

Edward Grott

Środowisko naturalne oraz inne atrakcje turystyczne w działalności promocyjno-informacyjnej prowadzonej przez administrację samorządową w rejonie Bartoszyc

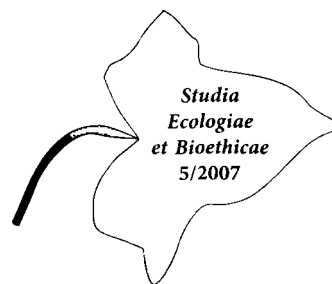
Studia Ecologiae et Bioethicae 5, 481-488

2007

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Edward GROTT
IEiB UKSW Warszawa



Środowisko naturalne oraz inne atrakcje turystyczne w działalności promocyjno-informacyjnej prowadzonej przez administrację samorządową rejonie Bartoszyce

Wstęp

Polska jest krajem o stosunkowo młodej gospodarce wolnorynkowej. Przez szereg lat nauczyliśmy się reguł jakimi rządzi się ten model gospodarczy. Był to czas w którym należało nadrobić zaległości wynikające z utopijnego charakteru systemu społeczno-gospodarczego w jakim Polska tkwiła przez blisko pół wieku.

Gospodarka wolnorynkowa wykorzystuje szereg narzędzi kształtujących popyt i podaż produktów, jednym z nich jest promocja. Obecnie trudno by wymienić dziedzinę gospodarki w której działania promocyjne są zbędne. Promocja „(...) obejmuje zespół działań i środków za pomocą których przedsiębiorstwo przekazuje na rynek informacje charakteryzujące produkt i/lub firmę, kształtuje potrzeby nabywców oraz pobudza, ukierunkowuje i zmniejsza elastyczność popytu”¹.

Promocja jest wykorzystywana nie tylko przez przemysł ciężki, ale również przez także bardzo dochodową turystykę. Szczególnie aktywne działanie w tej sferze mają lub powinny mieć miejsce w regionach dla których turystyka jest jedyną szansą na rozwój. Jednym z takich regionów w Polsce jest region gminy i miasta Bartoszyce.

Charakterystyka miasta i regionu

Bartoszyce i okolice to region leżący w północnej części województwa warmińsko-mazurskiego na Nizinie Sępopolskiej w dolinie rzeki Łyny, przylegający

¹ J. ALTKORN (red.), *Podstawy marketingu*, Kraków 2000, s. 286.

do granicy państwowej z Rosją. Miasto Bartoszyce jest najważniejszym ośrodkiem z gminie i powiecie bartoszyckim.

„Miasto założone w 1326 r. w dolinie Łyny początek wzięło od drewnianej warowni wzniesionej w 1240 r., w miejscu staropruskiego grodziska w krainie Barcji. „Barte” w języku staroniemieckim i staropolskie słowo „barta” - oznacza topór. Najprawdopodobniej to zdecydowało, że właśnie topór był elementem różnych wersji herbu miasta. Współczesny herb i flaga w czarno-białych barwach bezpośrednio nawiązują do symboliki heraldycznej - weksylologicznej średnio-wiecznych Bartoszy²”.

Historia miasta niemal od samego początku związana jest z przybyciem w 1230 r. na te ziemie Niemieckiego Zakonu Szpitalnego im. Najświętszej Marii Panny potocznie zwanego Krzyżakami. Założycielami grodu byli osadnicy pochodzący z terenów współczesnych Niemiec, ale w późniejszych wiekach Zakon osadzał ludność z różnych regionów obecnej Polski. Bartoszyce, jak każde miasto średniowieczne było otoczone murami, lecz nie było ono w swym wnętrzu zbyt pojemne i wkrótce, wokół murów, powstały przedmieścia, nieustannie narażone na płądrowanie i zniszczenia. Po wielkiej bitwie grunwaldzkiej, w 1411 r. dla zwiększenia bezpieczeństwa ludności, podwyższono mury, za którymi mogli się chować, w razie niebezpieczeństwa mieszkańcy przedmurza jednak ich domostwa pozostawione były na łaskę lub jej brak u najeźdźcy.

Bartoszyce stały się miastem polskim dopiero w 1525 roku, kiedy to jako lenno Hołdu Pruskiego zostało przyłączone do Polski. Dzięki temu miasto zaczęło się prężnie rozwijać. Bardzo ożywił się handel zbożem, futrami, drewnem, chmielem, bursztynem, co miało bezpośredni wpływ na sytuację finansową mieszkańców. Największy rozkwit miał miejsce w XVI i XVII w. Dzięki czemu Bartoszyce zyskały miano drugiego miasta po Królewcu w Prusach Książęcych a o jego znaczeniu świadczył fakt zwołania w nim w 1661 r. Sejmu Pruskiego. Upadająca potęga Rzeczypospolitej XVIII wieku odbiła się bardzo niekorzystnie na sytuacji gospodarczej Bartoszy i regionu. Szczególnie niekorzystne było traktowanie przez Królestwo Pruskie, dawnych Prus Książęcych jako peryferyjnej dzielnicy, będącej jedynie źródłem podatków i żołnierzy. Marsz Napoleona na Wschód oraz liczne epidemie doprowadziły do drastycznego spadku ilości mieszkańców oraz znacznego zniszczenia infrastruktury miejskiej. Dopiero na przełomie XIX i XX wieku zakończył się okres pasma wydarzeń szczególnie nie-sprzyjających rozwojowi miasta. Wtedy to miasto otrzymało wodociągi i gazownię, dzięki temu w 1902 roku, siedzibę powiatu przeniesiono z Fryndlandu do Bartoszy. Od tego czasu ludność Bartoszy systematycznie rosła z wyłączeniem okresów trwania dwóch wojen światowych. W pierwszych latach po II wojnie

² C. WISZNIEWSKA, *Dzieje Bartoszy [w:] 50 lat Liceum Ogólnokształcącego im. Stefana Żeromskiego w Bartoszacach*, Bartoszyce 1997, s. 7 - 9.

światowej w okolicy Bartoszczyk przesiedlono mieszkańców terenów „zza Buga”. Miasto zaczęło pełnić funkcję ośrodka administracyjnego dla okolic, które stanowią tereny typowo rolnicze. Siedzibę mają tu m.in. Komenda Policji, Sąd Grodzki, Urząd Skarbowy, Urząd Pocztowy oraz spółdzielnie rolnicze.

Cechą charakterystyczną obszaru okolic miasta jest bardzo zróżnicowana rzeźba terenu ukształtowana przez łądolód. Region leży w dorzeczu rzeki Łyny i częściowo rzeki Pasłęki i charakteryzuje się małą ilością wód powierzchniowych. Łyna to największa rzeka regionu a jedyne wody stojące występujące w okolicach Bartoszczyk to niewielkie polodowcowe jeziora z obszaru Wzniesień Górowskich oraz bagna.

Rejon Bartoszczyk to rejon stosunkowo słabo zalesiony, wiąże się to bezpośrednio z jakością gleb. Obszary, na których gleba jest urodzajna zostały zagospodarowane na potrzeby rolnictwa zaś tam, gdzie gleba jest słabej jakości zachowano lasy, w których występują gatunki zwierząt te same co w innych regionach Mazur, są to m.in.: wilk, jelen, sarna, dzik, łos. Większe kompleksy leśne nie występują.

Promocja Bartoszczyk i okolic

Władze samorządowe regionu okolic miasta Bartoszczyk przywiązuje bardzo dużą wagę do kontaktów z licznymi partnerami zagranicznymi. Miastami partnerskimi są Bagrationowisk i Pioniersk (Obwód Kaliningradzki), a także z Nienburg- Niemcy (Dolna Saksonia). Współpraca zagraniczna ma zasadnicze znaczenie dla kreowania wizerunku regionu na zewnątrz. Bardzo ściśle kontakty z Obwodem Kaliningradzkim dają duże możliwości rozwojowe obu partnerom, gdyż we współpracę z miastami Obwodu Kaliningradzkiego zaangażowana jest niemal cała społeczność. Samorządowcy wciąż starają się nawiązać nowe kontakty partnerskie zarówno wśród krajów postkomunistycznych jak też ustabilizowanych gospodarek zachodnich.

Samorządowcy powiatu bartoszczyckiego realizują zagwarantowany przez Europejską Kartę Samorządu Terytorialnego zapis zawarty w art. 10 pkt 1, który brzmi: „Wykonując swoje uprawnienia, społeczności lokalne mają prawo współpracować z innymi społecznościami oraz zrzeszać się z nimi – w granicach określonych prawem – w celu realizacji zadań, które stanowią przedmiot ich wspólnego zainteresowania”³. Możliwość współpracy transgranicznej dopuszcza art. 10 pkt 3, mówiący, że społeczności lokalne mogą współpracować ze społecznościami innych państw na warunkach określonych prawem⁴.

³ Europejska Karta Samorządu Terytorialnego sporządzona w Strasburgu 15 października 1985 r., Dz. U. z 1995 r., Nr 124, poz. 607.

⁴ Europejska konwencja Ramowa o Współpracy Transgranicznej między Wspólnotami i Władzami Terytorialnymi, dz. U. z 1993 r., Nr 61, poz.

Region jest położony przy granicy z Obwodem Kaliningradzki, co dodatkowo sprzyja współpracy z zagranicą. Od kilku lat powiat współpracuje z kilkoma regionami z innych państw, do których należą: powiat Verden z Niemiec, miasto Bagriatonowsk z Rosji, region Umbria we Włoszech i rejon Pustpmuty z Ukrainy.

Powiat jako jeden z sześciu powiatów województwa warmińsko-mazurskiego kontynuuje realizację projektu pt.: „Turystyka lokalna w Unii Europejskiej – szanse rozwoju gmin i powiatów Polski północno – wschodniej”. Program ma na celu wspólny udział w programach unijnych związanych z promocją kultury krajów Europy. Organizacja skupia poza sześcioma powiatami polskimi, siedem regionów z Włoch oraz kilka prowincji Belgii, Grecji i Hiszpanii.

Szczególnie ważnym elementem działań każdego samorządu jest ochrona środowiska. Region okolic miasta Bartoszyce bardzo prężnie realizuje zadania z tym związane. Wszelkie plany inwestycyjne muszą uwzględniać zminimalizowanie ingerencji w faunę i florę regionu. Ostoje ptaków oraz żerowiska zwierząt zagrożonych wyginięciem podlegają szczególnej ochronie.

Każda nowa inwestycja podejmowana przez władze samorządowe regionu mają na celu przybliżenie tego obszaru do obowiązujących standardów unijnych, a także uwzględnienie ochrony środowiska naturalnego regionu.

Powyzsze uwarunkowania przyczyniają się do powstawania prężnie funkcjonujących na tym obszarze gospodarstw agroturystycznych zrzeszonych w bartoszyckim Stowarzyszeniu Agroturystyki „Warmiacy”.

Turystyka w okolicach Bartoszyce oparta jest głównie o ruch związany z bliskością granicy z Obwodem Kaliningradzkim. W sezonie letnim miasto jest licznie odwiedzane przez turystów z Niemiec, którzy poznają ziemie niegdyś należące do Prus Wschodnich.

Warunkiem koniecznym dla sprawnego funkcjonowania ruchu turystycznego jest przede wszystkim doskonała baza hotelowa i gastronomiczna. W okolicach Bartoszyce, funkcjonuje wiele hoteli, restauracji, barów oraz gospodarstwa agroturystyczne, które oferują swym gościom, oprócz noclegów, liczne atrakcyjne formy aktywnego wypoczynku.

Dla regionu okolic miasta Bartoszyce turystyka jest szansą na zrealizowanie podstawowych celów społeczno-gospodarczych. Bartoszyce od wielu lat utrzymują się na najwyższych miejscach w rankingach bezrobocia w miastach. Aby móc określić właściwą strategię postępowania dokonano marketingowej analizy mocnych i słabych stron regionu. Narzędziem jakim się posłużono jest analiza SWOT.

Głównym celem na najbliższe lata jest rozbudowanie i tworzenie nowej infrastruktury turystycznej i proturystycznej, a co za tym idzie poprawa warunków życia mieszkańców. Działania takie w dłuższej perspektywie mają poprawić warunki funkcjonowania danej społeczności poprzez poprawę warunków mieszkaniowych, infrastruktury, estetyki miejscowości.

Plan pobudzenia miejscowej gospodarki zakłada wzrost zapotrzebowania na siłę roboczą poprzez rozwój turystyki. Działania administracji muszą sprzyjać zakładaniu nowych firm, rozwijaniu firm już istniejących, wspomaganie nowych inicjatyw oraz przyciąganie firm spoza regionu. Główne założenia planu oparte o analizę SWAT to:

- 1) Edukacja i rozwój lokalnych zasobów ludzkich. Jakość lokalnych zasobów ludzkich ściśle zależy od kształcenia ludzi zgodnie z zapotrzebowaniem rynku, tworzenia nowych i utrzymywania dotychczasowych miejsc pracy, odpowiedniego zatrudnienia zgodnego z kwalifikacjami, właściwego wykorzystania wykształconej profesjonalnej kadry na potrzeby regionalnej gospodarki turystycznej.
- 2) Tworzenie nowych miejsc pracy przez promowanie małych przedsięwzięć gospodarczych, pomoc grupom społecznym zagrożonym bezrobociem - poprawa sytuacji materialnej ludzi, którzy w wyniku transformacji gospodarczej stracili pracę np. małe gospodarstwa rolne, z których nie można się utrzymać, a którym można pomóc poprzez promocję agroturystyki.

Promocja miasta musi się opierać na stworzeniu planu działań marketingowych wykorzystujących istniejące atrakcje turystyczne jak też założeń, które należy zrealizować w przyszłych latach. Należy pamiętać, co powtarzam kolejny raz, że promocja miasta oraz będący jej następstwem napływ turystów pozytywnie wpłynie na rozwój ogólnie pojętej gospodarki tego regionu. Jedną z atrakcji turystycznych często polecanych przez mieszkańców regionu są liczne pałace i dworki często z zachowanymi parkami, jak np. pałac w Galinach, własność od XV wieku rodu von Eulenburgów, czy sięgające XVI wieku dobra rodu von Kunheimów w Judytach. Zabytkowe budowle tego typu znajdują się również w Tolku, Łabędniku i Osiece oraz dwory w Gliwajnach i Trutnowie. Najpiękniejszym pałacem w okolicach Bartoszczy jest Pałac „Biały Książę” w pobliskiej Osiece.

Popularną formą aktywnego spędzania wolnego czasu wśród turystów są spływy kajakowe, wycieczki piesze i rowerowe, podczas których podziwiać można urokliwe zakątki, pałace i malownicze widoki okolic miasta. Dla ludzi pasjonujących się przyrodą regionalną wyznaczono specjalne ścieżki dydaktyczne prowadzące przez najbardziej interesujące przyrodniczo tereny, wzdłuż których ustawiono liczne tablice informacyjne.

W stolicy regionu – Bartoszczykach szczególną uwagę zwracają pięknie utrzymane tereny zielone, parki, laski i tereny spacerowe w centrum miasta, które bardzo podnoszą atrakcyjność miasta. Bolączką mieszkańców miasta i okolic czerpiących korzyści z turystyki jest stosunkowo krótki sezon turystyczny. Duży potencjał który posiada miasto żeby mógł zostać w pełni wykorzystany potrzebuje dużych nakładów finansowych. Jednym z celów bardzo istotnych dla sprawnego turystycznego rozwoju jest wydłużenie sezonu turystycznego w oparciu o ciekawą ofertę aktywnego spędzania wolnego czasu. Wykorzystanie atrakcji

przyrodniczych, zagospodarowanie lasku miejskiego oraz popularyzacja i rozwój sportów zimowych są to czynniki mogące wpłynąć na ilość odwiedzających region turystów poza sezonem letnim.

Bardzo poważnym problemem stojącym na przeszkodzie dla rozwoju turystycznego miasta jest brak kąpieliska. Miasto posiada tylko jeden basen miejski, czynny przez 4 miesiące. W sezonie letnim, zarówno społeczność lokalna, jak i turyści, aby skorzystać z kąpeli wodnych zmuszeni są wyjeżdżać poza miasto do pobliskich jezior.

Istnieją plany dużej inwestycji, jaką jest wybudowanie w Bartoszycach kompleksu rekreacyjno-sportowego, który dałby podstawy do rozwoju miasta, jako ważnego centrum rozrywkowego, a to zaś przyczyniłoby się do wzrostu atrakcyjności miasta wśród turystów krajowych i zagranicznych.

Kolejnym krokiem ku zwiększenia atrakcyjności miasta i okolic powinno być wykorzystanie zamkniętych traktów kolejowych. Dawne nasypy kolejowe idealnie nadają się do przekształcenia w trasy pieszych i rowerowych wycieczek. W tej kwestii warto porozumieć się z samorządowcami z regionów przyległych przez terytorium przechodzi nieczynny trakt kolejowy. Trasy rowerowe powinny łączyć najciekawsze miejsca, będące wizytówką regionu. Każdy z takich szlaków winien być czytelnie oznakowany oraz wyposażony w wielojęzyczne tablice informacyjne.

Sprawną promocją w połączeniu z nowymi inwestycjami pro-turystycznymi w regionie jest gwarancją podniesienie warunków społeczno-gospodarczych mieszkańców. Głównym zadaniem organizacji zajmujących się promocją regionu jest dotarcie do jak największej rzeszy odbiorców, którzy są potencjalnymi turystami. Oczywiście jest, że w tym celu wykorzystuje się różne środki masowego przekazu.

Sprawdzoną formą promocji regionu z wykorzystaniem walorów środowiska naturalnego w połączeniu ze stworzonymi atrakcjami turystycznymi jest wydanie albumów oraz folderów. Polskie gminy, powiaty co raz częściej do swej promocji wykorzystują portale internetowe zawierające wszelkie niezbędne informacje przydatne potencjalnemu turyście. Regularne aktualizacje służą również informacją dla mieszkańców regionu. Warto wykorzystać narzędzie promocyjne o wysokiej skuteczności jakim jest organizowanie imprez plenerowych. Turyści poza znakomitą zabawą mają szansę poznać wszystkie atuty regionu poczynając od zabytków architektonicznych poprzez kuchnię regionalną na wyrobach rzemieślniczych skończywszy. W procesie planowania owych imprez warto mieć na względzie ich rozreklamowanie w kraju. Jedną z najlepszych metod reklamy takich „eventów” jest telewizja. Spoty reklamowe poprzedzające imprezę oraz transmisja z jej przebiegu są gwarancją sukcesu komercyjnego takiej imprezy. Działania w tej kwestii ze względu na bardzo wysokie koszty muszą być prowadzone ze wsparciem finansowym przedsiębiorców regionalnych oraz ogólnopolskich. Za przykład mogą tu posłużyć wielkie plenerowe imprezy w Krakowie czy Zakopanem, które co roku przyciągają tysiące turystów.

Polska jako członek Unii Europejskiej w Działaniach promocyjnych wykorzystujących walory środowiska naturalnego oraz innych atrakcji turystycznych może liczyć na dofinansowanie do swoich działań. Środki te często znacząco przekraczają budżety jakimi dysponują samorządowcy ułatwiają realizację planów dostosowania infrastruktury miasta i okolic do wymagań europejskich. Dla wielu regionów nierealne jest samodzielne zrealizowanie zadań przynoszących wymierne korzyści dla ich mieszkańców jak np. Kanalizacja, które przynoszą ze sobą korzyści długofalowe w postaci zaprzestania degradacji środowiska naturalnego, a jest to jedna z wizytówek regionu. Podobnie ma się sprawa z infrastrukturą drogową. Naprawa istniejących i budowa nowych szlaków komunikacyjnych ułatwi dostęp turystów do atrakcji turystyczno-przyrodniczych oraz zniweluje zagrożenie związane z wypadkami komunikacyjnymi z udziałem środków niebezpiecznych dla środowiska, związanych z ruchem od i w kierunku przejścia granicznego z Rosją.

Zakończenie

Turystyka jest jedną z dziedzin gospodarki, które nie mogą samodzielnie istnieć bez promocji. Władze samorządowe Bartoszyc i okolic szansę rozwoju gospodarczego tego regionu, w którym bezrobocie jest jedno z najwyższych w Polsce widzą w turystyce przy wykorzystaniu ogromnego potencjału jakim jest środowisko naturalne oraz walory estetyczne miasta.

Promocja regionu ma na celu poza służyć informacją turystom, również udzielanie pomocy informacyjnej organizatorom wypoczynku grupowego i wszelkim przedstawicielom branży hotelarsko-restauracyjnej oraz agroturystycznej. Udzielenie wszelkich niezbędnych informacji bezpośrednio zainteresowanym wypoczynkiem w regionie musi być połączone z profilaktyką proekologiczną bo im większa jest świadomość społeczeństwa o stanie obecnym środowiska naturalnego tym łatwiej jest dbać o nie w przyszłości.

Mnogość form promocji regionu sprawia, że można je dostosować do indywidualnych potrzeb zarówno zleceniodawcy jak też odbiorcy. Warto pamiętać, że najlepszą formą reklamy jest rekomendacja jakości usług. W tej kwestii wiele już zrobiono w Bartoszykach jednak nie można poprzestać na jednorazowej akcji, działania takie muszą mieć charakter ciągły. Organizacja szkoleń, np. dla właścicieli gospodarstw agroturystycznych jest jedną z przykładowych form wpływania na poziom oferowanych usług.

Miasto Bartoszyce i jego okolice, to region Polski Północno-Wschodniej wolny od ciężkiego przemysłu, charakteryzujący się ostojami dzikiej, nienaruszonej przyrody, malowniczymi krajobrazami, licznymi obiektami historycznymi. Wszystkie te atuty składają się na wielki potencjał jaki posiadają te tereny, który do tej pory nie był dostatecznie wykorzystywany dla rozwoju regionu a stanowi szansę na poprawę warunków życia mieszkańców.

Bibliografia

- ALTKORN J. (red.), *Podstawy marketingu*, Kraków 2000.
- WISZNIEWSKA C., *Dzieje Bartoszyz [w:] 50 lat Liceum Ogólnokształcącego im. Stefana Żeromskiego w Bartoszycach*, Bartoszyce 1997.
- Europejska Karta Samorządu Terytorialnego sporządzona w Strasburgu 15 października 1985 r., Dz. U. z 1995 r., Nr 124.
- Europejska konwencja Ramowa o Współpracy Transgranicznej między Wspólnotami i Władzami Terytorialnymi, dz. U. z 1993 r., Nr 61.
- KACZMAREK J., STASIAK A., WŁODARCZYK. B, *Produkt turystyczny*, PWE, Warszawa 2005.



Fiołek wonny