc noclegowych. Planowane jest zapewnienie stałego połączenia z Internetem. Pokoje obłożone są przez cały rok. Przeważają Polacy, ale zdarzają się też goście z Europy, np. Włosi. W sezonie letnim w ośrodku organizowane są kolonie oraz plenerowe imprezy.



Rys. 19 Staw rybny w ośrodku „Marynka”



Źródło: Fotografia własna

Pełne wyżywienie zapewnia duża stołówka i bar. Mogą one pomieścić do 80 gości. Obiekty są przeznaczone zarówno dla gości korzystających z oferty ośrodka jak i „przypadkowych przejezdnych”.





Rys. 20 Obiekt gastronomiczny i recepcja ośrodka „Marynka”



Źródło: Fotografia własna

„Gospodarstwo Agroturystyczne Marynka” posiada stronę internetową, na której szczegółowo opisana jest oferta. Na działania promocyjne właściciele wydają około 500 złotych rocznie. Jednak głównie liczą na efekty marketingu szeptanego, więc starają się zapewnić obsługę najwyższej jakości. On niedawna należą do Stowarzyszenia Agroturystycznego „Polesia Czar”. Chcieliby nawiązać większą współpracę z innymi podmiotami świadczącymi usługi turystyczne w regionie. Sami polecają swoim gościom odwiedzenie Grodu Słowiańskiego w Wólce Bieleckiej czy przejażdżki konne ze stajni „Lansada” w gospodarstwie agroturystycznym „Cyganówka”.



Dojazd do Gospodarstwa Aero-Turystycznego w Nadrybiu Ukazowym jest nieoznakowany, ale właścicielka planuje w przyszłości umieścić przy drodze tablicę informacyjną. Obiekt jako gospodarstwo agroturystyczne funkcjonuje od 2005 roku, a charakter aeroturystyczny nabrało nieco później. Już wygląd bramy wjazdowej (w którą wmontowane jest śmigło) nawiązuje do specyfiki miejsca. Pomysł połączenia agroturystyki z lotnictwem narodził się z pasji właścicielki i bliskich jej osób. Obiekt posiada 14 miejsc noclegowych w pięciu pokojach. W jednym miejscu goście mają dostęp do Internetu. Dla stałych klientów oraz dzieci wprowadzone są zniżki cenowe. Promocja kwatery odbywa się w głównej mierze przez stronę internetową oraz członkostwo w Stowarzyszeniu Agroturystycznym Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego. Przeważają przyjazdy krajowych turystów oraz amatorów sportów lotniczych w sezonie letnim oraz w weekendy. Z prywatnego lądowiska mogą korzystać po uzyskaniu zgody właścicielki wszystkie statki powietrzne nieodpłatnie. Trawiasty pas startowy na długość prawie kilometra i przystosowany jest dla awionetek, śmigłowców, motolotni i paralotni. Oferta umożliwia uprawianie lotniczych sportów ekstremalnych, organizację imprez i szkoleń.

Nieopodal znajduje się gospodarstwo „Pod Świerkami”, do którego prowadzi mała tabliczka przy gminnej drodze. Kwatera jest zrzeszona w Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej oraz rekomendowana przez Lubelski Związek Stowarzyszeń Agroturystycznych. Atrakcją dla gości jest z pewnością zadbane ogród do aktywnego lub biernego wypoczynku, wyżywienie oparte na zdrowej żywności, przydomowa pasieka. Oferta specjalna obejmuje darmowe wypożyczenie rowerów dla gości, zniżki dla dzieci do lat 10 oraz darmową dobę przy dwutygodniowym pobycie, co ma na celu zatrzymanie tych samych osób na jak najdłuższy czas.

W gminach Pojezierza z powiatu włodawskiego funkcjonuje 49 gospodarstw agroturystycznych, a z gmin powiatów parczewskiego i lubartowskiego po niespełna 10. Poziom usług agroturystycznych na Pojezierzu jest na dość wysokim poziomie. Nie wszystkie gospodarstwa jednak posiadają kategoryzację, jak np. gospodarstwo Wiesławy Kiejnich w Kobyłkach (jedno słońeczko), Anny Czarneckiej w Grądach (kategoria standard). Brak potwierdzonej jakości obiektów nie skategoryzowanych jest w odbiorze gości nieodczuwalna, jak twierdzą turyści wypoczywający w „Leśnym Domku” w Ludwinie czy „Pod Świerkami” w Nadrybiu Wsi. Największą rolę przy wyborze gospodarstwa ma możliwość wirtualnego zapoznania się z gospodarstwem przez stronę internetową oraz polecenie danego miejsca przez znajomych, którzy już tam byli.





Z analizy tabeli 18 wynika, że Pojezierze wraz z okolicami jest obszarem zasobnym w bazę noclegową, szczególnie w ośrodki wczasowe, które są zlokalizowane nad brzegami jezior. Na uwagę zwraca fakt, że większość obiektów funkcjonuje sezonowo. W powiecie łęczyńskim w 2009 roku nie było ani jednego obiektu całorocznego, a we włodawskim jedynie 5 (z 45 czynnych w sezonie). Niestety GUS nie prowadzi spisu gospodarstw agroturystycznych, kwater prywatnych oraz pól namiotowych (np. czterech miejsc do biwakowania na terenie Poleskiego Parku Narodowego (Babsk, Łomnica, Pieszowola, Łowiszów⁴¹), które w rzeczywistości stanowią bardzo ważny segment bazy noclegowej na Pojezierzu. Informacje o tych obiektach dostępne na stronach internetowych czy w drukowanych informatorach turystycznych (nawet tych wydanych rok czy dwa wcześniej) często bywają nieaktualne.

⁴¹Internet, http://www.poleskipn.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=226&Itemid=40



Tab. 18 Korzystający z bazy noclegowej w powiatach łęczyńskim, lubartowskim, parczewskim i włodawskim w 2009 roku

POWIAT	RODZAJ OBIEKTU	LICZBA KORZYSTAJĄCYCH		LICZBA UDZIELONYCH NOCLEGÓW		WYKORZYSTANIE MIEJSC NOCLEGOWYCH (%)	WYKORZYSTANIE POKOI (%)
		Ogółem	cudzoziemcy	Ogółem	cudzoziemcom		
LUBARTOWSKI	Wszystkie obiekty	12539	277	44067	1151	32.3	28.0
	Hotele	1869	66	2167	65	22.5	28.0
	Hotele	1869	66	2167	2	22.5	28.0
	Inne hotelowe	1364	33	2059	61	14.4	0.0
	Szkolne schroniska młodzieżowe	7	0	21	0	0.7	0.0
	Ośrodki wczasowe	4052	4	22550	4	39.6	0.0
	Ośrodki kolonijne	1029	103	9477	938	95.3	0.0
	Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	3110	51	5015	59	20.2	0.0
	Zespół domków turystycznych	85	0	330	0	53.2	0.0
	Pola biwakowe	185	0	579	0	17.5	0.0
	Inne niesklasyfikowane	838	20	1869	24	13.5	0.0
ŁĘCZYŃSKI	Wszystkie obiekty	654	24	4992	48	73.7	0.0
	Szkolne schroniska młodzieżowe	168	24	868	48	58.2	0.0
	Ośrodki wczasowe	276	0	2174	0	65.3	0.0
	Zespół domków turystycznych	210	0	1950	0	99.9	0.0
PARCZEWSKI	Wszystkie obiekty	9383	93	36041	142	38.1	17.2
	Pensjonaty	644	0	1904	0	17.3	17.2



	Inne hotelowe	1534	93	2445	142	28.1	0.0
	Ośrodki wczasowe	5982	0	27624	0	47.3	0.0
	Pola biwakowe	830	0	3300	0	44.4	0.0
	Inne niesklasyfikowane	393	0	768	0	8.3	0.0
WŁODAWSKI	Wszystkie obiekty	22262	278	105773	389	37.7	19.9
	Motele	185	3	1116	3	27.1	22.1
	Pensjonaty	2047	4	4989	12	23.8	19.5
	Inne hotelowe	1972	215	2889	241	12.0	0.0
	Szkolne schroniska młodzieżowe	1315	25	3304	75	18.9	0.0
	Ośrodki wczasowe	11132	0	69322	0	47.2	0.0
	Ośrodki kolonijne	219	0	3116	0	69.5	0.0
	Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	1440	0	12148	0	62.2	0.0
	Zespół domków turystycznych	2505	0	4432	0	49.0	0.0
	Pola biwakowe	545	0	2200	0	14.3	0.0
	Inne niesklasyfikowane	902	31	2257	58	12.4	0.0

Źródło: Instytut Turystyki

Pomimo że liczba korzystających z noclegów w powiecie łęczyńskim jest najmniejsza (654 osoby), wykorzystanie miejsc noclegowych wynosi aż 73,7%, podczas gdy w pozostałych powiatach około 35%. Najwięcej turystów zagranicznych odwiedziło powiat włodawski oraz lubartowski (po niespełna 280





cudzoziemców). Z pewnością nie należą oni do grup docelowych, jakie należy określić dla Pojezierza, a zjawisko eksportu turystycznego⁴² nie będzie miała w najbliższym horyzoncie czasowym wpływu na lokalną gospodarkę.

Wielu indywidualnych turystów kwaterowało się w gospodarstwach agroturystycznych oraz w pokojach do wynajęcia. Niestety nie podległy one ewidencji, podobnie zresztą jak liczba udzielonych noclegów na polach namiotowych.

Baza gastronomiczna na Pojezierzu znajduje się nie tylko w większości obiektów zakwaterowania, ale także w oddzielnie funkcjonujących restauracjach, pubach, barach głównie w większych miejscowościach. Przykładem profilu działalności i ilości punktów gastronomicznych są lokale w gminie Łęczna:

- a) Pizzeria Faraon, Pub 30-tka, Pub Garaż, Pub Retro Rocket, Halo Pizza, Pizzeria Chili, Pizzeria A. Kędzierski, Restauracja Wojko, Kawiarnia Oleńka, Restauracja Orkus, Restauracja Smakoszanka, Bistro Vegas, Casino Pub, Restauracja Emocja, Restauracja Secession w mieście Łęczna,
- b) Restauracja Country w Kolonii Łuszczów,
- c) Pizzeria Rondo w Ludwinie,
- d) Restauracja Eskapada w Rogóźnie,⁴³.

W Mieście i Gminie Włodawa znajduje się:

- a) 8 restauracji: „U Jędrka” w Susznie, „Zajazd Drob” w Urszulinie, „Karczma Poleska” w Kołaczach oraz „Gościniec Podkowa”, Cateringi i Gastronomia Sylwester Kaczmarek, „Abecadło i Jadło”, „Czar Polesia”, „Venus” we Włodawie,
- b) 4 pizzerie we Włodawie,
- c) 23 obiektów gastronomicznych uzupełniających (kawiarnia, bar, pub), z czego 14 we Włodawie⁴⁴.

⁴² Eksport turystyczny jest sumą wydatków turystów zagranicznych na terenie danego kraju.

⁴³ Informacje uzyskane z Wydziału Funduszy Europejskich, Informatyzacji, Rozwoju i Promocji Powiatu w Starostwie Powiatowym w Łęcznej.





W Gminie Sosnowica znajduje się 13 sezonowych barów w ośrodkach nad jeziorem Zagłębcze, a z obiektów całorocznych - Zajazd „U Ślázaka” oraz Dworek Kościuszki w Sosnowicy⁴⁵. Baza gastronomiczna na terenie Gminy Uścimów ogranicza się jedynie do obiektów sezonowych, zlokalizowanych przy lub w bazie noclegowej⁴⁶.

5.2.2. Usługi pilocko – przewodnickie

Centra „it” są często pierwszymi miejscami kontaktu turysty z miejscem ich destynacji. Od kompetencji ich pracowników zależy z jakich usług będą korzystać przyjezdni oraz jak będą postrzegać region. Jedynymi zorganizowanymi punktami informacji turystycznej na Pojezierzu Łęczyńsko – Włodawskim są:

- Prywatny Punkt Informacji Turystycznej we Włodawie połączony z galerią twórców ludowych ziemi włodawskiej oraz ze sprzedażą lokalnych pamiątek. Placówka funkcjonuje od 2006 roku. Obecnie jest przystosowana dla osób niepełnosprawnych oraz umożliwia obsługę obcokrajowców w języku angielskim, niemieckim i włoskim. W sezonie (maj-wrzesień) Punkt otwarty jest w tygodniu od godziny 8.00 do 17.00, w soboty od 8.00 do 14.00, a w niedziele i święta od 10.00 do 14.00. Poza sezonem (październik-kwiecień) placówka przyjmuje turystów codziennie oprócz niedzieli w godzinach 8.00-17.00. Na miejscu możliwe jest uzyskanie kompleksowej informacji turystycznej o regionie, nabycie materiałów i folderów o ziemi włodawskiej, map, pocztówek, planu miasta Włodawy.

⁴⁴ Informacje uzyskane w Centrum Promocji i Rozwoju Polesia Zachodniego

⁴⁵ Informacje uzyskane z Urzędu Gminy w Sosnowicy

⁴⁶ Informacje uzyskane z Urzędu Gminy w Uścimowie





Punkt zdobył III miejsce w Konkursie na Najlepsze Centrum Informacji Turystycznej 2008 roku (w kategorii miejscowości poniżej 20 tys. mieszkańców), w którym głównymi kryteriami było położenie, oznakowanie obiektu, godziny otwarcia, dostępność materiałów (w tym bezpłatnych) oraz profesjonalizm i zaangażowanie pracowników.

- Punkt Informacji Turystycznej w Łęcznej prowadzi Wydział Funduszy Europejskich, Informatyzacji, Rozwoju i Promocji Powiatu w Starostwie Powiatowym w Łęcznej. Jest otwarty w dni powszednie w godzinach 8.00-14.00. W placówce można się zaopatrzyć w bezpłatne materiały dotyczące historii ziemi łęczyńskiej, atrakcji turystycznych i przyrodniczych, sposobów na aktywne spędzenie wolnego czasu oraz bazy noclegowej. Dla zainteresowanych przygotowano stanowisko komputerowe z dostępem do Internetu.

Punkty nie współpracują ze sobą w zakresie promocji turystycznej Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego, np. gromadzą dane głównie ze swoich jednostek administracyjnych (powiat łęczyński, powiat włodawski). Na Pojezierzu podmiotem wiodącym jest Punkt we Włodawie wyróżniający się pożądanymi cechami jakościowymi organizacji i zarządzania informacją.

Do świadczenia usług przewodnickich na Pojezierzu Łęczyńsko – Włodawskim wykwalifikowanych zostało **109 przewodników terenowych** z województwa lubelskiego (stan na koniec 2010 roku)⁴⁷.

W Łęcznej znajdują się cztery biura podróży:

- Karol Travel posiada w swojej ofercie wycieczki szkolne do Poleskiego Parku Narodowego, podczas których odwiedza się Ośrodek Dydaktyczny Parku, Muzeum Parku w Załuczu Starym oraz zapoznaje się ze ścieżką „Żółwik” i ścieżkami przyrodniczymi „Dąb Dominik” lub „Spławy”. Właściciel Biura Podróży przyznaje, że zainteresowanie Pojezierzem Łęczyńsko – Włodawskim jest znikome. W 2010 roku sprzedał jedynie jedną wycieczkę do

⁴⁷

Informacje uzyskane z Oddziału Turystyki w Departamencie Promocji i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego





Poleskiego Parku Narodowego. Jako organizator turystyki byłby skłonny zorganizować imprezy turystyczne w regionie, ale ze względu na brak zainteresowania lokalnymi destynacjami, Karol Travel specjalizuje się w tworzeniu programów wycieczek poza najbliższą okolicę.

- Formika Travel specjalizuje się praktycznie wyłącznie w zagranicznych wycieczkach. Nie posiada w ofercie Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego.
- Biuro Podróży Agnieszka Wylewa także nie sprzedaje wycieczek na terenie Pojezierza. Najbliższymi dostępnymi destynacjami turystycznymi są Lublin i Kazimierz Dolny.
- Biuro Turystyki Krajowej i Zagranicznej Stanpol organizuje na terenie Pojezierza i okolic jednodniowe wycieczki szkolne o następujących ramowych programach:
 - Załucze Stare (Muzeum Poleskiego Parku Narodowego) – Urszulin (Ośrodek Dydaktyczno – Administracyjny Poleskiego Parku Narodowego);
 - Załucze Stare (Muzeum Poleskiego Parku Narodowego) – Urszulin (Ośrodek Dydaktyczno – Administracyjny Poleskiego Parku Narodowego) – Chełm (Chełmskie Podziemia Kredowe, Góra Zamkowa).

Natomiast we Włodawie znajduje się:

- Biuro Turystyki Krajowej i Zagranicznej „ABC”, które może zorganizować imprezę turystyczną na terenie Pojezierza na zlecenie klienta, ale w stałej ofercie jej nie posiada.
- oddział Polskiego Towarzystwa Turystyczno – Krajoznawczego, które służy informacją i wskazówkami organizacyjnymi.

Przykładowy program wycieczek po ziemi łęczyńskiej przedstawia się następująco⁴⁸:

- **Łęczna – miasto nad Wieprzem i Świnką**

⁴⁸

Turski S., *Powiat łęczyński* [w:] Przewodnik turystyczny „Powiat łęczyński. Rejon żółkiewski”, Wyd. Starostwo Powiatowe w Łęcznej, Łęczna 2007





Łęczna otrzymała prawa miejskie już w 1467 roku. Dzieje miasta można poznać podczas jego zwiedzania. Stare Miasto posiada charakterystyczny układ urbanistyczny z trzema rynkami, na których liczne zabytki kształtowały się od XV do początku XIX wieku. Miasto otrzymało królewskie przywileje na organizowanie jarmarków, które cieszyły się zainteresowaniem tysięcy kupców z ziem Królestwa Polskiego, Litwy i z innych krajów Europy.

- **W krainie jezior, lasów i węgla**

Łęczna stanowi symboliczną bramę na Pojezierze Łęczyńsko – Włodawskie. Trasa wycieczki przebiega w większości przez południową enklawę Parku Krajobrazowego „Pojezierze Łęczyńskie” (Ludwin, Kanał Wieprz-Krzna, Dratów, jezioro zaporowe – Krzcień, jezioro Rogóźno, jezioro Łukcze, jeziorko Łukietek, jezioro Zagłębcze, jezioro Piaseczno, rezerwat „Jezioro Brzeziczno”, jezioro eutroficzne Bikcze, Kaniwola, jezioro i wieś Nadrybie, jezioro Uściwierz (284 ha - największy naturalny akwen na Pojezierzu), jeziorko Uściwierzek, kopalnia węgla kamiennego w Bogdance, Puchaczów, jeziorko Turowolskie).

- **W krainie obniżeń i pagórów**

Wycieczka po wschodniej części powiatu łęczyńskiego (po walorach turystycznych gminy Cyców).

- **Z biegiem Wieprza**

Trasa wiedzie przez wieś Łysołaje, Jaszczów, przez Nadwieprzański Park Krajobrazowy (Białka, Zgniła Struga koło Kanału Wieprz-Krzna), Wólkę Bielecką z rekonstrukcją grodu słowiańskiego, Milejów, Łańcuchów, Wólkę Łańcuchowską, Ciechanki Krzesimowskie, okolice Witaniowa, Karolina i Ziółkowa, Kijany, Zawieprzycę.

Na stronie internetowej Centrum Promocji i Rozwoju Polesia Zachodniego umieszczone są programy imprez turystycznych:

- **Wycieczka turystyczno – krajoznawcza „Kołacze, czyli kołatanie do wrót przyrody”**

Czterokilometrowa ścieżka przyrodniczo – leśna jest zlokalizowana w leśnictwie Kołacze. Trasę połączono z bazą turystyczną Towarzystwa Popularyzacji Piękna Polesia w Kołaczach.





Rys. 21 Mapa trasy wycieczki „Kołacze, czyli kołatanie do wrót przyrody”



Źródło: Internet, http://www.informacja.wlodawa.pl/szlak_pieszy.php?id=13





Na terenie leśnym znajdują się przystanki – tablice (Dzień i zmierzch w życiu zwierząt, Cztery pory roku w lesie, O grzybobraniu, Miasto mrówek, Zwierzęta naszych lasów, Murszejące drzewo, Ptaki leśnych mokradeł, Jak różne bywają nasze lasy?, Bóbr europejski, Leśnik opiekunem lasu). W Karczmie Poleskiej turyści mogą poznać przysmaki lokalnej kuchni.

- **Wycieczka turystyczno - krajoznawcza „Krajobrazy wschodniego pogranicza”**

Do głównych celów wycieczki należy popularyzacja wiedzy o wartościach kulturowych najbliższej okolicy, rozwijanie poczucia poszanowania ojczyściej przyrody, rozwijanie form aktywnego wypoczynku w harmonii ze środowiskiem przyrodniczym. Podczas trzydniowego wyjazdu turystycznego odwiedza się następujące miejsca: Włodawa - Okuninka - Wola Uhruska - Sobibór - Wola Uhruska - Stulno - Zbereże - Sobibór - Orchówek - Włodawa.





Rys. 22 Trasa wycieczki turystyczno – krajoznawczej „Krajobrazy Wschodniego Pogranicza”



Źródło: Internet, <http://www.informacja.wlodawa.pl/wycieczki.php?kat=pogranicze>

- **Wycieczka rowerowa na trasie „Okuninka – Wola Uhruska”**

Trasa rowerowa, długości 32 km uruchomiona została w 2001 roku i w większości prowadzi przez Sobibórski Park Krajoznawczy.



Rys. 23 Mapa trasy rowerowej „Okuninka – Wola Uhruska”



Źródło: Internet, <http://www.informacja.wlodawa.pl/wycieczki.php?kat=wola>

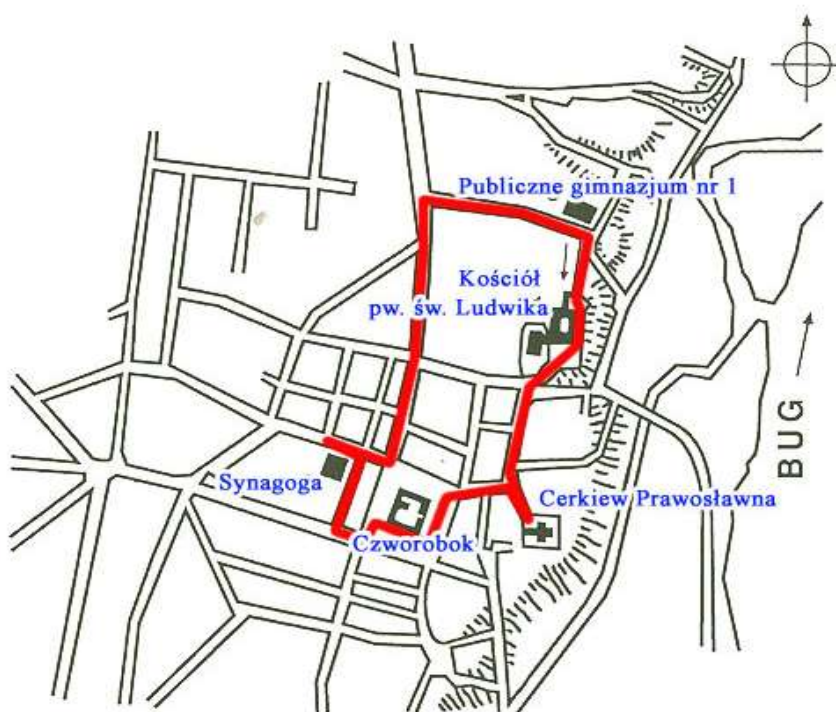
- Wycieczka piesza po Włodawie „Szlakiem Trzech Kultur”





Wielonarodowy charakter Włodawy powstał w wyniku przenikania kultur i religii Polaków, Żydów, Ukraińców, Białorusinów oraz osadników z zachodniej Europy. Zabytkowe budowle Włodawy (m. in. zespół synagogałny, kościół, cerkiew, rynek) są nie tylko pomnikami przeszłości, ale także świadectwem wzajemnego poszanowania, tolerancji i otwartości.

Rys. 24 Trasa wycieczki pieszej po Włodawie „Szlakiem Trzech Kultur”



Źródło: Internet, <http://www.informacja.wlodawa.pl/wycieczki.php?kat=trzyKultt>





Centrum turystyczno – biznesowe Resort Piaseczno w Rozpluciu Pierwszym oprócz świadczenia całorocznych usług turystycznych proponuje zwiedzanie Pojezierza na rowerze. Wyznaczono amatorskie trasy na kilkugodzinne przejażdżki rowerowe.

Rys. 25 Trasy rowerowe wytyczone przez Resort Piaseczno



Źródło: Internet, <http://www.resortpiaseczno.pl/index.php?page=trasy-rowerowe>



- Trasa 1 prowadzi od ośrodka przez Kaniwolę, Rozpłucie Pierwsze, przez Czarny Las, Załucze Stare, Rozpłucie Drugie, Jagodno, Piaseczno aż do Rezerwatu Przyrody Jezioro Brzeziczno. Szlak przebiega przez zróżnicowane krajobrazowo pojezierne obszary oraz uprawne pola, łąki, sady i lasy. Szlak ten to także wiele zabytków związanych z historią, kulturą oraz tradycją tych terenów. Ukazuje uroki polskiej wsi i jej przeobrażenia.
- Trasa 2 łączy miejscowości w pobliżu jezior Piaseczno, Bikcze, Łukcze, Rogóźno. Ze względu na asfaltową nawierzchnię prawie na całej długości, nie wymaga technicznych sprawności i kondycji wycieczkowiczów. Umożliwia zapoznanie się z walorami krajoznawczymi (m. in. kościół w Rogóźnie, Izba Pamięci ks. Jana Chudzika) i przyrodniczymi.

Trasa 3 jest najkrótszą opcją. Biegnie przy Rezerwacie Przyrody Jeziora Brzeziczno, w okolicach którego rowerzyści mogą się natknąć na jaszczurki, zaskrońce, żmije, sarny, jelenie, dziki, lisy a nawet żółwie błotne. Są to niezwykle cenne obszary w kategoriach przyrodniczych i przez to posiadają naturalne atuty do pełnienia funkcji turystycznych.

Pojezierze posiada szereg gotowych propozycji imprez turystycznych. Nie są one sprzedawane w pakietach, gdyż zbyt małe jest nimi zainteresowanie. Przeznaczone są dla klientów indywidualnych, którzy dobierają i modyfikują je na własne potrzeby. Usługę taką na specjalne zamówienie świadczą niektóre biura podróży z Pojezierza.

5.2.3. Usługi krajoznawczo – edukacyjne

Muzea należą do najważniejszych dóbr kultury, gdyż stanowią źródło wiedzy o przeszłości i współczesności. Ich wartość przejawia się w wiarygodności prezentowanego materiału. Kolekcje są sankcjonowane w procesie badań naukowych, dzięki czemu mają szczególną wartość estetyczną i





poznawczą⁴⁹. Współczesny turysta oczekuje zastosowania najnowszych technik w prezentacji eksponatów, możliwości interaktywnego uczestnictwa oraz profesjonalnej obsługi. Po zakończeniu zwiedzania powinien mieć sposobność do odpoczynku w muzealnej kawiarence oraz zakupu pamiątek w sklepiku. W sferze edukacyjno – kulturowej na Pojezierzu funkcjonują następujące placówki:

- **Muzeum Regionalne w Łęcznej** – Oddział Muzeum Lubelskiego powstało w 1966 roku i mieści się w budynku barokowej Synagogi Dużej (z połowy XVII wieku), w której zachował się wystrój wnętrza - Aron ha - Kodesz (Święta Arka, Szafa Ołtarzowa) i unikalna w skali kraju, czterokolumnowa bima z dwukondygnacyjną nastawą, dekorowana sztukaterią o cechach późnego renesansu i polichromią. Muzeum prezentuje ono stałe i czasowe wystawy o różnorodnej tematyce (żydowskiej, etnograficznej, historycznej, archeologicznej). Prowadzi lekcje muzealne, warsztaty, np. etnograficzne „Zapomniane smaki, zapomniane sprzęty”, „Malowanie pisanek metoda batikową”, zajęcia plenerowe. Frekwencja wynosi kilka tysięcy odwiedzających rocznie (średnio cztery tysiące). Okres zimowy jest sezonem martwym dla muzeum, gdyż ze względu na brak ogrzewania nie organizuje się ani wystaw, ani imprez czy koncertów. Głównymi odbiorcami oferty kulturalnej są dzieci i młodzież z powiatowych szkół, grupy z Lublina, a w czasie wakacji żydowskie wspólnoty wędrujące śladami holokaustu. Muzeum nie prowadzi działalności wydawniczej ze względu na problemy z finansami. Jako oddział Lubelskiego Muzeum promowane jest na jego stronie internetowej oraz na lubelskich portalach samorządowych. Dodatkowo informacje o nowych wystawach są rozsyłane do szkół, rozklejane w Łęcznej oraz przekazywane drogą elektroniczną do regionalnych mediów.
- W poniedziałki i wtorki, pierwszą niedzielę miesiąca oraz we wtorek po pierwszej niedzieli miesiąca placówka jest zamknięta, a w pozostałe dni tygodnia (środa-niedziela) czynna jest w godzinach 9.00-16.00. Ceny biletów kształtują się od 4,5 do 5,5 złotych, a za zwiedzanie z przewodnikiem, którego należy zamówić telefonicznie z wyprzedzeniem należy dodatkowo dopłacić 35 złotych.

⁴⁹Rotterdam A., *Muzea i turystyka*, materiały międzynarodowej konferencji, Kraków 1999



Muzeum lokalne w Zawieprzycach mieści się w zabytkowym lamusie na terenie zespołu parkowo – pałacowego. Zbiory obejmują historyczne pamiątki gminy Spiczyn m. in. meble, przedmioty użytku codziennego, broń, dokumenty, zdjęcia, czasopisma. Pomimo informacji zawartych w Internecie (godziny otwarcia: czwartek 12-18, sobota 10-16) jest obecnie nieczynne. Także podany telefon kontaktowy jest wyłączony. Na obiekcie i w jego okolicach brakuje jakiegokolwiek informacji o wystawie.

Rys. 26 Lamus w zespole parkowo-pałacowym w Zawieprzycach



Źródło: Fotografie własne



Gród Słowiański „Choina – Horodyszcze” jest bardzo prężnie rozwijającą się placówką archeologiczną na Pojezierzu. Stanowi jeden z najbardziej znanych produktów turystycznych, więc został szeroko opisany w podrozdziale 7.3 Produkty turystyczne powiatu Łęczyńskiego.

Izba Tradycji i Izba Regionalna w Zespole Szkół z Oddziałami Integracyjnymi im. 7 Pułku Ułanów Lubelskich w Cycowie w swoich zbiorach posiada pisma i artykuły dokumentujące dzieje 7 Pułku, unikalne fotografie, odznaczenia i order, dyplomy, książeczki wojskowe, literaturę na temat bitwy pod Cycowem (16.08.1920 r.) i bitwy warszawskiej oraz czasopisma kawaleryjskie. W Izbie Regionalnej zgromadzono zabytkowe sprzęty codziennego użytku, które przekazali mieszkańcy gminy Cyców.

Muzeum Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego we Włodawie zostało otwarte w 1981 roku. Siedzibą instytucji jest unikalny w Polsce zespół synagogałny po byłej żydowskiej gminie wyznaniowej: Wielka Synagoga, Mała Synagoga i Dom Pokahalny. Do wystaw stałych należy: Judaika, Chłopskie pielgrzymowanie, W pokoju Mełameda, Z historii Żydów włodawskich, Babiniec, Rzeźby Jana Pawłowskiego i Włodawa w fotoplastykonie. Muzeum jest organizatorem Włodawskich Spotkań Transgranicznych „Dialog bez granic” w ramach Festiwalu Trzech Kultur obejmujące wystawy, katechezę ekumeniczną, plener rzeźbiarski, plener malarski, bazar transgraniczny oraz warsztaty śpiewu, tańca i kuchni.

Muzeum otwarte jest od poniedziałku do piątku, od godziny 7.30 do 15.30, a w weekendy od 10.00 do 14.00. Cena normalnego biletu od 1.03.2011 roku wynosi 10 złotych, a ulgowego – 5. Za fotografowanie dopłaca się 10 złotych, a za usługi przewodnika 40 złotych. W poniedziałki wstęp do placówek jest wolny.

Muzeum Byłego Hitlerowskiego Obozu w Sobiborze znajduje się na terenie byłego niemieckiego obozu zagłady. Placówka jest filią Muzeum Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego we Włodawie. Sobiborski kompleks muzealny składa się z pomnika matki żydowskiej z dzieckiem, kopca z prochami ofiar obozu oraz budynku muzealnego znajdującego się przy dawnej stacji kolejowej, połączonego z pozostałymi częściami muzeum tzw. szlakiem pamięci.





Muzeum otwarte jest od maja do października, przez cały tydzień, od godziny 9.00 do 14.00, a w weekendy od 10.00 do 14.00. Cena normalnego biletu wynosi 4 złote, a ulgowego 3 złote. Za fotografowanie dopłaca się 10 złotych, a za usługi przewodnika - 40. W poniedziałki wstęp do placówek jest wolny.

Ośrodek Dydaktyczno – Muzealny Poleskiego Parku Narodowego w Załuczu Starym składa się z muzeum, wiaty muzealnej, ścieżki „Żółwik” prezentującej wiadomości dotyczące żółwia błotnego, Ośrodka Rehabilitacji zwierząt z wolierą dla ptaków i wybiegiem dla ssaków, oraz zadaszenia turystycznego i miejsca na ognisko. W części muzealnej zgromadzone są zbiory, na które składają się eksponaty: archeologiczne, etnograficzne, historyczne (militaria, numizmaty, dokumenty) i przyrodnicze, a także prezentujące dziedzictwo kulturowe Polesia Zachodniego. Ośrodek czynny jest w sezonie (1.04-31.10) w godzinach 8.00-16.00, a poza tym okresem jedynie po wcześniejszym uzgodnieniu.

Skansen Kultury Materialnej Chełmszczyzny i Podlasia w Holi powstał w 1985 roku i jest prowadzony przez Towarzystwo Miłośników Skansenu Kultury Materialnej Chełmszczyzny i Podlasia w Holi. W muzeum znajdują się drewniane chałupy oraz rozmaite budynki gospodarcze z początku XX wieku, wiatrak „koźlak”, kuźnia, drewniana cerkiew greckokatolicka z początku XVIII wieku roku i drewniana dzwonnica cerkiewna. Skansen jest czynny od kwietnia do października przez cały tydzień (oprócz poniedziałków) w godzinach 10.00-18.00.

5.2.4. Wnioski

Charakterystyczne dla Pojezierza jest bardzo nierównomierny stopień zagospodarowania. Niektóre tereny, np. okolice jeziora Białego Włodawskiego, są w znacznym stopniu przeciążone infrastrukturą turystyczną oraz ilością wypoczywających. Z drugiej strony nie brakuje obszarów mało atrakcyjnych i prawie niezagospodarowanych (np. okolice jeziora Czarne Sosnowickiego). Na Pojezierzu znajdują się także miejsca trudno dostępne, otoczone przez bagienne obszary i torfowiska. Są one odwiedzane przez indywidualnych turystów, wędkarzy oraz miłośników turystyki przyrodniczej. Na ich potrzeby stworzono minimalną infrastrukturę w postaci kładek i zadaszeń, np. nad jeziorem Długim.





Największą wartością Pojezierza jest jego przyroda. Nie można dopuścić do zaburzenia i degradacji istniejących ekosystemów przez napływ turystów. Istotnym kierunkiem rozwoju oferty Pojezierza powinna więc być ekoturystyka. Może ona być kształtowana łącznie z turystyką aktywną, czyli z formą, której baza, sprzęt i użytkownicy nie zakłóca sprawności funkcjonowania środowiska naturalnego. Warto zwrócić uwagę na wykorzystanie turystyki do aktywizacji gospodarczej Pojezierza, co może przejawiać się dzięki współdziałaniu ze sferą rolnictwa, szczególnie w zakresie agroturystyki.

Muzea na Pojezierzu są w większości placówkami sezonowymi. Posiadają cenne zbiory, których wartość nie jest w pełni doceniana. W celu przyciągnięcia turystów, placówki muzealne podejmują coraz więcej przedsięwzięć. Oprócz stałych wystaw, urządzone są ekspozycje czasowe. Nacisk kładziony jest na nietypowe, wysokie rangą prezentacje, które nawiązują do ważnego wydarzenia, osobistości, odkrycia lub też są odpowiedzią na aktualną modę.

Od kilku lat w Polsce organizowane są noce muzealne, podczas których odwiedzający mają okazję zapoznać się ze zbiorami oraz uczestniczyć w specjalnych atrakcjach i wydarzeniach. Coraz popularniejsze są weekendy muzealne. Zazwyczaj poświęcone są one konkretnemu zagadnieniu tematycznemu wraz ze specjalną prezentacją eksponatów, dyskusjami, wyświetlaniem filmów, warsztatami artystycznymi. Niekiedy tego typu wydarzenia przyłączane są do innych inicjatyw, np. festiwali. Niektóre muzea prowadzą cykle wykładów, prelekcji i spotkań z ludźmi sztuki. Szeroka oferta powinna być kierowana do dzieci i młodzieży. Należą do niej lekcje muzealne, warsztaty, i niekonwencjonalne zajęcia. Są to przykłady na rozszerzenie i uatrakcyjnienie oferty muzealnej Pojezierza, która w porównaniu do innych atrakcji regionu, nie cieszy się zbyt dużym zainteresowaniem wśród turystów.





5.3. Dostępność komunikacyjna

Niezwykle istotną rolę dla możliwości rozwoju gospodarki turystycznej ogrywa **dostępność komunikacyjna**, która w całej Polsce Wschodniej jest widocznie gorsza⁵⁰ w porównaniu do reszty kraju. Jako jeden z trzech elementów atrakcyjności turystycznej składa się z infrastruktury oraz organizacji przewozów zbiorowych. Bardzo często położenie komunikacyjne i rozplanowanie zagospodarowania decydują o wyborze obszaru recepcji turystycznej, co potwierdzają trendy obserwowane na polskim i światowym rynku turystycznym.

Dostępność komunikacyjną dzieli się na:

- Zewnętrzną, czyli możliwość dojazdu do miejsca destynacji turystycznej różnymi środkami komunikacji,
- Wewnętrzną, czyli system połączeń komunikacyjnych, szlaków i wyciągów turystycznych umożliwiającym turystom odbywanie wycieczek w obrębie danego regionu turystycznego.

5.3.1. Dostępność zewnętrzna

Na Pojezierze najłatwiej dostać się prywatnymi autami, gdyż oferta firm transportowych jest skierowana głównie do mieszkańców, a nie turystów⁵¹. W związku z tym przeważają lokalne połączenia w tygodniu. Najczęstsze połączenia komunikacją prywatną oraz PKS z Włodawy przez Łęczną do Lublina realizowane są na drodze krajowej nr 82, która nie prowadzi bezpośrednio przy miejscowościach lotniskowych. Łęczna nie ma bezpośrednich połączeń z innymi regionami Polski, natomiast poza Pojezierze świadczone są usługi transportowe z Włodawy m. in.:

- przez Okuninę, Macoszyn, Sawin, Horodyszcze, do Chełma (4 połączenia dziennie),
- przez Żuków, Wisznice, Białą Podlaską, Międzyrzec Podlaski, do Warszawy (3 połączenia w tygodniu, 5 w piątek i niedzielę),
- przez Krasnystaw, Zamość, Biłgoraj, Tarnogród, Leżajsk, Łańcut, Rzeszów, Dębicę, Tarnów, Brzesko, Kraków do Katowic (raz dziennie)⁵².

⁵⁰

Studium uwarunkowań atrakcyjności turystycznej Polski Wschodniej (część analityczna), Instytut Turystyki

⁵¹

Na stronie internetowej powiatu łęczyńskiego „Rozkład jazdy busów” znajduje się w zakładce „Poradnik mieszkańca”



Wskaźnik gęstości dróg kolei szynowych wynosi 0. Najbliższe stacje kolejowe znajdują się w Jaszczowie (południowa część gminy Milejów), Lublinie, Świdniku i Chełmie. Korzystanie z transportu kolejowego jest w przypadku turystów nieefektywne, gdyż i tak muszą oni skorzystać z komunikacji drogowej.

Na Pojezierzu brak jest komunikacji lotniczej. Najbliższe porty lotnicze znajdują się w Rzeszowie, odległym od Pojezierza o 195 kilometrów i Warszawie – o 205 kilometrów. Czas pokonania tych tras (dane wyliczone zostały na podstawie portalu zumi.pl) do głównych miejscowości wygląda następująco:

Miasto	Odległość	Czas
Kielce	200 km	3 godziny 30 minut
Kraków	320 km	6 godzin
Lublin	25 km	30 minut
Łódź	280 km	5 godzin
Radom	135 km	2 godziny 30 minut
Rzeszów	200 km	3 godziny 30 minut
Tarnów	255 km	5 godzin
Warszawa	195 km	3 godziny 30 minut

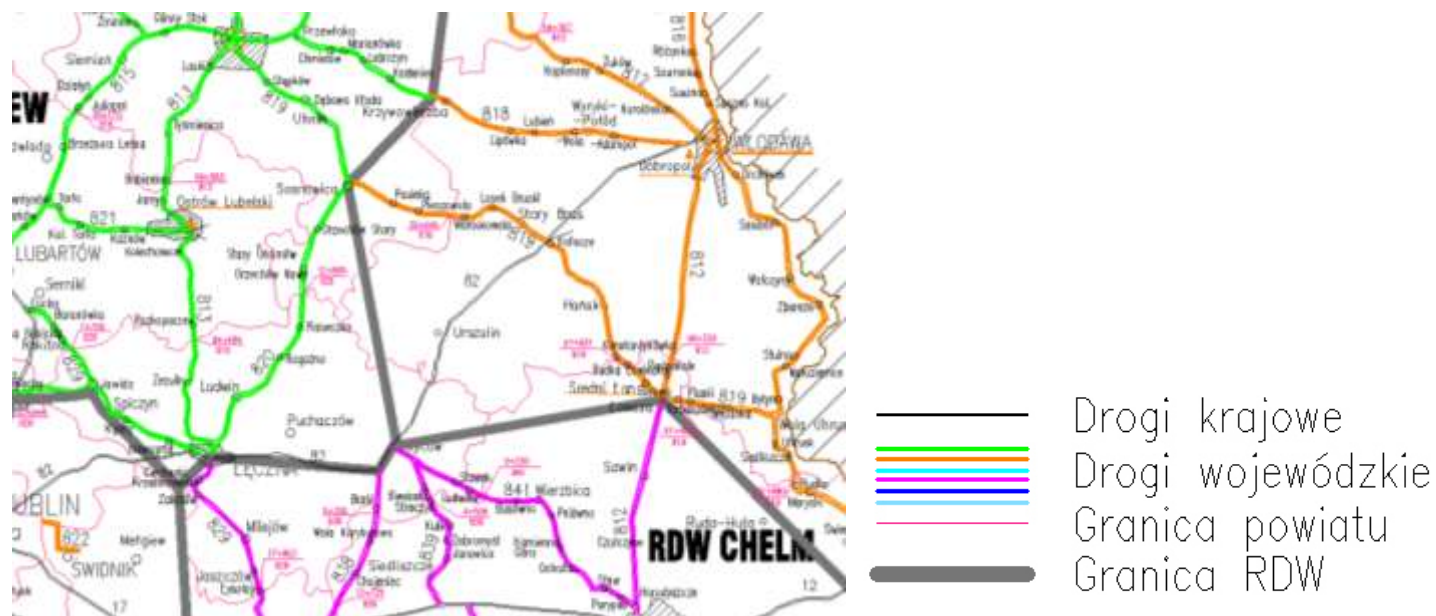


4.3.2. Dostępność wewnętrzna

Przez Pojezierze przebiega tylko 65 kilometrów drogi krajowej nr 82 łączącej Lublin z Włodawą. Jest to droga krajowa o znaczeniu regionalnym obsługująca ruch tranzytowy. Odległość pomiędzy Łęczną a Włodawą wynosi 61,3 kilometra, co przy średniej prędkości 73 km/h zajmuje 50 minut (przy czym czas przejazdu do Urszulina wynosi 24 minut (29,6 km), a z Urszulina do Włodawy – 26 minut (31,8 km))⁵³.

Podstawowy układ komunikacyjny tworzą również drogi wojewódzkie o znaczeniu ponadregionalnym i regionalnym. Przez Pojezierze przebiegają drogi nr: 812, 813, 819, 820, 829, 838, 839, 841. Tworzą one niezbyt gęstą sieć, co uwidacznia poniższy rysunek.

Rys. 27 Wykaz głównych dróg Pojezierza Łęczyńskiego – Włodawskiego



Źródło: Internet, http://www.zdw.lublin.pl/viewpage.php?page_id=11



Infrastruktura drogowa na całym Polesiu (którego integralną częścią jest Pojezierze Łęczyńsko - Włodawskie), została oceniona jako zła w kontekście stanu dróg i sieci połączeń drogowych. Wielu turystów narzekało także na źle zorganizowaną komunikację publiczną (autobusy, busy, kolej)⁵⁴. Potencjalni turyści mogą mieć problemy z poruszaniem się po obszarze Pojezierza przy wykorzystaniu środków lokalnego transportu. Jednak dodatkowe połączenia w sezonie letnim ułatwiają dojazd do atrakcji.

Z dworca autobusowego w Łęcznej kursują autobusy na trasach do Szpitala w Łęcznej, do Puchaczowa, Cycowa, Milejowa, Jaszczowa, Łysołaj⁵⁵.

Z Łęcznej i Włodawy można dojechać do Adampola, Cycowa, Głębokiego, Kołaczy, Lublina, Okuninki (tylko w okresie wakacyjnym), Świerszczowa, Urszulina, Włodawy i Wytyczna. Połączenie z Adampolem realizuje jeden prywatny przewoźnik w trakcie 6 kursów dziennie w jedną stronę (w niedzielę i święta - 5). Usługi transportowe do Cycowa, Głębokiego, Kołaczy, Świerszczowa, Urszulina, Wytyczno świadczy dwóch przewoźników z częstotliwością 6-7 połączeń dziennie, zarówno z Łęcznej, jak i Włodawy. Połączenie Łęczna – Włodawa realizuje dwóch prywatnych przewoźników (jeden 1 dziennie, drugi 6 razy dziennie, a w niedzielę i święta 5). Z Włodawy realizowany jest lokalny kurs przez miejscowości: Okuninka, Luta, Osnowa, Dubeczno, Hańsk, Ujazdów, Kulczyn, Andrzejów, Urszulina (3 razy dziennie w tygodniu oraz w miesiącach lipiec i sierpień, 1 dziennie w weekendy).

Wszystkie drogi Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego przedstawiono w tabeli 19. Ich pozornie duża ilość (szczególnie w gminie Łęczna, Ludwin, Milejów, Puchaczów) nie odzwierciedla sprawności połączeń komunikacyjnych, gdyż większość z nich stanowią odcinki dróg gminnych o słabym stanie nawierzchni.

⁵⁴ *Badanie skuteczności kampanii promocyjnej walorów turystycznych Polski Wschodniej*, Raport z I fali badania zrealizowanego dla POT przez PBS DGA Sp. z o. o., Sopot-Warszawa 2010

⁵⁵ Internet, <http://powiatleczynski.pl/strony,show,236,rozkład-jazdy-busow-leczna-lublin-leczna.html>



**Tab. 19** Wykaz ilości dróg gmin Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego

NAZWA GMINY	LICZBA DRÓG GMINNYCH
Cyców	23
Ludwin	75
Łączna (miejska i wiejska)	89
Milejów	57
Puchaczów	50
Spiczyn	35
Uścimów	12
Sosnowica	13
Hańsk	29
Stary Brus	9
Urszulin	19
Włodawa (wiejska)	20
Wola Uhruska	38

Źródło: Opracowanie własne na podstawie informacji z Zarządu Dróg Wojewódzkich w Lublinie





Największym mankamentem i problemem dla odwiedzających czy wypoczywających na Pojezierzu jest brak oznakowania zarówno atrakcji jak i bazy turystycznej. Przewodniki po regionie i foldery turystyczne podają wiele miejsc godnych naoczego poznania. Jednak dostęp do nich, mimo najlepszych chęci często jest uniemożliwiony. Dezinformacja lub całkowity brak jakichkolwiek wskazówek w terenie, utrudnione lub zabronione wejście do niektórych miejsc czy do pewnych obiektów to standard na Pojezierzu. Najlepsze przykłady tego stanu rzeczy stanowią w większości zabudowania sakralne oraz upamiętnione miejsca bitew w postaci kopców, pomników, tablic pamiątkowych. Na przykład ukryta w lesie mogiła powstańców styczniowych w gminie Milejów skoro występuje jako oddzielna pozycja w turystycznych informatorach i ma stanowić atrakcję regionu powinna być odpowiednio wyeksponowana w terenie. Wyjątek stanowią tablice kierujące na najpopularniejsze turystycznie jeziora.

5.3.3. Wnioski

Komunikacja zewnętrzna i wewnętrzna Pojezierza może odbywać się jedynie dzięki infrastrukturze drogowej. Obecnie nie planuje się inwestycji w transport kolejowy, lotniczy czy wodny ze względu na dużą kapitałochłonność, ograniczenia wynikające z ochrony środowiska oraz przewidywaną nierentowność.

Podnoszenie atrakcyjności turystycznej Pojezierza wymaga, nie tyle rozbudowy infrastruktury i zwiększenia liczby połączeń umożliwiających dojazd, co uwzględnienia potrzeb turystów poprzez właściwą koordynację i organizację tych połączeń i infrastrukturalnych inwestycji.

Informacje o usługach transportowych muszą być ogólnodostępne. Na stronach internetowych gmin i innych dotyczących obszaru Pojezierza praktycznie nie pojawiają się informacje o możliwościach zbiorowego dojazdu i poruszania się po regionie. W konsekwencji powoduje to wzrost tendencji do przyjazdów prywatnymi autami oraz ograniczenie lokalnej przedsiębiorczości i potencjalnych inwestorów do zakładania własnej działalności gospodarczej w tym zakresie.





5.4. Podstawowe problemy w zakresie działań promocji gospodarczej i turystycznej

Efektywna promocja zarówno w kontekście promocji gospodarczej, jak i turystycznej utrudniona może być przez obecność negatywnych elementów wpływających na sposób postrzegania potencjału inwestycyjnego oraz turystycznego regionu. Wiarygodność tworzonych przekazów komunikacyjnych może być naruszona jeśli nie zostaną zapewnione podstawowe czynniki związane z właściwym wykorzystywaniem przestrzeni Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego przez mieszkańców i turystów oraz obecnością procedur związanych z zagospodarowaniem przestrzennym.

Niektóre jeziora Pojezierza Ł-W zaczęto wykorzystywać rekreacyjnie już od połowy lat 70. Kilka jezior (m.in. Piaseczno, Rogóźno) otoczono zabudową rekreacyjną, którą w związku z postępującą w kolejnych latach presją turystyczną, przyczyniła się do pojawienia się do nadmiernego obciążenia terenów, stwarzając zagrożenie w obszarach niedostatecznie przygotowanych do przyjmowania dużej liczby ludzi.

Źródłami zagrożeń dla środowiska naturalnego Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego są również nielegalne wysypiska śmieci w lasach i wyrobiskach po piasku, a także wzrost zanieczyszczenia spalinami i nasilenie hałasu w sezonie letnim, spowodowane zwiększonym ruchem turystycznym

Bardzo poważnym problemem zagrażającym środowisku naturalnemu jest zły stan sieci wodno-kanalizacyjnej. Rozproszona zabudowa wiejska oraz oddalenie obszarów rekreacyjnych od terenów zamieszkałych wiąże się z ponoszeniem wysokich kosztów uzbrojenia technicznego terenu (przede wszystkim chodzi o kanalizację), co w konsekwencji wpłynęło na rezygnację z niej. Nieszczelne szamba i niekontrolowany zrzut ścieków skutkuje pojawieniem się nieczystości i pałeczek salmonelli w jeziorach (przykładem może być np. jezioro Piaseczno). W konsekwencji doprowadza to niejednokrotnie do zamykania kąpielisk.

W wielu miejscach problemem jest nadmierne zagęszczenie działek letniskowych związane z niekontrolowaną zabudową niezgodną z planami zagospodarowania gmin. Masowość zjawiska sprawiła, że w wielu przypadkach doszło do znaczącego zmniejszenia powierzchni leśnych i rolniczych (np. nad





jeziorem Białym) (Krukowska 2003). Ponadto duże skupiska domków zagrażają lokalnym układom ekologicznym. Nadmierna koncentracja domków letniskowych, powoduje znaczne obniżenie się poziomu wód gruntowych, potęguje procesy erozji gleby, wpływa na zanieczyszczenia wód gruntowych i powierzchniowych oraz eutrofizację jezior spowodowaną przedostaniem się do wód związków biogenych. Wskutek silnej antropopresji walory wypoczynkowe środowiska ulegają znacznemu obniżeniu

Niekorzystnym zjawiskiem na Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim jest stosunkowo wysokie bezrobocie. Na podstawie ewidencji urzędów pracy bezrobociem jawnym dotkniętym jest prawie 9 tysięcy mieszkańców (Bank Danych Regionalnych GUS). Stanowi to 13,2 % ludności w wieku produkcyjnym. Najwyższy udział bezrobotnych (ok. 20%) notuje się w gminie Stary Brus. Wysokim wskaźnikiem charakteryzują się gminy położone we wschodniej części obszaru – gmina Wola Uhruska, Włodawa i miasto Włodawa. Przeciętny dla obszaru wskaźnik wynosi 53,4%. Maksymalną wielkość – 64,7 zanotowano w gminie Łęczna. Trudniejsze do rozpoznania jest bezrobocie utajone. Które nigdzie nie jest ewidencjonowane. Dotyczy ono głównie indywidualnych gospodarstw rolnych. Tak więc ogólne bezrobocie na obszarze Pojezierza ma znacznie większe rozmiary i jest bardzo dużym problemem dla zamieszkałej tu ludności.

Powyżej opisane aspekty mogą stanowić problem w kontekście realizacji wyznaczonych działań promocyjnych. Zniwelowanie problemów związanych z właściwym wykorzystaniem turystycznym obszaru, zapewnienie form walki z bezrobociem oraz podejmowanie działań proinwestycyjnych stanowią podstawę wszelkich działań rozwojowych w kontekście Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego.





6. Raport badawczy „Znajomość i wizerunek Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego”

6.1. Informacje o badaniu

Strona | 139

CEL

- ✓ Postrzeganie Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego jako regionu turystycznego

METODA

- ✓ CATI (wywiady telefoniczne), realizowane przez teleankieterów ze studia ARC Rynek i Opinia w Warszawie.
- ✓ Podstawą realizacji wywiadów był wystandaryzowany kwestionariusz wywiadu, zaprogramowany w postaci skryptu
- ✓ Ankieterzy dzwonili pod losowo wybrane numery telefonów w wybranych do badania województwach / miastach

PRÓBA N=420 (planowana); N=438 (zrealizowana)

- ✓ Ponieważ celem badania miało być ustalenie postrzegania Pojezierza, wymogiem udziału w badaniu była znajomość tego regionu turystycznego przez respondentów. W badaniu wzięły udział osoby które znają Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie przynajmniej ze słyszenia (o tę kwestię pytano w początkowej części kwestionariusza). Ostatecznie uzyskano następującą strukturę wywiadów w pod względem stopnia znajomości Pojezierza:

B. dobra znajomość – 30%

Dobra znajomość – 24%

Słaba znajomość – 46%





- ✓ Osoba, która zadeklarowała znajomość Pojezierza oraz pochodziła z jednego z województw objętych badaniem – „przechodziła” do pełnej części wywiadu. W trakcie realizacji wywiadów, aby uniknąć skrzywienia próby pod względem wieku założono jeszcze, by próba była możliwie zróżnicowana w tym zakresie (tj. żeby nie było w niej np. nadreprezentacji starszych grup wiekowych).

PRÓBA N=420 (planowana); N=438 (zrealizowana)

- ✓ Wobec braku danych dotyczącej struktury ruchu turystycznego na Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim zaproponowano następujące tzw. kwoty – określone liczby wywiadów do zrealizowania w województwie lubelskim, w wybranych województwach ościennych i w Warszawie. Założono bowiem, że podstawowa grupa docelowa działań promocyjnych Pojezierza to właśnie mieszkańcy tych województw i Warszawy.
- ✓ Założona i dotrzymana struktura wywiadów w poszczególnych województwach i w Warszawie przedstawia się następująco:

Woj. Lubelskie	Warszawa	Woj. Podkarpackie	Woj. Świętokrzyskie
N=200	N=80	N=75	N=75



6.2. Słownik pojęć wykorzystanych w raporcie

Znajomość marki – to zdolność konsumenta do przywołania lub wskazania nazwy danej marki (przez markę rozumiemy tu markę terytorialną, taką jak pojezierze, miasto itp.) Znajomość marki jest jednym z najważniejszych miar kondycji marki. Istnieją dwa szczegółowe wskaźniki znajomości marki:

- ✓ Znajomość spontaniczna – czyli zdolność konsumenta do przywołania nazwy marki „z głowy”, tj. w pytaniu otwartym (nie zawierającym żadnych przykładowych odpowiedzi, listy marek itp.). Czasem w obrębie znajomości spontanicznej wyróżnia się jeszcze znajomość „top of mind” (wskaźnik ten dotyczy marek wymienianych „z głowy” w pierwszej kolejności).
- ✓ Znajomość wspomagana – dotyczy tego, czy dana marka jest wskazywana na zaprezentowanej respondentowi liście (np. „Spośród marek na liście, którą za chwilę Panu wręczę proszę wskazać te, które Pan zna”).
- ✓ Niekiedy mówi się jeszcze o *znajomości całkowitej*, będącej sumą znajomości spontanicznej i wspomaganej.
- ✓ Współczynniki znajomości prezentuje się w postaci procentowej, jako odsetek osób, które – odpowiednio – wymieniły daną markę w pytaniu otwartym lub wskazały ją na zamkniętej liście.
- ✓ Top box / bottom box – oceny wyrażone na skali (np. od 1 do 5) można prezentować na różne sposoby, na przykład pokazując rozkład częstości odpowiedzi dla całej skali, prezentując średnią (co bywa kontrowersyjnym rozwiązaniem ze statystycznego punktu widzenia) lub pokazując zsumowane odsetki odpowiedzi na skrajne punkty skali. To ostatnie rozwiązanie, w przypadku skali od 1 do 5, oznacza zsumowanie odpowiedzi 4 i 5 (top boxes) oraz 1 i 2 (bottom boxes). W ten sposób czytelnie, bez konieczności

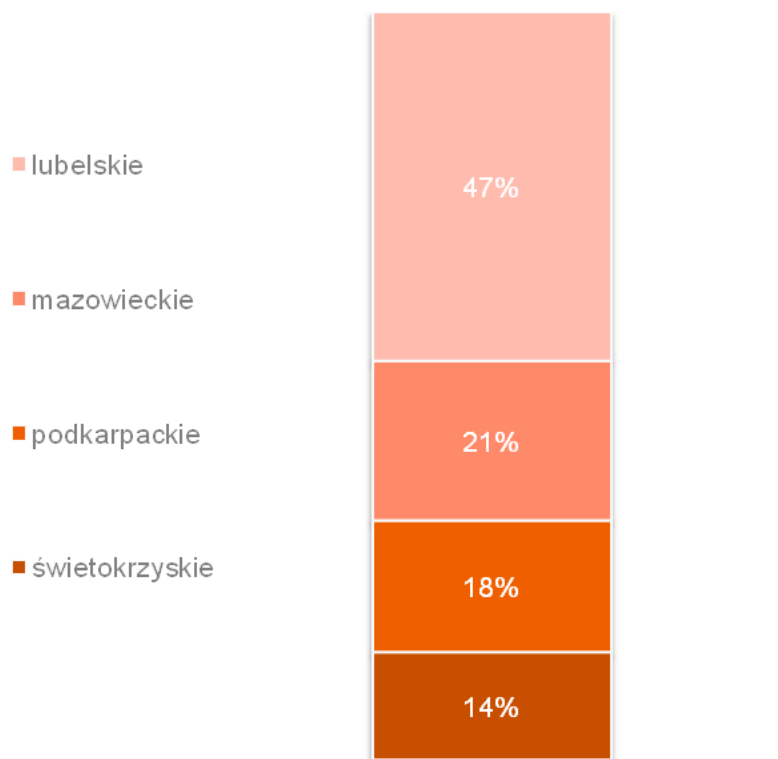




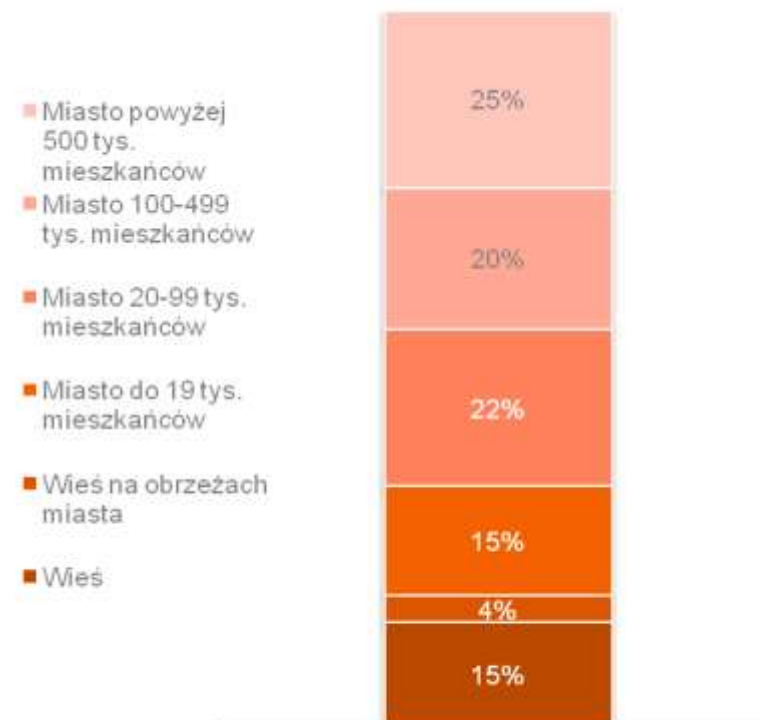
przywołania całej skali, przy pomocy jednej tylko cyfry można zaprezentować odpowiedzi respondentów. Bywa to użyteczne zwłaszcza tam, gdzie dane dotyczące jednej marki pokazuje się na tle danych dotyczących innych marek.

6.3. Metryczka

R1. Województwo

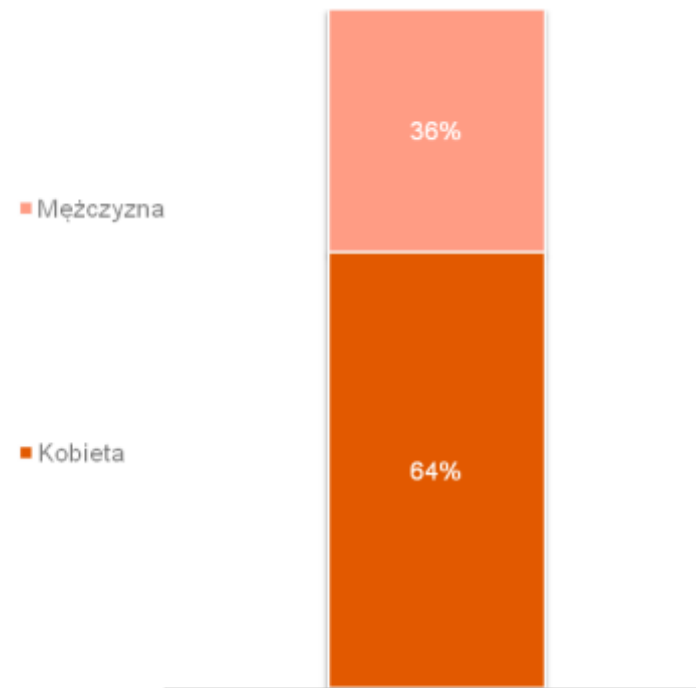


R2. Jaka jest wielkość miejscowości, w której Pan/i mieszka?

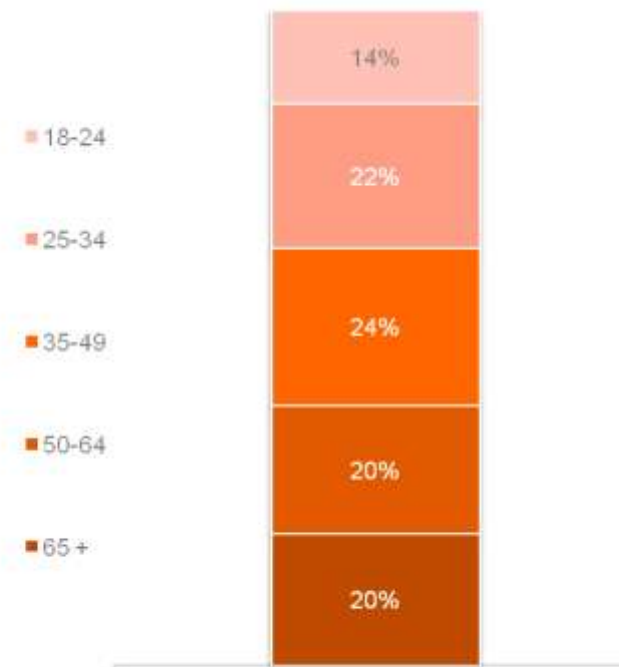




R3. Płeć



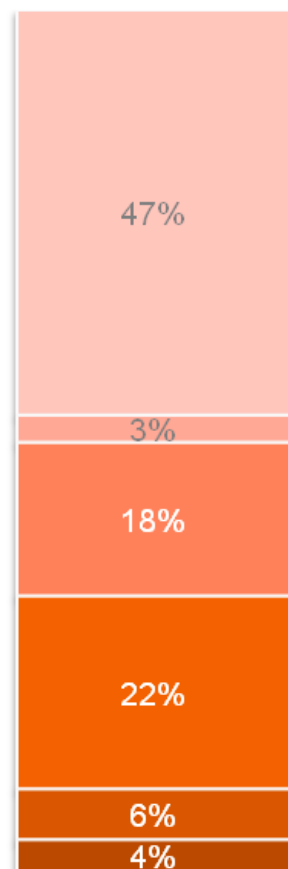
R4. W którym roku się Pan(i) urodził(a)?





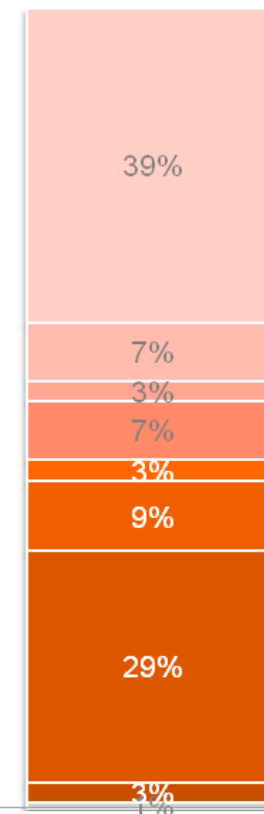
M1. Jakie wykształcenie Pan/i uzyskał/a do tej pory?

- Wyższe
- Policealne
- Średnie ogólnokształcące
- Średnie zawodowe
- Zasadnicze zawodowe
- Podstawowe



M2. Jaka jest Pana/i obecna sytuacja zawodowa?

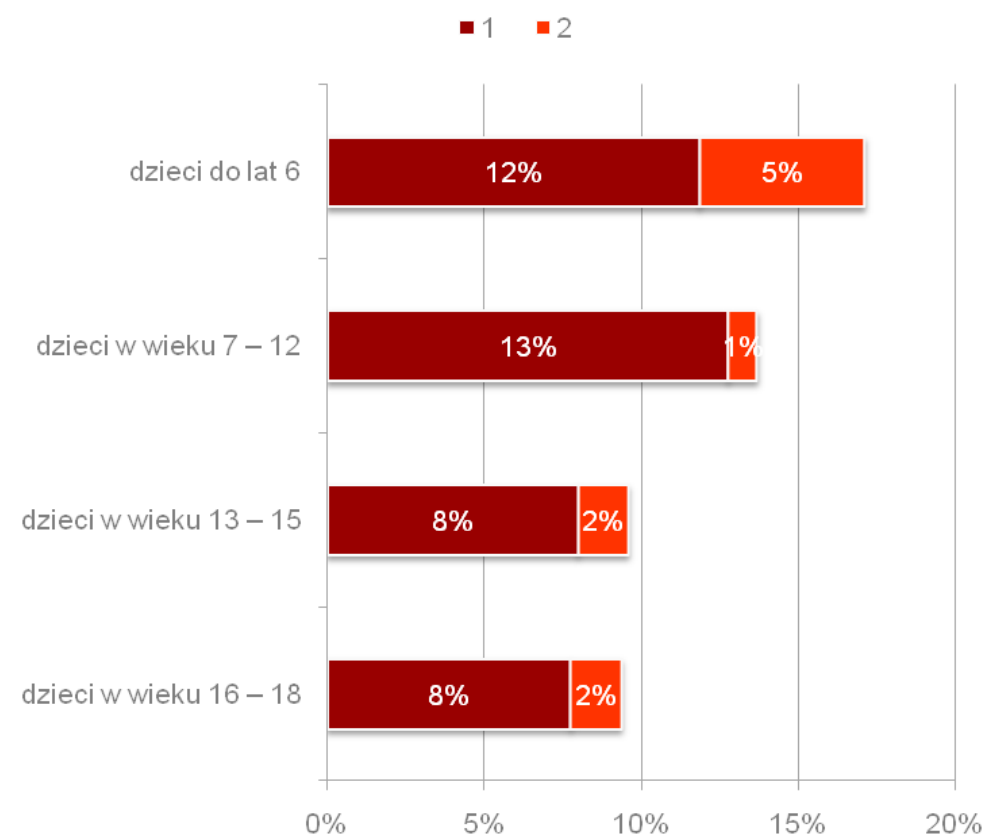
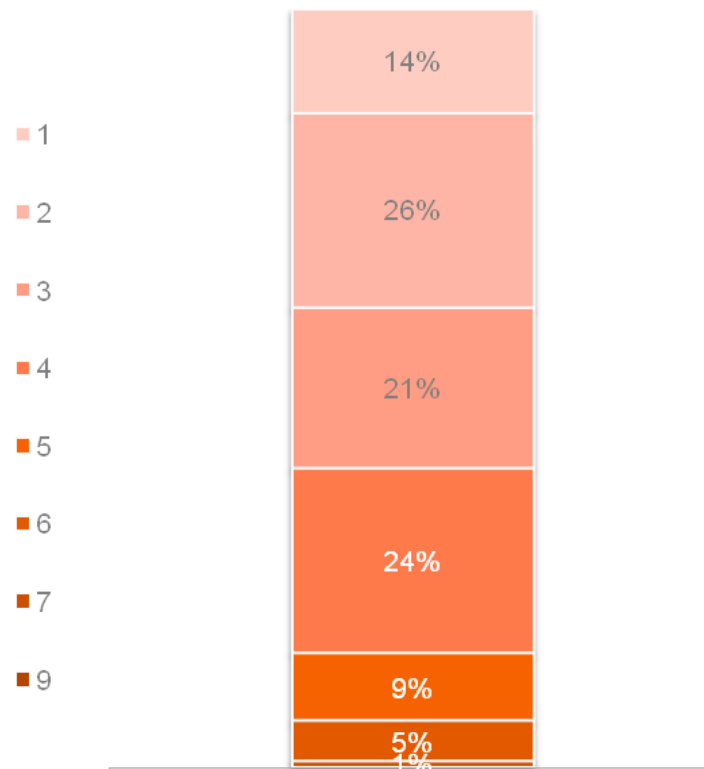
- Pracuję na etacie
- Własna działalność gospodarcza / wolny zawód
- Pracuję dorywczo
- Jestem bezrobotny/a
- Prowadzę dom
- Uczę się / studiuje
- Jestem na emeryturze / rencie
- Jestem rolnikiem
- Inna sytuacja





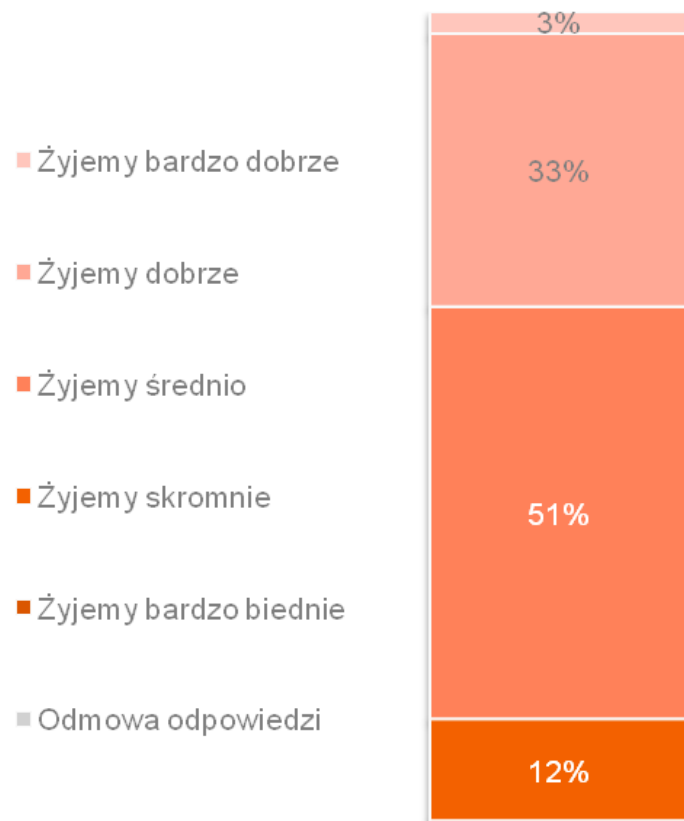
M3. Ile osób liczy Pana(i) gospodarstwo domowe wliczając Pana(ią)?

W tym dzieci:

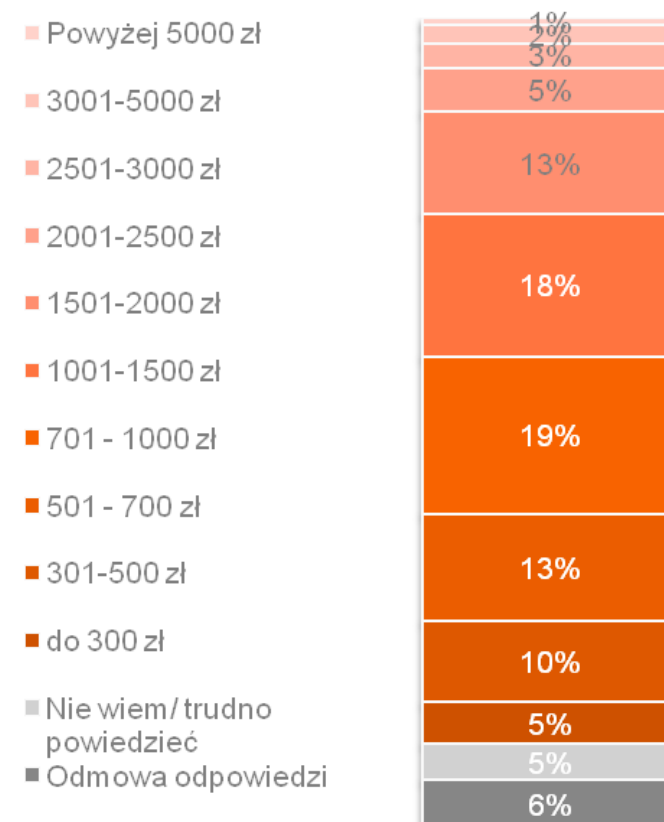




M4. Które z wymienionych określeń najlepiej charakteryzuje sposób gospodarowania pieniędzmi w Pana(i) gospodarstwie domowym?



M5. W ciągu przeciętnego miesiąca, ile przypada pieniędzy na jednego członka Pana(i) gospodarstwa domowego?



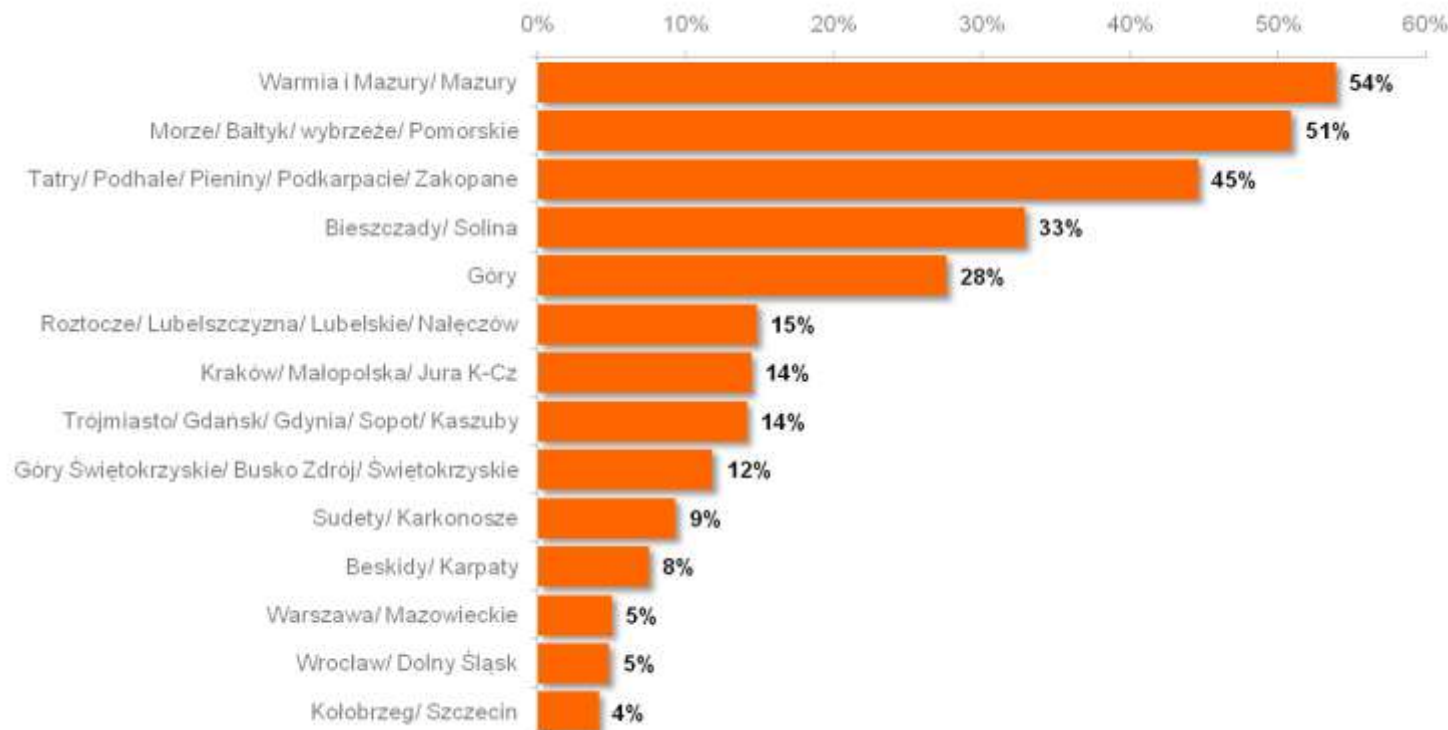


6.4. Znajomość Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego

✓ ZNAJOMOŚĆ ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH W POLSCE

Strona | 147

B1. Porozmawiajmy teraz przez chwilę o różnych regionach w Polsce, które mogą być celem krótkich wyjazdów turystycznych. Proszę wymienić wszystkie, które uważa Pan/i za atrakcyjne. * (znajomość spontaniczna); N=438

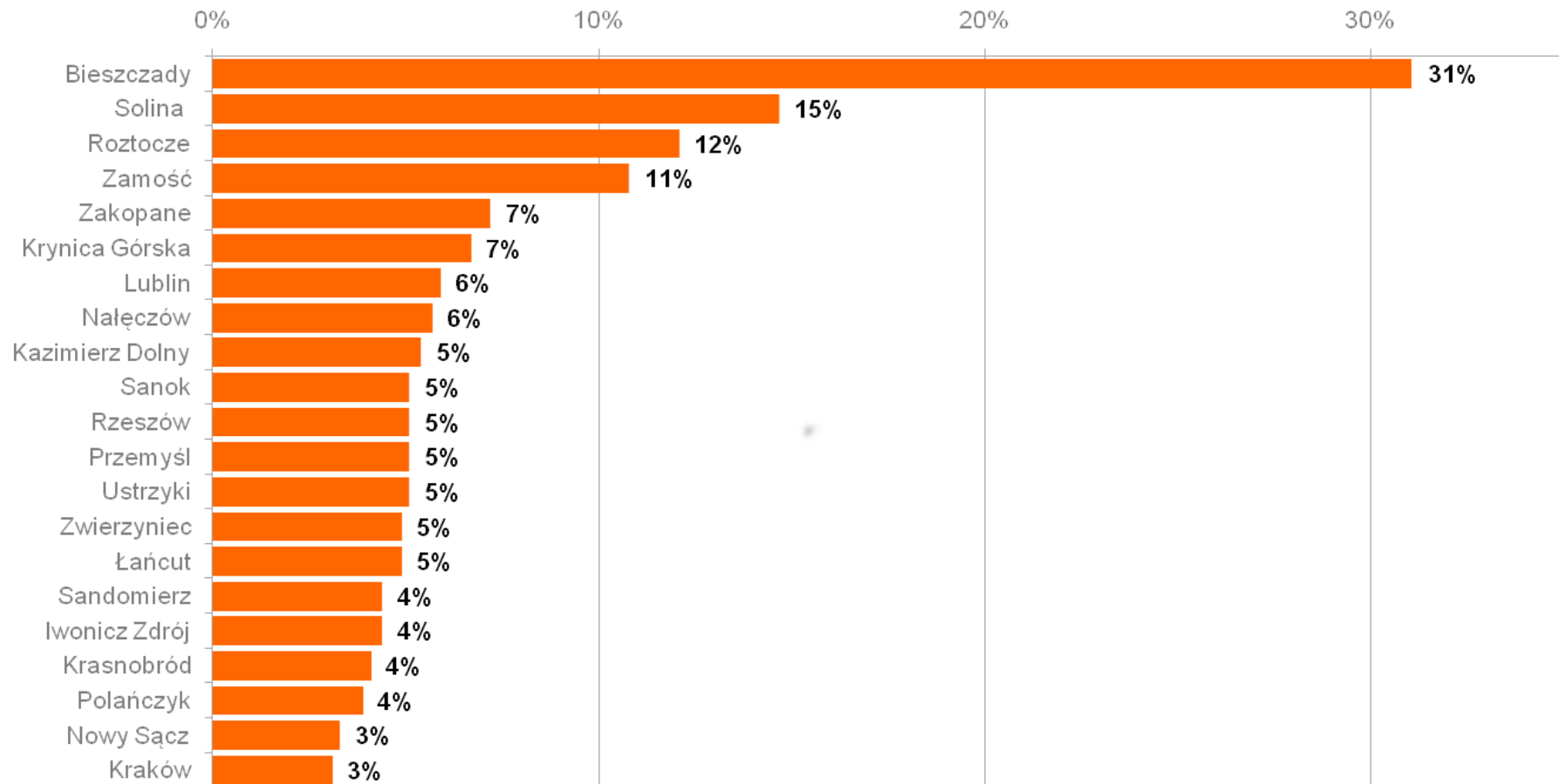




✓ ZNAJOMOŚĆ ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH W POŁUDNIOWO-WSCHODNIEJ POLSCE

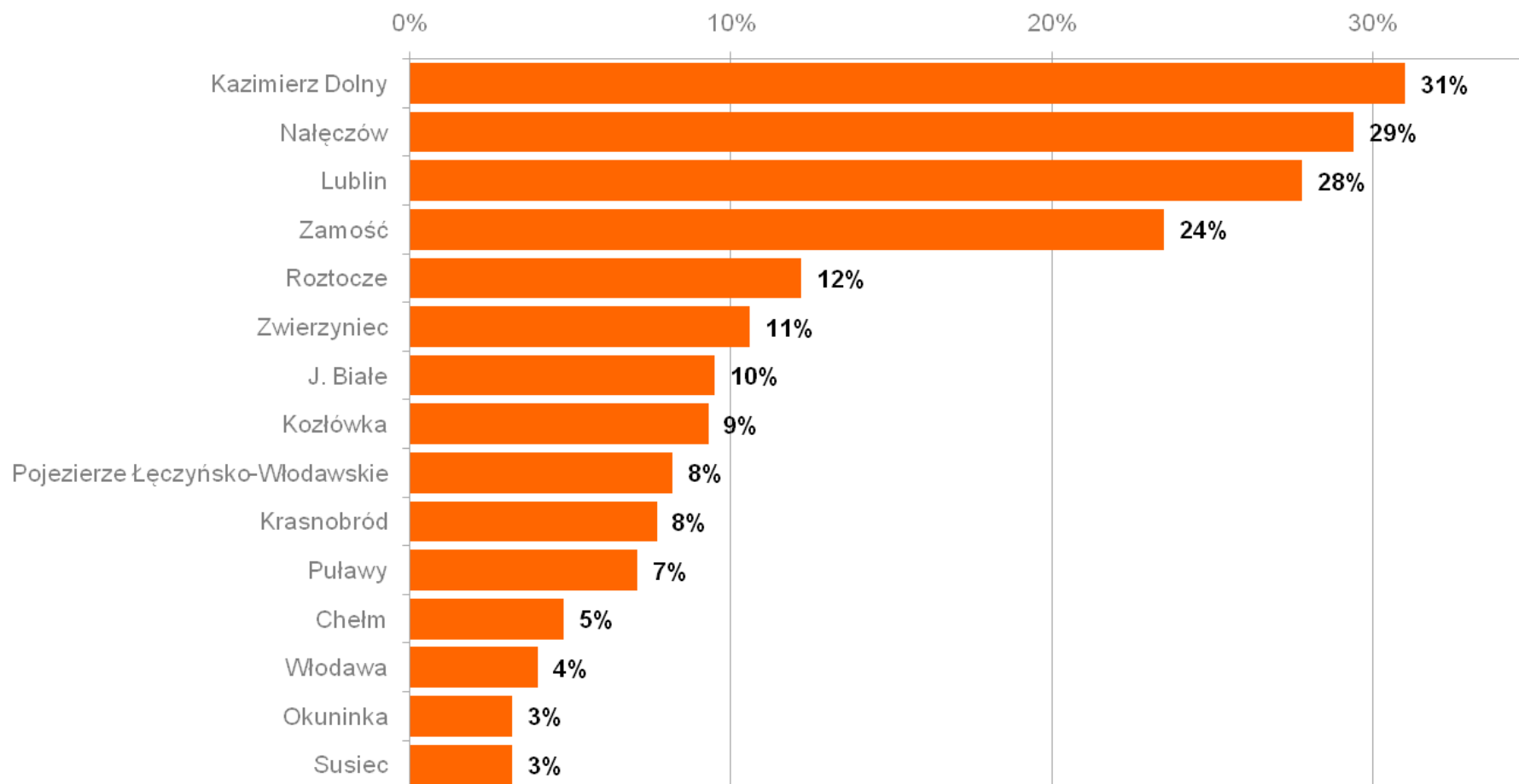
B2. Jakie zna Pan(i) miejsca turystyczne w południowo-wschodniej Polsce, które mogą być celem wyjazdów wypoczynkowych?* (znajomość spontaniczna); N=389

Strona | 148





B3. Jakie zna Pan(i) miejsca turystyczne w województwie lubelskim, które mogą być celem wyjazdów wypoczynkowych?* (znajomość spontaniczna); N=378





- ✓ Spontaniczna znajomość pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego oraz atrakcji turystycznych znajdujących się na tym terenie (Okuninka, Włodawa) to 15%. Spontaniczna znajomość marki Pojezierza jest wysoka (14%) w województwie lubelskim (zwłaszcza wśród mężczyzn) i śladowo niska (ok. 1%) w pozostałych województwach.

✓ ZNAJOMOŚĆ WYBRANYCH ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH

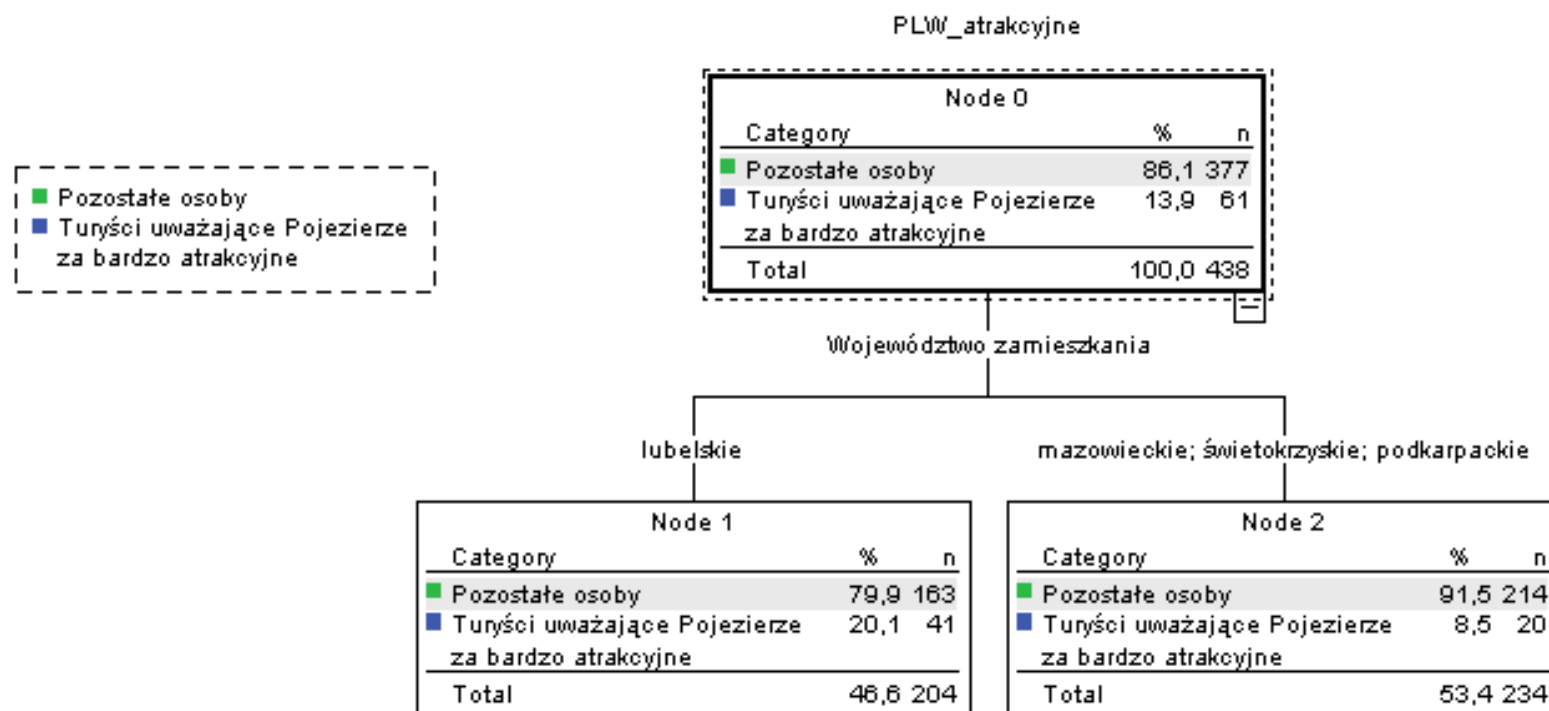
B4. Teraz odczytam Panu(i) kilka różnych atrakcji turystycznych w Polsce. Proszę powiedzieć, które z nich są Panu(i): N=438



- Dane dotyczące pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego są celowo zawyżone. W badaniu wzięły udział osoby znające Pojezierze



✓ **ATRAKCYJNOŚĆ POJEZIERZA ŁĘCZYŃSKO-WŁODAWSKIEGO**



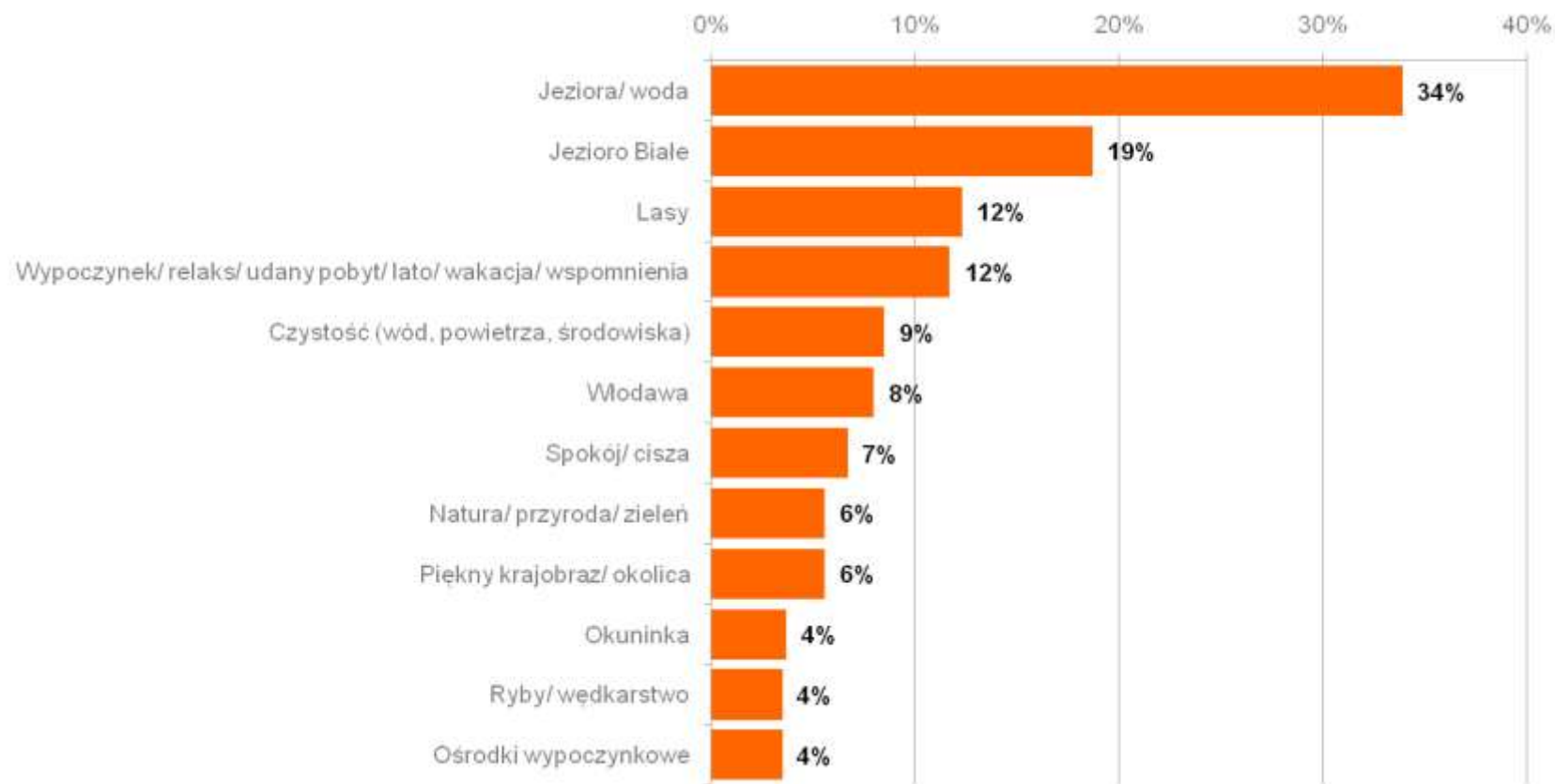
Powyższy graf pokazuje odsetek osób oceniających Pojezierze jako bardzo atrakcyjne pod względem turystycznym. Jak się okazuje, stosunek do Pojezierza zależy od miejsca zamieszkania respondenta. Wśród mieszkańców lubelskiego ok. 20% badanych osób jest skłonna przyznać, że jest to atrakcja turystyczna – w pozostałych województwach takich osób jest jedynie ok. 8%.



✓ SKOJARZENIA Z POJEZIERZEM ŁĘCZYŃSKO-WŁODAWSKIM

B6. Z Pana(i) odpowiedzi wynika, że słyszał Pan(i) o Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim. Jakie są Pana(i) skojarzenia z tym miejscem? Co Panu(i) przychodzi na myśl? * N=375

Strona | 152



* Na wykresie odpowiedzi powyżej 3% wskazań

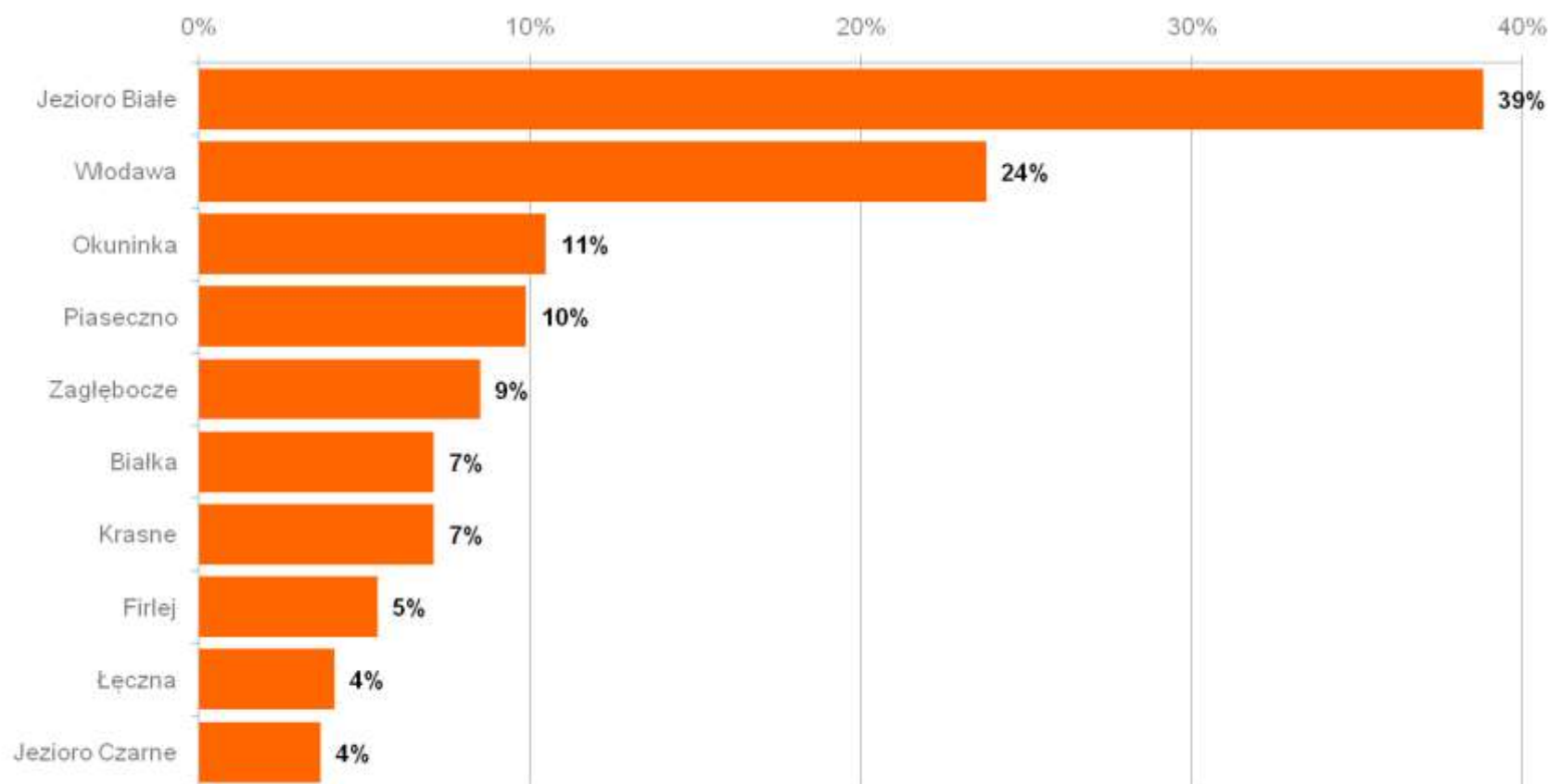




✓ ZNAJOMOŚĆ MIEJSC NA POJEZIERZU ŁĘCZYŃSKO-WŁODAWSKIM

B7. Czy kojarzy Pan/i jakieś miejsca (np. jeziora, miejscowości, inne miejsca) w obrębie Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego? * (znajomość spontaniczna); N=294

Strona | 153



↑ Na wykresie odpowiedzi powyżej 3% wskazano

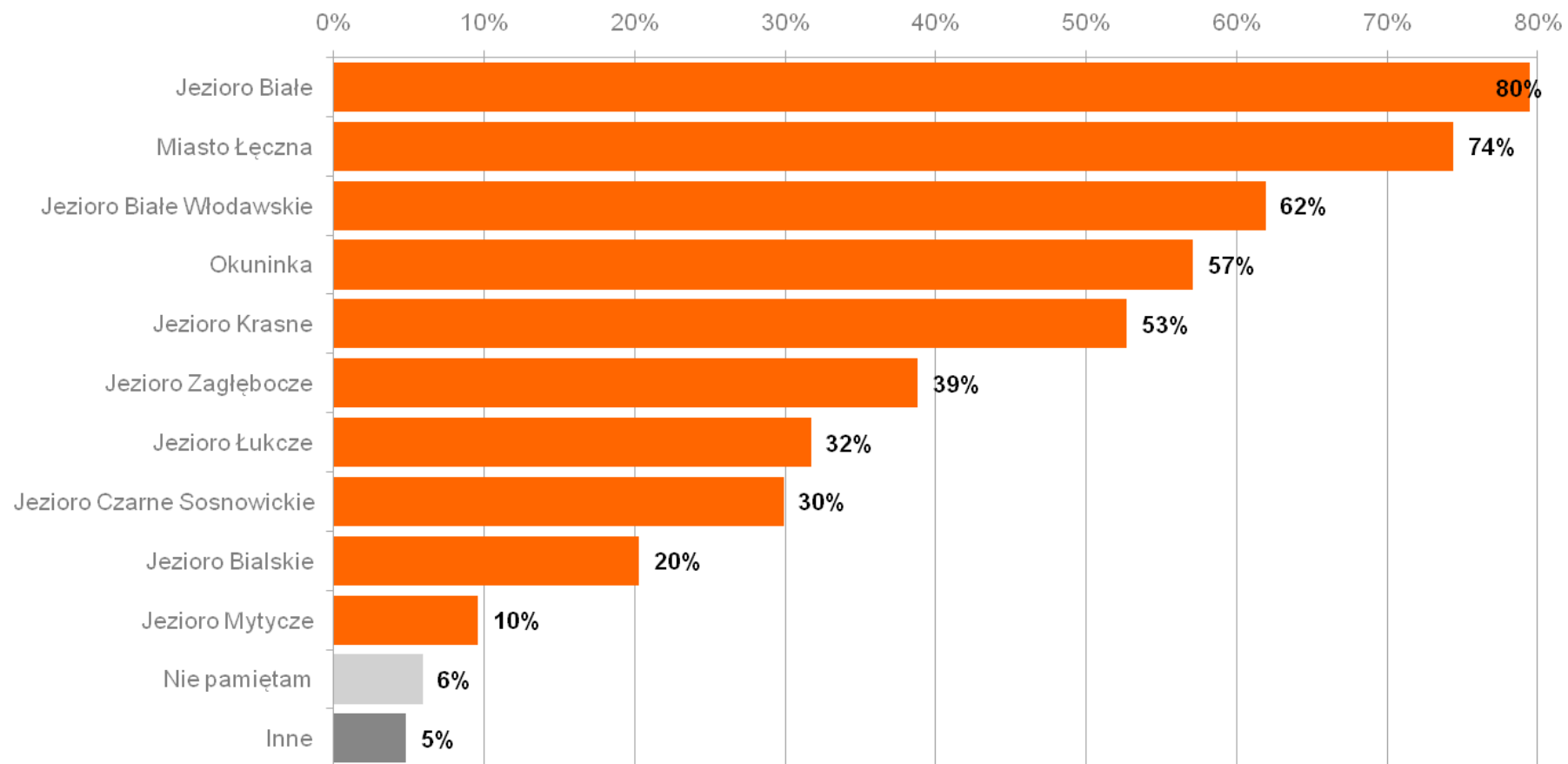


✓ **ZNAJOMOŚĆ MIEJSC NA TERENIE POJEZIERZA ŁĘCZYŃSKO-WŁODAWSKIEGO**

D2. Czy zna Pan/i choćby ze słyszenia następujące miejsca na terenie Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego? (znajomość wspomagana)

N=438

Strona | 154





6.4. Wizerunek Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego

✓ POJEZIERZE ŁĘCZYŃSKO-WŁODAWSKIE NA TLE INNYCH REGIONÓW TURYSTYCZNYCH POLSKI

MIEJSCE	POJEZIERZE ŁĘCZYŃSKO- WŁODAWSKIE	WARMIA I MAZURY	ZALEW SOLIŃSKI	POJEZIERZE SUWALSKIE	WYBRZEŻE BAŁTYCKIE
Oferuje różnorodne atrakcje	36	76	57	48	86
To miejsce, w którym można znaleźć ciszę i spokój	70	72	69	77	38
Jest tam wiele miejsc noclegowych o różnym standardzie	36	80	59	48	92
To miejsce, które z chęcią bym odwiedziła(a)	61	85	77	63	83
Łatwo można tam dojechać	58	69	64	48	66
Jest to miejsce interesujące pod względem przyrodniczym	66	89	80	77	68
Można tu aktywnie wypoczywać	58	89	75	71	82
To raczej miejsce do leniwego	54	54	53	52	59



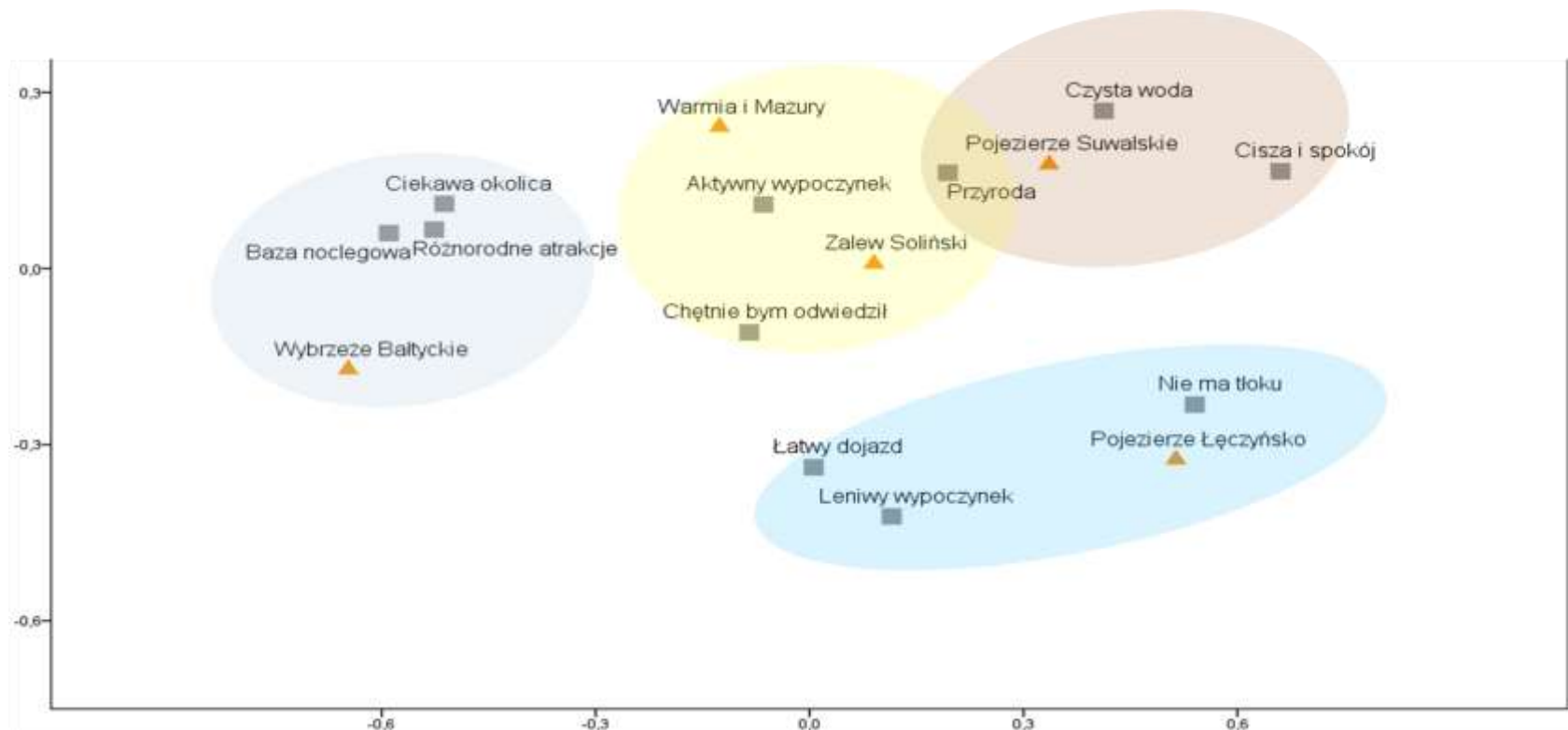
wypoczynku					
Można się tam kąpać w naprawdę czystej wodzie	56	71	61	63	42
W okolicy jest wiele ciekawych miejsc, miast, atrakcji turystycznych, które można przy okazji odwiedzić	36	77	59	53	89
Nie jest to zatłoczone miejsce	49	42	44	51	34

Legenda: Tabela przedstawia wartości top 2 boxes (suma odpowiedzi 4 i 5 na skali od 1 do 5) dla poszczególnych miejsc. **Próba:** n=438





✓ **POJEZIERZE ŁĘCZYŃSKO-WŁODAWSKIE NA TLE INNYCH REGIONÓW TURYSTYCZNYCH POLSKI**
– MAPA PERCEPCYJNA



Mapa percepcyjna to złożenie w jednej przestrzeni marek i wymiarów wizerunkowych. Dzięki temu można łatwo porównać „kompetencje wizerunkowe” poszczególnych marek. Sąsiedztwo marki i danego określenia wskazuje na to, że tej marce w dużym stopniu można przypisać dane określenie. Dla ułatwienia określenia „należące” do danych marek zaznaczono okręgiem. W wizerunku Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego są silnie obecne takie określenia, jak „nie ma tłoku”, „leniwy wypoczynek” i „łatwy dojazd” – to ostatnie określenie do konsekwencji tego, że w strukturze próby istotną grupę stanowili mieszkańcy województwa lubelskiego.

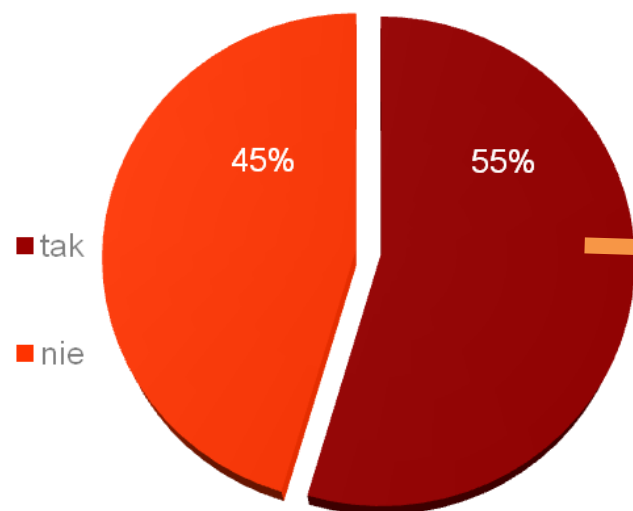


6.5. Zainteresowanie Pojezierzem Łęczyńsko-Włodawskim

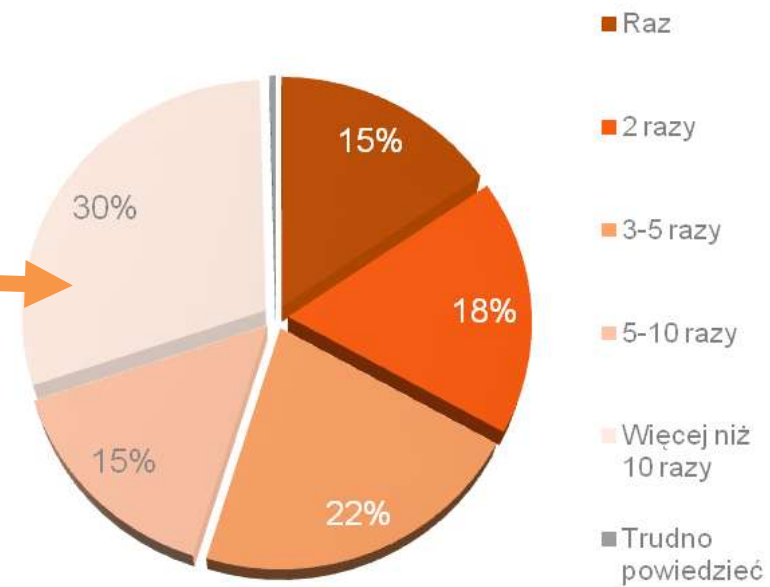
✓ WYJAZDY TURYSTYCZNE NA POJEZIERZE ŁĘCZYŃSKO-WŁODAWSKIE

Strona | 158

E1. Czy kiedykolwiek odwiedził(a) Pan(i) Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie w celach turystycznych, czy też nie?; N=438



E3. Ile mniej więcej razy był(a) Pan(i) na Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim w celach turystycznych? N=239



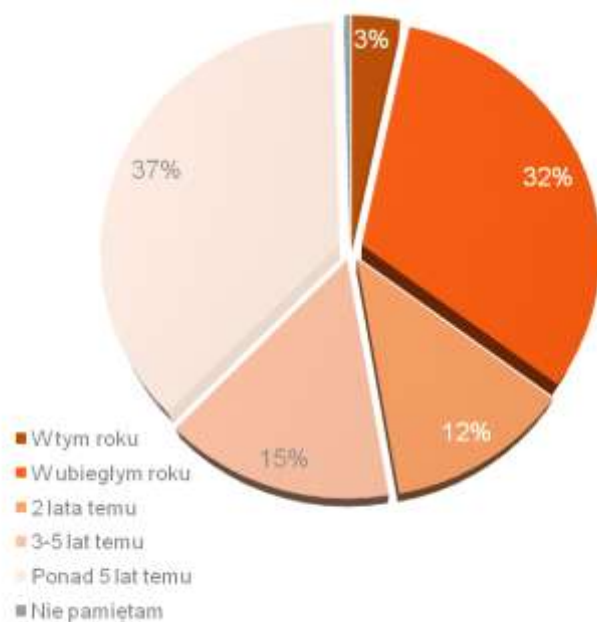


- Czy kiedykolwiek odwiedzali Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie?

	Lubelskie	Warszawa	Podkarpackie	Świętokrzyskie
TAK	79%	43%	35%	18%
NIE	21%	57%	65%	83%

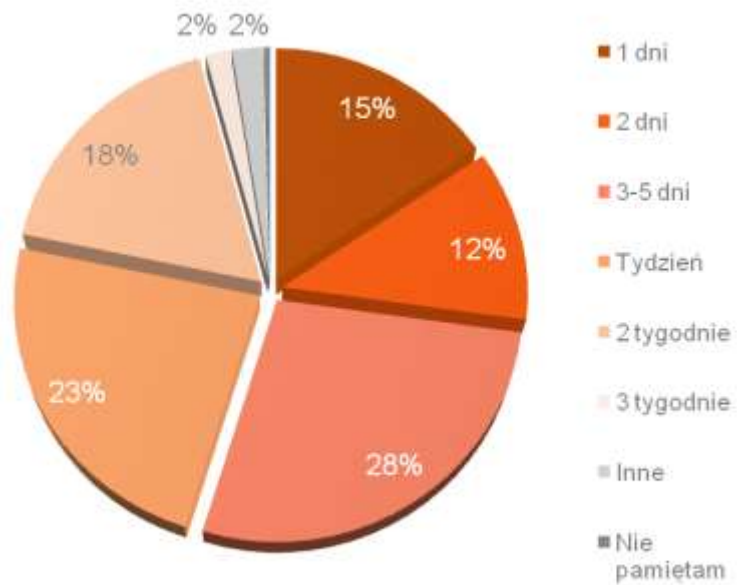
✓ OSTATNIA WIZYTA NA POJEZIERZU ŁĘCZYŃSKO – WŁODAWSKIE

E4. Kiedy ostatni raz była(a) Pan(i) tam w celach turystycznych?; N=239





E5. Jak długo trwał Pan(i) ostatni pobyt w celach turystycznych na Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim?; N=239



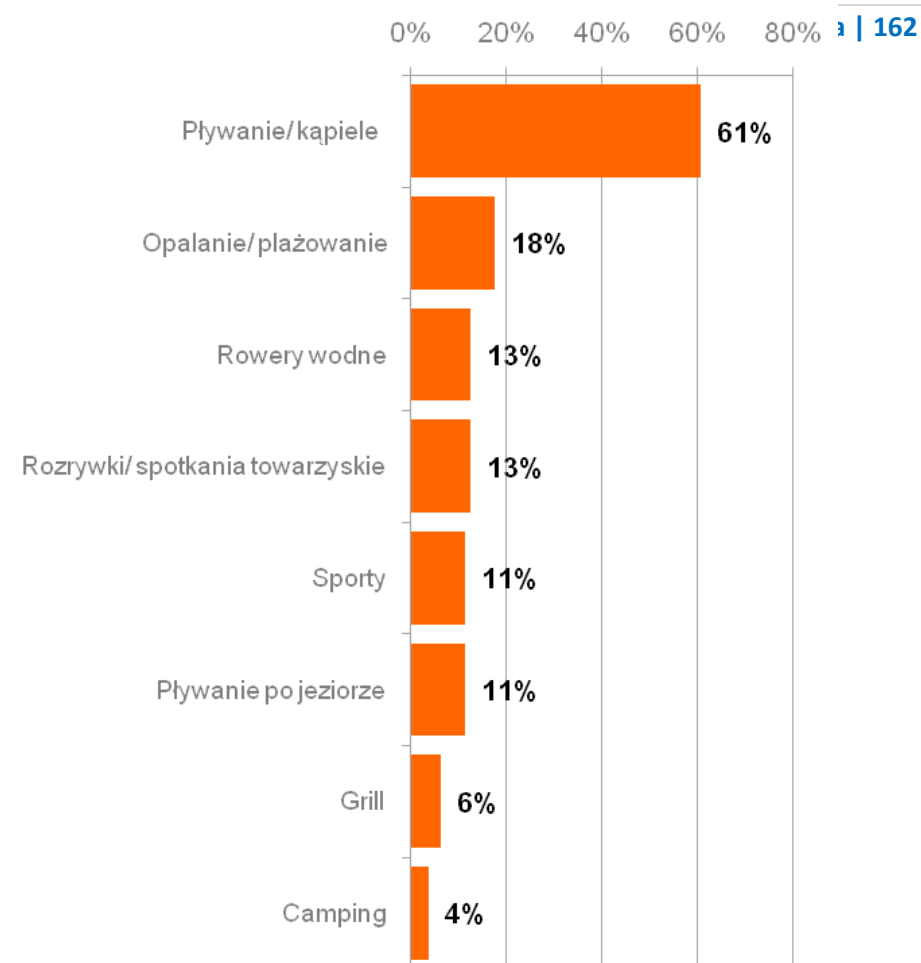
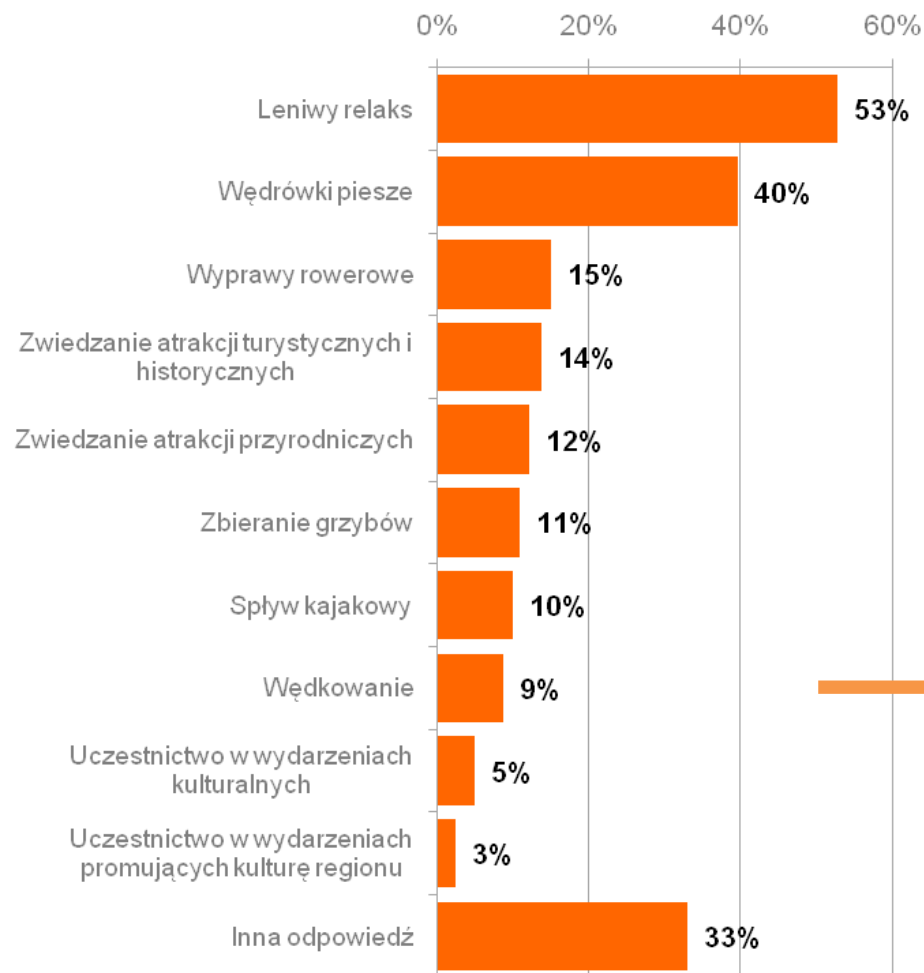


E6. Z kim spędził(a) Pan(i) czas na Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim podczas tego wyjazdu?; N=239





✓ FORMY SPĘDZANIA WOLNEGO CZASU

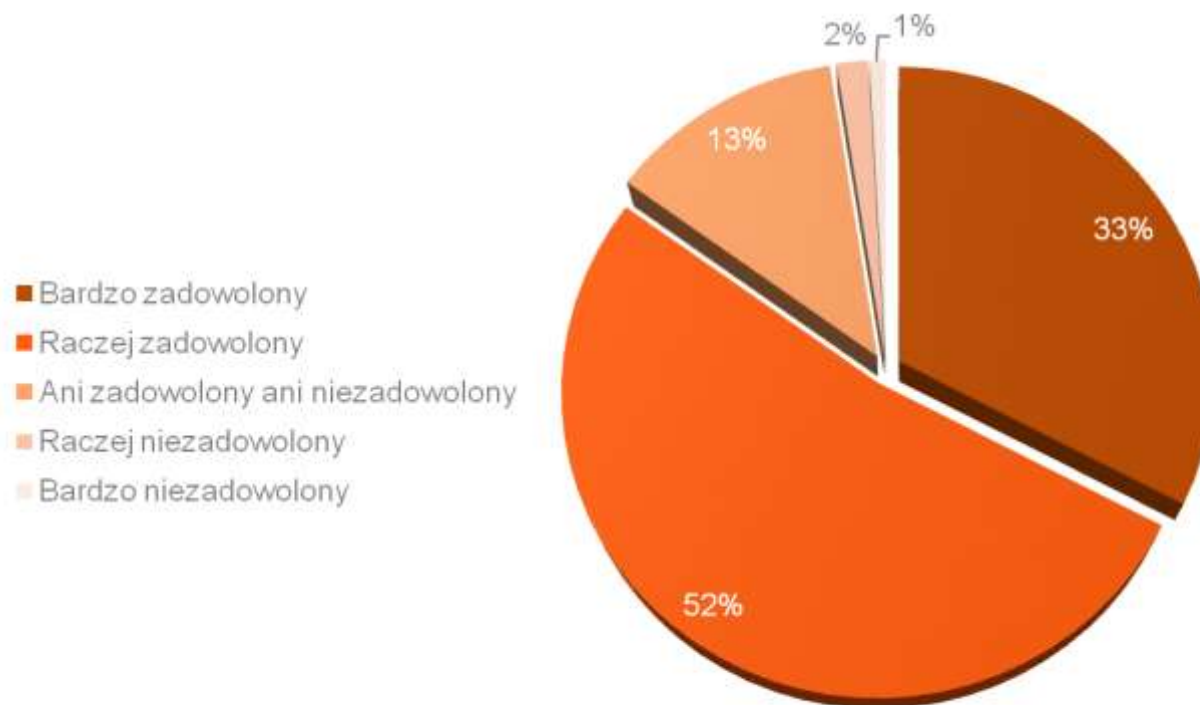




✓ ZADOWOLENIE Z POBYTU NA POJEZIERZU ŁĘCZYŃSKO – WŁODAWSKIM

E8. Proszę teraz powiedzieć w jakim stopniu jest Pan(i) zadowolony(a) z ostatniego wyjazdu wypoczynkowego na Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie. Proszę ocenić wyjazd na skali 1-5 gdzie 1 oznacza „bardzo niezadowolony(a)”, a 5 oznacza „bardzo zadowolony(a)”; N=239

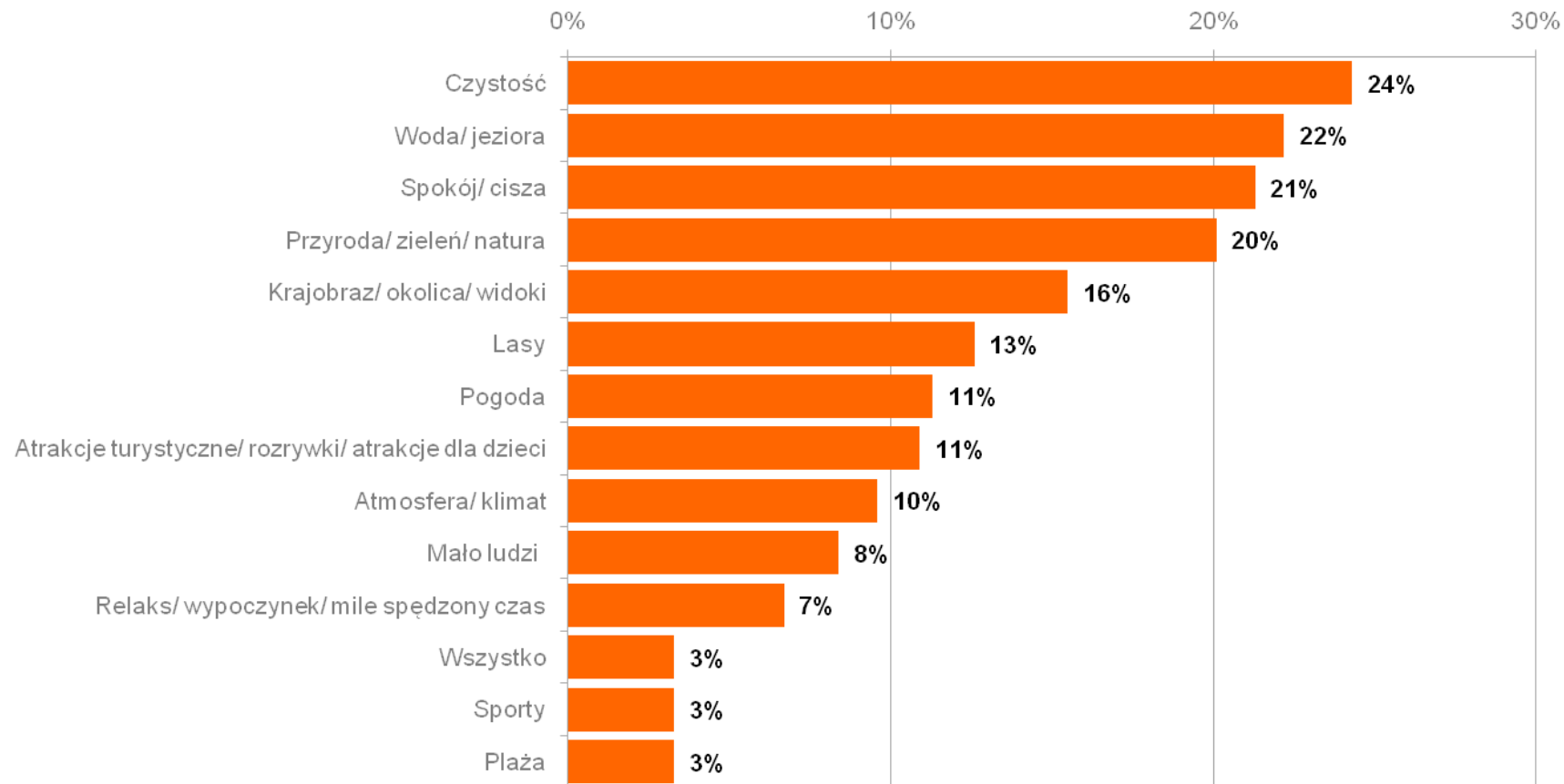
Strona | 163





✓ **CO SIĘ PODOBAŁO**

E9. Proszę powiedzieć co się Panu(i) podobało podczas pobytu na Pojezierzu?*; N=239

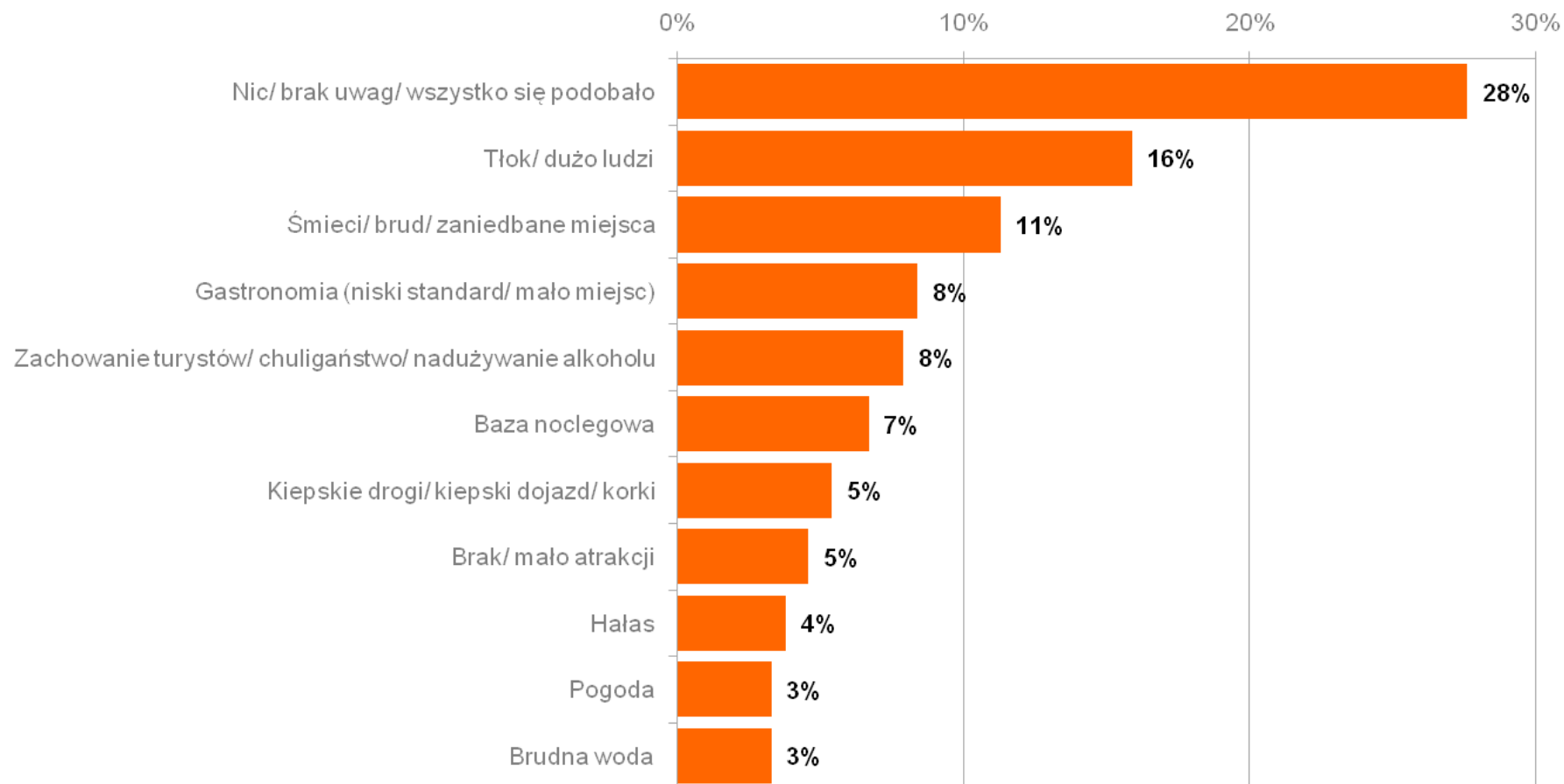


* Na wykresie odpowiedzi powyżej 3% wskazań





E10. Proszę powiedzieć co się Panu(i) nie podobało podczas pobytu na Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim?*; N=239



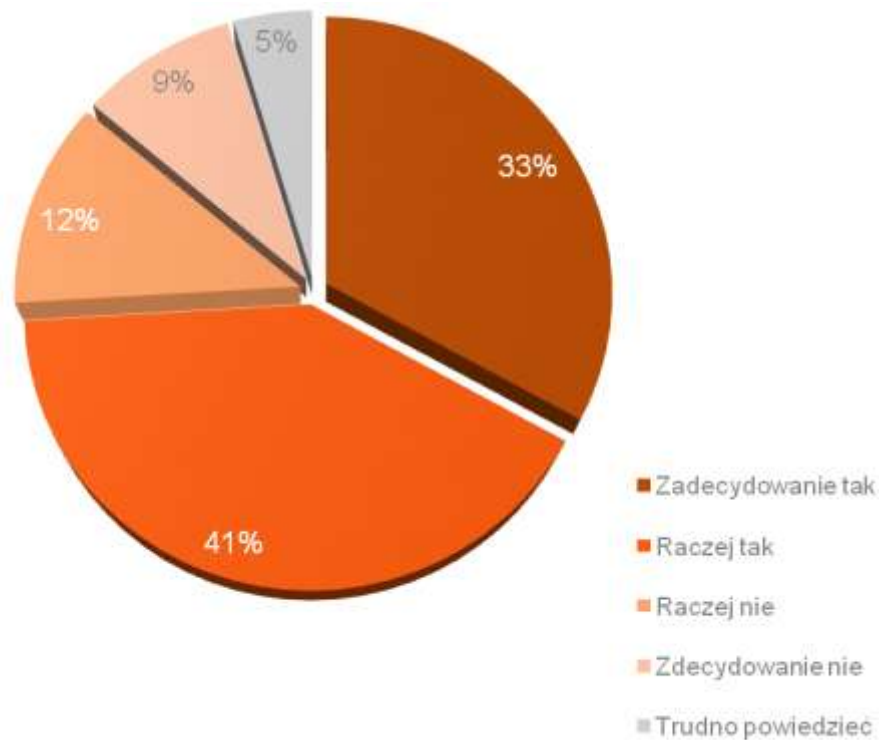
* Na wykresie odpowiedzi powyżej 3% wskazań



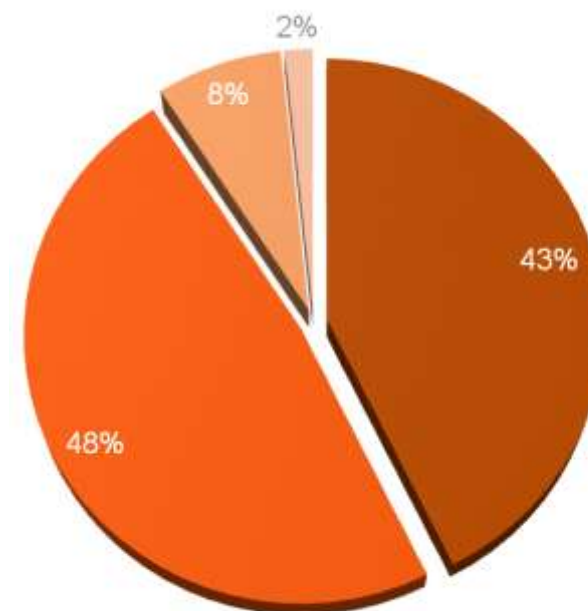


✓ PLANY ZWIĄZANE Z KOLEJNĄ WIZYTĄ I SKŁONNOŚĆ DO REKOMENDACJI

E11. Czy zamierza Pan(i) jeszcze w przyszłości wyjechać na Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie na wyjazd wypoczynkowy?; N=239



E12. Czy była(a)by Pan(i) skłonna polecić Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie jako cel wyjazdu wypoczynkowego?; N=239

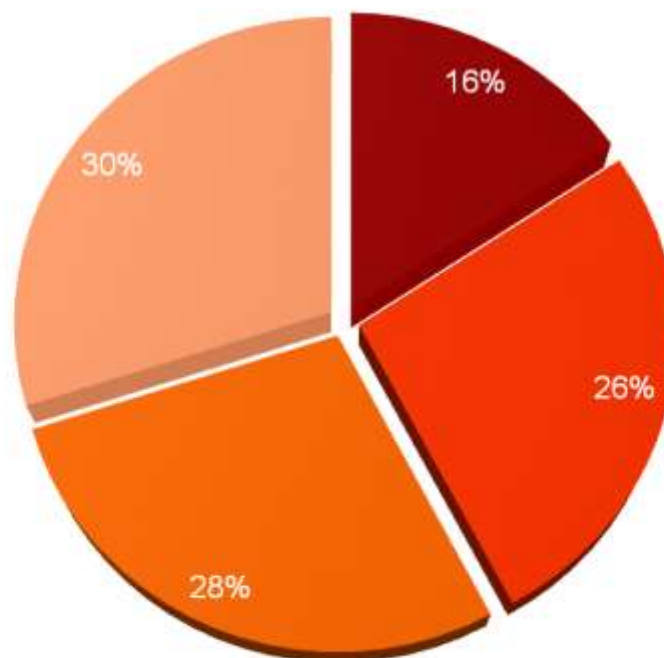


✓ **PRAWDOPODOBIENSTWO KOLEJNEJ WIZYTY**

E15. Na ile jest prawdopodobne, że wybierze się Pan(i) na wyjazd wypoczynkowy na Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie w ciągu najbliższych 12 miesięcy?

N=438

Strona | 167



- Jest bardzo prawdopodobne, że wybiorę się tam na wyjazd wypoczynkowy w ciągu najbliższego roku
- Jest całkiem prawdopodobne, że wybiorę się tam na wyjazd w ciągu najbliższego roku
- Jest mało prawdopodobne, że mógłbym/mogłabym tam pojechać w ciągu najbliższego roku
- W ogóle nie rozważam tego miejsca jako celu wyjazdu wypoczynkowego

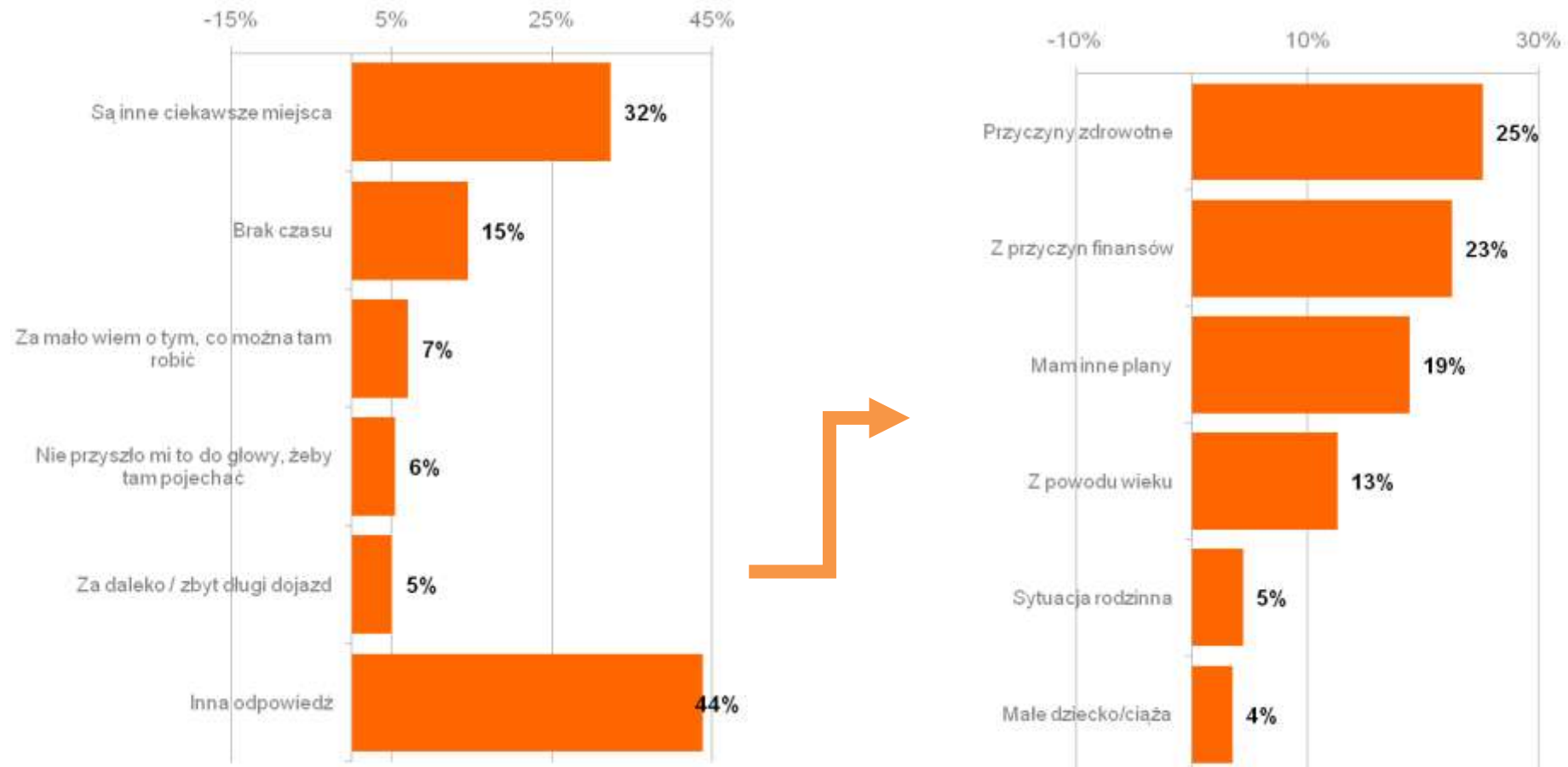




✓ **POWODY, DLA KTÓRYCH NIE ROZWAŻA SIĘ WIZYTY NA POJEZIERZU**

E16. Z jakich powodów nie rozważa Pan(i) wybrania się na wyjazd wypoczynkowy na Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie?*

Strona | 168



* Na wykresie odpowiedzi powyżej 3% wskazań



6.6. Wnioski i rekomendacje

Rozpoznawalność Pojezierza

Strona | 169

- Należy zwrócić uwagę na fakt, że mała część badanych osób rozpoznaje i kojarzy Pojezierze jako atrakcję turystyczną
- Odpowiadając na pytanie dotyczące atrakcji turystycznych w woj. lubelskim 15% badanych wymieniło spontanicznie Pojezierze oraz miejscowości na terenie Pojezierza
- Dla porównania Kazimierz Dolny, Nałęczów i Lublin wymienia około 30% badanych
- Można założyć że znajomość wspomaganą w grupie docelowej to przybliżeniu 55%. Blisko połowa (45%) osób z grupy docelowej nigdy nie słyszała o Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim. Do takich wniosków skłania analiza uwzględniająca odpowiedzi osób, które zakończyły badanie na pytaniu o znajomość Pojezierza
- Pojezierze jest atrakcją o charakterze regionalnym. Przynajmniej raz odwiedziło je 79% badanych z województwa lubelskiego, 43% z Warszawy, 35% z podkarpackiego i 18% ze świętokrzyskiego

Atrakcyjność Pojezierza

- Obecnie Pojezierze nie jest postrzegane jako szczególnie atrakcyjne miejsce.
- Za bardzo atrakcyjne lub atrakcyjne (top2boxes) postrzega Pojezierza 38% badanych. Dla porównania Pojezierze Suwalskie postrzegane jest jako atrakcyjne 52%, Mazury 81% a Bałtyk 89% badanych.

Wizerunek Pojezierza

- Atrybuty wizerunkowe najsilniej kojarzone z Pojezierzem Łęczyńsko-Włodawskim to:





- Miejsce, w którym można znaleźć ciszę i spokój
- Miejsce interesujące pod względem przyrodniczym
- Nie jest to miejsce zatłoczone

- Na tle innych znanych pojezierzy, Łęczyńsko-Włodawskie wyróżnia się przede wszystkim brakiem tłoku, leniwy wypoczynek oraz łatwy dojazd (opinie przede wszystkim mieszkańców lubelskiego).
- Osobom, które odwiedziły Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie lubiły to miejsce za: czystość, wodę i jeziora, spokój i ciszę. Elementami które wymagałyby poprawy to gastronomia (więcej miejsc oraz wyższy standard) oraz baza noclegowa.

Rekomendacje

- Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskiemu będzie trudno zaistnieć w świadomości turysty spoza województwa lubelskiego. Mieszkaniec Warszawy spragniony takiego rodzaju wypoczynku, jakie oferuje Pojezierze wybierze raczej Mazury (porównywalna długość dojazdu, lepsza infrastruktura, silniejsza marka i większa różnorodność Mazur).
- Dlatego właściwa będzie raczej strategia regionalna – budowanie atrakcyjności wśród mieszkańców województwa lubelskiego, południowo-wschodniego Mazowsza, świętokrzyskiego. W stosunku do mieszkańców Warszawy, stanowiących zazwyczaj atrakcyjny „target” turystyczny, można stosować strategię niszy – komunikować atrakcje niematerialne. Poszukiwanie inspiracji dla tego rodzaju strategii będzie jednym z celów badania jakościowego
- Pojezierze Ł-W może wzmacniać te elementy wizerunku, które już częściowo są obecne – cisza i spokój (zwłaszcza wokół mniej znanych jezior), czystość wód, brak tłoku
- W badaniu jakościowym warto będzie nie tylko dokładniej zbadać wizerunek Pojezierza, ale także skupić się na negatywnych elementach w wizerunku Mazur i uwzględnić te elementy w komunikacji





7. Ocena uwarunkowań rozwoju turystyki Pojezierza Łęczyńskiego - Włodawskiego

7.1 Ocena atrakcyjności w skali kraju

Obszar Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego prezentowany jest w bardzo różny sposób w przeglądowych pracach dotyczących warunków rozwoju różnych form turystyki w Polsce. Niniejszy rozdział ma na celu analizę wybranych opracowań dotyczących problematyki waloryzacji środowiska geograficznego dla potrzeb rozwoju turystyki. W celu porównywalności wyników prezentowanych ocen potencjałów turystycznych, uwzględniono dwa rodzaje materiałów źródłowych: wyniki badań opracowań naukowych podejmujących ocenę atrakcyjności turystycznej oraz współczesnych opracowań o charakterze aplikacyjnym (konceptje i studia wykonywalności) wykorzystujących nowe techniki oceny potencjału i konkurencyjności regionów turystycznych, będących często podstawą opracowania kierunków rozwoju i promocji turystyki.

Jedną z pierwszych regionalizacji turystycznych kraju, w której uwzględniono zasoby turystyczne Lubelszczyzny, przeprowadziła Mileska (1963). Wydzielono na obszarze Polski 21 głównych regionów turystycznych, w tym w ówczesnym województwie lubelskim tylko jeden region, tj. Kazimiersko-Nałęczowski (około 250 km² powierzchni). W opracowaniu tym Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie, ex equo z Rostoczem sklasyfikowane zostało jako potencjalny region wypoczynkowo-turystyczny.

Podjęta przez Wyrzykowskiego w 1986 roku tematyka badawcza obszarów i miejscowości wypoczynkowych w Polsce zakłada ocenę środowiska przyrodniczego dla potrzeb rozwoju turystyki wypoczynkowej, pobytowej. Analizie poddane zostały m. in. walory krajobrazowe, wody powierzchniowe, hipsometria terenu, zasoby zdrowotne. Na Lubelszczyźnie, najwyższy stopień atrakcyjności dla turystyki wypoczynkowej („wybitna atrakcyjność”) uzyskał trójkąt turystyczny Kazimierz Dolny – Nałęczów - Puławy (w opracowaniu nazwany Kazimierz Dolny). „Dużą atrakcyjność” określono dla obszaru Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego, wybranych fragmentów Równiny Biłgorajskiej (okolice Zaklikowa, Janowa Lubelskiego) i Podlaskiego Przełomu Bugu (w rejonie Drohiczyzna). W klasyfikacji uwzględniono również ważniejsze miejscowości





wypoczynkowe. Z terenów Lubelszczyzny były to: Nałęczów (I klasa atrakcyjności), a z analizowanego w niniejszym dokumencie obszaru - Białka i Okuninka (II klasa) – położone w centralnej i wschodniej części Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego.

Na początku lat 90. XX wieku w ramach projektu promocji walorów turystycznych państw Europy Środkowej, podjęto próbę klasyfikacji obszaru kraju uwzględniając możliwości wykorzystania terenów i miejscowości dla zagranicznej turystyki przyjazdowej (Mikułowski, Wyrzykowski 1993). Zastosowane trzystopniowe oznaczenia gwiazdkowe określają wartość poznawczą obszarów turystycznych, miejsc, szlaków turystycznych itp. W kategorii obszary chronione, z terenu objętego niniejszą analizą, spośród 40 obiektów wyróżnionych w skali kraju, wytypowano położony w centralnej części Pojezierza Poleski Park Narodowy.

W pracach przeglądowych podejmowane były również próby wyznaczenia gmin o funkcjach turystycznych (Gminy polskie...1996). Stosując znane w geografii turystyki wskaźniki Charvata, Baretje'a i Deferta, wyodrębniono w kraju 228 takich jednostek. W regionie lubelskim, za gminy o funkcji turystycznej uznano 4 gminy miejskie (Chełm, Lublin, Puławy, Zamość), 2 gminy miejsko-wiejskie (Kazimierz Dolny, Krasnobród) i 8 gmin wiejskich, w tym z interesującego nas obszaru Pojezierza - Dębową Kłodę, Ludwin, Sosnowicę, Uścimów i Włodawę.

Wśród opracowań krajowych o charakterze audytu na uwagę zasługuje sporządzone przez Instytut Turystyki w Warszawie zestawienie **GMINA**. W bazie danych uwzględniono wszystkie najważniejsze elementy środowiska geograficznego wykorzystywane dla rozwoju turystyki. W układzie podstawowych jednostek terytorialnych – gmin, uzyskujemy pełną charakterystykę poszczególnych elementów potencjału turystycznego każdej gminy oraz dodatkowo klasyfikację atrakcyjności gmin ze wskazaniem na proponowany do rozwoju obszar tematyczny produktu turystycznego (Tab. 19). W charakterystyce wykonanej przez Instytut Turystyki zestawiono ponadto informacje o atrakcyjności wypoczynkowej, krajoznawczej czy potencjale rozwojowym turystyki na terenach wiejskich – agroturystyce.





Tab. 19 Atrakcyjność turystyczna podstawowych jednostek terytorialnych Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego

NAZWA GMINY	KATEGORIA ATRAKCYJNOŚCI WYPOCZYNKOWEJ GMINY	UDZIAŁ WALORÓW WYP. W POW. GMINY W %	POW. WALORÓW WYP. 1 I 2 KATEGORII, KM ²	POW. WALORÓW WYP. 3 KATEGORII, KM ²	WARUNKI DO ROZWOJU AGROTURYSTYKI	ATRAKCYJNOŚĆ KRAJOZNAWCZA	PROPONOWANY PRODUKT TURYSTYCZNY
Cyców	Mała	6,8	0	10	Korzystne	-	Agroturystyka
Ludwin	Mała	41,7	0	50	Korzystne	-	Wypoczynek nad jeziorami
Łęčna (miasto i gmina)	Bardzo mała	13,3	0	0	-	Znacząca	Obserwacja przyrody
Milejów	-	0,0	0	0	-	Mała	Obserwacja przyrody
Puchaczów	-	0,0	0	0	Korzystne	Mała	-
Spiczyn	Mała	72,3	0	0	-	-	-
Uścimów	Mała	73,7	0	0	Korzystne z ograniczeniami	-	Wypoczynek nad jeziorami
Sosnowica	Średnia	75,4	-	130	Bardzo korzystne	Znacząca	Wypoczynek nad jeziorami
Hańsk	Bardzo mała	50,2	-	-	Średnio korzystne	-	-



Stary Brus	Mała	90,0	-	30	Średnio korzystne	-	-
Urszulin	Mała	17,5	-	30	Średnio korzystne	-	Obserwacje przyrody
Włodawa	Średnia	76,2	-	20	Średnio korzystne	Duża	Wypoczynek nad jeziorami
Wola Uhruska	Mała	30,3	-	-	Korzystne	-	agroturystyka

Źródło: http://www.intur.com.pl/wojewodztwa/index_woj.php

W zakresie przyjętych kryteriów, w klasyfikacji ogólnokrajowej gminy analizowanego obszaru w **aspekcie wypoczynkowym** określono jako:

- średnio atrakcyjne: gminy Sosnowica i Włodawa,
- mało atrakcyjne: gminy Cyców, Ludwin, Spiczyn, Uścimów, Stary Brus, Urszulin, Wola Uhruska;
- bardzo mało atrakcyjne: gminy Łączna i Hańsk.

Dla rozwoju **agroturystyki** potencjał analizowanych jednostek określono jako:

- bardzo korzystny: Sosnowica,
- korzystny dla następujących jednostek: Cyców, Ludwin, Puchaczów, Wola Uhruska,
- średnio korzystny: Uścimów, Hańsk, Stary Brus, Urszulin, Włodawa.

W skali kraju, w aspekcie możliwości rozwoju **turystyki krajoznawczej**, potencjał wybranych fragmentów Pojezierza (miasto i gmina Łączna oraz Sosnowica) został oceniony jako korzystny, duży - dla Włodawy oraz mały - dla gminy Milejów i Puchaczów.





Istotne cechy i wielkość potencjału turystycznego Pojezierza znajdujemy także w nowych opracowaniach analitycznych realizowanych współcześnie w ramach kampanii promocyjnych kraju. Ocenę pozycji Pojezierza wśród regionów konkurencyjnych Polski Wschodniej dokonano wykorzystując wyniki badań poprzedzających kampanię multimedialną „Piękny Wschód” (Potencjał turystyczny...2009). Opracowanie wykorzystujące współczesne trendy i techniki badania rozpoznawalności i konkurencyjności jednostek terytorialnych (m. in. wywiady grupowe z potencjalnymi turystami indywidualnymi oraz pogłębione wywiady indywidualne z organizatorami turystyki), miało na celu eksplorowanie potencjału turystycznego Polski Wschodniej i dostarczenie informacji do stworzenia kampanii reklamowej. Analizując wyniki powyższych badań (etap wstępny projektu) należy mieć jednak na uwadze fakt, iż respondentami byli głównie mieszkańcy Warszawy, którzy za obszar destynacji turystycznych powszechnie wybierają raczej Mazury (choćby z racji niewielkiej odległości) niż pozostałe regiony wytypowane w dokumencie.





Rys. 28 Regiony turystyczne Polski Wschodniej



Źródło: Raport POT

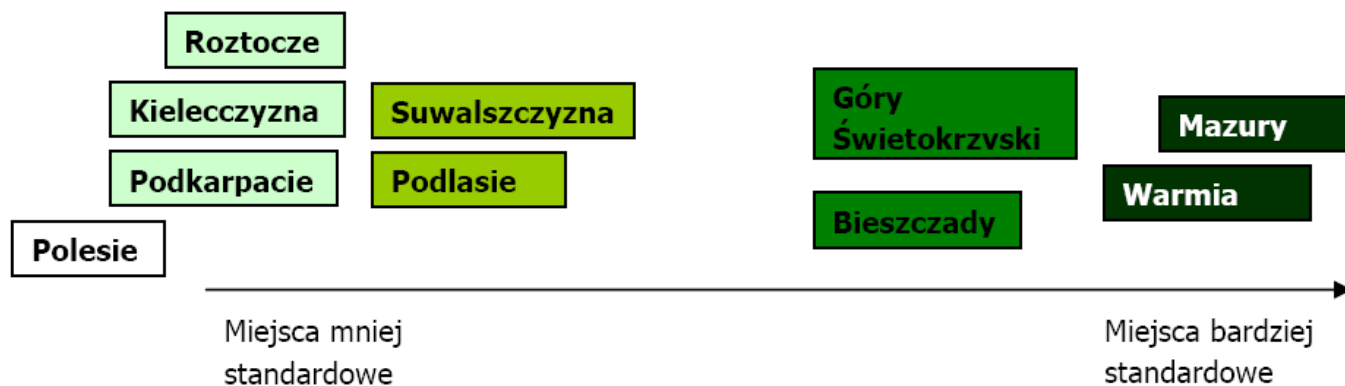
Podstawą wytypowania regionów turystycznych Polski Wschodniej (Rys. 30) oraz oceny ich atrakcyjności pod kątem możliwości rozwoju turystyki pobytowej były wywiady grupowe z potencjalnymi turystami indywidualnymi. W badaniu brano pod uwagę potencjał 10 regionów – po 2 w każdym badanym województwie Polski Wschodniej: województwo Warmińsko-Mazurskie: Warmia, Mazury; województwo Podlaskie: Suwalszczyzna, Podlasie; województwo Lubelskie: Polesie, Roztocze; województwo Podkarpackie: Podkarpacie, Bieszczady; województwo Świętokrzyskie: Kielecczyzna, Góry Świętokrzyskie. W opracowaniu podczas wywiadów skoncentrowano się eksplorowaniu m. in. następujących obszarów:



- podejmowanie decyzji o wyborze miejsca wyjazdów turystycznych;
- doświadczenia z turystyką w regionach województw wschodnich (mocne i słabe strony);
- ocena regionów;
- wyobrażenie regionów.

Regiony turystyczne województw wschodnich tak jak pozostałe miejsca wypoczynku w Polsce można zakwalifikować do standardowych oraz mniej standardowych miejsc wakacyjnych. Jak pokazuje poniższe zestawienie, do kanonu standardów wpisują się Warmia i Mazury (przede wszystkim Mazury), a także Góry Świętokrzyskie i Bieszczady.

Rys. 29 Pozycja Pojezierza (fragment obszaru nazwanego Polesie) wśród rozpatrywanych regionów turystycznych Polski Wschodniej w wymiarze „standardowe miejsce wypoczynku”.



Źródło: Raport POT





Interesujący nas obszar Pojezierza w powyższej analizie wypada raczej niekorzystnie (Rys. 31) – jest słabo rozpoznawalne mimo stosunkowo wysokiego potencjału turystycznego w skali regionu lubelskiego. Z terenów Lubelszczyzny na względnie lepszej pozycji uplasował się obszar Rostocza. Z innych województw, lepiej ocenione zostały Suwalszczyzna i Podlasie. Najkorzystniej w tym zestawieniu wypadły Warmia i Mazury. Badania wykazały, że „[...] większość osób nie miała żadnych skojarzeń związanych z tym regionem! – Jest to najmniej wyrazisty region ze wszystkich badanych”. Wśród mocnych stron potencjału turystycznego Pojezierza w dokumencie wskazywano m.in.:

- silne skojarzenie z wiejskimi krajobrazami, brakiem cywilizacji i dziewiczą naturą z dala od cywilizacji;
- doświadczenie z turystyką w tym regionie klasyfikuje go jako „[...] ciekawy turystycznie teren, gdzie można odpocząć od ludzi, a jednocześnie nie nudzić się tam”.

Jako słabości regionu uznano m. in.:

- brak konkretnego wizerunku, wyróżnika; mała znajomość położenia geograficznego;
- region ten kojarzy się z monotonnymi i mało różnorodnymi krajobrazami (lasy i pola);
- w zakresie obszarów chronionych - Poleski Park Narodowy, brakuje rozpoznawalnego symbolu i wyróżnika Parku;
- słaba dostępność komunikacyjna (ze względu na słabą infrastrukturę drogową);
- niski poziom usług turystycznych – brak dobrej bazy noclegowej i gastronomicznej.

Bezpośrednim efektem wykonanego studium potencjału Polski Wschodniej jest kampania reklamowa „Piękny wschód”. Głównym celem tego projektu jest wzrost zainteresowania ofertą turystyczną pięciu województw wschodniej Polski: warmińsko-mazurskiego, podlaskiego, lubelskiego, podkarpackiego oraz świętokrzyskiego. Podstawowym elementem kampanii promującej atrakcyjność turystyczną wschodnich województw Polski jest strona internetowa www.pieknywschod.pl. Składa się na nią baza atrakcji turystycznych, podzielonych na 5 kategorii: „zabytki, muzea”, „przyroda”, „rozrywka”, „zdrowie i uroda”, „aktywnie”.





Szczegółowa analiza prezentowanych obszarów na tej stronie pozwoliła na ocenę Pojezierza w zakresie posiadanego i promowanego potencjału produktowego z zakresu dziedzictwa przyrodniczego, kulturowego oraz możliwości uprawiania czynnego wypoczynku czy turystyki zdrowotnej, rozrywki. Z poszczególnych pięciu kategorii, potencjał turystyczny prezentują produkty turystyczne – miejsce, produkty turystyczne – szlak, produkty turystyczne – obszar czy wydarzenie. Przystępując do oceny należy mieć na uwadze fakt, że jest to zestawienie niepełne, nadal uzupełniane o nowe atrakcje, ponadto co wydaje się ważniejszym, nie wszystkie prezentowane walory turystyczne przedstawiają pełną ofertę produktową, skomercjalizowaną i gotową na sprzedaż. Część z prezentowanego dziedzictwa przyrodniczego to sieć rezerwatów przyrody występujących na terenie poszczególnych województw, sieć punktów restauracyjnych czy po prostu oferta kin regionu. Mimo tych uchybień prezentowany materiał stanowi ciekawy przykład konfrontacji pozycji pięciu regionów Polski Wschodniej w aspekcie posiadanego potencjału, a także aktywności branży turystycznej w sferze rozwoju produktów turystycznych.

Oceny atrakcyjności turystycznej oferty produktowej Pojezierza dokonano na tle Polski Wschodniej wykorzystując analizę ilościową atrakcji.

Wśród kategorii „Przyroda”, z 52 atrakcji regionu lubelskiego prezentowanych na stronie i łącznie 233 atrakcji Polski Wschodniej, na terenie Pojezierza zidentyfikowano pięć tego typu obiektów. Były to Poleski Park Narodowy, rezerwat Gliniska, rezerwat Żółwie Błota, rezerwat jezioro Orchowe oraz Park Krajobrazowy Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie. Udział procentowy obiektów prezentujących potencjał Pojezierza w tym zakresie wynosi 1,27.

Niewiele mniejszym udziałem charakteryzuje się potencjał kulturowy – wskaźniku wynosi 1,15. W świetle przeprowadzonych analiz wynika, że na tle regionu lubelskiego jak i Polski Wschodniej interesujący nas obszar wypada raczej przeciętnie. Z atrakcji kulturowych Pojezierza znalazły się trzy z 51 wytypowanych: Muzeum Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego we Włodawie, Skansen Kultury Materialnej Chełmszczyzny i Podlasia w Holi, Muzeum Byłego Hitlerowskiego Obozu Zagłady w Sobiborze. Potencjał kulturowy Polski Wschodniej określa 255 atrakcji.





Z obiektów kategorii „aktywnie”, teren Pojezierza wypada najkorzystniej - wskaźnik 2,75 (zidentyfikowano cztery atrakcje z 33 lubelskich i 145 wytypowanych na terenie Polski Wschodniej). Turystykę aktywną na terenie Pojezierza można uprawiać wykorzystując sieć szlaków kulturowych i przyrodniczych - Szlak Pamięci Żydów Lubelskich, Szlak Wielokulturowy, Szlak Rezerwatów Przyrody – zielony, Nadbużański Szlak Rowerowy Janów Podlaski – Włodawa.

Pod względem potencjału „zdrowia i urody” oraz kategorii „rozrywka”, na obszarze Pojezierze nie stwierdzono żadnej oferty produktowej.

PODSUMOWANIE

- waloryzacje i krajowe klasyfikacje atrakcyjności turystycznej pozwalają zaliczyć obszar Pojezierza do obszarów I lub II kategorii atrakcyjności;
- wśród miejscowości wypoczynkowych, jako przydatne i proponowane do wypoczynku znalazły się tereny zachodniej i wschodniej części Pojezierza;
- badania potencjału turystycznego Polski uwzględniające opinie mieszkańców kraju klasyfikują ten region raczej niekorzystnie. Wskazuje to wyraźnie na potrzebę podjęcia wyraźnych działań marketingowych;
- potencjał zasobów środowiska geograficznego – elementy pierwotne warunkujące rozwój regionalnej gospodarki turystycznej nie jest w pełni wykorzystany.





7.2 Ocena atrakcyjności w skali województwa lubelskiego

Powiat Łęczyński położony jest w centralnej części regionu lubelskiego i jest jednym z 20 powiatów ziemskich województwa. Zajmuje powierzchnię 636,7 km² i jest najmniejszym (po świdnickim i ryckim) powiatem w regionie lubelskim (*Bank Danych Regionalnych GUS*). W roku 2009 zamieszkiwany był przez 57,1 tys. osób, co stanowiło 0,2% mieszkańców Lubelszczyzny. Osoby pracujące (prawie 18 tysięcy osób – około 31% ogółu ludności) zatrudnione są przede wszystkim w rolnictwie, łowiectwie i leśnictwie oraz przemyśle i budownictwie; łącznie sektory te zatrudniały w 2009 roku 13,2 tys. osób (*Bank Danych Regionalnych GUS*). Największym zakładem pracy w powiecie jest Lubelski Węgiel „Bogdanka” S.A. O możliwościach turystycznego wykorzystania środowiska wiele informacji dostarcza m. in. struktura użytkowania ziemi. Według danych GUS, w strukturze użytkowania gruntów przeważają użytki rolne (74,7% - 44,4 km²), wśród których dominują grunty orne. Podnoszące rangę turystyczną obszaru tereny leśne i łąki jako element krajobrazowy, zajmują około 25% powierzchni powiatu (*Bank Danych Regionalnych GUS*).

OCENA ATRAKCYJNOŚCI POWIATU ŁĘCZYŃSKIEGO TECHNIKAMI PDIndex

- Oceny przydatności i atrakcyjności turystycznej powiatu Łęczyńskiego w skali regionu lubelskiego dokonano wykorzystując techniki Power Destination Index. Wskaźnik PDIndex bazujący na metodyce oceny atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej jednostek przestrzennych, to złożony system pozycjonowania obszarów pod kątem ich przydatności do rozwoju turystyki. Syntetyczny miernik atrakcyjności turystycznej PDI stosowany dla jednostek przestrzennych terytorialnych wielocechowych zakłada ujęcie w ocenie atrakcyjności turystycznej istotnych dla rozwoju turystyki cech. W analizach, w zależności od przyjętego celu głównego badań, pod uwagę brane są m.in. przyrodnicze walory turystyczne, elementy krajobrazu, kulturowe walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne. Istotną właściwością narzędzia PDI jest możliwość charakterystyk liczbowych analizowanych jednostek przestrzennych pod kątem posiadanego potencjału turystycznego. Stosowane





dotychczas, dość subiektywne metody (m. in. analizy SWOT) nie umożliwiały „pełnego” obiektywnego pozycjonowania gmin na tle kraju, województwa czy też w porównaniu z gminami sąsiednimi. Ponadto o wyborze ww. technik zadecydowały następujące czynniki:

- ✓ metodę cechuje przejrzystość w zakresie zastosowanych technik matematycznych, których wyniki pozwalają na porównywanie i rangowanie badanych jednostek przestrzennych na trzech poziomach: cech, działów (np. walory turystyczne, zagospodarowanie turystyczne) i wielkości końcowego miernika atrakcyjności turystycznej;
- ✓ metoda pozwala na obiektywną ocenę atrakcyjności turystycznej jednostek przestrzennych znajdujących się w pewnej zbiorowości;
- ✓ metoda umożliwia klasyfikację i uporządkowanie badanych jednostek pod względem przyjętego kryterium.

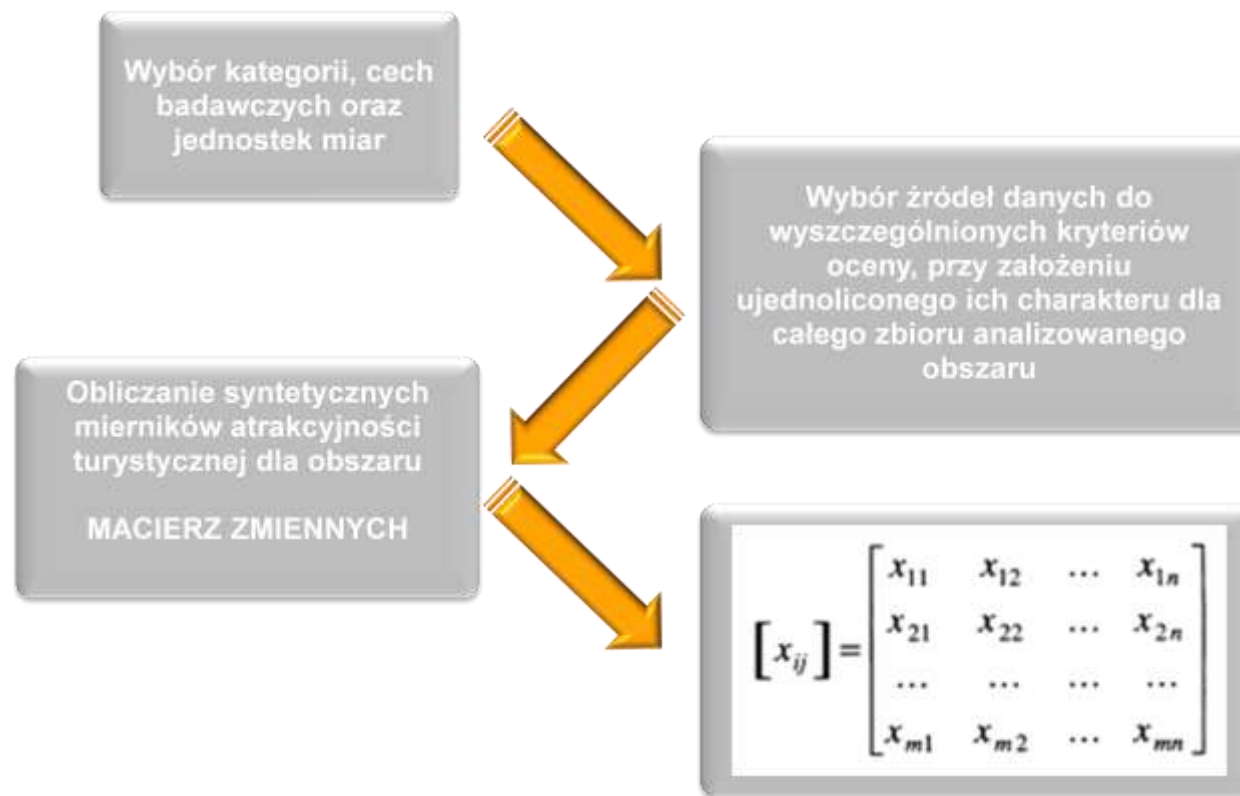
W ocenie atrakcyjności turystycznej powiatu łęczyńskiego na tle województwa lubelskiego uwzględniono typowe, specyficzne cechy środowiskowe Pojezierza jak i całej Lubelszczyzny – przewaga obszarów wiejskich, dominacja walorów przyrodniczych nad kulturowymi.

Specyfika badanego obszaru wykluczyła tym samym uwzględnienie w analizie jednostek pełniących funkcje ośrodków gospodarczych i administracyjnych – powiatów grodzkich. Tak określony obszar oceny umożliwił waloryzację turystyczną powiatu łęczyńskiego na tle pozostałych dziesięciu (19) powiatów ziemskich województwa.

Przeprowadzona ocena opiera się na wielowymiarowej analizie porównawczej, metodzie wykorzystywanej powszechnie dla celów wdrożeniowych czy aplikacyjnych w studiach nad turystyką i wypoczynkiem (Strahl 1978; Rapacz 1997, 2000; Gołembski 1999; Milewski 2005). Procedurę badawczą podzielono na kilka etapów (rys. 32).

Pierwszy etap obejmował wybór kategorii badawczych, ich kryteriów oceny – cech diagnostycznych, przypisanie wag i określenie jednostek miar. W przyjętej metodologii, treści uwzględnione w podjętej analizie zdefiniowano 9 cechami, pogrupowanymi w dwa działy: **Walory turystyczne** i **Zagospodarowanie turystyczne** (Tab. 20). W zależności od charakteru cechy (sposób występowania, skala przydatności dla turystyki) oraz możliwości pozyskania materiałów źródłowych, ujednoliconych dla całego zbioru danych (Lubelszczyzna) walory określające potencjał turystyczny przedstawiono za pomocą różnych wskaźników.



**Rys. 30.** Schemat metodologii oceny

Źródło: Opracowanie własne

Ostatecznie dla każdego analizowanego powiatu zbiór danych składał się z 9 cech diagnostycznych pogrupowanych w 2 działy. Wskaźniki i miernik końcowy przyjmują wielkości liczbowe w zakresie 0,000-1,000 (przy czym 0,000 oznacza brak atrakcyjności a wielkość 1,000 teoretyczną maksymalną atrakcyjność). Analizy statystyczne wykonano przy wykorzystaniu arkusza Excel.



Analizując wyniki podjętej oceny należy pamiętać, iż ocena atrakcyjności jest zadaniem stosunkowo trudnym w geografii turystyki, a podejmowane próby waloryzacji nie zawsze są wolne od subiektywizmu, tak na etapie założeń jak i końcowym (Warszyńska, Jackowski 1979). Badania takie mają jednak duży walor merytoryczny i często aplikacyjny; są jednym z głównym zadań badawczych w nurcie badań nad turystyką i rekreacją (Kurek 2003). Jest to nie mniej ważne w dobie wciąż rosnącej konkurencji na rynku turystycznym wśród jednostek terytorialnych – miast, regionów, a nie tylko podmiotów gospodarczych. Oceny wielkości posiadanego potencjału turystycznego wskazujące jego mocne strony oraz obszary „opóźnione”, niedoinwestowane to podstawowa zaleta podejmowanych w tego typu opracowaniach waloryzacji.

Tab. 20 Cechy decydujące o atrakcyjności i przydatności turystycznej obszaru

LP.	CECHA	JEDNOSTKA MIARY	WAGA
DZIAŁ I Walory turystyczne			0,50
1.	Wskaźnik urzeźbienia*	wielkość liczbowa w skali 0 -1	0,16
2.	Lesistość	% powierzchni powiatu**	0,16
3.	Powierzchnia wód		0,16
4.	Obszary chronione o szczególnych walorach przyrodniczych		0,22
5.	Zespoły oraz pojedyncze dwory i pałace	Liczba obiektów***	0,10
6.	Układy urbanistyczne		0,10
7.	Zabytki sakralne mniejszości wyznaniowych (wyznań wschodnich i judaizmu)		0,10
			0,50
8.	Obiekty noclegowa	Liczba obiektów/10 km ²	0,65
9.	Obiekty gastronomiczne		0,35

Źródło: Opracowanie własne; * obliczenia własne na podstawie Steinhaus (1964), ** - www.stat.gov.pl/bdl; *** na podstawie – Rolskiej-Boruch (2002).



W grupie walorów przyrodniczych uwzględniono udział form użytkowania terenu o podstawowym znaczeniu dla turystyki tj. lasy i wody powierzchniowe. W ocenie topografii terenu użyto wskaźnika urzeźbienia (Steinhaus 1947), który obrazuje atrakcyjność walorów widokowych krajobrazu czy możliwości rozwoju form turystyki kwalifikowanej i rekreacji. W grupie tej uwzględniono również formy ochrony przyrody występujące na badanym terenie (zastosowano procentowy udział tych form w powierzchni powiatu). W ocenie walorów kulturowych uwzględniono ilość obiektów zabytkowych. Posiłkowano się w tym celu inwentarzem topograficznym, który porządkuje i zestawia obiekty zabytkowe w układzie administracyjnym (Rolska-Boruch 2002). Zgodnie z definicją zabytku, zawartą w ustawie o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami (*USTAWA z dnia 18 marca 2010 r. o zmianie ustawy o ochronie zabytków i opiece nad zabytkami*), **zabytkiem** jest „[...] nieruchomość lub rzecz ruchoma, ich części lub zespoły, będące dziełem człowieka lub związane z jego działalnością i stanowiące świadectwo minionej epoki bądź zdarzenia, których zachowanie leży w interesie społecznym ze względu na posiadaną wartość historyczną, artystyczną lub naukową”.

W myśl tej definicji zabytkiem mogą być przedmioty ruchome, jak obrazy, rzeźby, meble czy pojazdy, a także nieruchomości, zarówno budynki, jak i grunty. Należy przy tym pamiętać, iż zabytkiem może być nie tylko pojedyncza nieruchomość - określony budynek mieszkalny, dwór czy kościół, lecz również całe ich zespoły, jak zespół dworko-parkowy czy dawny folwark wraz z zabudowaniami.

W ocenie krajobrazu kulturowego zwrócono uwagę nie na wszystkie obiekty zabytkowe jakie dokumentuje ww. pozycja; wybrano trzy istotne grupy, dla podkreślenia historii i charakteru dziedzictwa kulturowego Lubelszczyzny (Szczęsna, Gawrysiak 2009): zespoły oraz pojedyncze dwory i pałace, układy urbanistyczne oraz zabytki sakralne mniejszości wyznaniowych (wyznań wschodnich i judaizmu). **Założenia dworsko - i pałacowo - parkowe** to kompozycje krajobrazowe dawnych folwarków i posiadłości magnackich, ziemskich; składają się z budynku głównego mieszkalnego i/lub zabudowy gospodarczej oraz zabytkowego parku. **Układem urbanistycznym** jest przestrzenne założenie miejskie, zawierające zespoły budowlane, pojedyncze budynki i formy zaprojektowanej zieleni, rozmieszczone w układzie historycznych podziałów własnościowych i funkcjonalnych, w tym ulic lub sieci dróg. Wśród **zabytków sakralnych mniejszości wyznaniowych** uwzględniono architektoniczne elementy kultury sakralnej judaistycznej i chrześcijaństwa wschodniego – bożnice,





synagogi oraz cerkwie. Są to istotne elementy krajobrazu kulturowego wymagające zidentyfikowania uwzględniając pryzmat wielokulturowości całej Lubelszczyzny, co z kolei jest często podkreślane w charakterystyce potencjału turystycznego województwa lubelskiego.

Stan rozwoju zagospodarowania turystycznego charakteryzowano uwzględniając poziom rozwoju bazy noclegowej i gastronomicznej (Tab. 1). Z uwagi na stosunkowo duże braki w sprawozdawczości GUS, w analizie uwzględniono wyniki badań pierwotnych przeprowadzonych dla całego obszaru (20 powiatów) przy użyciu ujednoliconej metodologii i kryteriów. Badania takie zrealizowano metodą wywiadu i techniką ankietową w starostwach powiatowych województwa lubelskiego w ramach opracowania z 2008 roku - *Audyty turystyczne województwa lubelskiego*⁵⁶. W bazie noclegowej uwzględniono zarówno obiekty noclegowe zbiorowego zakwaterowania (m. in. hotel, motel, pensjonat, ośrodek wypoczynkowy, zajazd, schronisko, kemping) jak i tzw. bazę prywatną – gospodarstwa agroturystyczne i kwatery prywatne. Bazę gastronomiczną – drugi najważniejszy element zagospodarowania turystycznego scharakteryzowano uwzględniając następujące rodzaje zakładów gastronomicznych: restauracje, bary (kawiarnie, puby, pizzerie, cukiernie).

Kolejnym etapem w procesie oceny było przypisanie każdemu działowi i każdemu wskaźnikowi współczynnika wagowego, bowiem cechy składające się na atrakcyjność turystyczną mają zróżnicowaną siłę oddziaływania na obliczenie mierników; zastosowano metodę ekspercką. Założono przy tym, że pomimo subiektywnego charakteru określonych wag, liczba wskaźników przyjętych do badania umożliwi niwelowanie skutków ewentualnych błędnych założeń, a wynik będzie z pewnością bardziej zbliżony do rzeczywistości aniżeli w razie przypisania każdej z cech tej samej wagi. Następnym etapem była normalizacja cech, którą wykonano w celu wyeliminowania ich różnych mian, przyjmując za punkt odniesienia najlepsze wartości cech występujące w analizowanych powiatach. Normalizację przeprowadzono przez porównanie danego powiatu do najlepszego w województwie pod względem analizowanej

⁵⁶ Opracowanie to stanowi jedyne stosunkowo aktualne źródło danych dotyczące zagospodarowania turystycznego dla poszczególnych powiatów a gromadzonych przy zastosowaniu ujednoliconej dla całego województwa metodologii – wywiady i badania ankietowe w starostwach. Jest to najpełniejsze zestawienie bazy noclegowej i gastronomicznej (znacznie bogatsze aniżeli dane GUS) w układzie administracyjnym na Lubelszczyźnie dające obraz zróżnicowania przestrzennego poziomu rozwoju infrastruktury turystycznej; zestawienie to wzbogacone jest ponadto o bazę sektora prywatnego, tj. agroturystykę i kwatery prywatne, pokoje gościnne. Dane w niniejszej waloryzacji powiatu łęczyńskiego zostały dodatkowo uaktualnione na podstawie portali turystycznych oficjalnych stron internetowych starostw powiatowych województwa lubelskiego i materiałów własnych autorów.





cechy. Cecha znormalizowana określa stopień realizacji w danym powiecie najkorzystniejszej wartości cechy. Końcowym etapem procedury waloryzacji było wyznaczenie dla każdego powiatu wielkości potencjałów cząstkowych dwóch działów, które łącznie stanowią o wielkości syntetycznego miernika atrakcyjności turystycznej (Tab. 3).

Jak pokazują wyniki przeprowadzonej analizy (Tab. 21, Rys. 33), z elementów środowiska przyrodniczego, o atrakcyjności powiatu decydują urzeźbienie (zwłaszcza tereny gmin Milejów i Spiczyn – południowa część powiatu) związane z obecnością przełomowej doliny Wieprza. Obliczony wskaźnik urzeźbienia ma wartość 0,24 z możliwego zakresu 0,0-1,0. Powiatami o większym zróżnicowaniu rzeźby są tylko tomaszowski, świdnicki czy kraśnicki. W dobie rosnącego znaczenia form rekreacji zimowych i zwiększonego popytu na „małe” narciarstwo zjazdowe, jest to niewątpliwie duży potencjał dla powiatu do wykorzystania, na przykład w postaci oferty budowy wyciągów narciarskich. Lasy na terenie powiatu zajmują powierzchnię 8 653 ha, co stanowi około 13,6% powierzchni (www.stat.gov.pl/bdl). Wody powierzchniowe (uwzględniono tylko rzeki i wody stałe – jeziora i stawy, jako te, które w największym stopniu stanowią o potencjale rekreacyjnym wodnym), które łącznie zajmują 2% obszaru klasyfikują obszar ten równie wysoko, na 3. miejscu w województwie, po powiecie parczewskim i puławskim. Należy jednak zaznaczyć, że przydatność wód w dwóch ww. powiatach charakteryzuje się znacznie niższymi wartościami i potencjałem rekreacyjnym.





Tab. 21. Dane wyjściowe dla obliczenia wskaźników atrakcyjności turystycznej

	POWIERZCHNIA	LUĐNOŚĆ	WSKAŹNIK URZEŹBIENIA	LESISTOŚĆ	WODY POWIERZCHNIOWE	OBSZARY O SZCZEGÓLNYCH WALORACH PRZYR.	DWORY, PAŁACE I ICH ZESPOŁY	ZABYTKOWE UKŁADY URBANISTYCZNE	ZABYTKOWE OBIEKTY KULTUR RZADKICH	OBIEKTY NOCLEGOWE	OBIEKTY GASTRONOMICZNE
	[km ²]	-	-	[%]			liczba			liczba ⁵⁷	
Bialski	2753,7	114380	0,05	0,26	0,01	0,09	26	1	22	84	67
Biłgorajski	1677,8	103623	0,26	0,38	0,00	0,11	6	3	10	38	48
Chełmski	1779,6	79131	0,23	0,17	0,01	0,43	19	1	11	25	23
Hrubieszowski	1269,5	67640	0,31	0,13	0,00	0,20	18	1	12	26	12
Janowski	875,3	48023	0,21	0,40	0,02	0,63	3	2	0	26	10
Krasnostawski	1137,9	68148	0,18	0,16	0,01	0,22	35	0	4	18	8
Kraśnicki	1005,3	98858	0,43	0,20	0,01	0,24	11	3	4	26	27
Lubartowski	1290,4	89975	0,05	0,21	0,02	0,25	8	6	2	49	15
Lubelski	1679,4	143466	0,24	0,10	0,00	0,18	37	2	1	35	26
Łęczyński	636,7	57148	0,24	0,13	0,02	0,30	10	1	5	28	18
Łukowski	1394,1	108900	0,07	0,21	0,01	0,16	12	5	0	25	25
Opolski	804,1	63168	0,35	0,23	0,02	0,44	10	3	0	23	26
Parczewski	952,6	36484	0,08	0,25	0,03	0,16	8	0	7	20	14
Puławski	933	116028	0,19	0,24	0,02	0,34	17	11	6	111	103
Radzyński	965,2	61645	0,12	0,20	0,01	0,01	14	2	1	10	18

⁵⁷ Opracowanie własne na podstawie *Audyt turystyczny województwa lubelskiego, PART 2008*



Ryki	615,5	58434	0,08	0,21	0,03	0,12	13	5	2	17	40
Świdnicki	469	72446	0,42	0,11	0,01	0,15	13	2	1	11	34
Tomaszowski	1487,1	88200	0,57	0,21	0,01	0,11	12	2	12	56	27
Włodawski	1256,3	39940	0,07	0,38	0,02	0,41	6	1	13	92	17
Zamojski	1872,3	110700	0,56	0,21	0,00	0,28	19	1	6	74	12

Źródło: Opracowanie własne

W powiecie parczewskim wody powierzchniowe twarzą głównie stawy rybne (stawy Sosnowickie oraz zbiornik Siemień) – jest to więc potencjał do wykorzystania jedynie dla małego segmentu rynku. Nie ma możliwości wykorzystania tych akwenów do szeroko pojętego wypoczynku i rekreacji wodnej. Stosunkowo wysoko sklasyfikowany pod tym względem powiat puławski zawdzięcza swą lokatę obecności na jego terenie wód Wisły. Pomimo dużego potencjału krajobrazowego przede wszystkim, ten element wodny powiatu daje niewielkie możliwości budowania atrakcyjnego produktu dla turystyki pobytowej. Stawia to na korzystnej pozycji interesujący nas powiat łęczyński.

Pod względem udziału powierzchni obszarów cennych przyrodniczo, analizowany obszar zajmuje 6. lokatę (Tab. 21). Tereny przyrody chronione prawem zajmują 19 077 ha – 30% powierzchni powiatu; system ochrony uzupełniają pomniki przyrody w liczbie 46 (*Bank Danych Regionalnych GUS*). Należy jednak pamiętać, iż nie uwzględniony w metodologii aspekt jakościowy oceny, spowodował, że nie wyróżniono form ochrony rangi ponadkrajowej – Międzynarodowego Rezerwatu Biosfery „Polesie Zachodnie” – formy ochrony najwyższej kategorii na Lubelszczyźnie. Obszar Rezerwatu zajmuje następujące gminy powiatu: Łęczna, Ludwin, Cyców, Puchaczów. Uwzględnione w ocenie tzw. *obszary cenne przyrodniczo* obejmują w swej kategorii takie formy ochrony przyrody jak: rezerваты przyrody i parki narodowe, parki krajobrazowe, obszary chronionego krajobrazu (*Ustawa z 16 kwietnia 2004 r. o ochronie przyrody*). W analizowanym powiecie łęczyńskim w 2009 roku, największą powierzchnię zajmowały parki krajobrazowe (Nadwieprzański Park Krajobrazowy i Park Krajobrazowy Pojezierze Łęczyńskie) – 13 260 ha, co stanowiło około 28% powierzchni powiatu. Kolejne, pod względem zajmowanej powierzchni formy ochrony



przyrody to obszary chronionego krajobrazu (7350 ha – 11,5%), parki narodowe (Poleski Park Narodowy) i rezerваты, odpowiednio – 0,33% i 0,21% powierzchni powiatu. Tak duży potencjał 1/3 terenów powiatu uwarunkowany obszarami chronionymi stanowić może rdzeń dla rozwoju turystyki związanej z obszarami chronionymi – m.in. turystyki przyrodniczej, ekoturystyki.

Tab. 22. Wielkości mierników cząstkowych dla działów

	Walory turystyczne	Zagospodarowanie turystyczne	Wskaźnik końcowy
Bialski	0,335	0,244	0,290
Biłgorajski	0,370	0,214	0,292
Chełmski	0,417	0,118	0,267
Hrubieszowski	0,338	0,142	0,240
Janowski	0,537	0,199	0,368
Krasnostawski	0,339	0,109	0,224
Kraśnicki	0,406	0,226	0,316
Lubartowski	0,364	0,244	0,304
Lubelski	0,308	0,163	0,235
Łęczyński	0,385	0,356	0,371
Łukowski	0,261	0,155	0,208
Opolski	0,497	0,259	0,378
Parczewski	0,392	0,161	0,277
Puławski	0,554	1,00	0,777
Radzyński	0,210	0,116	0,163



Rycki	0,379	0,357	0,368
Świdnicki	0,305	0,358	0,331
Tomaszowski	0,411	0,263	0,337
Włodawski	0,484	0,443	0,463
Zamojski	0,445	0,236	0,341
ŚREDNIA	0,387	0,268	0,328

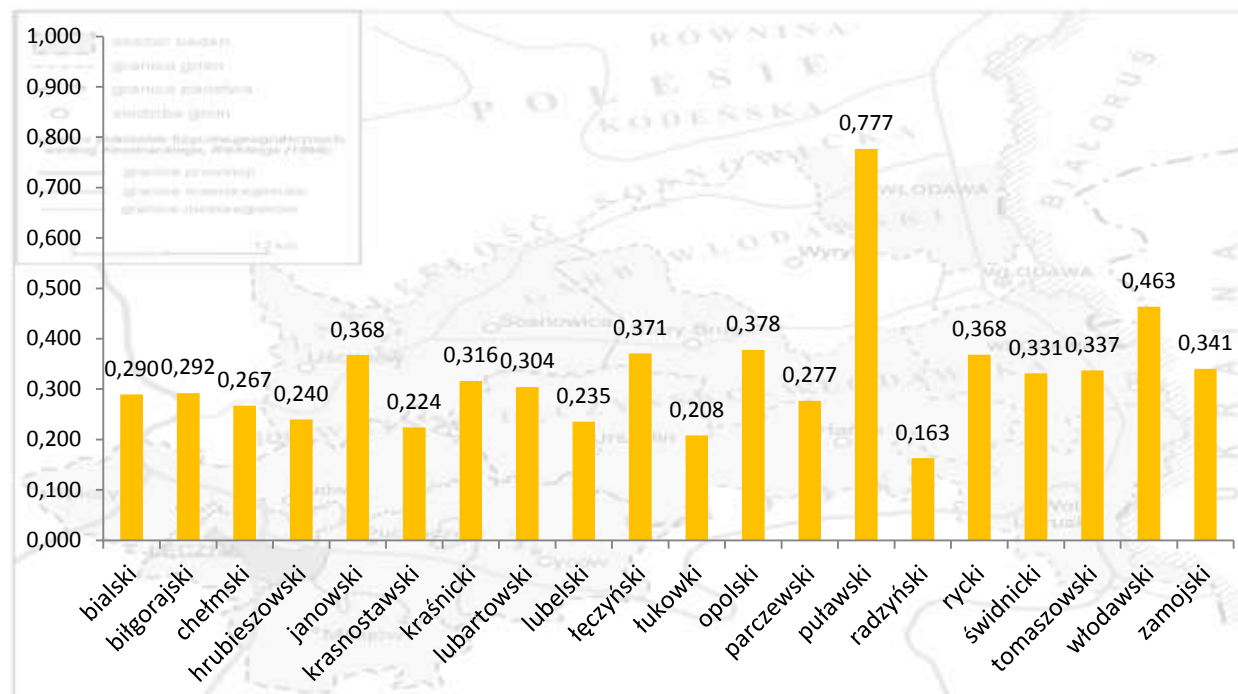
Źródło: Opracowanie własne

W zakresie posiadanego potencjału kulturowego i uwzględnionych w analizie cech, badany obszar wypada również stosunkowo dobrze, zarówno pod względem architektury dworsko-pałacowej jak i założeń miejskich czy obiektów „kultur mniejszości narodowych” świadczących o wielokulturowości tych terenów. Inwentarz topograficzny zabytków Lubelszczyzny (Rolska-Boruch 2002) na analizowanym terenie dokumentuje dziesięć (10) założeń pałacowo- i dworsko-parkowych, dwa zabytkowe układy urbanistyczne - w łącznej, pięć obiektów reprezentujący wielokulturowość regionu.





Rys. 31 Wielkości wskaźników atrakcyjności turystycznej w powiatach województwa lubelskiego



Źródło: Opracowanie własne

Z grupy założeń dworsko-parkowych, na analizowanym terenie zidentyfikowano 8 tego typu obiektów. Były to zespoły dworskie w Świerszczowie, Kaniwoli, Ludwinie, Jaszczowie, Łańcuchowie, Milejowie, Ciechankach, na Podzamczu – obecnie dzielnicy Łęcznej. Założenia pałacowo-parkowe inwentarz (Rolska-Boruch 2002) wykazuje w Kijanach oraz Zawieprzycach. Pewnym wyróżnikiem architektonicznym analizowanego obszaru jest dwór Steckich projektu Stanisława Witkiewicza w Łańcuchowie w stylu zakopiańskim. W Łęcznej charakterystyczny jest zabytkowy układ urbanistyczny wytyczony w XVI w. z inicjatywy Adama Noskowskiego, ówczesnego właściciela miasta. O wielokulturowości



tych terenów świadczy późnobarokowa dawna mansjonaria w Łęcznej, w której obecnie mieści się Muzeum Regionalne oraz mała bożnica zwana domem modlitwy z XIX w. Uzupełnieniem mozaiki kultur na terenie powiatu są trzy cerkwie. Budynki danych cerkwi unickich w Cycowie i Świerszczowie pełnią obecnie rolę kościoła rzymsko-katolickiego, natomiast charakter „wschodni” nadal ma cerkiew prawosławna w Dratowie.

Jak pokazuje zestawienie (Tab. 22), elementy środowiska przyrodniczego i kulturowego uwzględnione w ocenie kształtują dla analizowanego obszaru wielkość potencjału częściowego **Walory turystyczne** na poziomie 0,385 (przy średniej zestawionej dla województwa 0,387). Plasuje to powiat na 10. pozycji wśród powiatów województwa. Powiat łęczyński nie jest obszarem znacznie wyróżniającym się w skali regionu lubelskiego, jednak niektóre cechy środowiska naturalnego wspomniane wyżej, stanowią jego istotny wyróżnik, w oparciu, o który należałoby budować ofertę produktów turystycznych – produktów turystyki aktywnej, przyrodniczej, pobytowej. Można przypuszczać, że wartość krajobrazu kulturowego analizowanego obszaru, by mogła konkurować z pozostałymi terenami Lubelszczyzny w zakresie produktów turystycznych powstałych w oparciu o dziedzictwo kulturowe wymaga niewątpliwie doinwestowania i odpowiedniego zarządzania. Proponuje się, żeby oferty turystyki weekendowej czy pobytowej urozmaicać poprzez wzbogacanie ich o elementy dziedzictwa kulturowego. Dużą rolę przy restauracji i przystosowaniu ww. obiektów do pełnienia funkcji turystycznej przypisuje się władzom lokalnym – gospodarzom.

W aspekcie poziomu bazy materialnej turystyki – obiektów i miejsc noclegowych oraz obiektów gastronomicznych, wyniki analiz na Lubelszczyźnie, w porównaniu z poprzednim potencjałem częściowym – walorami turystycznymi, wykazały znacznie bardziej zróżnicowany obraz. Łączna liczba obiektów noclegowych zestawiona w gminach powiatu wynosi 28. Obszary konkurencyjne z wyższym poziomem rozwoju tego elementu infrastruktury to m.in. powiat puławski (111 obiektów noclegowych), włodawski (92), bialski (84) czy zamojski – 74 obiekty. Wskaźnik gęstości obiektów noclegowych na 10 km² obliczony dla powiatu łęczyńskiego wynosi 0,442. Należy podkreślić, że wskaźniki o wyższej wartości zestawiono tylko dla powiatu puławskiego (1190) i włodawskiego (0,732). Świadczy to o wysokim poziomie rozwoju bazy noclegowej powiatu w skali Lubelszczyzny (3. lokata), zwłaszcza biorąc pod uwagę wielkości wskaźników obliczone dla pozostałych terenów. W ocenie zagospodarowania turystycznego uwzględniono także bazę gastronomiczną. Dla analizowanego powiatu zestawiono 23 obiekty, głównie różnego rodzaju zakłady gastronomiczne. Przyjęty w metodologii oceny wskaźnik gęstości bazy gastronomicznej





klasyfikuje powiat łęczyński na 4. lokacie z miernikiem 0,363. Obszarami z podwyższonymi wartościami wskaźnika gęstości bazy gastronomicznej były tereny powiatów puławskiego, świdnickiego, ryckiego ze wskaźnikami – odpowiednio 1,104, 0,725 i 0,650.

Poziom rozwoju bazy noclegowej i gastronomicznej zadecydował o wielkości cząstkowego potencjału **Zagospodarowanie turystyczne**. Maksymalny wskaźnik dla tego elementu zestawiono dla powiatu puławskiego – maksymalny możliwy – 1,000; stosunkowo wysoki, ale już o ponad połowę mniejszy wskaźnik charakteryzuje powiat włodawski (0,443). Kolejne wielkości mierników są znacznie niższe (tab. 22) – zestawiono je dla powiatów świdnickiego i ryckiego. Dla powiatu łęczyńskiego obliczony miernik ma wartość 0,356 (**5. lokata w województwie**) i jest wyższy od mierników zestawionych na przykład dla powiatu janowskiego, tomaszowskiego czy zamojskiego.

Przyjęte do oceny potencjału turystycznego cechy, łącznie decydują o wielkości końcowego miernika. Jak pokazują przeprowadzone analizy, największy wskaźnik, głównie dzięki wysokiemu poziomowi rozwoju infrastruktury (baza noclegowa i gastronomiczna), określono dla powiatu puławskiego (0,777) (rys. 31). Podwyższone wielkości mierników (z zakresu 0,370 – 0,470) określono dla powiatów: włodawskiego, opolskiego i interesującego nas powiatu łęczyńskiego (tab. 22). Jak pokazuje zestawienie, posiadany przez powiat potencjał turystyczny sklasyfikowano stosunkowo wysoko - na 4. lokacie z wielkością miernika 0,371 z możliwego zakresu 0,000 – 1,000. Powiat włodawski uzyskał wysoką ocenę pod względem walorów turystycznych, w tym głównie przyrodniczych (w tym obszary chronione i lasy). Na stosunkowo wysoką pozycję powiatu opolskiego podobnie istotny wpływ miały walory przyrodnicze (duży udział wód powierzchniowych – Wisła i obszarów chronionych).

O atrakcyjności turystycznej powiatu łęczyńskiego decydują ex quo walory turystyczne i zagospodarowanie turystyczne – poziom rozwoju infrastruktury turystycznej. Mierniki zestawione dla tych dwóch potencjałów cząstkowych mają wielkości powyżej średniej obliczonej dla populacji, przy czym cząstkowy potencjał **Zagospodarowanie turystyczne** oceniono wyżej. W zakresie przyjętych do oceny cech, na terenie powiatu, wyróżnikami na bazie, których należałoby budować w przyszłości produkty turystyczne są przede wszystkim wody powierzchniowe (12





jezior Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego), które należałoby lepiej zagospodarować i rozbudować wokół nich ofertę turystyczną i rekreacyjną. Ponadto elementami wyróżniającymi powiat na terenie Lubelszczyzny są obszary chronione – 1/3 terenów powiatu podlega ochronie prawnej.

7.3 Analiza SWOT w obszarze turystyki

Analiza SWOT stanowi dziś nieodłączny instrument wszelkich procedur zarządzania strategicznego jednostkami terytorialnymi, a szczególnie działań związanych z planowaniem rozwoju społeczno-gospodarczego. Analiza składa się z dwóch części: analizy wnętrza, czyli analizy obszaru pod kątem mocnych i słabych stron oraz analizy otoczenia zewnętrznego, czyli wszelkich czynników, które mają/mogą mieć wpływ na rozwój turystyki w obszarze, a na które obszar nie ma żadnego wpływu. W badaniach dodatkowo została wykonana ocena jakościowa przyjętych do analizy cech (Tab. 23). Zastosowano metodę ekspercką i w zależności od rangi i wielkości zjawiska przyznawano od 1 do 3 punktów bonitacyjnych). Charakter opracowania (wdrożeniowy) wymaga zdaniem autorów podjęcia takich zabiegów dla ułatwienia sformułowania przyszłych działań strategicznych.

W zależności od przewagi czynników pozytywnych lub negatywnych oraz istotnego wpływu *in plus* lub *in minus* otoczenia zewnętrznego, jednostka może znaleźć się w jednej z czterech modelowych sytuacji, determinującej wybór jednej z czterech modelowych strategii (Gierszewska, Romanowska 2003):

- sytuacja SO (strengths and opportunities) – MAXI-MAXI, dotyczy sytuacji z przewagą mocnych stron tak wewnątrz jak z zewnątrz;
- sytuacja WO (weakness and opportunities) – MINI-MAXI, w tym przypadku słabości dominują, ale otoczenie nadal generuje pozytywny układ. Polega na wykorzystaniu tych szans przy jednoczesnym wzmacnianiu pozycji w regionie;
- sytuacja ST (strengths and threats) – MAXI-MINI; zakłada ona istnienie niesprzyjających warunków, które jednak mogą zostać przezwyciężone z uwagi na bardzo wysoki potencjał wewnętrzny - należy wykorzystać atuty jednostki;





- sytuacja WT (weakness and threats) – MINI-MINI. Jednostka w tych warunkach jest pozbawiona jakichkolwiek szans na rozwój – funkcjonuje w nieprzychylnym otoczeniu. Wymagana jest albo likwidacja albo zmiana profilu działalności, branży.

Tab. 23 Analiza SWOT dla rozwoju turystyki na Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim

MOCNE STRONY	Pkt.	SŁABE STRONY	Pkt.
Atrakcyjne położenie geograficzne (bliskość dużych dwóch aglomeracji Lublina i Warszawy);	2	Położenie w mało rozwiniętej gospodarczo części Polski;	-2
Krajobraz naturalny harmonijny, brak większych ognisk antropopresji;	3	Przewaga przyjazdów mieszkańców z sąsiednich powiatów;	-2
Jedyne pojezierze w województwie lubelskim i regionach sąsiadujących (mazowieckim, świętokrzyskim, podkarpackim) oraz dalszych (małopolskie, śląskie, łódzkie);	3	Brak turystycznego wizerunku;	-3
Gęsta sieć czystych jezior (I i II klasa czystości);	3	Niedoinwestowana baza turystyczna;	-3
Wysoki stopień lesistości gmin Pojezierza, zwłaszcza części wschodniej;	3	Brak ogólnodostępnych i kompleksowych informacji na temat Pojezierza, niedostateczna informacja turystyczna;	-2
Korzystny klimat (uśłonecznienie) w tym również antropoklimat;	2	Słabo oznakowane miejsca i obiekty zainteresowania turystycznego;	-1
Występowanie cennych walorów przyrodniczych o	3	niewielka liczba przygotowanych na sprzedaż produktów turystycznych;	-2
		Niedoinwestowana infrastruktura turystyczna w tym baza noclegowa i gastronomiczna;	-3
		Mała liczba rozpoznawalnych produktów turystycznych;	-2
		Brak infrastruktury i informacji przy walorach krajoznawczych,	



randze ponadkrajowej – Międzynarodowy Rezerwat Polesie Zachodnie, park narodowy, parki krajobrazowe i liczne rezerваты przyrody;	3	zwłaszcza kultur „wschodnich”, decydujących o wyjątkowości kulturowej obszaru – pogranicza Słowian Zachodnich i Wschodnich;	-2
Dobry stan środowiska naturalnego (powietrze, gospodarka odpadami);	3	Zły stan nawierzchni dróg gminnych;	-1
Potencjał do rozbudowy bazy turystycznej;	2	Niedostatecznie wykorzystany potencjał związany z agroturystyką i ekoturystyką, brak szerokiej oferty spędzania	
Rozbudowana sieć szlaków turystycznych;	2	czasu wolnego w gospodarstwach;	-2
Tradycje turystyczne obszaru;	2	Brak systemowej współpracy pomiędzy władzami samorządowymi a podmiotami kulturalnymi i turystycznymi, np. Poleski Park Narodowy;	-2
Korzystne warunki do rozwoju przede wszystkim turystyki wypoczynkowej, różnych form turystyki kwalifikowanej, rekreacji i sportu, ekoturystyki i agroturystyki;	3		
RAZEM	+31		- 27



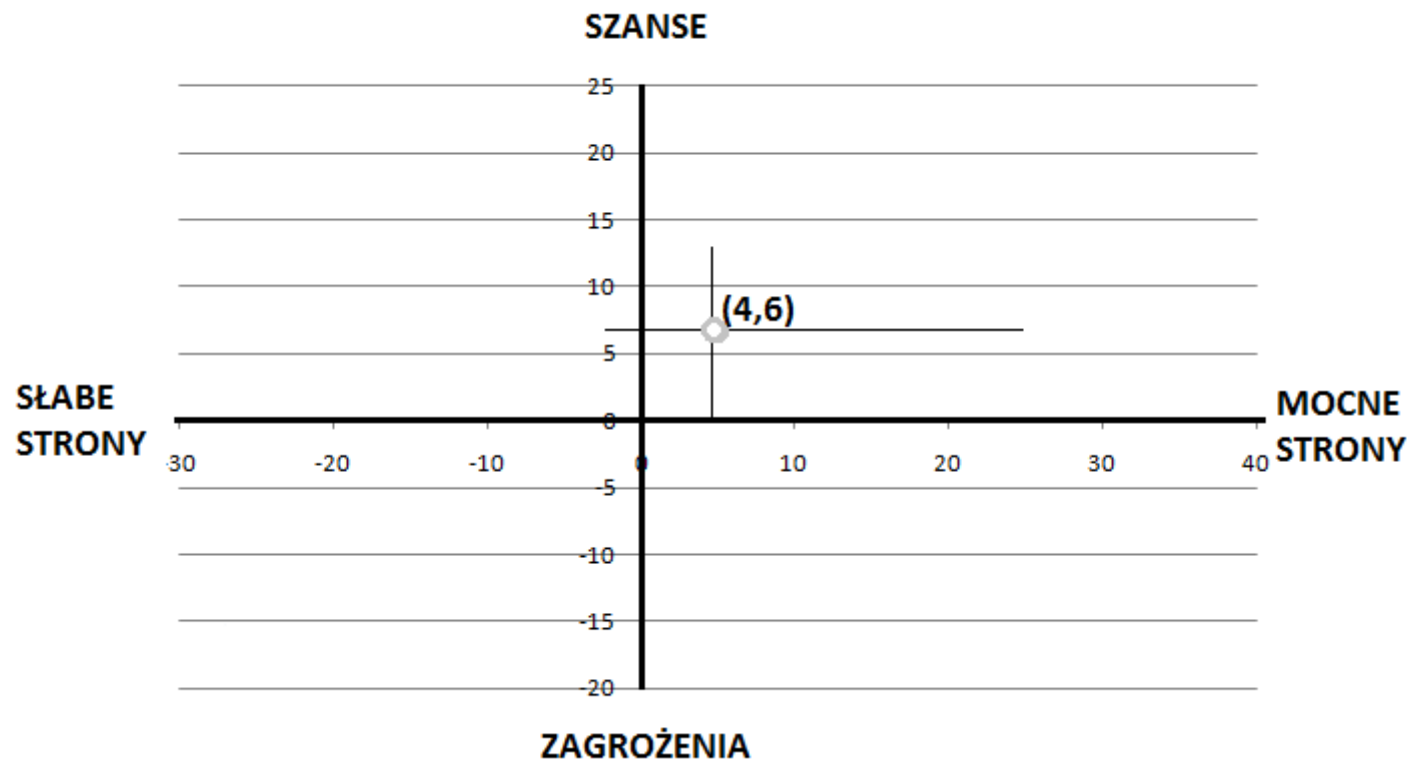


SZANSE		ZAGROŻENIA	
Polityka rozwoju województwa z uwzględnieniem proekologiczna (strategie <i>Ekopolis</i> i <i>Smakuj życie</i>);	3	Niedostateczna rozpoznawalność i popularność względem innych polskich regionów pojeziernych, np. Mazurskiego;	-3
Wzrost nakładów finansowych na rzecz kampanii promującej Polskę Wschodnią;	3	Zagrożenie dla środowiska przyrodniczego w wyniku niekontrolowanego rozwoju funkcji turystycznej;	-2
Wzrost zainteresowania nowymi formami wypoczynku (agroturystyka, ekoturystyka, obserwacje przyrody);	2	Brak dostatecznej opieki na obiektami zabytkowymi;	-1
Wzrost świadomości ekologicznej i polityki rozwoju zrównoważonego;	2	Monotematyczny profil zatrudnienia miejscowej ludności (rolnictwo);	-2
Popularyzacja agroturystyki szansą dla mieszkańców na prowadzenie własnej działalności gospodarczej;	1	Drenaż wykształconych kadr z regionu;	-2
Możliwość pozyskania funduszy unijnych;	3	Brak zainteresowania kapitału zewnętrznego;	-2
Upowszechnienie się form aktywnego wypoczynku;	3	Krótki sezon turystyczny;	-1
Wzrost zainteresowania żywnością ekologiczną oraz kuchnią regionalną;	2	Konkurencyjność ze strony pozostałych obszarów atrakcyjnych Lubelszczyzny.	-3
Zainteresowanie władz samorządowych rozwojem turystyki.	3		
RAZEM	+22	RAZEM	-16





Rys 32. Pozycja strategiczna Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego wyznaczona na podstawie analizy SWOT



Źródło: Opracowanie własne

Z przedstawionego powyżej zestawienia wynika, iż posiadane przez Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie atuty zdecydowanie przewyższają posiadane słabości potwierdzając tym samym zasadność rozwoju funkcji turystycznej na danym obszarze. Bilans mocnych i słabych stron potencjału turystycznego Pojezierza wskazuje, iż atuty tego obszaru dominują nieznacznie nad słabościami (+4). Wśród czynników zewnętrznych – bilans szans i zagrożeń dla



wykorzystania i rozwoju potencjału turystycznego określono podobnie – z przewagą czynników pozytywnych (+6). Interpretacja wyników analizy pozwala stwierdzić, iż posiadany przez Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie potencjał turystyczny może być z sukcesem wykorzystany.

Prezentacja graficzna wyników dokonanej analizy wykazuje, że pozycja strategiczna Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego jest korzystna, gdyż zestawienie mocnych i słabych stron obszaru oraz szans i zagrożeń płynących z otoczenia uplasowało Pojezierze w obszarze **MAXI-MAXI**. Oznacza to **stosunkowo uprzywilejowaną pozycję obszaru na rynku**, którą należy właściwie wykorzystać i podjąć zdecydowane działania rozwojowe (strategia ofensywna). Wyniki badań wskazują jednak wyraźnie, że w zakresie prawidłowego wykorzystania potencjału istnieje potrzeba przeprowadzenia pilnych działań wzmacniających atrakcyjność i likwidujących ewentualne zagrożenia.

Przedstawiona analiza SWOT Pojezierza w obszarze turystyki wskazuje na znaczny potencjał turystyczny. Po przeprowadzeniu oceny poszczególnych elementów składowych analizy wynika, że mocne strony przeważają nad słabymi stronami. Podobnie jest w przypadku szans, które również przeważają nad zagrożeniami. Oznacza to, że analizowany obszar to tereny posiadające pewien interesujący potencjał turystyczny, przy czym widoczny jest znaczny niedorozwój w zakresie funkcjonowania na terenie gminy infrastruktury turystycznej, przede wszystkim bazy noclegowej oraz gastronomicznej. Zdecydowanie wiodącą silną stroną Pojezierza są walory przyrodnicze – krajobraz naturalny, harmonijny bez większych ognisk antropopresji. Obszar wyróżnia się na tle Lubelszczyzny znaczną mozaiką form ochrony przyrody. Jako jedyny fragment regionu lubelskiego, jest obszarem chronionym rangi międzynarodowej (Rezerwat Biosfery Polesie Zachodnie). Za wyjątkowość, jaką należy podkreślić i włączyć do budowanego wizerunku i działań promocyjnych Pojezierza, uznać należy fakt, że stanowi ono jedyne pojezierze (większe zgrupowanie naturalnych akwenów) w Polsce występujące poza południową granicą zasięgu obszarów młodoglacjalnych – pojeziernych (Pojezierza Wschodniobałtyckie i Południowobałtyckie). Dużym atutem Pojezierza jest położenie geograficzne, w stosunkowo niewielkich odległościach między trzema dużymi aglomeracjami – stolicami dawnych województw – Białą Podlaską, Chełmem i Lublinem. Są to ważne dla tego obszaru jak i całej Lubelszczyzny ośrodki emisyjne ruchu turystycznego. W przyszłości, mając na uwadze rozwój sieci drogowej, Pojezierze znajdzie się przy głównym ciągu komunikacyjnym (droga S-12) wiodącym z centralnej Polski (aglomeracja łódzka) na Ukrainę. Podniesie to znacznie dostępność komunikacyjną obszaru i przyczyni się tym samym do wzrostu atrakcyjności turystycznej jak i inwestycyjnej. Wśród słabych stron podkreślić należy niedostateczny poziom rozwoju infrastruktury turystycznej oraz współpracę. Bazę noclegową i gastronomiczną tworzą





przede wszystkim ośrodki i punkty sezonowe, co z jednej strony jest zrozumiałe, ze względu na dość krótki sezon turystyczny na tym obszarze. Sytuację niekorzystną z punktu widzenia dochodów dla władz lokalnych i przedsiębiorców tworzy także sieć rozproszonych i o wątpliwej sytuacji sanitarno-technicznej mozaika drugich domów. Szczególnie mocnymi stronami turystyki na analizowanym terenie, zwłaszcza na obszarze powiatu łęczyńskiego są rozpoczęte inwestycje w zakresie rozwoju infrastruktury turystycznej i paraturystycznej, funkcjonujące już produkty turystyczne, których celem jest stworzenie podwalin do funkcjonowania w przyszłości dobrze rozpoznawalnego obszarowego produktu turystycznego.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że kreowanie produktów turystycznych wymaga podjęcia wielu działań o charakterze systemowym, integrującym zarówno władze powiatowe i gminne, jak też lokalną przedsiębiorczość i społeczność, organizacje non-profit. Wydaje się, iż punktem wyjścia dla rozwoju turystyki na tak rozproszonym i zróżnicowanym funkcjonalnie, systemowo i geograficznie terenie, mógłby być proces budowy produktów turystycznych o charakterze sieciowym; wymaga to jednak dużej integracji społeczności zainteresowanej rozwojem funkcji turystycznej, ale przede wszystkim współpracy. Przy konstrukcji i wdrażaniu takiej wizji rozwoju produktu turystycznego Pojezierza istotnymi wydają się być: wspólna koncepcja funkcjonowania oraz wspólny wyróżnik produktu turystycznego – obszar (marka produktu), sformalizowane lub nieformalne porozumienie partnerów mające na celu uzyskanie przewagi konkurencyjnej, poprawa jakości oferty dzięki konkurencji i współpracy wewnętrznej.

Zidentyfikowane elementy zewnętrzne w analizie - szanse i zagrożenia implikują sytuację przewagi tych pierwszych nad drugimi. Przewaga, choć niewielka, pozwala na zwrócenie uwagi na najistotniejsze działania proturystyczne, które mogą przyczynić się do rozwoju w przyszłości gospodarki turystycznej na terenie Pojezierza. Jednym z ważniejszych zjawisk zachodzących we współczesnym świecie jest wzrost świadomości ekologicznej społeczeństwa, zwracanie uwagi na aktywny sposób spędzania czasu wolnego, odejście od modelu turystyki masowej typu 3xS (Sun, sea, sand) i zainteresowanie rozwojem wewnętrznym, edukacją, przyrodą (system turystyki 3xE – entertainment, excitement, education - rozrywka, emocje, edukacja). Wydaje się, że poprzez umiejętne wykorzystanie aparatu finansowego w ramach programów zewnętrznych, Pojezierze, po odpowiednim zagospodarowaniu posiadanych walorów turystycznych może być doskonałym miejscem recepcji ruchu turystycznego pobliskich aglomeracji, sąsiednich województw. Szczególnie duży potencjał można odnaleźć w zakresie przyszłej obsługi turystycznej turystów z Ukrainy. Istotnym mankamentem terenów Pojezierza jest





posiadanie wizerunku o niskim poziomie rozpoznawalności wśród mieszkańców Polski. Istotną szansą dla Pojezierza jest fakt, iż na terenach konkurencyjnych Lubelszczyzny nie funkcjonuje jeszcze żaden systemowy zintegrowany produkt turystyczny – obszar, wykorzystujący model produktu sieciowego.

8. Ruch turystyczny jako wskaźnik wykorzystania potencjału turystycznego Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego

Ruch turystyczny traktowany jest jako obiektywnie i realnie istniejące zjawisko społeczne, zachodzące w konkretnym miejscu i czasie. Złożoność jego uwarunkowań i tym samym sposób ujęcia ów pojęcia sprawia, iż jest trudne do zdefiniowania. Matczak (1992) definiuje ruch turystyczny jako „pokonywanie odległości między miejscem zamieszkania a miejscem docelowym wraz z zespołem wpływu, jaki pozostawia się na otoczenie ekonomiczne, społeczno-kulturowe obszaru recepcji turystycznej”. Cechą typową ruchu jest dobrowolny i czasowy charakter. Warszyńska (2003), ruch turystyczny definiuje jako „rzeczywiste zjawisko społeczne o określonych cechach, takich jak wielkość, struktura czy rytm, rozmieszczenie przestrzenne”.

Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie już od lat 60. XX wieku stanowiło teren licznych wycieczek. Jako obszar atrakcyjny turystycznie w skali ówczesnego województwa lubelskiego region został szczegółowo rozpoznany przez organizacje społeczne zajmujące się turystyką socjalną jak i przez ośrodki badawcze (Anasiewicz 1976). Wilgat (1971), analizując zagadnienie terenów rekreacyjnych województwa lubelskiego jako jeden z pierwszych zwrócił uwagę na Pojezierze jako region licznie odwiedzany przez turystów jednodniowych i wyróżnił ten obszar jako jeden z głównych rejonów turystyki rekreacyjnej województwa.

Obecnie rozpatrując ruch krajowy na terenie Pojezierza można w nim wydzielić trzy grupy zjawisk. Pierwszą stanowią przyjazdy, podczas których turyści korzystają z bazy noclegowej zbiorowego zakwaterowania oraz kwater prywatnych i agroturystyki. Druga grupa to przyjazdy, podczas których przyjezdni korzystają z drugich domów; największe natężenie tego zjawiska występuje na terenie gminy Ludwin. Trzecia grupa to tzw. odwiedzający jednodniowi, głównie mieszkańcy Lublina, Chełma, a nawet Zamościa.





Przystępując do analizy ruchu turystycznego na terenie Pojezierza korzystano z indywidualnych właściwości tego zjawiska. Powszechnie podstawowym miernikiem obrazującym stan rozwoju zjawisk turystycznych na danym obszarze stanowi wielkość i struktura ruchu turystycznego. Ich określenie pośrednio obrazuje atrakcyjność turystyczną regionu, pozwala oszacować poziom rozwoju funkcji turystycznej. Badania wielkości i struktury ruchu turystycznego na terenie Pojezierza podjęto w gminach położonych w całości na ww. regionie (Ludwin, Urszulin, Hańsk, Stary Brus, Wola Uhruska, Włodawa), pozostałych gminach powiatu łęczyńskiego (Cyców, Milejów, miasto i gmina Łęčna, Puchaczów, Spiczyn) oraz tych, których obszar częściowo nawiązuje do tego terenu, ale obecność i duże znaczenie kompleksów wodnych tych gmin w kształtowaniu przestrzeni turystycznej Pojezierza pozwala zaliczyć je do ważnych obszarów wodno-rekreacyjnych międzyrzecza Wisły i Bugu (gmina Uścimów z kompleksem jezior w miejscowości Głębokie oraz zbiornikiem Krasne i gmina Sosnowica). W celu charakterystyki ruchu turystycznego – efektywności wykorzystania potencjału turystycznego regionu posłużyły dane statystyczne GUS. Pomimo pewnej ułomności sprawozdawczej jest to jedyne źródło danych, które w skali powiatu czy województwa ukazuje poziom rozwoju zjawiska turystyki.

Analiza danych zawartych w statystyce GUS wykazuje, iż w 2009 roku na analizowanym obszarze (gminy Pojezierza oraz gminy powiatu łęczyńskiego) z noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania skorzystało 24 249 turystów, co stanowiło około 8% osób jakie odwiedziło w 2009 roku Lubelszczyznę z przynajmniej jednym noclegiem (tab. 24).

Z uwagi na niedoinwestowanie turystyczne części obszaru Pojezierza (w pięciu gminach statystyki GUS nie rejestrują obiektów zbiorowego zakwaterowania – tab. 22) zdecydowana większość turystów zatrzymywała się w kilku gminach o tradycjach turystycznych. Były to Sosnowica, Włodawa, Uścimów, Ludwin i Urszulin. Zdecydowanie najatrakcyjniejszym obszarem w świetle wykorzystania miejsc noclegowych jest gmina Włodawa, która dysponuje także największą bazą noclegową (2321 miejsc noclegowych). W analizowanym roku gminę odwiedziło prawie 20 000 osób co stanowiło około 80% turystów Pojezierza i 3% osób jakie odwiedziło Lubelszczyznę (włączając w to duże miasta, które są głównym miejscem recepcji turystycznej regionu lubelskiego). Kolejne gminy odnotowały już znacznie mniej turystów. W Sosnowicy z noclegów skorzystało ponad 3 tys. osób; trzykrotnie mniej w gminie Uścimów, natomiast pozostałe stosunkowo atrakcyjne obszary Pojezierza (Ludwin, Urszulin) w świetle danych GUS rejestrowały po około 500 przyjezdnym. Znacznie mniej atrakcyjne turystycznie wydają się być obszary gminy Spiczyn, Wola Uhruska i Stary Brus.





Na Pojezierzu, wśród korzystających z bazy noclegowej zbiorowego zakwaterowania przeważali Polacy – w 2009 roku stanowili oni 99% wszystkich korzystających. Atrakcyjność w skali międzynarodowej wykazały tylko nieliczne tereny Pojezierza; wśród korzystających z noclegów turystów zagranicznych, najchętniej wybierane były tereny gminy Włodawa (ponad 200 przyjezdnych z zagranicy); znacznie mniej osób zatrzymywało się w Spiczynie i Urszulinie (po około 25).

Tab. 24. Ruch turystyczny na obszarze objętym analizą w 2009 roku

Gminy	Liczba turystów korzystających z noclegów		Liczba udzielonych noclegów	
	Ogółem	W tym turyści zagraniczni	Ogółem	W tym turystom zagranicznym
Cyców	-	-	-	-
Ludwin	486	-	4124	-
Milejów	-	-	-	-
Puchaczów	-	-	-	-
Łączna	-	-	-	-
Spiczyn	168	24	868	48
Włodawa	19 542	211	98 984	259
Urszulin	453	25	2046	69
Stary Brus	6	-	6	-
Hańsk	-	-	-	-
Wola Uhruska	14	-	14	-
Sosnowica	3 449	-	12 159	-
Nowy Uścimów	1131	-	6 501	-
Razem	24 249	260	124 702	376
Województwo lubelskie	652 245	79 121	1 602 459	124 202

Źródło: Opracowanie własne na podstawie GUS

W 2009 roku liczba udzielonych noclegów na analizowanym obszarze wyniosła 124 702, co stanowiło prawie 8% wszystkich noclegów udzielonych na Lubelszczyźnie w 2009 roku; zaznaczyło się przy tym duże zróżnicowanie przestrzenne zjawiska. Zdecydowanie jako najatrakcyjniejsza wypada gmina



Włodawa – prawie 100 000 udzielonych noclegów, co oznacza średnią długość pobytu 5,2 dnia. Jest to zatem gmina o typowych funkcjach wypoczynkowych, w której występuje turystyka długookresowa (podróże z co najmniej czterema noclegami). Do tej grupy gmin, zaliczono ponadto Ludwin, Uścimów, Spiczyn i Urszulin. Obliczone dla nich średnie długości pobytu wynoszą odpowiednio – 8,4, 6,0, 5,2 i 4,4. Wśród gmin Pojezierza wyróżnia się Ludwin, gdzie turystyka pobytowa trwała średnio dłużej niż jeden tydzień. W 2009 roku na terenie tej gminy udzielono ponad 4000 noclegów, podczas gdy w gminie Uścimów około 6500, w Urszulinie natomiast około dwóch tysięcy, a najmniej w gminie Spiczyn – 868 noclegów. Zjawisko turystyki długookresowej wydaje się być stosunkowo korzystnym, pozwala bowiem organizacjom zarządzającym turystyką na tych terenach na tworzenie i dopasowanie do turystów odpowiedniej oferty produktów turystycznych. Dłuższe pobyty wiążą się także z większymi dochodami dla podmiotów lokalnej gospodarki turystycznej. Ogólnie na całym analizowanym obszarze, wśród gmin z obiektami noclegowymi zbiorowego zakwaterowania średnią długość pobytu oszacowano na 4,3 dnia. Były to zatem pobyty określone w statystykach turystyki jako długookresowe. W 2009 roku turystom zagranicznym udzielono 376 noclegów; stanowiło to niespełna 1% noclegów ogółem - wartość podobna jak w przypadku liczby korzystających z noclegów turystów zagranicznych.

Znaczenie ruchu turystycznego

Podstawowymi wskaźnikami obrazującymi stopień wykorzystania miejsc noclegowych są ***wskaźniki intensywności ruchu turystycznego Charvata i wskaźnik funkcji turystycznej Schneidera***.

Znaczenie ruchu turystycznego gmin regionu określono posługując się wskaźnikiem intensywności ruchu turystycznego Charvata. **Intensywność odwiedzin (ruchu turystycznego) według Charvata (T_{ch})** – jest to stosunek liczby udzielonych noclegów na danym terenie do liczby ludności zamieszkującej ten teren. Wskaźnik ten można liczyć dla różnych przedziałów czasowych.

$$T_{ch} = \frac{L_{un}}{P} 100$$

gdzie:

L_{un} – liczba udzielonych noclegów na danym terenie,





P – liczba ludności miejscowej.

Zgodnie z literaturą przedmiotu (Lijewski i in. 2002), wartości **wskaźnika intensywności ruchu turystycznego Charvata** powyżej wielkości 100 oznaczają istotne znaczenie zjawisk turystycznych w strukturze funkcjonalnej miejscowości czy obszaru.

Strona | 206

W świetle wielkości ww. wskaźnika, o dużym znaczeniu ruchu turystycznego możemy mówić w przypadku trzech z analizowanych pod tym względem 13 gmin (tab. 25). Największą intensywnością ruchu turystycznego (wskaźnik Charvata nawet powyżej 1000) charakteryzowała się gmina Włodawa (wskaźnik 1584,48). Ponadto wartości wskaźnika powyżej wielkości progowej (100) zestawiono dla dwu kolejnych jednostek, tj. Sosnowicy i Uścimowa, odpowiednio 434,94 i 176,44. Stosunkowo niewielkie znaczenie turystyki określono w gminie Ludwin i Urszulin. Cały region Pojezierza charakteryzuje się wskaźnikiem rzędu 292,77 – turystyka odgrywa istotną rolę w strukturze funkcjonalnej regionu.

Tab. 25. Wybrane wskaźniki ruchu turystycznego

Gminy	Wskaźnik Charvata	Wskaźnik Schneidera	Średnia długość pobytu
Ludwin	82,20	9,72	8,4
Spiczyn	16,03	3,00	5,2
Włodawa	1584,48	315,28	5,2
Urszulin	47,44	10,75	4,4
Stary Brus	0,27	0,27	1,0
Wola Uhruska	0,32	0,32	1,0
Sosnowica	434,94	126,86	3,4
Uścimów	176,44	29,86	6,0
Ogółem	292,77	62,00	4,3

źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS-u.

Stopień rozwinięcia funkcji turystycznej w gminach Pojezierza określono wykorzystując **wskaźnik Schneidera. Intensywność odwiedzin (ruchu turystycznego) według Schneidera (T_{sch})** – jest to stosunek liczby gości na danym terenie do liczby ludności miejscowej.





$$T_{Sch} = \frac{G}{P} 100$$

gdzie:

G – liczba gości na danym terenie,

P – liczba ludności miejscowej.

Podobnie jak w przypadku wskaźnika Charvata, wielkość 100 jest progową, decydującą o rozwiniętej bądź w fazie rozwoju funkcji turystycznej obszaru.

W przypadku całego analizowanego obszaru, w świetle wyników badań, możemy mówić o fazie wstępnej rozwoju funkcji turystycznej. Wielkość średnia wskaźnika obliczona dla wszystkich gmin wynosi 62,00. Z wyjątkiem Włodawy i Sosnowicy, wszystkie pozostałe gminy Pojezierza uzyskały wartości wskaźnika Schneidera znacznie poniżej 100, co świadczy (w aspekcie wielkości tego wskaźnika) o niewielkim znaczeniu ruchu turystycznego w funkcjonowaniu badanego obszaru. Dla Włodawy, w której koncentrowało się prawie 4/5 turystów całego Pojezierza, wartość wskaźnika Schneidera wynosiła 315,28. Progową wartość 100 przekroczone także w gminie Sosnowica (wskaźnik 126,86).

Podsumowanie

Przeprowadzona analiza ruchu turystycznego Pojezierza pozwala na sformułowanie następujących wniosków:

- ruch turystyczny na badanym obszarze koncentruje się przede wszystkim w kilku gminach, co związane jest ze stosunkowo dobrze rozwiniętą bazą noclegową;
- goście krajowi stanowili zdecydowaną większość odwiedzających Pojezierze w 2009 roku;
- ruch turystyczny na terenie Pojezierza jest przede wszystkim wypadkową walorów turystycznych wypoczynkowych i równorzędnie bazy noclegowej, co ma wpływ na rozkład przestrzenny tego zjawiska;
- dominują długookresowe pobyty wczasowe – wypoczynek w lesie, nad jeziorami (średnia długość pobytu wynosi od 3 do ponad 7 dni);
- ruch turystyczny na przeważającej części regionu ma stosunkowo duże znaczenie, o czym świadczą wartości wskaźników ruchu turystycznego;





- istnieje wyraźna wprost proporcjonalna zależność pomiędzy obecnością akwenów o charakterze rekreacyjnym i dużym wokół nich nagromadzeniu miejsc noclegowych, a wielkością ruchu turystycznego oraz znaczeniem tego ruchu w funkcjonowaniu obszaru.

9. Audyt produktów turystycznych Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego

Produkt turystyczny oznacza ogół dóbr i usług tworzonych i kupowanych w związku z wyjazdem turystycznym. Dzięki odpowiedniej filozofii funkcjonowania może stać się markowym i tym samym odróżniać się od konkurencji. Do elementów wspierających produkt należą specyficzne korzyści motywujące turystę do zakupu, odpowiednia nazwa, logo oraz System Identyfikacji Wizualnej. Markowy produkt turystyczny powinien pozostać w pamięci konsumenta jako produkt unikalny i ma sprawić, aby turysta chciał wrócić na Pojezierze Łęczyńsko – Włodawskie i rekomendować je innym.

9.1. Produkt turystyczny w regionie i jego specyfika

Definicja produktu w koncepcji marketingowej określa wszystko to, co można zaoferować na rynku do użytku w celu zaspokojenia potrzeb nabywców. Każda oferta będąca przedmiotem wymiany rynkowej stanowi produkt. Może nim być przedmiot materialny, usługa, miejsce, projekt technologiczny, idea, pod warunkiem, że istnieje na niego społeczne zapotrzebowanie.

Specyficznym produktem jest **produkt turystyczny**, definiowany najczęściej jako „dostępny na rynku pakiet materialnych i niematerialnych składników umożliwiających realizację celu wyjazdu turystycznego i osiągnięcie satysfakcji przez kupującego, a także zapewnienie korzyści ekonomicznych dla sprzedającego⁵⁸”.

⁵⁸ Mikuta B., Żelazna K., *Problematyka wstępna-istota i znaczenie turystyki* [w:] Organizacja ruchu turystycznego na wsi, Wyd. Format-AB, Warszawa 2004





Produkt turystyczny jest pojęciem obszernym i bardzo trudnym do zdefiniowania. Źródła podają wiele różnych definicji. Różnią się w zależności od autora, jego teorii, zainteresowań, intencji.

Według Middleton'a „z punktu widzenia potencjalnego klienta rozważającego dowolną formę podróży, produkt może być zdefiniowany jako pakiet składników materialnych i niematerialnych, opartych na możliwościach spędzenia czasu w miejscu docelowym. Pakiet jest postrzegany przez turystę jako przeżycie dostępne za określoną cenę⁵⁹”.

Middleton wyróżnia pięć głównych składników produktu:

1. atrakcje i środowisko miejsca docelowego,
2. infrastruktura i usługi miejsca docelowego obejmujące:
 - bazę noclegową, np. hotele, apartamenty, schroniska, wioski wakacyjne, kempingi
 - bazę gastronomiczną, np. restauracje, bary, kawiarnie
 - transport w miejscu docelowym, np. taksówki, wynajem samochodów, rowerów autokary, wyciągi narciarskie
 - aktywny wypoczynek, np. szkoły żeglarskie, szkółki narciarskie, kluby golfowe
 - inne oferty, np. szkoły języków obcych, kursy rękodzieła
 - sprzedaż detaliczna, np. sklepy, agencje turystyczne, pamiątki
 - inne usługi, np. informacja, zakłady fryzjerskie, wypożyczalnie sprzętu, policja turystyczna,
- 3) dostępność miejsca docelowego obejmująca:
 - infrastrukturę, m. in. porty lotnicze, drogi, koleje, porty morskie, ośrodki żeglarskie
 - sprzęt, m. in. wielkość, szybkość i zasięg pojazdów transportu publicznego

⁵⁹ Gołembski G. (red.), *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wyd. PWN, Warszawa 2005





- czynniki eksploatacyjne, m. in. trasy, ceny, częstotliwość połączeń
- regulacje rządowe dotyczące działalności transportowej,

4) wizerunki i postrzeganie miejsca docelowego - elementy silnie wpływające na decyzje zakupu, mające w turystyce charakter motywatora,

5) cena płacona przez konsumenta - suma kosztów przejazdu, zakwaterowania i wybranych usług oraz atrakcji, które znajdują się w miejscu docelowym; cena w turystyce jest kategorią bardzo szeroką i złożoną; zależy od wielu czynników, m. in. od sezonu, kursu wymiany walut w turystyce zagranicznej, środka transportu, przebytych odległości i wyboru obiektów i usług.

- Według Courtisa produktem turystycznym są „różne towary i usługi oferowane przez przedsiębiorstwa turystyczne”⁶⁰;
- Kaspar i Kunz produktem turystycznym nazywają „komplet przedmiotów materialnych i usług, które turysta w czasie swojej podróży wykorzystuje lub konsumuje”⁶¹;
- G. Gołembski określa produktem turystycznym „wszystkie dobra i usługi tworzone i kupowane w związku z wyjazdem poza miejsce stałego zamieszkania i to zarówno przed rozpoczęciem podróży, w trakcie i w czasie pobytu poza swoją rodzinną miejscowością”⁶².
- Według Kotlera produkt turystyczny jest to wiązka fizycznych, usługowych i symbolicznych elementów i właściwości, składających się na osiągnięcie zarówno satysfakcji przez kupującego, jak i korzyści ekonomicznych dla sprzedającego;

Na tak zdefiniowany produkt turystyczny składają się podstawowe oraz komplementarne dobra, urządzenia i usługi. Kategorie ekonomiczne wyróżniają podstawowe dobra i urządzenia turystyczne, obejmujące walory turystyczne (naturalne i antropogeniczne) oraz dobra i urządzenia komplementarne, czyli sieć transportową, bazę noclegową, żywieniową i towarzyszącą o charakterze materialnym. Usługami turystycznymi nazywamy

⁶⁰ Courtis M.H., Marketing Techniques, “Tourism Industry Travel World”, May 1968

⁶¹ Kaspar C., Kunz B. R., *Unternehmensführung im Fremdenverkehr*, Stuttgart-Bern 1982

⁶² Gołembski G. (red.), *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2005





społecznie pożyteczne czynności służące zaspokajaniu potrzeb turysty. Usługi podstawowe umożliwiają dojazd, pobyt oraz powrót z miejsca czasowego pobytu. Są one świadczone przez komplementarne dobra i urządzenia turystyczne zdefiniowane powyżej. Natomiast usługi komplementarne ułatwiają dostęp do walorów (podstawowych dóbr) oraz dostarczają rozrywki.

Kaczmarek i współautorzy proponują następującą klasyfikację produktów turystycznych według następujących kategorii:

1. rzecz - dobro materialne funkcjonujące samodzielnie; najczęściej jest jedynie dodatkiem do innych produktów,
2. usługa - pojedyncza usługa turystyczna, np. transportowa, hotelarska, gastronomiczna, przewodnicka,
3. wydarzenie - produkt niecodzienny, wyjątkowy, często cykliczny związany z konkretnym miejscem i czasem; cechą charakterystyczną jest spójność organizacyjna oraz tematyczna,
4. obiekt - produkt o charakterze punktowym, w którym występuje główna atrakcja, najczęściej wraz z usługami towarzyszącymi,
5. szlak - produkt liniowy z oznakowaną trasą; połączone ze sobą obiekty lub miejsca o wspólnej tematyce wraz z infrastrukturą wzdłuż szlaku,
6. obszar - zbiór elementów w danym regionie, powiecie, miejscowości, parku narodowym, które zostały wyróżnione ze względu na lokalizację w pobliżu walorów turystycznych⁶³.

Wszystkie kategorie produktów turystycznych można zaklasyfikować w tzw. piramidzie kategorii produktów turystycznych. Do produktów prostych należą produkty z kategorii: rzecz i usługa. Pierwszy poziom integracji obejmuje produkty proste wraz z organizacją i zaliczamy do niego kategorie: wydarzenie i impreza. Do drugiego (najwyższego) poziomu integracji należą produkty: obiekt, szlak, obszar. W ich skład wchodzi produkty proste wraz z organizacją i lokalizacją.

⁶³

Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny*, Wyd. PWE, Warszawa 2005





Na potrzeby opracowania audytu przyjęto definicję produktu turystycznego K. Łopacińskiego jako oryginalną koncepcję tego, co turysta kupuje (wąskie znaczenie), a także kompozycję tego, co turysta czyni oraz walorów, urządzeń i usług, z których korzysta w czasie podróży i w miejscu przeznaczenia (szerokie znaczenie), w przełożeniu na przedstawione powyżej kategorie produktów. Na potrzeby Raportu produktem turystycznym określane będą także wszystkie pomysły determinujące napływ turystów do regionu i poszczególnych miast.

9.2. Cele i metodologia audytu

Zgodnie z przyjętą i stosowaną metodologią, przeprowadzony audyt jest oceną aktualnego stanu rozwoju lokalnych produktów turystycznych, a w konsekwencji – szeroko pojętej atrakcyjności turystycznej obszaru. Szczegółowa analiza i weryfikacja pozwala na wyprowadzenie wniosków i wytycznych odnośnie kreacji nowych produktów turystycznych oraz udoskonalania obecnej oferty.

Audyt obejmuje obszar powiatu łęczyńskiego (gminy: Cyców, Ludwin, Łęczna, Spiczyn, Milejów, Puchaczów), część powiatu włodawskiego (gminy: Hańsk, Stary Brus, Urszulin, Włodawa (wiejska), Wola Uhruska), parczewskiego (gmina Sosnowica) i lubartowskiego (gmina Uścimów).

Istniejące produkty turystyczne na Pojezierzu Łęczyńsko – Włodawskim oraz w najbliższej okolicy, w powiązaniu z ich umiejscowieniem w przestrzeni oraz oceną potencjału jaki przedstawiają, zaprezentowane zostały w kolejnych podrozdziałach. Obejmują one charakterystykę produktu oraz informację o tym, z jakich walorów i z jakiego rodzaju infrastruktury korzystają najczęściej zainteresowani nim turyści. Wskazują one także na obecnych i możliwych użytkowników produktu (rynkı docelowe) oraz potencjał produktu.





9.3. Produkty turystyczne powiatu Łęczyńskiego

Międzynarodowy Instytut Szlaków Kulturowych przy Międzynarodowej Radzie Ochrony Zabytków (ICOMOS). Według niego jest to lądowy, wodny lub mieszany rodzaj szlaku, który przez fizyczne oznaczenie i posiadanie historycznej dynamiki i funkcjonalności, ukazuje rozwój ludzkości. Ów progres polega na nieustannej i wielowymiarowej wymianie dóbr, idei, wiedzy i wartości pomiędzy regionami czy krajami, co skutkuje wzajemną interakcją kultur w przestrzeni i czasie. Odbiciem tego zjawiska jest materialne lub niematerialne dziedzictwo⁶⁴.

Szlak Kulturowy „Magia Miejsc” jako zintegrowany produkt turystyczny obejmuje wydarzenia, imprezy, usługi, rzeczy i obiekty na terenie powiatu łęczyńskiego. Głównymi atrakcjami w gminie Łęčna jest Muzeum Regionalne – Oddział Muzeum Lubelskiego, zabytki architektoniczne oraz ciekawe wydarzenia: Noc Świętojańska, Festiwal Ginących Kultur, Jarmark Łęczyński, Plener Malarski. Gmina Ludwin posiada wysoką pozycję na turystycznej mapie Lubelszczyzny ze względu na walory wypoczynkowe, krajoznawcze i specjalistyczne. Nad jeziorem Piaseczno odbywa się w sezonie szereg plenerowych imprez, np. Festiwal Szantowy, zawody wędkarskie, Festiwal Pieśni Prawosławnych w zabytkowej cerkwi w Dratowie. Na terenie gminy Puchaczów znajduje się ciekawostka architektoniczna w postaci skrzyżowania kanału Wieprz-Krzna z rzeką Świnką. Najbardziej innowacyjne usługi turystyczne na Lubelszczyźnie posiada gospodarstwo aero-turystyczne posiadające ofertę dla pasjonatów sportów powietrznych. Magię miejsca w gminie Milejów można poczuć w Grodzie Słowiańskim „Choina – Horodyszcze” w Wólce Bieleckiej. Przy rekonstruowanym grodzisku słowiańskim organizowane są widowiska plenerowe oraz warsztaty o wysokim poziomie edukacyjnym i poznawczym. W gminie Cyców odbywa się rekonstrukcja bitwy cycowskiej. Jest to impreza na pamiątkę bitwy polsko-bolszewickiej stoczonej 16 sierpnia 1920 roku pod Cycowem. Obszar gminy Spiczyn przecinają dwie największe rzeki Wyżyny Lubelskiej: Wieprz i Bystrzyca. Ich doliny stanowią korytarz ekologiczny o randze krajowej. „Centrami” turystycznymi są Kijany i Zawieprzyce. Ciekawym wydarzeniem inspirowanym kulturą materialną i duchową plemienia Słowian jest Majówka Słowiańska w Zawieprzycach.

⁶⁴ International Scientific Committee on Cultural Routes (CIIC), *Annual Meeting Report*, Attachment 2, ICOMOS 2003 [http://www.icomos-ciic.org?INDEX_ingl.htm]





Rys. 33 Mapa Szlaku Kulturowego „Magia Miejsc”



Źródło: Internet, <http://spiczyn.powiatleczyński.pl/baza,show,279,szlak-turystyczny-magia-miejsc.html>

Cena, jaką ponosi turysta korzystając i przebywając w danych punktach na Szlaku, jest całkowicie zależna od jego konkretnych wyborów i preferencji. Odpłatne są usługi noclegowe, gastronomiczne, edukacyjne i sportowe, natomiast uczestnictwo w imprezach, wstęp na teren większości zabytków są bezpłatne.



W miejscowości Wólka Bielecka znajduje się **Gród Słowiański „Choina – Horodyszczę”** - replika wczesnośredniowiecznego grodu z X wieku. Nazwa nawiązuje do lokalnych określeń: „choina” – miejsce, „horodyszczę” – gród. Obecnie odtworzone są wały, fosy, „płot polski”, przykopa, brama wieżowa i tunelowa, ostrokół, półziemianki, studnia, świątynia i czterometrowy posąg Świętowita. Przed grodem ulokowano wioskę rzemieślniczą ze stanowiskami: krzemieniarstwo, garncarstwo, tkanie krajek, stanowisko pisarskie, łucznicze, stanowisko wykonywania uzbrojenia oraz kuchnia słowiańska, wikińska i wczesnośredniowieczna. Słowiańskie potrawy wykonywane są wczesnośredniowiecznymi metodami z produktów ekologicznych. Produkt turystyczny obejmuje także cykliczne wydarzenia – „Spotkania z Żywą Historią” (w 2011 roku odbędą się 4: Obrzędy i Kultura, Słowiański Dzień Dziecka, Święto Młodej Brzozy, Słowiańskie Święto Plonów) ukazujące m. in. ceremonię zaślubin, pokazy walk, tańce rytualne i z ogniem, wybór wodza, czy sojusz plemion. Turyści mają okazję, oprócz otrzymania dużej dawki wiedzy teoretycznej, praktycznego sprawdzenia się w wielu aspektach i realiach życia naszych przodków.

- Oferta turystyczna Ośrodka dla zainteresowanych historią, ekologią i turystyką przedstawia się następująco:
 - Naturalnych rozmiarów gród obronny
 - Obiekt kultowy
 - Stroje i ozdoby, zbroje z X wieku
 - Makietę grodu w skali 1:250
 - Chorągwie i obrazy o wczesnośredniowiecznej tematyce
 - Drzeworyty, płaskorzeźby i rzeźby wykonane technikami wczesnośredniowiecznymi
 - Prezentacja łodzi słowiańskich
 - Meble i narzędzia codziennego użytku
 - Rekonstrukcje domostw z czasów wczesnego średniowiecza
 - Stanowisko strzeleckie
 - Gry i zabawy plebejskie





Oprócz powyższej wersji istnieje możliwość zamówienia pokazów walk i uzbrojenia, dawnego tańca, wykonywania ozdób i tkania krajek, kowalstwa, wyrobu łuków, uzyskiwanie przedmiotów ze skóry.

Aby skorzystać z usług Grodu Słowiańskiego w Wólce Bieleckiej należy z wyprzedzeniem umówić się z właścicielem. Cena zwiedzania połączonego z interaktywnymi zajęciami wynosi 11 złotych od osoby, a widowisko plenerowe ze wszystkimi atrakcjami 15 złotych. Pokazy i warsztaty kosztują 300 złotych za całą grupę. Dodatkowa cena (6 złotych) przewidziana jest za tzw. poczęstunek słowiański lub pieczenie kiełbasek oraz (1 złoty) za wykupienie własnoręcznie wykonanych przedmiotów, np. monet.

Dojazd do obiektu jest oznaczony tylko z jednej strony. Potencjalni turyści jadący od strony Milejowa mogą przeoczyć miejsce skrętu do Ośrodka.

Rys. 34 Oznakowanie drogi do Grodu Słowiańskiego w Wólce Bieleckiej



Źródło: Fotografia własna



Pomysł stworzenia Ośrodka wzorowany był na istniejących już obiektach jak Gród w Biskupinie czy Chata Gocka w Masłomęczu.

Rys. 35 „Dzwonić! Teren prywatny” - napis widniejący na bramie wejściowej do grodu



Źródło: Fotografie własne

Okres zimowy dla Ośrodka jest sezonem martwym. Wizualnie także prezentuje się zupełnie inaczej (gorzej) niż latem. Pod śniegiem ukryte są fosy z polskim płotem, wały, brama wieżowa i tunelowa, ostrokół, studnia. W budynku znajduje się makieta grodu z okolicznej wsi Klarów.



Jednak działalność instytucji nie jest obecnie zawieszona. Zima to czas na prowadzenie zajęć i warsztatów w terenie (Centrum Promocji Urzędu Marszałkowskiego w Lublinie, regionalne szkoły, osiedlowe ośrodki kultury). Szczegółowa oferta dostępna jest na stronie internetowej www.horodyszcze.lbn.pl

Szlak rowerowy „Daleko od Szosy” – system sześciu dobrze oznakowanych tras rowerowych w powiecie łęczyńskim:

- Trasa nr 1 przebiega przez gminy: Puchaczów, Ludwin, Spiczyn - długość około 42 km
- Trasa nr 2 przebiega przez gminy: Łęczna, Spiczyn (pętla) - długość około 30 km
- Trasa nr 3 przebiega przez gminy: Cyców, Puchaczów (pętla) - długość około 35 km
- Trasa nr 4 przebiega przez gminy: Łęczna, Milejów, Puchaczów (pętla) - długość około 44 km
- Trasa nr 5 przebiega przez gminę Cyców (pętla) - długość około 21 km
- Trasa nr 6 przebiega przez gminy: Łęczna, Milejów, Puchaczów, Cyców - długość około 26 km

Trasy rowerowe obejmują osiemnaście obiektów krajoznawczych oznaczonych na mapie oraz szczegółowo opisanych w miejscach ich występowania.





- zespół pałacowo – parkowy w Zawieprzyczach,
- kościół barokowy w Kijanach,
- zespół pałacowo – parkowy w Kijanach,
- użytek ekologiczny w Radzicu Starym,
- zespół parkowy w Podzamczu,
- synagoga w Łęcznej,
- kościół renesansowy w Łęcznej,
- zespół parkowo – dworski w Łańcuchowie,
- zespół parkowo – dworski w Łysołajach,
- kopiec – mogiła Powstańców Styczniowych w Klarowie,
- kościół barokowy w Puchaczowie,
- cerkiew prawosławna w Dratowie,
- rezerwat przyrody „Jezioro Brzeziczno”,
- projektowany rezerwat wodno-torfowiskowy w Białce,
- kościół pounicki w Świerszczowie,
- zespół dworsko – parkowy w Świerszczowie,
- grobowiec neolityczny w Nadrybiu,
- kościół pounicki w Cycowie,
- gród słowiański „Choina – Horodyszcze” w Wólce Bieleckiej.





Rys. 36 Mapa tras rowerowych „Daleko od szosy” w łącznej



Źródło: Fotografia własna

Kulebiak Generałowej Kickiej to potrawa pochodząca z centralnej części Lubelszczyzny. Tradycja wypiekania kulebiaka na terenie Jaszczowa sięga lat trzydziestych XIX wieku i pojawiła się wraz z przybyciem generałowej Natalii Kickiej, której zawdzięcza swoją nazwę. Początkowo wyrabiano go na dworze w Jaszczowie pod ścisłym nadzorem generałowej. Potrawa przygotowywana była na specjalne okazje. Do



wypieku używano produktów pozyskiwanych wyłącznie z gospodarstwa dworskiego. Kulebiak znany był w okolicy, ale wypiekano głównie w bogatych domach, ponieważ do przygotowania potrzeba było wielu produktów. Receptura przekazywana była drogą ustną z pokolenia na pokolenie i nie dokonywano w niej większych zmian ani modyfikacji. Kulebiak wciąż przygotowuje się na specjalne okazje, np. dożynki, spotkania Stowarzyszenia Kobiet Powiatu Łęczyńskiego oraz Forum Kobiet Gminy Milejów, uroczystości wojewódzkie i lokalne. Produkt był wielokrotnie nagradzany na różnego rodzaju konkursach i stał się wizytówką gminy Milejów⁶⁵.

Rys. 37 Kulebiak Generałowej Kickiej



Źródło: Internet, <http://www.lubelskie.pl/index.php?pid=850>

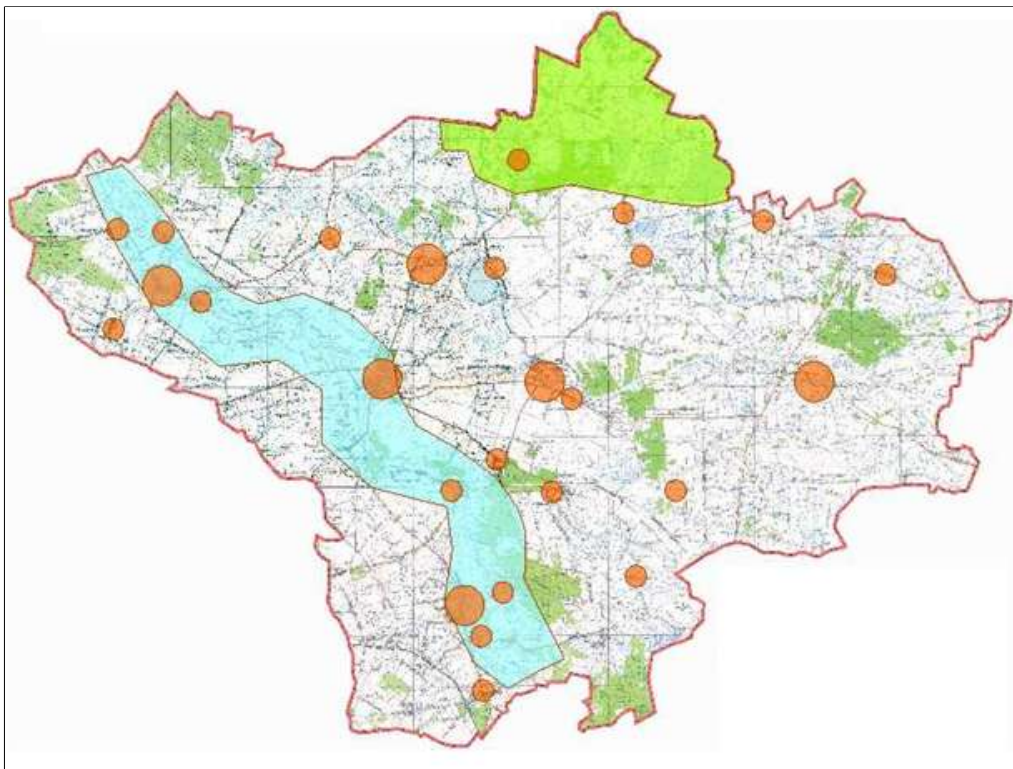
⁶⁵ Internet, <http://www.minrol.gov.pl/pol/layout/set/print/layout/set/print/Jakosc-zywnosci/Produkty-regionalne-i-tradycyjne/Lista-produktow-tradycyjnych/woj.-lubelskie/Kulebiak-generalowej-Kickiej>





Kulebiak ma formę strucla o długości około 36 cm, szerokości 11 cm i wysokości 9 cm. Ciasto drożdżowe nadziewane farszem mięsno – warzywnym.

Rys. 38 Obszary realizacji wiodących produktów turystycznych w powiecie Łęczyńskim



Źródło: Strategia Rozwoju Turystyki w Powiecie Łęczyńskim 2007-2013





Produkt turystyczny „**Gościnne brzegi**” zakłada koncentrację usług turystycznych wzdłuż Wieprza. Jest to największa rzeka przepływająca przez powiat. W ostatnich latach zauważono jej atrakcyjność turystyczną i zaczęto promować na jej bazie turystykę kajakową.

Koncepcja szlaku opiera się na zagospodarowywaniu plaż, zakładaniu wypożyczalni kajaków i budowaniu uzupełniającej infrastruktury turystycznej w miejscowościach: Jaszczów, Milejów, Łańcuchów, Ciechanki Krzesimowskie, Łączna, Nowogród, Kijany i Zawieprzycze. Zaplanowana została także budowa zbiorników o charakterze retencyjno – rekreacyjnym w dorzeczu Wieprza i Świnki. Docelowo Dolina Wieprza wraz z wyznaczonymi trasami kajakowymi i miejscami aktywności sportowej stanowić będzie obszar o dużej atrakcyjności turystycznej. Stworzenie i rozwój produktu „Gościnne brzegi” na obszarze realizacji projektu dzięki strukturze użytków.

Celem projektu „**Wielobarwny wypoczynek**” jest zbudowanie atrakcyjnego produktu turystycznego w oparciu o walory turystyczne Pojezierza Łęczyńskiego. Zakłada szczegółową inwentaryzację istniejącej bazy turystycznej, wyznaczenie terenów na rozwój infrastruktury turystycznej, stworzenie nowoczesnych, nieoddziałujących negatywnie na środowisko ośrodków turystycznych. „Wielobarwny wypoczynek” umożliwi uporządkowanie terenów wokół wykorzystywanych turystycznie jezior, gdyż dotychczas rozmieszczenie ruchu turystycznego było bardzo nierównomierne. Turyści koncentrują się głównie nad jeziorami Piaseczno i Łukcze, a atrakcyjność zbiorników Uściwierz, Dratów czy Rogoźno nie została jak dotąd wykorzystana.

9.4. Produkty turystyczne Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego i okolic

Poleski Szlak Konny jest pierwszą zorganizowaną trasą konną na Lubelszczyźnie. Długość 280 kilometrów plasuje ją wśród najdłuższych tego typu ścieżek w Polsce. Szlak został opracowany przez Regionalne Towarzystwo Gminy Sawin (powiat chełmski) przy współpracy z Ośrodkiem jeździecko-hodowlanym „Żurawiejka” z Bukowy Małej. Przy realizacji szlaku brały udział samorządy gminne z powiatu chełmskiego i powiatu włodawskiego, miasta Chełm i Włodawa, Poleski Park Narodowy, Zarząd Parków Krajobrazowych Polesia oraz nadleśnictwa Chełm, Sobibór i Włodawa. Szlak jest oznakowany zgodnie z Instrukcją Znakowania Szlaków Turystycznych zatwierdzoną przez Zarząd Główny PTTK. Znakiem podstawowym określającym przebieg szlaku jest biały kwadrat o boku 150 milimetrów z umieszczonym wewnątrz pomarańczowym kołem o średnicy 60 milimetrów.





Rys. 39 Mapa Poleskiego Szlaku Konnego



Źródło: Internet, http://www.informacja.wlodawa.pl/images/mapa_trasa_konna.jpg

Trasa Poleskiego Szlaku Konnego przebiega przez: Poleski Park Narodowy, trzy parki krajobrazowe (Poleski, Sobiborski, Chełmski), oraz liczne rezerваты (Jezioro Orchowe, Magazyn, Żółtowie Błota, jezioro Brudzieniec, Trzy Jeziora, Małoziemce, Serniawy, Bachus, Stawska Góra, Bagno Serebryskie, Brzezno, Rossosz). Ciekawym odcinkiem jest 60 kilometrów wytyczonych na terenie Poleskiego Parku Narodowego i jego otuliny. Szlak konny prowadzi do wielu atrakcyjnych krajoznawczo miejsc, w okolicach, w których wciąż rozbudowywana jest infrastruktura turystyczna oraz niejednokrotnie przecina się z innymi trasami, np. rowerowymi, pieszymi.

Rosnące zainteresowanie ekologiczną żywnością i zdrowym trybem życia przyczyniło się do powstania produktu turystycznego tzw. **ekologicznej ścieżki edukacyjno – turystycznej „Między Wieprzem a Bugiem”**. Ścieżkę tworzą ośrodki i gospodarstwa wielokrotnie nagradzane w konkursach kulinarnych, turystycznych i hodowlanych: Ośrodek Archeologiczny „Słowiański Gród” w Wólce Bieleckiej, Zagroda Poleska i Skansen w Kołaczach, Ośrodek



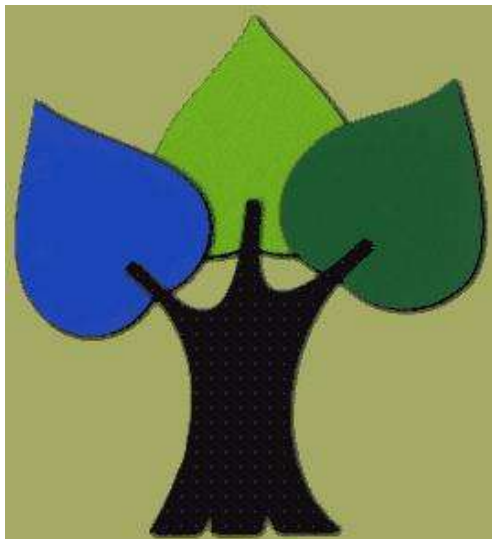
Jeździecko – Hodowlany „Żurawiejka” z Bukowy Małej. Gospodarstwo Agroturystyczne „Cyganówka” z Wólki Cycowskiej, Gospodarstwo Ekologiczne w Zabrodziu. Ponadto są oni członkami innych organizacji działających na rzecz rozwoju regionalnego, np. Stowarzyszenie „EkoLubelszczyzna”, Klaster Restauratorów i Hotelarzy, Klaster Turystyczny „Zagrody Lubelskie” oraz Towarzystwo Popularyzacji Piękna Polesia. Ścieżka położona jest w atrakcyjnym przyrodniczo rejonie Lubelszczyzny (powiaty: łęczyński, włodawski i chełmski). Ścieżka uzyskała w 2009 roku trzy ważne wyróżnienia: w Konkursie Lubelskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej na Najlepszy Produkt Turystyczny, w Konkursie „Perły i Perełki Lubelszczyzny”, Lubelską Nagrodę Ekologiczną „Suseł”.

We Włodawie od 1999 roku obywa się **Festiwal Trzech Kultur**, do którego organizacji i realizacji zaangażowane są środowiska: katolickie, prawosławne oraz żydowskie. Organizatorem jest Muzeum Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego realizującego ekumeniczny program w ramach projektu „Dziedzictwo kulturowe Włodawy”. Plan imprezy posiada narzucony schemat. Pierwszego dnia prelekcje, koncerty, wystawy i warsztaty odbywają się w kompleksie synagogałnym. Wydarzenia drugiego dnia tematycznie związane są z prawosławiem i skupione wokół włodawskiej cerkwi. Trzeci, ostatni dzień festiwalu powiązany jest z tradycją katolicką.





Rys. 40 Logo Festiwalu Trzech Kultur



Źródło: Internet, <http://ftk-wlodawa.pl/>

Trzy gałęzie-liście wyrastające z jednego pnia stanowią logo Festiwalu Trzech Kultur. Wydźwięk symboliczny tego znaku opiera się na wspólnej przeszłości i jedności w różnorodności.

„**Polesie – naturalny wybór**” jest zintegrowanym produktem turystycznym obejmującym trzy pakiety: turystykę kulturową, turystykę przyrodniczą i turystykę rekreacyjną.

- Turystyka kulturowa – „Włodarze Polesia” z następującymi składnikami materialnymi i niematerialnymi: Festiwal Trzech Kultur, Muzeum granicy i sąsiedztwa, Trzy Strony Świata, Makieta grodu, Konkurs na ogrodzenie posesji, Wiosna Ludów, Polesie przez wieki, Kolej na Wschód, Granica między Koroną a Litwą, Karnawał „kresowy”, Wycieczki, Dziki Wschód;





Najbardziej znanym elementem z wymienionych powyżej jest wydarzenie kulturalne „Festiwal Trzech Kultur” – katolickiej, prawosławnej i żydowskiej. Impreza odbywa się od 1995 roku i niejednokrotnie zdobyła nagrody i wyróżnienia.

- Turystyka przyrodnicza obejmuje ścieżki dydaktyczne, Pojedynek Gigantów oraz Ośrodek dla obserwatorów.
- Turystyka rekreacyjna – „Pohasać Polesie” zawiera: Wiosenne zloty balonowe, Ośrodek narciarstwa nizinnego, Kuligi, Wędkarstwo w przerębli, Trasy kajakowe, Ośrodki do jazdy konnej, Żeglugę rzeczną po Bugu, Ścieżkę survivalową, Zielone szkoły.

Najnowszym produktem turystycznym w powiecie włodawskim jest **Fotograficzne Safari „Poznaj czar lubelskiego Polesia”**. Trzydniową imprezę organizuje Jolanta Pająk z Pensjonatu Bankowego, Elżbieta Jarmoszuk z Karczmy Poleskiej oraz Antoni Kobielas. Specjalistyczny program obejmuje spacer nad poleskimi jeziorami połączone z fotografowaniem otaczającej przyrody, spływ kajakowy oraz zwiedzanie okolicznych atrakcji (skansen „Zagroda Poleska”, dawny obóz zagłady w Sobiborze). Goście zakwaterowani są w dwugwiazdkowym Pensjonacie Bankowy w Okunince, Regionalnej Karczmie Poleskiej w Kołaczach oraz do wyboru: stodoła i chałupa w skansenie, namiot wojskowy, kwatery agroturystyczna. Każdego dnia wyżywienie urozmaicone jest tradycyjnymi i swojskimi potrawami (np. łazanki, pierogi z różnym nadzieniem, własnoręcznie pieczona kiełbasa, kwaśne mleko, Bomby Różanieckie, zacierka na wodzie). Na koniec imprezy następuje wręczenie pamiątkowych certyfikatów z Polesia Lubelskiego oraz ogłoszenie wyników konkursu na najlepsze zdjęcia z Fotograficznego Safari. Organizatorzy proponują alternatywnie: spływ rzeką Bug na trasie Włodawa – Różanka, grzybobranie w Lasach Sobiborskich, pływanie po jeziorze Białym kajakiem, rowerem wodnym, łodzią, statkiem, przejazdy bryczką, wozami konnymi, a zimą – kuligi, paintball, wieczorki taneczne z DJ lub zespołem muzycznym, wyjazd do stadniny konia huculskiego w Bukowej Małej.





9.5. Wnioski

Zdaniem autorów Raportu na Pojezierzu Łęczyńsko – Włodawskim powinny być budowane produkty turystyczne w zakresie:

Strona | 228

- **Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna** – realizowana jest w celu regeneracji sił fizycznych i psychicznych, uwzględniająca szeroki zakres rekreacji przy wykorzystaniu walorów środowiska naturalnego (góry, jeziora, rzeki, wybrzeże), a także imprezy turystyki specjalistycznej (tzw. kwalifikowanej), uwzględniającej wszystkie rodzaje specjalistycznych zainteresowań. Obejmuje głównie turystykę: wodną, rowerową, konną, pieszą.

Tab.26 Charakterystyka segmentu rynku turystycznego – Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna

TURYSTYKA REKREACYJNA, AKTYWNA I SPECJALISTYCZNA	
Segment⁶⁶	<p>Wiek: powyżej 18</p> <p>Wykształcenie: średnie i wyższe</p> <p>Dochód: średnia krajowa i powyżej</p> <p>Miejsce zamieszkania: mieszkańcy województwa lubelskiego i województw ościennych</p> <p>Zainteresowania i preferencje:</p> <ul style="list-style-type: none"> - realizacja poprzez aktywny wypoczynek - dostępność infrastruktury paraturystycznej (szlaków, wypożyczalni sprzętu sportowego, obiektów sportowych) - atrakcyjność przyrodnicza (formy ochrony, sposób wykorzystania walorów naturalnych) - możliwość ciekawego spędzenia czasu poza aktywnością rekreacyjno – sportową, np. ogniska, lokalne imprezy
Motywy podróży	Potrzeba aktywnego wypoczynku

⁶⁶ Łobożewicz T., Kogut R., *Turystyka aktywna, turystyka kwalifikowana*. Materiały pokonferencyjne, Warszawa 1999





	Poznanie walorów przyrodniczo = krajobrazowych Realizacja hobby/pasji Kontakt z naturą Spędzenie czasu wśród grupy znajomych Zainteresowanie zawodami o sportowym profilu
Uwagi	Turystyka związana z wypoczynkiem weekendowym

Źródło: Opracowanie własne

- **Turystyka na terenach wiejskich** – obejmuje wszelkie formy aktywności turystycznej na terenach wiejskich, w tym pobyty w gospodarstwach rolnych, imprezy folklorystyczne, rzemiosło ludowe, tradycyjne życie w gospodarstwach rolnych. Agroturystyka, ekoturystyka, zwiedzanie parków narodowych, rezerwatów.

Tab. 27 Charakterystyka segmentu rynku turystycznego – Turystyka na terenach wiejskich

TURYSTYKA NA TERENACH WIEJSKICH	
Segment⁶⁷	Wiek: powyżej 8 Wykształcenie: średnie i wyższe Dochód: powyżej średniej krajowej Miejsce zamieszkania: głównie mieszkańcy województwa lubelskiego i mazowieckiego, ale także pozostała część kraju i Europa; Zainteresowania i preferencje: - potrzeba bliskiego kontaktu z przyrodą - ekologiczny tryb życia

⁶⁷ Jędrysiak T., *Wiejska turystyka kulturowa*, Wyd. PWE, Warszawa 2010





	<ul style="list-style-type: none">- zdrowa żywność, produkty regionalne i tradycyjne- twórczość ludowa- krótkie wycieczki po regionie- wysoki poziom bezpieczeństwa, szczególnie w przypadku infrastruktury dla dzieci- średni standard i ceny usług
Motywy podróżowania	<p>Potrzeba kontaktu z przyrodą Chęć wypoczynku na wsi Aktywne uczestnictwo w życiu gospodarstwa rolnego Możliwość dobrego poznania innych ludzi – rodziny gospodarza Uczestnictwo w imprezach folklorystycznych</p>
Uwagi	<p>Turystyka weekendowa i sezonowa, związana z przerwami świątecznymi i szkolnymi Podróżowanie własnym samochodem Szansa w prężnie działających stowarzyszeniach agroturystycznych</p>

Źródło: Opracowanie własne

W zakresie rozwoju produktów turystycznych na Pojezierzu Łęczyńsko – Włodawskim proponuje się wykreowanie obecnych, już przez niektórych turystów kojarzonych, atrakcji, które budują wizerunek regionu. Działania te powinny być przeznaczone do konkretnych grup docelowych uwzględniając ich „turystyczne” potrzeby. Niezbędne są przedsięwzięcia dywersyfikujące ruch turystyczny, by turystyka na całym Pojezierzu miała szansę rozwoju. Działania związane z kreowaniem produktów turystycznych powinny odnosić się także do eliminacji zjawiska sezonowości, a wręcz do wydłużania sezonu przyjazdów turystycznych.





10. Analiza działań promocyjnych

Promocja jest jednym z najskuteczniejszych instrumentów marketingu terytorialnego, często wręcz z nim utożsamiana. Źródłem powstania działalności promocyjnej są potrzeby informacji, występujące po obu stronach wymiany rynkowej: podaży i popytu. Klient potrzebuje informacji, aby zdawać sobie sprawę z istnienia różnych produktów, alternatywnych wobec siebie. Informacja taka pozwala mu na dokonanie wyboru, uzasadnionego i świadczącego o jego potrzebach, zaspokojony w akcie kupna – sprzedaży przez nabycie konkretnego produktu, tym samym generowana jest informacja dla wytwórcy towaru.

Producentowi czy usługodawcy działania promocyjne dostarczają wiadomości o potrzebach i preferencjach klientów, stopniu ich zaspokojenia przez własne produkty i usługi, a wreszcie o zajmowanym (aktualnym) i możliwym do pozyskania (potencjalnym) udziale rynkowym. Promocję należy, zatem rozważać nie tylko w kategorii zadań promocyjnych, ale w kategorii systemu komunikacji marketingowej, obejmującego ogół skoordynowanych działań z zakresu marketingu terytorialnego. Działania, podejmowanych przez władze lokalne, które występują tu w roli głównego podmiotu przygotowującego, organizującego, realizującego, koordynującego i kontrolującego całość przedsięwzięć promocyjnych. Ważne jest jednak, aby podejmowane działania promocyjne wspierały realizację przyjętych celów rozwojowych regionu.

Promocja w swojej istocie pełni cztery podstawowe funkcje:

- 1) informacyjną** – dostarcza niezbędnych informacji potencjalnym nabywcom, które mają przełamać barierę nieznajomości rynku oraz ma na celu dotarcie z informacją o danym miejscu, lokalnych produktach i markach do jak najszerzej grupy docelowej;
- 2) pobudzającą** – wywołującą zamierzone postawy i zachowania nabywców rynkowych poprzez dostarczanie potencjalnym nabywcom zestawu przesłanek decyzyjnych: emocjonalnych i racjonalnych, kształtowaniu przekonania grupy docelowej do kreowanej wizji jednostki terytorialnej, jego produktów i marek;
- 3) konkurencyjną** – polega na przypominaniu i podtrzymywaniu wizerunku i obrazu danego miejsca, jaki został wykształcony w grupach docelowych;





4) satysfakcji – polega na dążeniu do realizacji celu głównego, jakim jest wytworzenie pozytywnego wizerunku u potencjalnego odbiorcy produktu.

10.1 Rola i założenia promocji miejsc

Strona | 232

Promocja miast i regionów jest czymś więcej, niż tylko tradycyjnie rozumianą komunikacją marketingową. Inaczej niż w marketingu produktów, czy usług, promocja jednostek samorządu terytorialnego służy jednocześnie realizacji wielu celów dla różnych grup docelowych: zwiększeniu ruchu turystycznego, pobudzeniu inwestycji, ożywieniu poczucia tożsamości lokalnej i poprawie poczucia jakości życia. Złożoność „produktu terytorialnego” (od atrakcji turystycznych, przez warunki do inwestowania, po jakość komunikacji publicznej determinującej jakość życia) oraz wynikająca z niej wielość i różnorodność grup docelowych (turyści indywidualni, biznesowi, inwestorzy zewnątrzni, przedsiębiorcy lokalni, mieszkańcy i wiele innych) sprawiają, że promocja miejsc jest zadaniem tyleż potrzebnym, co skomplikowanym. Ostatecznym jej celem jest zawsze wzrost dobrobytu mieszkańców – zarówno obiektywnego, jak i tego pojmowanego subiektywnie, umownie zwanego jakością życia, a wynikającego m.in. z dostępu do infrastruktury technicznej i społecznej, czy „klimatu” miejsca zamieszkania. Stąd marketing terytorialny i realizowana w jego ramach promocja są częściami nowocześnie pojmowanej polityki rozwoju tegoż miejsca.

10.2 Analiza działań promocyjnych Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego

10.2.1. Drukowane publikacje promocyjne

Dobrze zorganizowany system publikacji materiałów promocyjnych ma na celu dążenie do lepszej identyfikacji regionu i większej współpracy podmiotów. Należy pamiętać, że wiele podmiotów wydając materiały promocyjne, jednocześnie nie występuje w żadnych strukturach, co w rezultacie powoduje chaos wydawniczy. Planowane opracowanie systemu identyfikacji wizualnej ma przyczynić się do stworzenia wspólnej szaty graficznej publikacji pochodzących z regionu Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego. Działania to będzie miało niewątpliwie wpływ na wzmocnienie i ujednolicenie tworzonych przekazów.





Wśród głównych wydawnictw promujących powiat Łęczyński wskazać należy:

1. „Powiat Łęczyński. Monografia krajoznawcza”, Rok wydania: 2001, 2007
2. „Powiat Łęczyński. Przyroda – zabytki - pomniki przyrody – zdjęcia – mapy – informacje adresowe”, Rok wydania: 2002, 2007
3. „Powiat Łęczyński. Skarby przyrody i kultury”, Rok wydania: 2004, 2006
4. „Powiat Łęczyński. Przewodnik trasy rowerowe”, Rok wydania: 2005
5. „Tradycje kultury ludowej w powiecie łęczyńskim i rejonie żółkiewskim”, Rok wydania: 2007
6. „Powiat Łęczyński. Informator turystyczny”, Rok wydania – 2007 r.
7. „Powiat Łęczyński. Rejon żółkiewski. Przewodnik turystyczny”, Rok wydania: 2007
8. „Powiat Łęczyński. Rejon żółkiewski. Baza noclegowa”, Rok wydania 2007
9. „Powiat Łęczyński. Rejon Żółkiewski. Potencjał gospodarczy”, Rok wydania 2007
10. „Legendy ziemi łęczyńskiej”, Rok wydania: 2008
11. „Słowianie wschodni w dorzeczu Wieprza i Bugu. Historia – religia - kultura”, Rok wydania: 2008
12. „Powiat Łęczyński. Przewodnik turystyczny”, Rok wydania: 2008
13. „Studia Łęczyńskie”, Rok wydania: 2009





10.2.2. Internet

Najpowszechniejszym narzędziem komunikacji samorządowej w Internecie są strony internetowe. Sprawnie zarządzany serwis, posiadający przejrzysty i czytelny layout spójny z systemem identyfikacji wizualnej miejsca spełnia niezwykle istotną rolę informacyjno-wizerunkową. Nie jest to jednak jedyne rozwiązanie dostępne za pośrednictwem Internetu. Coraz bardziej popularne staje się tworzenie społeczności, miasta i regiony tworzą także profile na Facebooku, YouTube i coraz bardziej popularnym Blipie (np. Kraków). Tworzeniu społeczności sprzyjają organizowane w oparciu o te portale konkursy oraz rzetelne i regularne informowanie o ciekawych wydarzeniach. Dobrze też sprawdza się też miejski marketing wirusowy na forach internetowych. Tu nie obejdziesz się jednak bez naprawdę atrakcyjnego dla internautów pomysłu – tak by ich zaangażować w rozpowszechnianie treści, na których nadawcy zależy.

Strony internetowe, na których region Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego przedstawiany jest bezpośrednio lub pośrednio (poprzez gminy, atrakcje z obszaru) można podzielić następująco:

- **Strony internetowe poszczególnych samorządów**
- **Tematyczne serwisy regionalne dotyczące regionu** (w tym strony dotyczące regionu Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego oraz całego obszaru Polesia , np. <http://www.napolesie.pl>; Centrum Promocji i Rozwoju Polesia Zachodniego i Punkt Informacji Turystycznej <http://www.informacja.wlodawa.pl/>)
- **Strony prowadzone przez stowarzyszenia, osoby prywatne** – hobbystów, przyjaciół regionu, jak np. <http://historia.urszulina.net>
- **Strony internetowe ważnych miejsc, atrakcji itp.** (Muzeum Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego we Włodawie <http://www.muzeumwlodawa.pl>, Park Krajobrazowy Pojezierze Łęczyński e- <http://www.zpkwl.lublin.uw.gov.pl/>,





- **Strony internetowe dotyczące infrastruktury turystycznej i okołoturystycznej** (Ośrodek Bocianie Gniazdo - <http://www.domkinadbialym.pl/>;
- **Strony internetowe flagowych wydarzeń** (Festiwal Trzech Kultur we Włodawie - <http://www.ftk-wlodawa.pl/>;
- **Strony internetowe dla mieszkańców regionu** (opisywane są tu wszelkie informacje o charakterze informacyjno-interwencyjnym, wzbogacony o informacje społeczne i polityczne z regionu; np. <http://leczna24.pl/>; <http://www.elbi.pl/>; <http://www.e-pojezierze.pl/> - strona internetowa gazety regionalnej, dwutygodnik informacyjno-publicystyczny „Pojezierze”;

Pośród samorządowych stron internetowych obszaru zdecydowanie wyróżnia się strona Starostwa Powiatowego w Łęcznej - **powiatleczynski.pl/**, która posiada bardzo atrakcyjną szatę graficzną oraz przejrzysty układ umożliwiający swobodne poruszanie się na stronie. Ogólnie zwracamy uwagę na tzw. linię zanurzenia, to jest elementy widoczne po załadowaniu się strony, bez konieczności używania przewijania pionowego, gdzie zamieszczone są zakładki oraz rotator wzbudzając ciekawość zawartością strony, ale nie przeładowując jej przy tym. Serwis posiada również stale aktualizowane informacje dotyczące regionu oraz kluczowych wydarzeń. Zebrane informacje dotyczące bazy noclegowej, gastronomicznej, atrakcji regionu itp. sprawia, że jest to również strona atrakcyjna nie tylko mieszkańców i inwestorów, ale również turystów. Zauważalna jest tendencja do unowocześniania istniejących stron samorządów z obszaru Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego, co jest z całą pewnością bardzo pozytywnym znakiem. W zeszłym roku nową szatę graficzną zyskała również strona internetowa gminy Urszulin, ale przyjęty układ i przeładowanie tekstem o stałym formatowaniu sprawia, że strona jest raczej przytłaczająca i w niskim stopniu atrakcyjna. Co zaskakujące, strona, mimo że posiada bardzo widoczne logo na stronie głównej to nie jest zachowana w kolorystyce odnoszącej się do barw znaku. Zawartość merytoryczna spełnia natomiast w pełni funkcję informacyjną strony Urzędu. Strona, pod względem zawartości, bardzo dobrze spełnia standardy tzw. pierwszej generacji (Web 1.0) tj. zapewnia łatwy dostęp do szerokiego spektrum informacji, nie jest natomiast stroną drugiej (interaktywnej) generacji, ani tym bardziej trzeciej (sprzedażowej tj. oferowania usług); Urząd Gminy Urszulin posiada również drugą, nieco bardziej ukierunkowaną na turystów, stronę - <http://www.polesiezachodnie.eu/> I tym razem layout strony nie jest na zadowalającym poziomie.

Istnieje wiele stron internetowych dotyczących miejscowości letniskowej Okuninka oraz samego Jeziora Białego. Są one głównie w posiadaniu osób prywatnych. Strony te w dużym stopniu mają na celu dostarczenie danych teleadresowych na temat dostępnej bazy noclegowej i / lub gastronomicznej, zaś





funkcja promocyjna regionu i atrakcyjności turystycznej jest tu minimalna (np. <http://www.e-biale.pl/>, <http://www.jezioro-biale.pl/>, Warto jednak zaznaczyć, że spośród tych stron można odnaleźć również atrakcyjne wizualnie, jak i merytorycznie, jak np. <http://okuninka.info/>

Na potrzeby niniejszego opracowania przeanalizowanych zostało 5 stron dotyczących regionu Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego – 4 samorządowe i jedna o charakterze informacyjno-interwencyjnym.

Analiza została przeprowadzona w siedmiu kategoriach: szata graficzna, funkcjonalność, zawartość, ogólne informacje o mieście, informacje dla turystów, informacje dla mieszkańców oraz informacje dla inwestorów. Kategorie te zostały następnie podzielone na bardziej szczegółowe subkategorie.

Tab. 28 Analiza wybranych stron internetowych Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego

ADRES STRONY	http://powiatleczynski.pl	http://www.leczna.pl/	http://leczna24.pl/	www.powiat.wlodawa.pl	www.wlodawa.eu
WŁAŚCICIEL STRONY	Powiat Łęczyński	Serwis Urzędu Miejskiego	Łęczyński Serwis Informacyjny	Oficjalna strona internetowa powiatu włodawskiego	Urząd Miejski we Włodawie. Serwis WWW
SZATA GRAFICZNA					





KOLORYSTYKA	<p>Całość jest utrzymana w jasnych kolorach, przeważa biel i błękit. W nagłówku strony, który jest właściwie jedyną jej ozdobą, zamieszczona jest animacja ze zmieniającymi się zdjęciami Łęcznej i okolic, opatrzone hasłem „Powiat Łęczyński. Magia miejsc”.</p> <p>Strona jest dość ascetyczna, jej twórcy wyraźnie postawili na walory informacyjne a nie na dużą ilość ozdobników.</p>	<p>Strona ma białe tło, nagłówki i menu jest ciemnoróżowe.</p> <p>Mimo, wydawałoby się, skromnej kolorystyki, strona nie traci na atrakcyjności, jest przejrzysta i klarowna</p>	<p>Na stronie zastosowano skromną kolorystykę. Strona główna, jak i pozostałe strony znajdują się na bardzo jasno szarym tle, nagłówki i zakładki utrzymane są w dwóch odcieniach niebieskiego, czcionka jest ciemno szara.</p>	<p>Strona wydaje się być dość stara, utrzymana jest w odcieniach zielonego i żółtego, w głównym oknie teksty zamieszczane są na białym tle zaś nagłówki znajdują się na jasnym, zielono-szarym pasku. Kolorystyka, rodzaje zastosowanych czcionek oraz efekty zastosowanej grafiki powodują, że ogólny obraz jest bardzo rozmyty i niewyraźny.</p>	<p>Strona znajduje się na jasno szarym tle, menu i nagłówki są niebieskie, jedynie baner Raportu o Stanie Miasta jest ciemnozielony i zwraca uwagę. W nagłówku znajdują się zestawione ze sobą zdjęcia cerkwi, synagogi i kościoła, symbolizujące wielokulturowość miasta, i niejako wyjaśnia logo miasta zamieszczone obok.</p>
PRZEJRZYSTOŚĆ TREŚCI/LĄTWOŚĆ NAWIGACJI	<p>Mimo dużej ilości treści strona sprawia wrażenie uporządkowanej, nie jest trudno odnaleźć informacje.</p>	<p>Układ treści na stronie, jak i sposób uporządkowania menu są bardzo czytelne. Jedynym minusem jest zbyt mały rozmiar czcionki.</p>	<p>Mimo wielości treści z różnych kategorii strona pozostaje czytelna. Menu jest proste w obsłudze, a strona Główna została podzielona na trzy kolumny co ułatwia korzystanie ze strony</p>	<p>Strona jest bardzo nieczytelna, na rozmytym tle umieszczono menu do którego zastosowano białą czcionkę, dodatkowo jest ono bardzo skromne, a wielu informacji trzeba szukać przez odnośniki</p>	<p>Menu na stronie jest bardzo rozbudowane, jednak podział na kategorie jest dość czytelny, co ułatwia korzystanie ze strony</p>
EKLAMY	<p>Brak</p>	<p>Brak</p>	<p>Jest to strona raczej komercyjna, więc występują tu reklamy, jednak umieszczone są w małych modułach i nie przeszkadzają w używaniu strony</p>	<p>Brak</p>	<p>Brak</p>





FUNKCJONALNOŚĆ					
NAWIGACJA (MENU, MAPA STR)	<p>Występuje dwupoziomowe menu, jednak sposób skategoryzowania informacji czyni je prostym w obsłudze, dodatkowo, występuje górne, poziome menu w którym można znaleźć najpopularniejsze informacje</p> <p>Na stronie znajduje się wyszukiwarka, brakuje natomiast mapy strony</p>	<p>Występuje dwupoziomowe, pionowe menu, dodatkowo na poziomym pasku znajdują się szybkie odnośniki do Galerii, Informatora, Linków i Kontaktu</p> <p>Na stronie znajduje się mapa serwisu oraz wyszukiwarka</p>	<p>Mimo wielości treści strona jest prosta w nawigacji, poziome menu znajduje się tuż pod nagłówkiem.</p> <p>Na stronie znajduje się wyszukiwarka, brakuje natomiast mapy strony</p>	<p>Na stronie znajduje się ubogie pionowe menu oraz cała masa podlinkowanych logotypów, przycisków odsyłających do projektów i wydarzeń co powoduje, że strona staje się trudna w nawigacji .</p> <p>Na stronie brakuje wyszukiwarki natomiast jest mapa serwisu</p>	<p>Na stronie znajduje się bardzo obszerne menu, jednak sposób jego opracowania sprawia, że strona jest czytelna.</p> <p>Na stronie znajduje się mapa serwisu oraz wyszukiwarka</p>
	<p>Teoretycznie strona ma również wersje w języku angielskim i ukraińskim. Po przełączeniu na język inny niż polski menu jest dużo uboższe a dodatkowo jest niekompletnie przetłumaczone (użytkownik widzi je częściowo w języku na który się przełączył a częściowo po polsku, dodatkowo po kliknięciu w niektóre zakładki serwis przerzuca na informacje w języku polskim) co psuje wrażenie jakie początkowo wywiera strona w języku polskim</p>	<p>Zostały opracowane wersja strony w języku angielskim, jednak menu jest uboższe, zawiera jedynie informacje o łącznej (dla turystów i inwestorów)</p>	<p>Brak</p>	<p>Brak</p> <p>Pomiędzy innymi informacjami można znaleźć link od wersji w języku angielskim, ale sposób jego umieszczenia sprawia, że można się na niego natknąć jedynie przez przypadek. Nie ma wyraźnie zaznaczonego przycisku odsyłającego do wersji w języku angielskim</p>	<p>Brak</p>
WERSJE JĘZYKOWE					





FORUM	Na stronie znajduje się forum, w którym tematy są skategoryzowane co ułatwia odnalezienie potrzebnych informacji, nie ma na nim wielu postów, jednak daty wpisów sugerują, że od czasu do czasu jest odwiedzane	Brak	Ponieważ jest to portal w dużej mierze tworzony przez i dla użytkowników forum dzieła dość prężnie, w momencie tworzenia niniejszego zestawienia na forum zarejestrowanych było 1329 użytkowników, którzy stworzyli 6594 wpisów. Wartym podkreślenia jest fakt, że na stronie umieszczony jest link do starego (zarchiwizowanego) forum.	Brak	Występuje forum, jednak nie jest ono wyeksponowane, bardzo trudno je odnaleźć.
NEWSLETTER	Występuje	Występuje	Brak Profil strony nie wymaga posiadania newslettera	Brak	Brak
POLECANE STRONY	Na stronie znajduje się zakładka Linki, zamieszczone są tam odsyłacze do wielu różnych stron i instytucji. Mieszkańcom zostało umożliwione zamieszczanie adresów do stron poprzez formularz zgłoszeniowy w zakładce Kontakt	W zakładce Linki umieszczone są adresy urzędów i instytucji, mieszkańcy mogą przysyłać adresy stron, które chcą opublikować na specjalny adres email	Brak	Na stronie zamieszczonych jest wiele odnośników do różnych instytucji, projektów itd., jednak sposób ich zamieszczenia wpływa na bardzo niską przejrzystość strony.	W zakładce linki znajdują się odnośniki do stron powiązanych z urzędem





DODATKOWO FUNKCJONALNOŚCI	Brak	Aktualna prognoza pogody	Ponieważ jest to portal przynajmniej częściowo przez użytkowników, mogą oni, po zalogowaniu się, zamieszczać artykuły, zdjęcia, filmy, wydarzenia i ogłoszenia	Brak	Aktualna prognoza pogody oraz kalendarz
ZAWARTOŚĆ					
AKTUALNOŚĆ TREŚCI	Stopień aktualności treści uzależniony jest od kategorii, w ramach której występują, np. w zakładce Aktualności treści publikowane są na bieżąco; natomiast w innych artykułach nie ma dat więc trudno ocenić ich aktualność	Zakładka Aktualności uzupełniana jest na bieżąco, natomiast zakładki typu Historia miasta czy Zabytki mają stałą treść	Jest to portal o charakterze informacyjnym, stale aktualizowany	Zakładka Aktualności uzupełniana jest na bieżąco, natomiast pozostałe zakładki to raczej graficzne przedstawienie struktur gminy	Zakładka Aktualności uzupełniana jest na bieżąco, natomiast pozostałe zakładki uzupełniane są w razie potrzeby
MULTIMEDIA	Na stronie znajduje się Interaktywna mapa powiatu, galeria zdjęć panoramicznych, a także galerie zdjęć i filmów	Na stronie znajduje się galeria zdjęć	Użytkownicy mogą zarówno dodawać jak i oglądać zdjęcia i filmy zamieszczone na stronie	Występuje galeria zdjęć	Brak
KONTAKT	Kontakt do Starostwa oraz autora strony	Kontakt do Urzędu oraz autora strony	Kontakt do redakcji	Kontakt do Starostwa oraz autora strony	Na stronie znajdują się dokładne adresy urzędów , a także formularz zgłoszeniowy
OGÓLNE INFORMACJE O MIEŚCIE					





INFORMACJE O MIEŚCIE	W zakładce O Powiecie znajdują się podstawowe informacje takie jak rys historyczny, położenie, czy symbole	W zakładce O mieście znajdują się podstawowe informacje o mieście, jego położeniu, historii, zabytkach i legendach	Jest to portal newsowy, brakuje informacji i historii miasta	Brak (zaskakujący jest brak podstawowych inf. O Powiecie, strona skupia się na strukturach administracyjny ad)	Podstawowe informacje zebrane SA w zakładce Prezentacja miasta
INFORMACJE DLA TURYSTÓW					
ATRAKCYJNE, ZABYTKI, MUZEA	W różnych zakładkach można odnaleźć informacje o muzeach, zabytkach i miejscach wartych odwiedzenia	Na stronie znajduje się jedynie informacja o zabytkach miasta	Brak	Brak	W zakładce Zabytki znajduje się tekst opisujący je, jednak brakuje w min zdjęć. Do pobrania jest Folder miejski
ORGANIZACJA WOLNEGO CZASU	Na stronie występuje zakładka Informator turystyczny, gdzie można znaleźć opisy szlaków turystycznych, czy adres do informacji turystycznej Na stronie znajduje się zakładka Co? Gdzie? Kiedy? zapowiadająca i opisująca wydarzenia z Powiatu	Brak	Ze względu na profil strony, można znaleźć tu wiele informacji na temat organizacji czasu wolnego	Brak	Brak
KALENDARZ Z IMPREZ	Wcześniej wspomniana zakładka Co? Gdzie? Kiedy? Oraz można go szukać przez strony domów kultury do których zamieszczone SA linki	Brak	Brak	Brak	Kalendarz imprez na cały rok można pobrać w formacie doc i pdf





BAZA NOCLEGO WA	Występuje	Dość ukryta, ale występuje	Brak	Brak	Występuje
BAZA GASTRON OMICZNA	Brak	Dość ukryta, ale występuje	Brak	Brak	Brak
MAPA/PLAN MIASTA	Występuje	Występuje Są również linki do map miasta na Wikipedii, Szukaczu, Targeo, Zumi oraz MapGo	Brak	Brak	Występuje (bardzo mały!)
DODATKOWE UDOGODNIENIA	Adresy banków, bankomatów, aptek i telefony do taksówek	Adresy banków, bankomatów, aptek	Ze względu na profil działalności strona pomaga organizować wolny czas i być na bieżąco z wydarzeniami w mieście	Brak	Dyżury aptek, repertuar kina (niezaktualizowany), godziny otwarcia muzeów
INFORMACJE DLA MIESZKAŃCÓW					





INFORMACJE Z ŻYCIA MIASTA	Informacje dotyczące bieżących spraw miasta znajdują się w zakładce aktualności – jest ona na bieżąco uaktualniana	Informacje dotyczące bieżących spraw miasta znajdują się w zakładce aktualności – jest ona na bieżąco uaktualniana	Za założenia portal publikuje informacje o bieżących wydarzeniach w mieście. Informacje SA aktualizowane zarówno przez redakcję jak i przez samych użytkowników	Informacje dotyczące bieżących spraw miasta znajdują się w zakładce aktualności – jest ona na bieżąco uaktualniana	Informacje dotyczące bieżących spraw miasta znajdują się w zakładce aktualności – jest ona na bieżąco uaktualniana
KONTAKT DO URZĘDÓW	Występuje kontakt do Starostwa oraz godziny jego otwarcia	Występują dokładne namiary do poszczególnych pracowników i referatów Urzędu	Brak	Występuje kontakt do Starostwa. Można też odszukać poszczególnych pracowników, jednak jest to dość skomplikowana sprawa	W zakładce Kontakt można znaleźć szczegółowe namiary na urzędy w mieście
ANKIETY/KONKURSY	Zamieszczone jest tu ankieta „Oceń pracę starostwa”, gdzie można wybrać stanowisko, konkretną osobę (z imienia i nazwiska) i w sposób opisowy ocenić pracę tej osoby	Na stronie miasta przeprowadza sondę, w której mieszkańcy oceniają potrzebę rewitalizacji Starego Miasta. Mieszkańcy odpowiadają tylko „tak” lub „nie”, po kliknięciu użytkownik otrzymuje aktualny wynik głosowania	Na stronie prowadzona jest sonda „Czy znasz swojego dzielnicowego?”. Wyniki sondy są widoczne na bieżąco.	Brak	Umieszczona została sonda „Jak oceniasz jakość obsługi klienta w Urzędzie Miejskim we Włodawie”, po kliknięciu można poznać wyniki sondy.





DODATKOWE UDOGODNIENIA (MOŻLIWOŚĆ POBRANIA WNIOSKU, ITP.)	Strona otwiera się na zakładce Poradnik mieszkańca, w której można znaleźć porady jak załatwić sprawę w urzędzie, dla prowadzących działalność gospodarczą oraz informacje o urzędach	Na stronie znajduje się Poradnik interesanta pomagający załatwić sprawę w Urzędzie	Brak	W zakładce Moja sprawa można teoretycznie sprawdzić czy prawo jazdy i dowód osobisty można już odebrać W zakładce Dokumenty do pobrania można pobrać formularze	Są zakładki Jak załatwić sprawę oraz Pliki do pobrania
--	---	--	------	--	--

- **Facebook**

Na portalu znajduje się kilka profili analizowanych miast, jednak są to profile prowadzone przez osoby prywatne. Ograniczają się do umieszczenia herbu i krótkiej noty skopiowanej z Wikipedii, mają po kilkoro fanów.

Potencjał portalu nie został wykorzystany. Dobrze, ciekawie prowadzony profil, zachęcający do interakcji promuje region dużo lepiej niż zwykła strona internetowa.

- **YouTube**

Na portalu można znaleźć filmy amatorskie zamieszczane przez użytkowników, jednak są to przeważnie prywatne nagrania z wakacji/wczasów/pobytów nad jeziorem. Nie został umieszczony żaden film promocyjny regionu, nawet stworzony w zeszłym roku film „Urszulin. Perła Polesia”, który dostępny jest jedynie na stronie polesiezachodnie.eu





- **Artykuły publikowane w Internecie**

W Internecie pojawiają się artykuły zachęcające do przyjazdu na Pojezierze Łęczyńsko - Włodawskie oraz zwiedzania jego atrakcji. Wśród najciekawszych należy wskazać artykuł Kamila Kudyby „Odpocznij na Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim”, który opublikowany został m.in. w Kurierze Lubelskim (dostępny również na stronie internetowej dziennika) oraz „W krainie jezior, komarów i bagien - Pojezierze Łęczyńsko - Włodawskie” autorstwa Michała Osowca (materiał opublikowany w magazynie geograficzno-podróżniczym „Geozeta”).

10.2.3. Imprezy, wydarzenia oraz inne elementy promocji

Jednym z narzędzi, które mogą być zastosowane przy tworzeniu i utrwalaniu wizerunku jest tzw. impreza wiodąca. Istotą takich imprez jest stworzenie wielkiego widowiska (lub widowisk), których tematyka powinna spełniać następujące założenia:

- musi być wyróżnikiem regionu,
- ma dawać pretekst to masowych przyjazdów,
- jej (ich) charakter powinien być medialny.

Celem organizacji takiej imprezy jest:

- stworzenie pozytywnego wizerunku
- budowa marki na poziomie rozpoznawalności
- poinformowanie potencjalnych odbiorców o głównych korzyściach, jakie mogą osiągnąć przy zakupie produktów
- przypominanie o istnieniu produktów.





Żeby działania promocyjne mogły być skutecznym instrumentem w rękach samorządów, konieczne jest, aby przed przystąpieniem do realizacji poszczególnych elementów działań promocyjnych ustalić właściwy program dla strategii promocyjnej.

Na Pojezierzu Łęczyńsko-Włodawskim ma miejsce szereg wydarzeń kulturalnych. Niektóre z nich to:

a) "Magia miejsc" - promocja walorów turystycznych Lubelszczyzny

Celem projektu był wzrost konkurencyjności turystycznej powiatu łęczyńskiego wchodzącego w skład Polesia Zachodniego i Doliny Wieprza.

Projekt obejmował organizację 11 imprez kulturalno - rozrywkowych, opartych na walorach krajozrazowo - kulturowych powiatu łęczyńskiego. Projekt zrealizowany został przez Starostwo Powiatowe w Łęcznej w partnerstwie z: Gminą Cyców, Gminą Ludwin, Gminą Spiczyn i Centrum Kultury w Łęcznej.

b) GOŚCINNE BRZEGI- promocja ekoturystyki w Powiecie Łęczyńskim i regionie żółkiewskim

Celem projektu był rozwój turystyki ekologicznej na terenie powiatu łęczyńskiego i rejonu żółkiewskiego, oraz wymiana dobrych praktyk w zakresie turystyki ekologicznej pomiędzy instytucjami oraz mieszkańcami powiatu łęczyńskiego i regionu żółkiewskiego, a także podniesienie wiedzy mieszkańców powiatu łęczyńskiego i regionu żółkiewskiego na temat bogactwa kulturowego oraz przyrodniczego regionu przygranicznego.

c) Bogactwo pogranicza - transgraniczna strategia rozwoju turystyki w Powiecie Łęczyńskim i Rejonie Żółkiewskim"

Celem projektu było pogłębienie kontaktów między powiatami na poziomie władz samorządowych oraz na szczeblu lokalnym, jak również poprawa konkurencyjności obszaru przygranicznego poprzez stworzenie podstaw polsko-ukraińskiej współpracy na szczeblu instytucjonalnym, co miało istotny wpływ na rozwój turystyki w Powiecie Łęczyńskim i Rejonie Żółkiewskim.

Istotą całego projektu było nawiązanie szeroko pojętej współpracy w zakresie wymiany doświadczeń władz samorządowych i administracji, co prowadzi do powstania wspólnej transgranicznej strategii rozwoju turystyki.



**d) Bogactwo pogranicza - transgraniczna strategia rozwoju turystyki w Powiecie Łęczyńskim i Rejonie Żółkiewskim.****Etap II**

Strona | 247

Celem głównym projektu był rozwój społeczno-gospodarczy obszarów przygranicznych poprzez promocję turystyki i wypracowanie dobrych praktyk współpracy pomiędzy społecznościami oraz władzami lokalnymi Polski i Ukrainy.

Celami częściowymi były: rozwój sektora turystycznego na terenach przygranicznych, lepszy dostęp do informacji o ofercie turystycznej regionu, stworzenie nowych produktów związanych z kulturą i turystyką, ochrona wspólnego dziedzictwa kulturowego i naturalnego, integracja społeczno-gospodarcza sąsiadujących rejonów, generowanie powiązań i pomysłów na długofalową współpracę transgraniczną.

e) Bogactwo pogranicza - tradycje kultury ludowej w Powiecie Łęczyńskim i Rejonie Żółkiewskim

Celem generalnym projektu był rozwój społeczno-gospodarczy obszarów przygranicznych poprzez promocję kultury, budowanie podstaw dla integracji społeczności transgranicznych dzięki budowaniu wzajemnej świadomości i poznania między obywatelami oraz wypracowanie dobrych praktyk współpracy pomiędzy społecznościami, władzami lokalnymi Polski i Ukrainy.

Istotą całego projektu jest integracja społeczno-kulturalna populacji transgranicznej, zwiększenie liczby podmiotów uczestniczących we współpracy transgranicznej, wypracowanie standardów współpracy polsko-ukraińskiej jak również wzrost atrakcyjności turystycznej i gospodarczej pogranicza polsko-ukraińskiego.

f) Festiwal Trzech Kultur (2010 – XI edycja)- <http://www.ftk-wlodawa.pl>

Jest to cykliczna impreza odbywająca się we Włodawie, mająca na celu upamiętnienie wielokulturowej historii tego miasta, a także przybliżenie problematyki wielokulturowości i wielowyznaniowości obecnym mieszkańcom Włodawy. Przedsięwzięcie realizowane jest w ramach programu "Dziedzictwo kulturowe Włodawy".





Każdego roku program Festiwalu jest realizowany według tego samego schematu. Pierwszy dzień Festiwalu (piątek) poświęcony jest tradycji i religii kultury żydowskiej, a większość wystawy, koncertów, warsztatów zajęciowych, konferencji *etc.* ma miejsce w kompleksie synagogałnym należącym do Muzeum Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego. Drugi dzień (sobota) to dzień kultury związanej z prawosławiem, skupiony wokół włodawskiej cerkwi pw. Narodzenia NMP. Trzeci dzień (niedziela) jest poświęcony tradycji katolickiej, a imprezy festiwalowe odbywają się głównie w okolicach kościoła pw. św. Ludwika i klasztoru paulinów. W ostatnich latach festiwalowy weekend bywał poprzedzany sporadycznymi imprezami dodatkowymi, będącymi swoistym preludium przed oficjalnym rozpoczęciem Festiwalu. Zwykle były to czwartkowe projekcje filmów o korespondującej tematyce we włodawskim kinie (*Fanatyk, Cud purymowy*). Wstęp na wszystkie festiwalowe imprezy jest zawsze bezpłatny.

Logo Festiwalu to drzewo, którego trzy stylizowane gałęzie-liście (niebieska, jasnozielona i ciemnozielona) wyrastają ze wspólnego pnia. Znak ten ma symbolizować wspólną przeszłość i jedność w różnorodności.

Festiwal Trzech Kultur to pionierska inicjatywa w skali kraju; wzór dla wielu podobnych festiwali powstających w Polsce w ostatnich latach. Jest to także jedno z najważniejszych wydarzeń kulturalnych we Włodawie. O popularności Festiwalu i pozytywnej recepcji jego idei wśród mieszkańców miasta świadczą nie tylko pełne sale podczas festiwalowych imprez, ale także nowe miano, jakim powszechnie nazywana jest Włodawa: "Miasto Trzech Kultur".

g) Exchange of Sound Festiwal – nad jeziorem Białka koło Parczewa – 7-8 sierpnia 2010

Jest to festiwal muzyki elektronicznej, swoje umiejętności zaprezentowali didżeje z Polski, Holandii, Francji, Włoch, Słowacji i Danii. Organizatorami imprezy są agencja muzyczna Promaidmusic, lubelski klub Graffiti oraz kanadyjskie radio Afterhours.fm, które przeprowadziło transmisję na żywo na cały świat.

h) Bieg Sobiborski – na trasie Sobibór – Orchówek – Włodawa – 9 października 2010

Jest to cyklicznie organizowany bieg Pamięci Ofiar Byłego Hitlerowskiego Obozu Zagłady w Sobiborze na trasie 12 km Sobibór – Włodawa, mający na celu upamiętnienie ofiar Holokaustu, edukację historyczną, promocję walorów turystycznych i przyrodniczych Włodawy i okolic.





Mimo tego, że wszystkie opisane powyżej wydarzenia są wydarzeniami o dużej randze, chyba żadne z nich nie było promowane na dużą skalę. Jest prawie pewne, że informacje o ich były zamieszczane na lokalnych stronach urzędów i portalach, ale nie były promowane w ogólnopolskich mediach. Tego typu wydarzenia, mocno nagłośnione, promują region, zwracają na niego uwagę, jednak w przypadku tych projektów szanse zostały zaprzepaszczone.

11. Analiza regionów konkurencyjnych względem Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego

Do niniejszej analizy wybrano obszary, których położenie i/lub charakter oferty turystycznej stanowi konkurencję dla regionu Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego. Rywalizując o zainteresowanie i lojalność turystów należy uwzględnić działania promocyjne, które wzmocniły pozycję wizerunkową ów miejsc oraz przyczyniły się do ich popularności.

11.1. Warmia i Mazury

Wyjściowy wizerunek Warmii i Mazur kształtowany był przez pryzmat atrakcyjności walorów przyrodniczych oraz oferty turystycznej. Osłabiały go m.in. brak wypromowanych wyróżników w obszarze kultury, postrzeganie gospodarki jako nienowoczesnej, słabo rozwiniętej, zaś oferty naukowej i edukacyjnej jako mniej konkurencyjnej w stosunku do sąsiednich regionów (Pomorze, Mazowsze, Lubelskie). W celu zilustrowania istniejącego potencjału wizerunkowego oraz tego jak region jest postrzegany opracowano listę jego wyróżników. Stwierdzono, że są one istotnym elementem budowania silnej marki, zwiększenia jej rozpoznawalności oraz świadomości. Zaliczono do nich:

- **Wyróżniki regionu związane z naturą, polityką proekologiczną** (np.: środowisko i przyroda mazurska, sieć Eko Marin, uzdrowisko w Gołdapi),





- **Wyróżniki dotyczące jakości, gospodarki** (np.: stocznie jachtowe, firmy wysokich technologii, inwestujące w badania i rozwój, Regionalna Wystawa Innowacji oraz konkurs Warmińsko Mazurski Lider Innowacji),
- **Wyróżniki regionu związane z nauką i edukacją** (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski oraz Kortowo (campus studencki), Mikołaj Kopernik, w tym liczne pamiątki po wybitnym astronomie miejsca, w których żył i pracował (Olsztyn, Lidzbark, Frombork), Planetarium w Olsztynie)
- **Wyróżniki regionu związane z turystyką, atrakcjami regionu** (Kanał Elbląski – unikalny zabytek hydrotechniki w Europie, w tym system słynnych pochylni, Dwory i pałace, w tym dawnej arystokracji pruskiej (m. in. Hrabiny von Donhoff) stanowiące charakterystyczny element krajobrazu regionu, Szlaki tematyczne, w tym ponadregionalne – „Pętla Żuław”, „Szlak Kopernikowski”, „Zamków Gotyckich”, „Szlak Napoleoński”, „Gotyku Ceglanego”, „Droga Świętego Jakuba”),
- **Wyróżniki dotyczące oferty kulturalnej i sportowej** (Popularne festiwale i imprezy muzyczne np. country (Mrągowo), jazz-u (Iława, Olsztyn, Elbląg), bluesa (Olsztyn, Stare Jabłonki), poezji śpiewanej (Olsztyn, Olecko, Szczytno, Elbląg, Pranie), muzyki organowej (Giżycko, Frombork, Święta Lipka, Olsztyn), szant (Mikołajki, Giżycko, Iława), rockowe (Węgorzewo, Szczytno, Elbląg, Lidzbark), hip-hop-u (Giżycko, Elbląg), tańca (Elbląg, Olsztyn), reggae (Ostróda), oraz Imprezy sportowe – Puchar Świata w Siatkówce Piłkowej w Starych Jabłonkach, Rajd Polski – eliminacja cyklu WRC, regaty, w tym PGNiG Bezpieczne Mazury Delphia 24 Cup, Żeglarstwo lodowe – boje, sporty lotnicze – imprezy i wydarzenia, np. Festyn Lotniczy Mazury, Międzynarodowy Memoriał im. Huberta Wagnera w piłce siatkowej).

Proces komunikacji opracowany dla Warmińsko-Mazurskiego skupia się wokół umożliwienia regionowi zajęcia konkurencyjnej pozycji i trwałego wyróżnienia go na tle innych. Koncentruje ona różne działania marketingowe i promocyjne.

Celem strategicznym procesu komunikacji, opracowanego dla Warmińsko-Mazurskiego, jest wykreowanie go na „lidera” zrównoważonego rozwoju. Oznacza to wykreowanie wizerunku regionu jako aplikującego **wartości inspirowane relacją „natura – człowiek”**, zarówno w procesach zmian w obszarze jakości życia, nowoczesnej gospodarki, edukacji jak i przemysłu czasu wolnego oraz kreacji. **Opracowano również 3 cele strategiczne (wiodące) dla strategii budowania silnej marki Warmińsko-Mazurskiego, są nimi:**





1. Zwiększenie świadomości i rozpoznawalności regionu Warmii i Mazur, w tym głównych obietnic marki (USP) w grupach strategicznych odbiorców procesu komunikacji,
2. Poprawa wizerunku Warmii i Mazur w obszarach gospodarka, nauka, jakość życia, kultura, także wśród mieszkańców regionu,
3. Utrwalenie silnej atrakcyjności wizerunku regionu Warmii i Mazur w obszarze turystyka, w tym skojarzeń z: bogatą przyrodą, czystym środowiskiem, krainą jezior i lasów.

Cele operacyjne określono jako:

1. Skuteczna identyfikacja regionu (werbalna i wizualna), w tym flagowych działań, projektów w obszarach kultury, nauki, gospodarki (z podkreśleniem aspektów „eko”)
2. Wdrożenie niezbędnego systemu koordynacji i monitorowania działań i programów w zakresie realizacji strategii
3. Zaangażowanie w proces wdrażania strategii marki kluczowych instytucji, NGO-sów, liderów opinii czy samorządów lokalnych
4. Akceptacja koncepcji marki w regionie, w tym poprzez jej komunikację w grupach liderów regionalnych i lokalnych,
5. Opracowanie planów operacyjnych w zakresie wdrażania programów społecznych marki oraz marketingu wydarzeń i atrakcji

Za punkt wyjścia dla projektowania marki Warmii i Mazur uznano człowieka, naturę i relacje jakie między nimi zachodzą. Naturę należy rozumieć zarówno jako przyrodę, bioróżnorodność jak i osobowość, czyli naturę człowieka. W ten sposób określono koncept określający filozofię marki: „Warmia i Mazury leżą w naszej naturze”. Na bazie tej filozofii wypracowano obietnice jakie niesie ona za sobą:





Czyste środowisko – czysta przyroda regionu (Warmii, Mazur i Powiśla) – środowisko Warmii i Mazur postrzegane jest jako najczystsze w Polsce. Czyste środowisko oznacza otoczenie, które sprzyja rozwojowi „czystych technologii”, nowoczesnej gospodarki. To obietnica ważna zarówno z punktu widzenia potencjalnego zamieszkania w regionie, jak i rozwijania wybranych obszarów gospodarki.

Jakość życia i pracy – rozumiana jako miejsca, w tym miasta „dobrej jakości życia”, pozwalające na harmonijne łączenie pracy, nauki oraz wypoczynku. Takie warunki wpływają bezpośrednio na jakość i efektywność prowadzonych biznesów, „skracać dystans” w relacjach społecznych, rozwijaniu pasji i zainteresowań oraz dyspozycyjnością dla bliskich.

Opracowano również skróconą wersję komunikatu – „**Warmia i Mazury = Wielkie Możliwości**” (WM = **Wielkie Możliwości**), **co ma przekazywać, że obszar ten jest regionem aspiracji i możliwości.**

Zostały również opracowane wartości marki, które podzielone zostały na dwie grupy: te, które były silnie zakorzenione w kulturze Warmii i Mazur oraz te, do których region aspiruje.

Do wartości, które są zakorzenione w kulturze Warmii i Mazur, które wspomagają pozytywny sposób komunikacji marketingowej, zaliczyć można:

- **Rodzina** – ciepło, bliskość, przywiązanie
- **Natura** – rozumiana jako wyjątkowa przyroda, środowisko stanowiące główny atut turystyczny regionu oraz ważny element życia codziennego
- **Wielokulturowość** – wpływa na postawy mieszkańców, w tym tolerancję, a także kreujące aspekty twórcze Warmii i Mazur
- **Wolność** – buduje wyobraźnię, marzenia, kreuje wizje, dążenia, jest bardzo ważnym elementem kultury niematerialnej
- **Miasta** – oferujące dobrą jakość życia i wypoczynku, (w tym sieć Cittaslow); miasta jako miejsca budowania „małych ojczyzn”, silnych relacji społecznych oraz aktywnej edukacji i kulturze.

Natomiast wartości do których marka aspiruje, to:

- **Jakość** – która jest istotnym elementem w wielu dziedzinach życia i rozwoju regionu, w tym gospodarki, edukacji, kultury, turystyki





- **Innowacyjność** – która wskazuje na silne wsparcie nauki, nowoczesnej gospodarki oraz sprzyjaniu inwestycjom w nowe technologie i procesy
- **Proekologiczność** – polityka dot. elementów szerokiej kultury regionu, w tym stylu życia, aktywności społecznej, artystycznej i naukowej
- **Nowoczesna gospodarka oraz systemy edukacji.**

Z wartości i postaw marki oraz z jej aspiracji wynikają obszary kompetencji dla marki Warmii i Mazur. Wpływają one na przyszły sposób komunikacji marketingowej, a w szczególności na obietnice marki. Do obszarów kompetencji zaliczono: turystykę, naturę, miasta, nowoczesną gospodarkę, jakość, twórczą kulturę, edukację młodzieży oraz wodę (obszar należy rozumieć jako natura, sport, zdrowie, rekreacja).

Dla właściwej i skutecznej komunikacji opracowano wizualizację graficzną jak i komunikaty werbalne, które mają oddawać styl i ton jaki został określony dla marki Warmii i Mazur oraz wpływać na efektywność komunikowania jej głównych wyróżników (szczegółowa analiza znaku i komunikatu werbalnego znajduje się w dalszej części opracowania).

„Warmia i Mazury leżą w naszej naturze” zostało zatwierdzone jako hasło promujące region. Ma być klamrą spinającą całość działań promocyjnych, być USP (Unique Selling Point) marki. Ma przekazywać, że region, jego promocja są częścią pasji, aspiracji i marzeń mieszkańców.

Odbiorców przekazów komunikacyjnych, zarówno tych ostatecznych jak i pośredników, którzy bardzo skutecznie mogą rozpropagować komunikat promocyjny, podzielono według strategicznych obszarów komunikacji. Adresatami działań są:

- Przedsiębiorcy działający w regionie
- Inwestorzy – grupy inwestorów z Polski i z zagranicy
- Absolwenci uczelni, studenci ostatnich lat studiów
- Liderzy opinii, w tym dziennikarze, eksperci ds. gospodarki, inwestycji, finansów
- Mieszkańcy Warmii i Mazur (wiek 15-50)
- Przedsiębiorcy – potencjalni inwestorzy
- Mieszkańcy dużych miast Polski > 250 tys. m.





- Młodzi – aktywni (15-30), miasta powyżej >100 tys. m
- Pracujący – profesjonalści (wiek 30-50), miasta > 250 tys. m
- Rodziny z dziećmi (25-45), miasta > 100 tys. m. klasa średnia
- Studenci (z terenu Warmii i Mazur)
- Licealiści, w tym maturzyści z Warmii i Mazur
- Studenci uczelni plastycznych, architektury, wzornictwa
- Sportowcy
- Twórcy (artyści)

Głównymi obietnicami marki dla tego obszaru są:

- **Atrakcyjne miejsca do życia i pracy twórczej**, w tym obszary wiejskie, klimat i magia miast regionu
- **Imprezy i wydarzenia kulturalne**, mające ugruntowaną markę na scenie życia kulturalnego w Polsce, m.in. Piknik Country, Złota Tarka w Iławie, Spotkania Zamkowe „Śpiewajmy Poezję”, Ostróda Reggae Festiwal
- **Wyobrażenia i „młody duch” mieszkańców**. „WM = Wyobrażenia i Młodość”
- **Historyczna tożsamość krain** (Warmii, Mazur, Powiśla, Ziemi Lubawskiej) **oraz miast regionu**
- **Sport** – jako jeden z kluczowych elementów życia mieszkańców oraz kreowania kalendarza imprez, w tym żeglarstwo, piłka siatkowa, ślizgi lodowe (bojery)





Komunikacja oferty zakłada działanie skierowane nie tylko na zewnątrz regionu, ale również komunikację wewnętrzną. Proces skierowany do mieszkańców regionu jak i liderów poszczególnych płaszczyzn czyni komunikację nietypową, a odbiorców współtwórcami komunikatu. Komunikacja wewnętrzna będzie oparta na założeniu „open source”, czyli maksymalnym zaangażowaniu odbiorców w tworzenie narzędzi komunikacji. Mieszkańcy będą zaangażowani w:

- Tworzenie zbiorów wiedzy nt. regionu (np. WiMipedia)
- Stworzenie platformy która będzie wszechstronnie służyła prezentowaniu treści o Warmii i Mazurach, tj. interaktywnej mapy opartej o informację od mieszkańców
- Cykl konkursów, w ramach których powstaną treści promujące region (konkursy fotograficzne, np. w poszukiwaniu utraconego raj)
- Stałe programy rozwoju regionalnej kuchni i propagowania dobrego wzornictwa (WM Smak, WM Wzór)
- Współorganizację festiwali sztuki realizujących oddolne pomysły (np. WM Plener ART)
- Aktywność fizyczną jako sposób na życie (WM SPORT – pikniki sportowe, Olimpiada Wodna)
- Zagadnienia zrównoważonego rozwoju (np. Festiwal Dobrych Miast)
- Przejmowanie inicjatywy na polu gospodarczym (np. WM Pomysł)
- Zmiany przestrzeni miejskiej (w ramach programu WM CITI)
- Prezentacje dziedzictwa kulturowego regionu (np. Warmia i Mazury mój dom)

Identyfikacja wizualna

Oficjalne logo Warmii i Mazur zamieszczane jest na wszystkich materiałach promocyjnych zarówno województwa jak i kampanii promocyjnej „Mazury Cud Natury”.





Rys. 41 Logo regionu Warmia i Mazury



Źródło: wrota.warmia.mazury.pl

Znak zawiera elementy kojarzące się z Warmią, Mazurami i wypoczynkiem nad jeziorem. Niebieska i zielona krzywa została ułożona tak, aby tworzyć kształt żagłówki (żeglowanie jest jednym z najpopularniejszych sportów na pojezierzu), a za nią widnieje słońce. Te same krzywe mogą być również interpretowane w inny sposób. Zieleń i błękit może również symbolizować piękno dziewiczej natury tego obszaru, czyli zielone lasy i błękitne, czyste jeziora (nacięcia na niebieskim trójkącie potęgują to wrażenie).

Dobór elementów logotypu może nie jest zaskakujący, ani szczególnie nowatorski, jednak odpowiada założeniom marki województwa i jest używany konsekwentnie na wszystkich materiałach promocyjnych wydawanych przez koordynatora promocji.





Hasło promocyjne : „Mazury Cud Natury”

Hasło promujące mazury – „Mazury Cud Natury” - jest ściśle związane z udziałem Regionu w światowym konkursie na 7 Nowych Cudów Natury szwajcarskiej Fundacji „New7Wonders”. Z badań GFK Polonia wynika, że niemal co drugi Polak (46%) rozpoznaje to hasło i uważa je za zachęcające do odwiedzenia tego regionu.

W świadomości odbiorców hasło ma utrwalać Mazury jako Cud Natury. Poprzez prosty przekaz ukazywane jest bogactwo przyrody regionu, które może aspirować do miana cudu.

Aby zachęcić odbiorców promocji do oddawania głosu na Mazury, organizatorzy akcji bawiąc się słowami proponują głosującym zostanie „cudotwórcą” (przez wpłynięcie na ostateczny wynik głosowania a tym samym otrzymanie przez Mazury tytułu jednego z 7 Nowych Cudów Świata). Jego zadaniem jest utrwalenie w świadomości odbiorców Mazur jako cudu świata

Ponieważ cała kampania promocyjna Mazur zakrojona jest na bardzo szeroką skalę, hasło zostało przetłumaczone na inne języki. Poszczególne jego wersje brzmią w sposób następujący: „Masuria – The Wonder Of Nature”, „Masuren - Das Wunder der Natur”, „Мазуры - Чудо Природы”, „Masuria - Una Meraviglia della Natura”, „Mazury - Zázrak Přírody”, „Mozūrija – Gamtos Stebuklas”, „Mazurie - La Merveille de la Nature”. Takie podejście koordynatorów pozwala na uniknięcie wątpliwości i ewentualnych nieścisłości w odniesieniu do tłumaczenia. Ułatwia ono obcokrajowcom głosowanie i zidentyfikowanie regionu.

Poza granicami Polski stosowane jest również hasło „Vote for Poland” (lub jego wersja rozszerzona „Vote for Poland – Vote for Masurian Lake District!”, czyli Głosuj na Polskę – Głosuj na Mazurskie Jeziora). Hasło wspomagające ma pomagać obcokrajowcom w lokalizacji kraju promocji a następnie samego podmiotu akcji. Slogan, głównie w rozszerzonej wersji, będzie używany w szczególności podczas zaplanowanych akcji promocyjnych poza granicami kraju lub skierowanych do gości zza granicy (takich jak spotkanie ambasadorów akredytowanych w RP, podczas którego odbyło się również głosowanie).





Ogólnie hasło jest proste, a dzięki temu zapamiętywalne. Nie jest szczególnie kreatywne, ale nie taka miała być jego funkcja. Zadaniem hasła promującego Mazury miało być zachęcenie do oddawania głosu na ten region, co sądząc po rozpoznawalności hasła i dotychczasowych wynikach częściowych w konkursie, wydaje się, że zostało osiągnięte.

8 Nowych Cudów Natury

Obecnie promocja Warmii i Mazur odbywa się głównie poprzez nagłaśnianie udziału Mazur w konkursie na 7 Nowych Cudów Natury, zorganizowanym przez Szwajcarską Fundację „New7Wonders”. 7 Nowych Cudów Natury zostanie ogłoszonych 29 listopada 2009. Kampanię promującą Mazury jako Nowy Cud Natury pod nazwą „Mazury Cud Natury”, koordynuje i finansuje Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko Mazurskiego. Ogólnie kampania skierowana jest do wszystkich, którzy chcieliby oddać swój głos na polskiego kandydata, nie ma żadnych ograniczeń wiekowych czy geograficznych.

Rys. 42 Logotyp Mazury 7 Wonders Cup



Źródło: Internet





Mazury 7 Wonders Cup – największy turniej piłkarski w regionie

Ponad 1000 zawodników, 120 drużyn, 38 grup w 2 kategoriach wiekowych – gra w Turnieju Piłki Nożnej „Mazury 7 Wonders Cup”. Organizatorem turnieju jest Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego i Warmińsko-Mazurski Związek Piłki Nożnej. Turniej jest elementem kampanii „Mazury Cud Natury”, który ma na celu zachęcenie młodych piłkarzy do głosowania na Mazury w plebiscycie. Zespoły oprócz zdobycia wystarczających ilości punktów, aby rozgrywać mecze w ćwierćfinałach, półfinałach i finałach – wysłały przy sędziach turnieju SMS z hasłem MAZURY. Po otrzymaniu raportu o oddanym głosie – mecz zostaje rozegrany. Ponieważ w turnieju mogą wziąć udział zarówno drużyny chłopięce, dziewczęce jak i mieszane złożone z 7 zawodników + 1, ideą organizatorów jest znalezienie przez rozgrywki „Cudownej Siódemki”. Zwycięzcy turnieju otrzymali puchary od Marszałka Województwa Warmińsko-Mazurskiego, medale, a wszyscy zawodnicy dyplomy uczestnictwa. Ideą turnieju jest również promocja boisk z programu Ministerstwa Sportu i Turystyki „Moje Boisko Orlik 2012” oraz promocja udziału dzieci w klubach sportowych regionu i nabór do klubów nowych zawodników.

11.1.1. Analiza działań promocyjnych regionu Warmia i Mazury

Internet

- **www.MazuryCudNatury.org**

Strona www.MazuryCudNatury.org jest oficjalną stroną internetową akcji Mazury Cud Natury i jest administrowana przez koordynatora kampanii promocyjnej. 8 grudnia 2010 strona otrzymała dwa wyróżnienia na „Webstarfestival 2010”, prestiżowym konkursie promującym najlepsze polskie strony www oraz kampanie internetowe.





Jest to strona zaprojektowana w bardzo nasyconych barwach i prosta w nawigacji. Na głównym bannerze w nagłówku strony aktualnie widnieje ta sama kreacja, którą można podziwiać również na billboardach, czyli „To Mazury, nie...”. Można na niej przeczytać aktualności dotyczące promocji i udziału Mazur w konkursie, pobrać bardzo atrakcyjne zdjęcia regionu oraz oddać głos na Mazury. Wszystkie informacje są archiwizowane w sposób bardzo dokładny.

Głównym i najważniejszym zadaniem tej strony jest promocja Mazur i zachęcanie ludzi do oddawania głosów na ten właśnie region w konkursie na 7 Nowych Cudów Świata. W tym celu na stronie znalazła się dokładna instrukcja dotycząca sposobów oddawania głosu.

Nie jest to strona przeznaczona dla turystów szukających bazy noclegowej czy porad dotyczących spędzania wolnego czasu, bo takich informacji po prostu tam nie znajdują. Najważniejszym założeniem strony jest promocja regionu i idei konkursu. Co ważne czytając komentarze internautów da się zauważyć, że twórcy strony stale nad nią pracują, a uwagi i krytyki traktują poważnie.

- **www.MazuryCudNatury.TV**

Strona miała swoją premierę 2 grudnia 2010 roku.



Rys. 43 Zrzut strony MazuryCudNatury.org



Źródło: www.MazuryCudNatury.org

Prezentuje ona znane osoby, które popierają starania Mazur w konkursie. Na stronie mamy galerię krótkich filmików, na których sławne i lubiane osoby oddają swój głos i zachęcają do tego samego. W galerii postaci znaleźć można i polityków: Jerzy Buzek, Waldemar Pawlak, jak i osoby znane z szeroko pojętego show biznesu: Małgorzata Kożuchowska, Zbigniew Wodecki, Edyta Herbuś, Wojciech Mann, Bartosz Węglarczyk i wiele, wiele innych

Celem strony jest zachęcenie Polaków, i nie tylko, do oddawania głosu na Mazury. Zaproszenie do niej osób znanych ma ją uatrakcyjnić, a także dać głosującym poczucie, że uczestniczą w czymś ważnym.

Ciekawym rozwiązaniem jest późniejsze zamieszczenie krótkich filmów przedstawiających „zwykłych” ludzi oddających swój głos. Kamera nie pokazuje całych twarzy, jedynie usta i nos osób mówiących „Mazury Cud Natury”, co jest widokiem dość osobliwym, ale z całą pewnością bardzo oryginalnym pomysłem.



- <http://wrota.warmia.mazury.pl/>

W kilku artykułach promocyjnych można znaleźć wzmiankę o stronie wrota.warmia.mazury.pl. Jest to strona Urzędu Marszałkowskiego Województwa Warmińsko-Mazurskiego i niestety nie ma na niej zbyt wielu informacji, które mogłyby być przydatne dla turystów. Klikając w zakładkę „Turystyka” można się dowiedzieć jedynie jaki jest zakres zadań pilotów i przewodników czy obiektów hotelarskich.

Podsumowując, Mazury nie mają jednego, oficjalnego portalu, który zajmowałby się zarówno promocją regionu, jak i zawierałby informacje praktyczne dla turystów. Takie rozwiązanie, zbierające wszystkie niezbędne informacje mogłoby okazać się niezwykle użyteczne, tym bardziej, że dzięki promocji jaką obecnie mają Mazury, region ten staje się jeszcze bardziej popularny, a coraz więcej osób deklaruje chęć przyjazdu w te strony.

Portal społecznościowy Facebook

Jest kilka profili zarówno pod nazwą „Mazury” jak i „Mazury Cud Natury”, jednak nie jest trudno odnaleźć ten oficjalny. Jest on prowadzony przez koordynatora akcji promocyjnej Mazur, który dba o to, aby na portalu stale coś się działo; tak często jak to możliwe dopisywane są nowiny dotyczące akcji. Co ważne wpisy są chętnie komentowane, wielu użytkowników portalu klika w przycisk „Lubię to”.

Profil prowadzony jest jako fan page, który obecnie lubi ponad 5 tysięcy osób. Znaleźć tu można nie tylko aktualności, ale również informacje dotyczące udziału w konkursie jak i zdjęcia. Profil w wydatny sposób wspiera promocję regionu między innymi dzięki temu, że profil otwiera się na duży banner namawiający do oddania głosu na Mazury.



Outdoor

Rys. 44 Billboardy promocyjne regionu Warmia i Mazury



Źródło: www.MazuryCudNatury.org

Kreacja „To Mazury, nie ...” ma ukazać Mazury jako „świat w pigułce”. Piękno mazur jest równe najpiękniejszym miejscom na świecie takim jak: Amazonia, Tanzania, Australia. Podobnie jak inne elementy promocyjne Mazur, tak i ta funkcjonuje w języku angielskim, te same plakaty można znaleźć z hasłem „This is Mazury, not...”

Na użytek kampanii zostały użyte zdjęcia wybitnych polskich fotografów, które mają być zaproszeniem do głosowania na Mazury w konkursie. Billboardy zostały umieszczone na nośnikach w miastach, które zostały wybrane do przeprowadzenia grudniowych akcji promocyjnych. Można je było zobaczyć na peronach warszawskiego metra, oraz wybranych punktach Krakowa, Warszawy i Gdańska.





Eventy promocyjne

➤ manifestacja „Głosuj na Kandydata Wszystkich Polaków”

Strona | 264

Ciekawym pomysłem okazało się wykorzystanie ciszy wyborczej do promocji regionu. 21 listopada 2010 (wybory samorządowe) na ulicach Warszawy miała miejsce niekonwencjonalna i prowokacyjna akcja. Setka manifestantów przeszła ulicami stolicy z Placu Trzech Krzyży, ulicą Wiejską, przed siedzibą Państwowej Komisji Wyborczej, pod budynek Sejmu. Manifestanci zaopatrzeni byli we flagi, transparenty, plansze i megafony i zachęcali do oddania głosu na Kandydata Wszystkich Polaków. W samo południe podjechała do protestujących biała limuzyna, a zebrani wykrzykiwali nazwisko swojego kandydata: „Zuryma! Zuryma!”. Zamiast niego z samochodu wyłoniło się kolejno 16 osób ubranych w koszulki, na których widniały napisy „Mazowieckie ZA!, Podlaskie ZA!” itd. Wtedy okrzyki ułożyły się w jasny przekaz „Ma-zu-ry-Ma-zu-try! a dla zebranych ustawiono niebiesko-zieloną urnę aby umożliwić im głosowanie na Kandydata Wszystkich Polaków. Później, już całkowicie jawnie pochód przeszedł na Stare Miasto by zachęcić warszawiaków i turystów do oddania głosu na Mazury.

Podobne, jednak mniej liczne przemarsze zorganizowane były również w Krakowie, Katowicach, Poznaniu, Łodzi oraz w Trójmieście.

Dzięki swojej oryginalności, a także początkowej tajemniczości akcja zwracała na siebie uwagę. Zaintrygowani przechodnie przyłączali się do niej. Dodatkową promocję całemu przedsięwzięciu, a także dłuższe życie zapewniły późniejsze publikacje w mediach.

➤ akcja „Tuba”

2 grudnia na Skwerze Hoovera miała miejsce akcja podczas, której każdy mógł, dosłownie, oddać swój głos na Mazury. Wydarzenie zostało zainaugurowane przez aktora Arkadiusza Jakubika oraz Roberta Kępińskiego z Polskiej Organizacji Turystycznej, którzy jako pierwsi wykrzyczeli do ogromnej tuby „Mazury Cud Natury”, następnie, każdy chętny mógł pójść w ich ślady. Dla tych, którzy najgłośniej wsparli region (natężenie mierzone było profesjonalnym decybelomierzem) organizator przygotował w nagrodę sanki z logiem Mazur. Można je było również otrzymać za oddanie głosu SMSem lub przez wrzucenie głosu do zielono-niebieskiej urny. Kolejne takie akcje odbyły się w Krakowie i w Gdańsku.





Rys. 45 Akcja „Tuba”



Źródło: www.MazuryCudNatury.org

Celem akcji była promocja Mazur i zachęcenie odbiorców akcji do głosowania na ten region w konkursie na 7 Nowych Cudów Świata. Po to, aby zebrać jak największą liczbę głosów organizatorzy postanowili „wyjść do ludzi” i im to głosowanie ułatwić. Dzięki niekonwencjonalnemu podejściu do tematu, promocja została nagłośniona, a ludzie z ciekawości się do niej przyłączyli.

Wydarzenia kulturalne

- **Seven Festival music & more**

Jest to festiwal którego tradycje sięgają 1991 roku. Co roku odbywa się Węgorzewie na początku lipca. Jest to festiwal rockowy, który przyciąga fanów ostrego brzmienia z całego kraju. Dzięki zlokalizowaniu w ekologicznie czystym obszarze kraju, szerzona jest idea ekologii i eko-stylu życia. Z uwagi na fakt, że festiwal ma wieloletnie tradycje zapewniona jest mu duża promocja w mediach. Dodatkowym atutem jest promocja produktów regionalnych w czasie trwania festiwalu.





11.1.2. Wnioski

W strategii zaproponowano wiele rozwiązań mających na celu wypromowanie marki regionu Warmia i Mazury. Obserwując wydarzenia w tym regionie oraz porównując je ze strategią można zauważyć bardzo duże rozbieżności. Bardzo silnie promowane są miasta tego regionu, takie jak Olsztyn, Ełk czy Ostróda. Owa promocja odbywa się z inicjatywy tylko i wyłącznie tych miast, w niewielkim tylko stopniu, jeśli w ogóle, nawiązuje do założeń promocji całego regionu. Można również odnieść wrażenie, że Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko –Mazurskiego, zaprzestał realizowania strategii od momentu rozpoczęcia konkursu na Nowe 7 Cudów Świata Szwajcarskiej Fundacji „New7Wonders”, w którym Mazury są finalistą. Konkurs na 7 Nowych Cudów Świata rozpoczął się w 2008 roku. Druga tura, w której znalazły się Mazury, trwała od 1 stycznia do 29 lipca 2009. Konkurs trwa do 11 listopada 2011, i wtedy ogłoszeni zostaną finaliści konkursu. Przez cały czas trwania konkursu Urząd Marszałkowski koordynuje i finansuje promocję Mazur pod hasłem „Mazury Cud Natury”.

11.2. Roztocze

Roztocze jest regionem, które w unikalny sposób łączy aktywny wypoczynek (można tu skorzystać z bogatej oferty atrakcji turystyki aktywnej, poznać liczne zabytki związane z historią itp.) z możliwością udziału w interesujących wydarzeniach kulturalno-rozrywkowych, jak również z okazji spacerowania wśród wyjątkowych pod względem przyrodniczym krajobrazów, pełnych ciszy i spokoju.

Urozmaicona rzeźba terenu i na ogół duża lesistość sprawiają, że na Roztocze ściągają tłumnie amatorzy **turystyki pieszej, rowerowej i konnej**, zwłaszcza ze słabo zalesionej, monotonnej krajobrazowo centralnej i wschodniej Polski. Wędrówki piesze można tu odbywać dzięki liczным znakowanym szlakom turystycznym.





Ponadto, duże kompleksy leśne sprawiają, że **stężenie jodu w okolicy należy do jednego z największych poza polskim wybrzeżem**. Dodatkowo, właściwości lecznicze roztoczańskich źródeł są podstawą rozwoju uzdrowiska Horyńca Zdroju, zaś w przypadku Krasnobrodu są to walory mikroklimatyczne, letniskowe, krajobrazowe i tradycje sanatoryjne.

W 2010 roku dzięki projektowi LOT Roztocze dofinansowanemu ze środków Unii Europejskiej (Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich, program LEADER), opracowano założenia strategiczne dla marki regionu - Strategia marki regionu Roztocze. Kierunek strategiczny, który najpełniej ma przekazywać wartość regionu oraz emocjonalne wrażenia związane z miejscem określono jako: **„Witalność z natury”**. Nazwa ta funkcjonuje również jako hasło promocyjne marki regionu. Idea marki nawiązuje do bogatych walorów przyrodniczych oraz zasobów emocjonalnych regionu, który odpowiada na potrzeby osób poszukujących dużej dawki pozytywnej energii, możliwości regeneracji i powrotu sił witalnych, poprawy samopoczucia i uwolnienia od codziennego stresu. Jest to idealne miejsce dla „odkrywców” ceniących miejsca z niczym niezmąconą ciszą, zapewniających poczucie intymności, wolności oraz pełnej swobody. Roztocze to przystań, do której powracają osoby wrażliwe, stawiające emocje związane z przeżywaniem piękna i przygody wyżej od standardowych i komercyjnych atrakcji. To miejsce dla tych, którzy smakują życie. To drugi dom.

Roztocze jest regionem wciąż słabo rozpoznawalnym przez mieszkańców Polski. Nie posiada wypracowanych elementów wyróżniających dany obszar ani nie jest identyfikowalny z unikalnymi cechami odróżniającymi go od miejsc konkurencyjnych. Wyniki badań wizerunkowych Roztocza zrealizowanych w 2009 roku przez Instytut Badawczy ARC Rynek i Opinia jednoznacznie wskazują, że jest to region powszechnie kojarzony głównie z przyrodą, zielenią i „ścianą wschodnią” co może być z powodzeniem wykorzystane, jako atrybuty wspomagające budowanie wizerunku Roztocza, ale samodzielnie nie są wystarczające by budować trwałe pozycjonowanie regionu. W związku z powyższym, wyznaczony kierunek - „Witalność z natury” uznano jako najpełniej uwydatniający potencjał miejsca oraz jego możliwości rozwojowe.

Logo i hasło promocyjne

Kompozycja poszczególnych elementów logo ukazuje kluczowe wartości wyznawane przez markę, zaś swoisty minimalizm i estetyka projektu związane są z innowacyjnością działania oraz nowoczesnym podejściem do zarządzania marką regionu. Dynamiczna forma logotypu oraz odpowiednio





dobrana kolorystyka symbolizują pozytywny oraz pełen energii życiowej charakter Roztocza, a zastosowany krój pisma dodatkowo wzmacnia pożądany przekaz.

Rys. 46 Logo regionu Roztocze



Źródło: LOT Roztocze

Grupy docelowe

- ✓ Chętnie podróżują odkrywając nowe miejsca w Polsce (również wyjazdy weekendowe poza okresem wakacyjnym)
- ✓ Globtroterzy
- ✓ Osoby, które potrzebują wytchnienia od zgiełku miasta, wypoczynku na świeżym powietrzu, regeneracji sił





- ✓ Osoby unikające miejsc „modnych” i snobistycznych, typowych komercyjnych atrakcji
- ✓ Preferują spędzanie wolnego czasu w sposób aktywny, nie lubią się nudzić, ciekawi wrażeń i miejsc, za którymi kryją się ciekawe historie i legendy
- ✓ Rzadko zainteresowani pobytem w luksusowych hotelach i dużych pensjonatach; raczej wybierają gospodarstwa agroturystyczne, wypożyczają domki letniskowe lub mniejsze pensjonaty
- ✓ Poszukują atrakcji, którymi mogą cieszyć się wspólne (w parze lub małej grupie bliskich)

11.2.1. Analiza działań promocyjnych regionu Roztocze

W 2010 roku wraz z opracowaniem „Strategii marki regionu Roztocze” stworzony został również System Identyfikacji Wizualnej regionu.

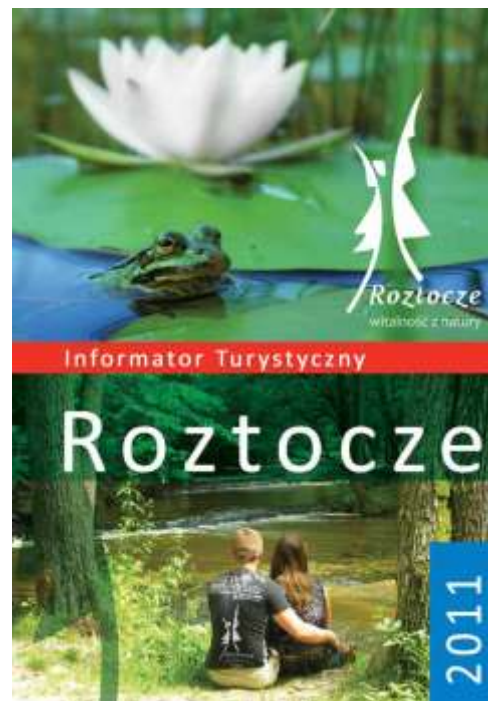
Informator turystyczny

W publikacji zebrane są kluczowe opisy dotyczące atrakcji i walorów regionów wraz z szeregiem niezbędnych informacji praktycznych dla turystów. Przedstawione możliwości spędzenia aktywnie wolnego czasu na Roztoczu, form wypoczynku i rekreacji uzupełnione zostały o dane teleadresowe kluczowych obiektów obsługi turysty, w tym bazy gastronomicznej, noclegowej, punktów informacji turystycznej, wypożyczalni itp. Szata graficzna dostosowana została do wytycznych SIW. Pierwszy informator wydany został w 2010 r. „Roztocze 2010”, a obecnie dostępna jest już wersja „Roztocze 2011”.





Rys. 47 Informatory turystyczne „Roztocze 2010” oraz „Roztocze 2011”



Źródło: LOT Roztocze

Promocja poprzez partnerstwo

W 2010 roku w ramach projektu „Partnerskie współdziałanie powiat tomaszowski, powiatu Freudenstadt i LOT Roztocze na rzecz promocji Roztocza jako atrakcji turystycznej Unii Europejskiej” odbyły się staże dla 2 przedstawicieli Roztocza, wyjazdy studyjne dla 35 osób, szkolenia dla branży w





Suścu, wyposażono 4 punkty Informacji Turystycznej w infokioski. Planowane jest również stworzenie dokumentów strategicznych dotyczących regionu, stworzenie markowej strony internetowej oraz wydanie materiałów promocyjnych i gadżetów.

Gadżety promocyjne marki Roztocze

Miodnik

Dzięki inicjatywie LOT Roztocze powstał specjalny **miodnik z Roztocza**. Jest to naczynie do miodu, pojemnik „łączy oryginalny design i kreatywność z inspiracją ludowymi motywami zdobniczymi”. Miodnik jest autorskim projektem Bogdana Kosaka, projektanta ceramiki i porcelany. Wzór wycinanki zdobiącej miodnik przypomina pszczoły lecące do kwiatów by zbierać nektar i pyłek. Jest to fragment wycinanki pasowej, która pochodzi z książki Józefa Grabowskiego „Wycinanka ludowa” z 1955 roku. Miodnik został wyprodukowany w limitowanej serii 100 sztuk. W ofercie są dwa wzory zdobnicze i cztery odmiany kolorystyczne. Miodnik można kupić w punkcie informacji turystycznej w Tomaszowie Lubelskim lub za pośrednictwem strony internetowej stowarzyszenia.





Rys. 48 Miodniki z Roztocza



Źródło: LOT Roztocze

Planowane są również specjalne opakowania kosmetyków naturalnych z miejscowości Horyniec-Zdrój, które również zostaną opatrzone logo regionu.

Ponadto, w ramach promocja marki Roztocze odbywa się poprzez:

- **targi turystyczne:** Kraków, Poznań, Katowice, Lublin i Kielce
- **imprezy plenerowe w regionie** -stoisko promocyjne LOT Roztocze





- informacje prasowe i internetowe, współpracę z mediami,
- audycje w Radio Lublin
- profil Roztocze na portalu społecznościowym Facebook

11.2.2. Wnioski

Działania promocyjne związane z wdrażaniem założeń marki Roztocza dopiero nabierają tempa. Warto jednak podkreślić w tym przypadku efektywność podejmowanych działań w zakresie integracji władz samorządowych wokół wspólnej idei. Interesujące jest również promowanie regionu poprzez gadżety powiązane z założeniami kierunku strategicznego, które mają przyczynić się do wzmocnienia przekazu. Logotyp regionu ukazujący się na różnego rodzaju drukowanych materiałach promocyjnych, ale również na witaczach czy tablicach informacyjnych w całym regionie wskazuje na chęć udziału władz samorządowych we wdrażaniu marki regionu, ale na konkretne efekty działań promocyjnych należy jeszcze poczekać.

11.3. Świętokrzyskie

Region ten od 3 lat buduje swoją markę turystyczną opartą na skojarzeniach związanych z magią, czarowaniem, niezwykłością. Kampanie wizerunkowe „Świętokrzyskie czaruje” oraz towarzyszące im działania informacyjne nt. produktów turystycznych regionu są efektem realizacji powiązanych ze sobą „Strategii Rozwoju Turystyki w Województwie Świętokrzyskim na lata 2006-2014” oraz „Programu promocji wraz z regionalnym systemem informacji turystycznej dla Województwa Świętokrzyskiego (na lata 2008-2013)”.

Kampania obejmuje ona następujące zagadnienia:





- **Promocja** – stworzenie wizerunku regionu, zwiększenie efektywności systemu poprzez wdrożenie marki regionu oraz poprawę jakości, w tym dzięki systemowi informacji zwrotnych i monitoringu w punktach IT.
- **Informacja turystyczna** – budowa wszechstronnego, spójnego Systemu Informacji Turystycznej oraz identyfikacji turystycznej regionu, opartego m.in. na szerokim partnerstwie z podmiotami okołoturystycznymi, integracji sieciowej Punktów i Centrów Informacji Turystycznej w regionie oraz wdrożeniu systemu identyfikacji wizualnej oraz przestrzennej.
- **Badania marketingowe** – badania jakościowe dotyczące produktów, potrzeb turystów, testowania rozwiązań w zakresie marketingu i marki. Prowadzenie badań statystycznych oraz monitoringu ruchu wspólnie z innymi regionami.

Hasło promocyjne „Świętokrzyskie czaruje. Poleć na weekend”

W hasle promocyjnym Świętokrzyskiego znajdują odbicie założenia kampanii promocyjnej regionu. Znajduje w nim najważniejszy element kampanii, czyli czarowność promowanego obszaru. Dodatkowo dzięki zastosowanej grze słownej, hasło nie jest jednoznaczne, można je interpretować dwojako. Zawarte w hasle słowo „poleć” można skojarzyć zarówno z lataniem (na miotle), jak i z poleceniem nowego miejsca na spędzenie weekendu.

Hasło jest ciekawe i dość rozpoznawalne. Jego zadaniem jest zachęcanie turystów do odwiedzin w tym województwie a następnie polecanie ciekawych miejsc kolejnym osobom. Z informacji urzędu marszałkowskiego wynika, że hasło spełnia swoją rolę. W przyjętych założeniach wskazano potrzebę zachowania ostrożności w zakresie promocji, gdyż potencjalną słabą stroną hasła jest zawężenie propozycji przyjazdu w Świętokrzyskie tylko do turystyki weekendowej, istnieje niewielka możliwość, że bardziej wnikliwym osobom może ono sugerować, że nie ma tu więcej atrakcji jak tylko na weekend.

Istnieje kilka wersji haseł kampanii ukazujących główne atrakcje turystyczne – to: „Świętokrzyskie czaruje. Poleć na weekend” (2009 r.), „Świętokrzyskie czaruje. Często zmieniam zamki!...”, „Świętokrzyskie czaruje. Lubię polatać!...”, „Świętokrzyskie czaruje. Godzina lotu i Raj!...”, „Świętokrzyskie czaruje. W weekend odpuszczam!...”.





Rys. 49 Logo województwa świętokrzyskiego



Źródło: Internet, <http://rot.swietokrzyskie.travel>

Zgodnie z założeniami promocyjnymi Województwa Świętokrzyskie w logotypie regionu została przedstawiona czarownica lecąca na miotle. W Księdze Znak czytamy: *"Województwo Świętokrzyskie jest wyjątkowym i magicznym miejscem w Polsce i w Europie. To prastara kraina, w której ślady osadnictwa pochodzą jeszcze z czasów neolitu. Unikalne zabytki otoczone malowniczym górzystym krajobrazem oraz pełne tajemnic legendy są bezcennym bogactwem potwierdzającym wielkie możliwości promocyjne regionu. Nowe logo promocyjne Województwa Świętokrzyskiego symbolizuje ów potencjał. Zostało namalowane energicznymi pociągnięciami pędzla, przypominającymi rzeźbę pofałdowanego krajobrazu i przedstawia lecącą na miotle czarownicę - charakterystyczny symbol regionu. Można w nim także odnaleźć kształt litery „Ś”.*"

Logotyp używany jest konsekwentnie na wszystkich materiałach promujących Świętokrzyskie. Dzięki oryginalności doboru symbolu używanego w logotypie, jest on unikalny, nie ma możliwości pomylenia go z logo żadnego innego regionu. Godny uwagi jest fakt, że poza opracowaniem Księgi Znak dla





województwa świętokrzyskiego, stworzono również na zlecenie ROTŚ opracowanie pn. „Standaryzacja regionalnych materiałów promocyjnych i tablic informacyjnych”. Ten drugi dokument spełnia szczególnie istotną rolę związaną z popularyzacją zasad wykorzystania nie tylko logo regionu, ale również szaty graficznej różnego rodzaju materiałów promocyjnych.

Grupy docelowe

Kampania adresowana jest do mieszkańców województw ościennych, pozostałych mieszkańców kraju, Niemiec, Ukrainy, którzy umieszczają Świętokrzyskie na liście destynacji weekendowych, wycieczek szkolnych, pobytów wakacyjnych

Segmenty:

1. dzieci i młodzież
2. rodziny z dziećmi (w różnym wieku)
3. osoby lubiące wypoczywać aktywnie, na łonie natury

Priorytety produktowe kampanii wizerunkowej województwa świętokrzyskiego są:

1. **Wzmocnić wizerunek regionu, jako atrakcyjnego turystycznie**
2. **Podnieść rozpoznawalność do poziomu „najlepszy” w kraju dla produktów:**
 - „Świętokrzyska Zielona szkoła” (dla dzieci i młodzieży),
 - „Swojskie klimaty” (wiejska, agro- i ekoturystyka),
3. **Zwiększyć konkurencyjność i umocnić rozpoznawalność w kraju:**
 - „Klucz do zdrowia” (uzdrowiskowa),





- „Perły Ziemi Świętokrzyskiej” (kulturowa, w tym pielgrzymkowa),
- „W krainie mocnych wrażeń” (aktywna),
- „Delegacja wbrew regułom” (biznesowa, w szczególności oparta na Targach Kielce)

11.3.1. Analiza działań promocyjnych województwo Świętokrzyskie

Podróże studyjne

W 2009 roku miało miejsce 5 wizyt studyjnych:

1. **Zimowe Świętokrzyskie, czyli zjazd czarownic** - odbyła się na stoku narciarskim „Stadion” w Kielcach. W imprezie tej wzięli udział dziennikarze z mediów świętokrzyskich.
2. **Wizyta dziennikarza z Ogólnopolskiej Gazety Wyborczej** - szlakiem zabytków architektury przemysłowej.
3. **Wizyta dziennikarzy z Węgier** - w imprezie wzięło udział ośmiu dziennikarzy reprezentujących media branżowe.
4. **Wizyta studyjna dziennikarzy z Niemiec „Polska Toskania”** - sześciu dziennikarzy reprezentujących niemieckie media branżowe zwiedzili[najciekawsze zabytki Sandomierza.
5. **Wizyta studyjna dziennikarzy z Kijowa**- reprezentujących telewizję z Kijowa CITI. Ekipa odwiedziła Busko-Zdrój i Solec

Imprezy promocyjne

- **Sabat Czarownic**

Wykorzystując motywy przewodnie promocji, czyli czary i magię, Świętokrzyskie postanowiło powrócić do tradycji sprzed kilkuset lat i reaktywować Sabaty Czarownic. 4 września 2010 w Amfiteatrze Kadzielnia w Kielcach odbył się koncert, podczas którego publiczność zaczarowały Edyta Górniak, Ewa





Farna, Marina i Patrycja Markowska, natomiast „rogate dusze” w osobach Piotra Kupichy, Maćka Maleńczuka i Janusza Radka próbowali rzucić im wyzwanie. Wykonawcy zaprezentowali swoje największe przeboje oraz utwory z repertuaru Michaela Jacksona, The Rolling Stones czy Tiny Turner. Dodatkowo publiczność zabawiały kabarety „Limo” i „Weźrzesz”, a całość uświetniły formacje tańca oraz oprawa świetlna i pirotechniczna. Całość poprowadziły Anna Dereszowska i Joanna Liszowska, które na scenę wjechały na efektownych trzykołowych motocyklach.

Równocześnie, na głównym deptaku Kielc w dniach 4-5 września odbywał się jarmark pod nazwą „Magiczna Sienkiewka” (od ul. Sienkiewicza). Odwiedzający mogli nabyć magiczne przedmioty, mieszanki ziół, dzieła sztuki ludowej oraz, wraz z Andrzejem Sapkowskim (autorem *Wiedźmina*), spróbować potraw z diabelskiego kotła serwowanych przez czarownice.

Całe przedsięwzięcie zostało zorganizowane przez Regionalną Organizację Turystyczną Województwa Świętokrzyskiego a sfinansowane z pieniędzy unijnych w ramach kampanii promocyjnej województwa świętokrzyskiego. Wstęp był bezpłatny, jednak możliwy tylko z zaproszeniem, które można było zdobyć w konkursach przeprowadzanych przez media oraz na profilu woj. świętokrzyskiego na Facebooku

Tego typu wydarzenie ma bardzo dużą moc promocyjną. Po pierwsze oddziałuje na mieszkańców regionu, którzy są najlepszymi ambasadorami marki. Byli oni wyeksponowani na informacje o wydarzeniu przez dłuższy czas, dodatkowo jeżeli chcieli bezpośrednio uczestniczyć w koncercie, musieli wykazać się zaangażowaniem i wziąć udział w konkursach.

Jako narzędzie promocji została wykorzystana telewizja. Sam koncert był transmitowany na antenie telewizji o ogólnokrajowym zasięgu (TVP 2) w bardzo dobrym czasie antenowym bo o godzinie 20 w sobotę. Transmisję poprzedziła emisja reportaży i filmów o najpiękniejszych miejscach Świętokrzyskiego, o których opowiedzieli znani mieszkańcy i miłośnicy regionu. Należy zauważyć fakt, że sama emisja koncertu nie jest wydarzeniem jednorazowym, wszystkie stacje telewizyjne, również TVP 2, wykorzystuje nagrane materiały wielokrotnie, tak więc region może być promowany nawet dwa lata później w powtórkach, a co za tym idzie jego walory utrwała się w świadomości odbiorców. Również zasięg, czyli w tym przypadku liczba odbiorców jest niedoprecenienia





Wybrane działania promocyjne w mediach i Internecie

Wśród najciekawszych inicjatyw podejmowanych na rzecz promocji województwa świętokrzyskiego warto wskazać m.in.:

- **Realizację programu „Świętokrzyskie miejsca mocy”**- ROTWS podjęła w 2008 roku współpracę z TVP 3, której efektem jest 9 odcinków dokumentu.
- **Spoty w telewizji TVN** – Na podstawie wcześniej zorganizowanego konkursu w 2009 roku na oferty produkcji spotów, zdecydowano się na współpracę z ekipą telewizji TVN. Zdjęcia kręcono w najważniejszych wizerunkowo miejscach regionu Świętokrzyskiego, wykorzystano również ujęcia lotnicze. Spoty zostały wyemitowane w kanałach TVN, TVN Style oraz TVN Turbo, w okresie największej oglądalności. Łącznie wyemitowano 114 spotów, w tym jeden po głównym wydaniu Faktów w TVN. Natomiast w marcu 2010 roku zrealizowano na antenie TVP **spot reklamowy przed „Ojcem Mateuszem”**. Spot emitowany był w połowie kwietnia w czwartki i niedziele przed każdym odcinkiem serialu.
- **Kampanie reklamowe w Onet.pl** – W 2009 roku reklamy były wyświetlane na stronie głównej portalu Onet.pl w dniach: 24.06-30.06 2009. Dzięki kampanii zanotowano ok. 1500 wejść dziennie na stronę swietokrzyskie.travel.

W 2009 roku stworzono również socjalny serwis w Onet.pl „Świętokrzyskie czaruje poleć na narty”. Celem serwisu było zaprezentowanie rozmaitych form wypoczynku zimą w Województwie Świętokrzyskim. Serwis zanotował 130 237 wyświetleń (z czego kilka tysięcy osób przeszło na stronę swietokrzyskie.travel dzięki zamieszczonym aktywnym linkom do portalu Województwa). W tym samym roku zrealizowano aplikację podwieszoną w serwisie Onet.pl **„Magiczne życzenia w onet.pl”** umożliwiającą przysyłanie życzeń bliskim i znajomym, które w imieniu internautów składają znane osoby. W okresie między 21.12 a 25.12 zanotowano ponad 75 tysięcy przesłanych życzeń.

- **Kampania wirusowa na portalach społecznościowych**- W 2009 roku wykorzystano do działań promocyjnych portale społecznościowe takie jak YouTube, Wrzuta i Goldenline do promocji spotów oraz nowouruchomionego portalu swietokrzyskie.travel.

Outdoor



Kampania outdoorowa - „Świętokrzyskie czaruje – poleć na weekend” W 2009 roku po raz pierwszy przygotowano kampanię outdoorową regionu. W ramach tego działania przeprowadzono konkurs na plakat pod hasłem „Świętokrzyskie czaruje – Poleć na weekend”, a 1 lipca rozpoczęto już kampanię outdoorową z wykorzystaniem billboardów, megaboardów, citylightów oraz autobusów (w Krakowie i Warszawie). Nośniki pojawiły się w największych miastach województw sąsiadujących ze Świętokrzyskim.

Rys. 50 Wizualizacje billboardów wykorzystanych podczas kampanii w 2009 roku



Źródło: Internet, <http://rot.swietokrzyskie.travel/>



W kwietniu (1-30 kwietnia 2010) ruszyła kampania outdoorowa z wykorzystaniem billboardów oraz autobusów (w Krakowie i Warszawie). Nośniki pojawiły się w największych miastach województw sąsiadujących ze Świętokrzyskiem.

Z przeprowadzonych badań wizerunkowych wynika, że Świętokrzyskie przyciąga turystów przede wszystkim krajobrazami, przyrodą i dużą liczbą atrakcyjnych zabytków. Wykorzystanie symbolu regionu – czarownicy – w sposób zabawny i przyjazny, a przy tym intrygujący i nieco przewrotny przyciągać ma uwagę priorytetowych grup docelowych nadawcy. Postać czarownicy jest motywem łączącym cztery wersje billboardów. Kusi turystów, podkreślając magię i ciszę Puszczy Świętokrzyskiej, urodę jaskiń i zamków, możliwości zarówno aktywnego wypoczynku, jak i spokojnego relaksu na łonie natury.

Rys.51 Wizualizacje billboardów wykorzystanych podczas kampanii w 2010 roku





Źródło: Internet, <http://rot.swietokrzyskie.travel/>

Strona internetowa

- **www.swietokrzyskie.travel**

W 2009 roku serwis **www.swietokrzyskie.travel** przeszedł modernizację dostosowaną do potrzeb coraz bardziej wymagających Internautów. Witryna zawiera informację o regionie i jego atrakcjach wzbogacone o elementy multimedialne takie jak wirtualne spacer, interaktywną mapę, galerię zdjęć, filmy promocyjne. Funkcjonuje również wersja angielskojęzyczna i niemieckojęzyczna portalu. Uzupełnieniem portalu swietokrzyskie.travel są portale lokalne. Do chwili obecnej udało uruchomić się portal www.konskie.travel, www.ostrowiec.travel, www.busko.travel. Wszystkie strony posiadają spójny, prosty i bardzo czytelny layout.

- **www.pio.wrota-swietokrzyskie.pl**

Strona, tak jak cała kampania promocyjna, wystartowała 23 czerwca 2009. Data nie jest przypadkowa, przypada wtedy noc magii czyli Noc Świętojańska. Jest to wprawdzie strona Urzędu Wojewódzkiego Województwa Świętokrzyskiego, jednak największy ciężar kładziony jest tu na turystykę (pierwszą zakładką



na którą strona się otwiera jest „Przewodnik regionalny”), dopiero kolejne zakładki zajmują się sprawami urzędowymi. Portal utrzymany jest w kolorystyce logotypu województwa, czyli użyto niebieskiego, zielonego, żółtego i czerwonego. Mimo wielości treści informacje są dostępne i łatwe w wyszukaniu.

Strona oferuje właściwie wszystkie informacje, jakie mogą interesować osoby odwiedzające ten region jak i jego mieszkańców. W kilka kliknięć myszką można odnaleźć propozycje dotyczące szlaków rowerowych czy wodnych, dowiedzieć się jaki odbywają się imprezy kulturalne itd. Ze strony można pobrać (w formacie PDF) 80 (!) różnych ulotek, folderów, przewodników. Dodatkowo zamieszczona jest aplikacja ułatwiająca wyszukiwanie atrakcji, poprzez wpisanie terminów i okolicy i kategorii jaka nas interesuje dostajemy spis rozrywek, czy miejsc do odwiedzenia. Podsumowując, strona jest bardzo atrakcyjna dla turystów. Dzięki tak łatwemu dostępowi do informacji turystycznych czują się oni mile widziani i zachęceni do przyjazdu, a co więcej, przez to, że widzą ile atrakcji na nich czeka, chętnie będą wracać jak również polecać region swoim znajomym.

Jedynym minusem strony wydaje się być lekko niefortunna domena i zagadkowe ‘pio’ na początku. Tym bardziej, że w chwili pisania niniejszego dokumentu domena www.wrotaswietokrzyskie.pl pozostaje wolna. To prawda, że strona jest dobrze pozycjonowana, i wyszukiwarka wyświetla ją jako pierwszą na liście, jednak w momencie wpisania tej frazy (bez ‘pio’) w okno adresowe można się dowiedzieć, że domena jest na sprzedaż, co z kolei powoduje, że osoba mniej dociekliwa stwierdzi, że dana strona nie istnieje, i może zniechęcić się do dalszych poszukiwań. Sprawę pogarsza fakt, że w artykułach branżowych strona funkcjonuje właśnie pod błędną domeną www.wrotaswietokrzyskie.pl

- www.krainaczarownic.pl

Strona to wyjątkowy i nowatorski pomysł na promocję regionu. Jest to Blog Świętokrzyskiej Czarownicy, który adresowany jest do dzieci, jednej z grup docelowych promocji. Na stronie znaleźć można wpisy Czarownicy, która opisuje kolejne miejsca warte odwiedzenia oraz konkursy z nagrodami, wszystko w formie przystępnej dla dzieci.

Pomysł jest o tyle ciekawy, że skierowano go do dzieci. To właśnie one mogą namawiać rodziców od odwiedzenia konkretnego miejsca, o którym przeczytały, lub rozwijać swoją wiedzę dzięki udziałom w konkursach. Strona posiada certyfikat bezpieczeństwa dla dzieci.





11.3.2. Wnioski

Działania wizerunkowe województwa świętokrzyskiego zyskały duże zarówno wśród turystów, jak i osób z branży turystycznej, marketingowej oraz naukowej. Konsekwentne, a zarazem śmiałe i przemyślane działania miały bezpośrednie przełożenie na wzrost ruchu turystycznego oraz liczby wejść na strony internetowe regionu. Komunikacja wykorzystująca różne formy dotarcia do odbiorcy, a w szczególności poprzez wykorzystanie Internetu jest ważnym aspektem, który został tu (i jest nadal) pomyślnie wykorzystany.

12. Podsumowanie

Istniejący potencjał Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego daje solidną podstawę do budowania programu rozwoju turystyki. Obecna infrastruktura (zwłaszcza techniczna) w stosunku do potencjału turystycznego jest wciąż niewystarczająca, aczkolwiek podejmowane w ostatnich latach działania w kierunku poprawy tego stanu już są widoczne.

Rozpoznawalność Pojezierza jako atrakcji turystycznej w skali kraju jest niewielka. Ma znaczenie jedynie o charakterze regionalnym. Zaistnienie Pojezierza w świadomości turystów spoza województwa lubelskiego może być trudne, dlatego właściwsze wydaje się być kierowanie oferty do mieszkańców Lubelszczyzny, południowego Mazowsza i ziemi świętokrzyskiej.

Poza podstawowymi usługami turystycznymi brakuje na Pojezierzu wartości dodanych – osobowości czy tożsamości miejsca, jednolitego i wyraźnego wizerunku na turystycznej mapie Polski. Zdefiniowanie „pomysłu na Pojezierze” pozwoli na wyznaczenie priorytetów w zakresie rozwoju funkcji turystycznej, opracowanie skutecznej promocji z uwzględnieniem preferencji wybranych grup turystów oraz stworzenie podwaliny pod budowę silnej marki turystycznej Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego.





13. Materiały i źródła

13.1. Bibliografia

- 1 Anasiewicz I., *Projekt inwentaryzacji wybranych szlaków turystycznych Polski południowo-wschodniej*, Wyd. UMCS, Lublin 1967
- 2 *Badanie skuteczności kampanii promocyjnej walorów turystycznych Polski Wschodniej*, Raport z I fali badania zrealizowanego dla POT przez PBS DGA Sp. z o. o., Sopot-Warszawa 2010
- 3 Bank Danych Lokalnych, GUS
- 4 Buczkowska K., *Turystyka kulturowa*, Poznań 2008
- 5 Buraczyński J., Wojtanowicz J., *Wpływ zlodowacenia środkowopolskiego na rzeźbę południowej części Polesia Lubelskiego*, Annales UMCS, sec. B., vol. XXXV/XXXVI, Lublin 1983
- 6 Chałubińska A., Wilgat T., *Podział fizjograficzny województwa lubelskiego* [w:] Przewodnik V Ogólnopolskiego Zjazdu Pol. Tow. Geogr., PTG, Lublin 1954
- 7 Chmielewski T. J. (red.), *Ekologia krajobrazów hydrogenicznych Rezerwatu Biosfery „Polesie Zachodnie”*, Wyd. Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie, Lublin 2009
- 8 Courtis M.H., *Marketing Techniques*, “Tourism Industry Travel World”, May 1968
- 9 Gaworecki W., *Turystyka*, Wyd. PWE, Warszawa 2003
- 10 *Gminy polskie o funkcjach turystycznych i uzdrowiskowych*, Wyd. US, Jelenia Góra 1996
- 11 Gołębowski G. (red.), *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wyd. PWN, Warszawa 2005
- 12 Gierszewska G., Romanowska M., *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, Wyd. PWE, Warszawa 2003
- 13 Gurba J., *Grodziska Lubelszczyzny*, Wyd. PTTK Regionalna Pracownia Krajoznawcza, Lublin 1976
- 14 Harasimiuk M., Michalczyk Z., Turczyński M. (red.), *Jeziora łęczyńsko – włodawskie. Monografia przyrodnicza*, Biblioteka Monitoringu Środowiska, Wyd. UMCS, Lublin 1998





- 15 Holuk J., *Walory przyrodnicze polskiej części Międzynarodowego Rezerwatu Przyrody Polesie Zachodnie*. Ekologiczny Klub UNESCO – Pracownia na rzecz bioróżnorodności, Piaski 1998
- 16 International Scientific Committee on Cultural Routes (CIIC), *Annual Meeting Report*, Attachment 2, ICOMOS 2003
- 17 Jędrzyak T., *Turystyka kulturowa*, Wyd. PWE, Warszawa 2008
- 18 Jędrzyak T., *Wiejska turystyka kulturowa*, Wyd. PWE, Warszawa 2010
- 19 Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., *Produkt turystyczny*, Wyd. PWE, Warszawa 2005
- 20 Kaspar C., Kunz B. R., *Unternehmungsführung im Fremdenverkehr*, Stuttgart-Bern 1982
- 21 Kaszewski B.M., *Warunki klimatyczne Rezerwatu Biosfery „Polesie Zachodnie”*. [w:] T.J. Chmielewski (red.) Rezerwat Biosfery „Polesie Zachodnie”. Walory, funkcjonowanie, perspektywy rozwoju. PPN, Wojewoda Lubelski, Lublin–Urszulin 2005
- 22 Kowalczyk A., *Geografia turystyki*, Warszawa 2000
- 23 Krukowska R., *Użytkowanie turystyczne jezior Pojezierza Łęczyńskiego – Włodawskiego* [w:] Studia nad turystyką. Prace geograficzne i regionalne, Wyd. UJ, Kraków 2007
- 24 Krukowska R., Skowronek E., Krukowski M., *Zmiany w krajobrazie gminy Włodawa zachodzące pod wpływem użytkowania rekreacyjnego* [w:] M. Pietrzak (red.) Krajobraz – turystyka – ekologia, Problemy Ekologii Krajobrazu 11, 2003
- 25 *Leśnictwo*, Informacje i opracowania statystyczne, GUS, Warszawa 2010
- 26 Lijewski T., Wyrzykowski J., Mikułowski B., *Geografia turystyki Polski*, Wyd. PWE, Warszawa 2002
- 27 Lorenc H. (red.), *Atlas klimatu Polski*, Wyd. IMiGW, Warszawa 2005
- 28 Łobożewicz T., Kogut R., *Turystyka aktywna, turystyka kwalifikowana*. Materiały pokonferencyjne, Warszawa 1999
- 29 Matczak A., *Model badań ruchu turystycznego*, Acta Universitatis Lodzensis, Łódź 1992
- 30 Michalczyk Z., *Stosunki wodne Pojezierza Łęczyńskiego – Włodawskiego* [w:] Harasimiuk M., Michalczyk Z., Turczyński M. (red.), Jeziora Łęczyńskie – Włodawskie. Monografia przyrodnicza, Wyd. UMCS, Lublin 1998





- 31 Michota-Katuliska E., *Kuchnia regionalna – konkurencyjny produkt turystyczny regionu* [w:] Turystyka i rekreacja jako czynnik podnoszenia atrakcyjności i konkurencyjności regionu, red. D. Dudkiewicz, F. Mindura, E. Wysocka, Warszawa 2006
- 32 Mikos von Rohrscheidt A., *Turystyka kulturowa: fenomen, potencjał, perspektywy*, Gniezno 2008
- 33 Mikułowski B., Wyrzykowski J., *Klasyfikacja atrakcyjności turystycznej obszarów, miejscowości i obiektów turystycznych Polski na potrzeby zagranicznej turystyki przyjazdowej* [w:] Uwarunkowania rozwoju turystyki zagranicznej w Europie Środkowej i Wschodniej. Zakład Geografii Region. i Turystyki Inst. Geogr., Uniw. Wrocław, z. 2, Wrocław 1993
- 34 Mikuta B., Żelazna K., *Organizacja ruchu turystycznego na wsi*, Wyd. Format-AB, Warszawa 2004
- 35 Mikuta B., Żelazna K., *Problematyka wstępna-istota i znaczenie turystyki* [w:] Organizacja ruchu turystycznego na wsi, Wyd. Format-AB, Warszawa 2004
- 36 Mileska M. I., *Regiony turystyczne Polski. Stan obecny i potencjalne warunki rozwoju*, Prace Geograficzne, Wyd. PWN, Warszawa 1963
- 37 Omilanowska I., *Atlas zabytków architektury w Polsce*. Wydawnictwo Szkolne PWN, 2002
- 38 *Potencjał turystyczny Polski Wschodniej – badanie poprzedzające tworzenie kampanii reklamowej*, Dom Badawczy Maison, Warszawa, 2009
- 39 Radwan S. i inni 1994: *Stosunki biocenotyczne w jeziorach Pojezierza Łeczyńskiego - Włodawskiego* [w:] Kraska M. (red.) Jeziora łobeliowe, charakterystyka, funkcjonowanie o ochrona, Idee Ekol. 7,5
- 40 *Raport o stanie środowiska województwa lubelskiego w 2009 roku*, Wyd. Biblioteka Monitoringu Środowiska, Lublin 2010
- 41 Rottermund A., *Muzea i turystyka*, materiały międzynarodowej konferencji, Kraków 1999
- 42 Sierpiński J., *Zakład hotelarski, „Ekonomia zarządzania”*, Wyd. TNOiK, Kraków 1974
- 43 Skorupka S., Auderska H., Łempicka Z. (red.), *Mały Słownik Języka Polskiego*, Wyd. PWN, Warszawa 1968
- 44 Steinhaus H. 1947: *O wskaźniku ukształcenia pionowego*. Przegl. Geogr, T. XXI.
- 45 *Studium uwarunkowań atrakcyjności turystycznej Polski Wschodniej* (część analityczna), Instytut Turystyki
- 46 Świeca A., *Wpływ czynników antropogenicznych na rzeczny odpływ zawieszin i roztworów na międzyrzeczu Wisły i Bugu*, Wyd. UMCS, Lublin 1998





- 47 Tanaś S., *Znaczenie przestrzeni śmierci w turystyce kulturowej*, „Turyzm” 2006, t. 16, nr 2
- 48 Tanaś S., *Cmentarz jako obiekt zainteresowań turysty oraz miejsce spędzania wolnego czasu* [w:] *Turystyka i rekreacja*, t. 1, Warszawa 2005
- 49 Turkowski M., *Marketing usług turystycznych*, Wyd. PWE, Warszawa 2010
- 50 Tucki A., *Próba oceny środowiska przyrodniczego dla potrzeb turystyki na przykładzie gmin powiatu łęczyńskiego*, Annales UMCS, B, LVIII, 6, Lublin 2003
- 51 *Usługi hotelarskie*, Ustawa o usługach turystycznych z dnia 29 sierpnia 1997 roku
- 52 Warszzyńska J., *Geografia turystyki – zarys problematyki*. Nauki o turystyce. Studia i Monografie, AWF nr 7, Kraków 2003
- 53 Wilgat T., 1956: *Pojezierze Łęczyńsko - Włodawskie jako teren wycieczek geograficznych*. Przegl. Geogr., t. 27
- 54 Wilgat T., 1971: *Zagadnienie terenów rekreacyjnych w woj. Lubelskim*. Miasto, 3
- 55 Wilgat T., Michalczyk Z., Turczyński M., Wojciechowski K., *Jeziora Łęczyńsko – Włodawskie*, Studia Ośrodka Dokumentacji Fizjograficznej. t. XIX, PAN O, Kraków 1991
- 56 Wolf E., *Culinary tourism: a tasty economic proposition*, Portland 2004
- 57 Woś A., *Klimat Polski*, Wyd. PWE, Warszawa 1999
- 58 Wyrzykowski J., *Geograficzne uwarunkowania rozwoju urlopowej turystyki wypoczynkowej w Polsce*, Wrocław 1986

13.2. Spis tabel

Tab.1 Powiązanie strategicznych kierunków rozwoju Polski i województwa lubelskiego

Tab. 2 Podział walorów turystycznych

Tab. 3 Wybrane zabytki Gminy Cyców

Tab. 4 Wybrane zabytki Gminy Ludwin





Tab. 5 Wybrane zabytki Gminy Łęczna

Tab. 6 Wybrane zabytki Gminy Milejów

Tab. 7 Wybrane zabytki Gminy Puchaczów

Tab. 8 Wybrane zabytki Gminy Spiczyn

Tab. 9 Wybrane zabytki gmin z Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego z Powiatu Włodawskiego, Parczewskiego i Lubartowskiego

Tab. 10 Tradycyjne potrawy Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego

Tab. 11 Najważniejsze imprezy kulturalne, turystyczne i sportowe na Pojezierzu Łęczyńsko - Włodawskim

Tab. 12 Atrakcyjność turystyczna jezior Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego

Tab. 13 Dane o jeziorach Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego

Tab. 14 Wstępna ocena stanu jednolitych części wód jezior w układzie dorzeczy na podstawie wyników badań monitoringowych

Tab. 15 Lesistość gmin Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego

Tab. 16 Podział dóbr komplementarnych (infrastruktury turystycznej)

Tab. 17 Zasoby bazy noclegowej w powiatach łęczyńskim, lubartowskim, parczewskim i włodawskim w 2009 roku

Tab. 18 Wykaz ilości dróg gmin Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego

Tab. 19 Korzystający z bazy noclegowej w powiatach łęczyńskim, lubartowskim, parczewskim i włodawskim w 2009 roku

Tab. 20 Atrakcyjność turystyczna podstawowych jednostek terytorialnych Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego

Tab. 21 Cechy decydujące o atrakcyjności i przydatności turystycznej obszaru

Tab. 22 Analiza SWOT dla rozwoju turystyki na Pojezierzu Łęczyńsko - Włodawskim

Tab. 22. Ruch turystyczny na obszarze objętym analizą w 2009 roku

Tab. 23. Wybrane wskaźniki ruchu turystycznego

Tab. 24 Charakterystyka segmentu rynku turystycznego – Turystyka rekreacyjna, aktywna i specjalistyczna

Tab. 25 Charakterystyka segmentu rynku turystycznego – Turystyka na terenach wiejskich





Tab. 26 Analiza wybranych stron internetowych Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego

13.3. Spis rysunków

Rys. 1 Położenie obszaru objętego analizą na tle podziału fizycznogeograficznego

Rys. 2 Hipsometria (wysokości względne) w gminach Pojezierza Łęczyńsko - Włodawskiego

Rys. 3 Mapa Międzynarodowego Rezerwatu Biosfery „Polesie Zachodnie”

Rys. 4 Cerkiew pod wezwaniem św. Mikołaja Cudotwórcy w Dratowie

Rys. 5 Brama do dworu w Łańcuchowie

Rys. 6 Kościół pod wezwaniem św. Jana Chrzciciela w Łańcuchowie

Rys. 7 Kościół pod wezwaniem NMP w Puchaczowie

Rys. 8 XIX-wieczna plebania

Rys. 9 Jezioro Łukcze

Rys. 10 Jezioro Głębokie we wsi Głębokie

Rys. 11 Okolice Okuninki i rozmieszczenie ośrodków nad jeziorem Białym

Rys. 12 Ośrodek Sportów Wędkarskich nad jeziorem Rogoźno

Rys. 13 Ośrodki wczasowe i domki letniskowe nad jeziorem Łukcze

Rys. 14 Wieprz w Milejowie

Rys. 15 Wieprz w Milejowie

Rys. 16 Centralny Szlak Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego

Rys. 17 Gospodarstwo agroturystyczne „U Niewiadomskich” w Jaszczowie

Rys. 18 Kort tenisowy w ośrodku „Marynka”





Rys. 19 Staw rybny w ośrodku „Marynka”

Rys. 20 Obiekt gastronomiczny i recepcja ośrodka „Marynka”

Rys. 21 Mapa trasy wycieczki „Kołacze, czyli kołatanie do wrót przyrody”

Rys. 22 Trasa wycieczki turystyczno – krajoznawczej „Krajobrazy Wschodniego Pogranicza”

Rys. 23 Mapa trasy rowerowej „Okuninka – Wola Uhruska”

Rys. 24 Trasa wycieczki pieszej po Włodawie „Szlakiem Trzech Kultur”

Rys. 25 Trasy rowerowe wytyczone przez Resort Piaseczno

Rys. 26 Lamus w zespole parkowo-pałacowym w Zawieprzycach

Rys. 27 Wykaz głównych dróg Pojezierza Łęczyńsko – Włodawskiego

Rys. 28 Regiony turystyczne Polski Wschodniej

Rys. 29 Pozycja Pojezierza (fragment obszaru nazwanego Polesie) wśród rozpatrywanych regionów turystycznych Polski Wschodniej w wymiarze „standardowe miejsce wypoczynku”.

Rys. 30 Schemat metodologii oceny

Rys. 31 Wielkości wskaźników atrakcyjności turystycznej w powiatach województwa lubelskiego

Rys. 32 Pozycja strategiczna Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego wyznaczona na podstawie analizy SWOT

Rys. 33 Mapa Szlaku Kulturowego „Magia Miejsc”

Rys. 34 Oznakowanie drogi do Grodu Słowiańskiego w Wólce Bieleckiej

Rys. 35 „Dzwonić! Teren prywatny” - napis widniejący na bramie wejściowej do grodu

Rys. 38 Brama wejściowa

Rys. 36 Mapa tras rowerowych „Daleko od szosy” w Łęcznej





- Rys. 37** Kulebiak Generałowej Kickiej
- Rys. 38** Obszary realizacji wiodących produktów turystycznych w powiecie Łęczyńskim
- Rys. 39** Mapa Poleskiego Szlaku Konnego
- Rys. 40** Logo Festiwalu Trzech Kultur
- Rys. 41** Logo regionu Warmia i Mazury
- Rys. 42** Logotyp Mazury 7 Wonders Cup
- Rys. 43** Zrzut strony MazuryCudNatury.org
- Rys. 44** Billboardy promocyjne regionu Warmia i Mazury
- Rys. 45** Akcja „Tuba”
- Rys. 46** Logo regionu Roztocze
- Rys. 47** Informatory turystyczne „Roztocze 2010” oraz „Roztocze 2011”
- Rys. 48** Miodniki z Roztocza
- Rys. 49** Logo województwa świętokrzyskiego
- Rys. 50** Kampania outdoorowa - „Świętokrzyskie czaruje – poleć na weekend” w 2009 roku
- Rys. 51** Wizualizacje billboardów wykorzystanych podczas kampanii w 2010 roku





**ZAŁĄCZNIK –
Dodatkowe wyliczenia z raportu badawczego
„Znajomość i wizerunek Pojezierza
Łęczyńsko-Włodawskiego”**





ul. Ceramiczna 6, 21-025 Niemce
info@kancelaria-synergia.pl
tel./fax. +48 81 756 18 48



synergia
kancelaria doradcza