



Wizerunek turystyczny powiatu kwidzyńskiego na podstawie analizy stron internetowych i social media

Opracowanie:

Doradztwo i Szkolenia TREK na zlecenie Powiślańskiej Lokalnej Grupy Działania



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: "Europa inwestująca w obszary wiejskie". Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach osi 4 Leader, działanie "Funkcjonowanie lokalnej grupy działania, nabywanie umiejętności i aktywizacja" Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013. Publikacja opracowana przez Powiślańską Lokalną Grupę Działania. Instytucja Zarządzająca PROW na lata 2007-2013 Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Podstawa opracowania

Zadanie zostało zrealizowane w oparciu o umowę z dnia 24.10.2013 zawartą pomiędzy Powiślańską Lokalną Grupą Działania z siedzibą w Kwidzynie, Górki 3, a firmą Doradztwo i Szkolenia TREK Jacek Zdrojewski z siedzibą w Parchowie, 77-124, ul. Bytowska 2.

Badanie jest realizowane w ramach działań Powiślańskiej Lokalnej Grupy Działania i finansowane ze środków Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007-2013 w ramach wdrażania Lokalnej Strategii Rozwoju.

Wykonawca

Zadanie realizował zespół konsultantów firmy Doradztwo i Szkolenia TREK Jacek Zdrojewski w składzie:

- Jacek Zdrojewski – koordynator zadania.
- Maciej Kumor /Studio Kreowania Rzeczywistości/ – konsultant.
- Maria Kosicka – konsultant.



» INFORMACJE O BADANIU

» Wprowadzenie

Obecnie wyraźnie zauważalnym trendem wśród turystów jest wyszukiwanie informacji poprzez Internet. Wraz z rozwojem technologii oraz dostępności cenowej coraz powszechniejszym zjawiskiem jest użycie w tym celu urządzeń mobilnych (m.in. telefon komórkowy, smartfon, tablet, netbook). Głównym źródłem pozyskiwania wiedzy o regionie, ofercie, atrakcjach turystycznych są materiały odszukane wg. wskazań wyszukiwarek internetowych na stronach/portalach internetowych oraz poszukiwane w indywidualnie poznanych serwisach tematycznych.

Rozwój i dostępność technologii powoduje, iż internet nie jest już tylko domeną ludzi młodych i związanych z nowoczesnymi technologiami. Coraz większa część społeczeństwa, niezależnie od wieku, wykształcenia i umiejętności, sięga po treści zawarte w internecie i uznaje go za jedno z podstawowych źródeł informacji.

We współczesnym świecie Internet tworzy wizerunek danego produktu, przedsięwzięcia. Ważne jest posiadanie własnej strony www, wysoki ranking w wyszukiwarkach. Od lat funkcjonuje popularne hasło: „nie ma Cię w internecie, a więc nie istnieje”. Turystyka jest jedną z tych sfer działalności, w której powiedzenie to nabiera szczególnego znaczenia. Internauci za pomocą internetu poszukują szczegółowych informacji o danym regionie / produkcie / usłudze, oferty, w tym szczególnie oferty noclegowej i oferty spędzania wolnego czasu, materiałów dodatkowych typu ślady gpx (nawigacja). Niektóre z nowych form turystyki, jak np. geocaching, czyli poszukiwanie „skarbów” przy wykorzystaniu nawigacji GPS opiera się na serwisach internetowych.

Internet posiada też niezwykle silną rolę opiniotwórczą. Od popularnych komentarzy, poprzez fora internetowe, na mediach społecznościowych skończywszy. Opinie internautów często mają większe znaczenie dla wizerunku, niż oficjalne informacje zaprezentowane na stronach internetowych (Ciekawy jest przypadek z 2013 roku połączenia platform telewizyjnych Cyfra+ oraz n w nowy produkt nc+. Nieprzejrzystość oferty, podwyżki opłat zaowocowały utworzeniem przez przeciwników silnego profilu w serwisie facebook, co ostatecznie wpłynęło na wizerunek firmy, szum medialny i zmianę oferty).

W niniejszym dokumencie dokonano podsumowania analizy wizerunku obszaru PLGD w internecie. Analizy dokonano na podstawie stron domyślnie wybieranych przez internautów. Począwszy od stron samorządowych, powiązane z nimi witryny, poprzez wyszukiwanie treści turystycznych za pomocą wyszukiwarki internetowej, po profile w mediach społecznościowych.

» Zakres badania

Badanie zostało przeprowadzone w oparciu o dane pozyskane ze stron internetowych oraz kanałów social media podmiotów prywatnych, publicznych oraz pozarządowych, działających na obszarze działania Powiślańskiej Lokalnej Grupy Działania (powiat kwidzyński). Z uwagi na związki funkcjonalne, w analizie uwzględniono również obszar miasta Kwidzyn, nie należący do obszaru LGD.

Analizie poddano strony internetowe, serwisy informacyjne oraz profile w serwisach społecznościowych (social media takie jak Facebook, YouTube).

Strony internetowe o treściach związanych z turystyką można usystematyzować wg. poszczególnych grup:

- **strony samorządowe** – nastawione głównie na kontakt z mieszkańcami, turystyka jest dla nich dodatkową częścią serwisu (wyjątek stanowią samorzady posiadające wysoki potencjał turystyczny)
- **LOT Liwa** (lokalna organizacja turystyczna – domyślne miejsce poszukiwania kompleksowej oferty danego obszaru)
- **strony podmiotów związanych z treściami turystycznymi** – formalne organizacje turystyczne, jednostki samorządowe, grupy zainteresowań oraz strony atrakcji turystycznych, obiektów i infrastruktury turystycznej – zależnie od zakresu tematycznego można w nich znaleźć praktyczne informacje w różnym zakresie
- **strony / serwisy informacyjne** – najczęściej internetowe odpowiedniki prasy lokalnej, głównym celem jest przekaz informacji o aktualnych wydarzeniach, nierzadko zawierają bazę treści turystycznych
- **strony podmiotów gospodarczych** (głównie firmy lokalne związane z turystyką, świadczące usługi noclegowe i okołoturystyczne)
- **ponadlokalne strony o treściach turystycznych** (serwisy zawierające treści turystyczne najczęściej w skali województwa, bądź ogólnopolskie)
- **bazy ofert noclegowych**

Razem badanie dotyczyło 47 różnorodnych stron internetowych i profili/stron społecznościowych oraz 6 stron powiązanych (serwisy oparte na wspólnej bazie danych, serwisy partnerskie).

» Lista stron oraz profili/kanałów społecznościowych poddanych analizie

Strony www

1. www.powislanskalgd.pl
2. www.powiatkwidzynski.pl
3. www.kwidzyn.pl
4. www.prabuty.pl
5. www.gminakwidzyn.pl
6. www.sadlinki.pl
7. www.ryjewo.pl
8. www.gardeja.pl
9. www.lot-liwa.pl
10. www.kwidzynopedia.pl
11. www.gdansk.lasy.gov.pl/rdlpgdansk/jednostki/kwidzyn
12. www.ekokwidzyn.pl
13. www.kwidzyn.naszemiasto.pl/turystyka
www.prabuty.naszemiasto.pl/turystyka
14. www.pckis.pl
15. www.prabuty.com
16. www.riesenburg.nstrefa.pl
17. www.rodowo.pl
18. www.zs.gardeja.ckj.edu.pl/wmgg
19. www.szadowomlyn.pl
20. www.prabuty.pl/zielona_szkola
21. www.cyganskadolina.com
22. www.nad-jeziorem-rozane.com
23. www.stajnia-sarnowek.pl
24. www.strusiegniazdo.com
25. www.pensjonatprzystan.pl
26. www.rodowo.prv.pl
27. www.bialy-dwor.pl
28. www.pomorskie.eu
29. polskaniezwykla.pl
30. misateria.pl
31. superturystyka.pl
32. eholiday.pl
33. e-turysta.pl
34. nocowanie.pl

Zidentyfikowane także strony/ adresy stron, które w momencie analizy nie posiadały treści turystycznych, ale potencjalnie są możliwe do wykorzystania. Są to:

1. www.tv-kwidzyn.pl
2. www.ventus.pttk-kwidzyn.pl
3. www.gokkwidzyn.pl
4. zamkigotyckie.org.pl

Profile w serwisach społecznościowych (social media):

1. Prabuty.pl f: <https://www.facebook.com/pages/Prabutypl/134348720001249>
2. Prabuckie Centrum Kultury i Sportu f: <https://www.facebook.com/pages/Prabuckie-Centrum-Kultury-i-Sportu/212173182191917>
3. Prabuckie Centrum Kultury i Sportu YT: <http://www.youtube.com/user/PCKiSPrabuty>
4. Kwidzyn NaszeMiasto.pl f: <https://www.facebook.com/KwidzynNM>
5. Prabuty NaszeMiasto.pl f: <https://www.facebook.com/PrabutyNM>
6. Prabuty.com f: <https://www.facebook.com/prabuty>
7. PrabutyCity YT: <http://www.youtube.com/user/PrabutyCity>
8. Stowarzyszenie Eko-Inicjatywa f: <https://www.facebook.com/ekoinicjatywa>
9. Leśniczówka pod Akacją f: <https://www.facebook.com/pod.akacja>

» Metoda badania

Analizowano strony w oparciu o podane w tabeli kryteria. Podstawa była ocena w kontekście przydatności informacji dla turysty. W badaniu określono kluczowe kryteria decydujące o pierwszym ogólnym wrażeniu użytkownika jak i o użyteczności odwiedzanej strony pod kątem pozyskania informacji lub materiałów do pobrania w celu zaplanowania pobytu/wycieczki w regionie.

Kryterium	Znaczenie
Ogólny odbiór strony	<i>Pierwsze wrażenie w korzystaniu ze strony. Design strony (co strona komunikuje i czy zachęca do działania, pozostania na niej; oceniane m.in. kolorystyka, przestrzeń, grafika)</i> <i>Układ strony odpowiadający trendom (przyjazny w korzystaniu).</i>
Łatwość obsługi	<i>Czy nawigacja jest prosta, intuicyjna dla użytkownika</i> <i>Czy ważne informacje są łatwe do znalezienia dla turysty</i>
Zawartość treści turystycznych i sposób ich prezentacji	<i>Zakres treści i forma ich prezentacji – układ tekstowy, graficzny, dodatki w postaci zdjęć, schematów, map. Pliki do pobrania (materiały informacyjne, ślady gpx) itp.</i>
Bazy teleadresowe	<i>Dostęp do bazy noclegowej/gastronomicznej lub przekierowanie do nich (np. podlinkowanie, polecane)</i>
Produkty turystyczne	<i>Dostępne gotowe produkty turystyczne pozwalające użytkownikowi na szybkie, kompleksowe zaplanowanie pobytu (ew. z opcją bezpośredniego zakupu/ podaniem ceny)</i>
Praktyczność informacji dla turysty	<i>Treść umożliwiająca łatwe zaplanowanie pobytu, bądź jego wydzielonego komponentu na podstawie informacji ze strony.</i>
Elementy interaktywne związane z turystyką	<i>Elementy interakcji pozwalające na uzyskanie komunikatu zwrotnego od użytkowników (fora, komentarze, sondy, opinie, systemy oceny) wpływające na tematykę okółoturystyczną.</i>
Powiązanie z mediami społecznościowymi	<i>Czy strony są powiązane z profilami w serwisach społecznościach. Czy na stronie znajdują się umieszczone są przyciski/linki do profili na serwisach społecznościowych.</i>
Obcojęzyczność	<i>Czy dostępne są inne wersje językowe i w jakim zakresie.</i> <i>Czy są dobrze widoczne na stronie</i>
Optymalizacja dla urządzeń mobilnych	<i>Dostępna wersja strony na urządzenia mobilne</i> <i>Strona wyświetla się na urządzeniach mobilnych każdego typu (w tym: czytelność – nie jest wyłącznie przeskalowanym widokiem wersji internetowej, unikanie technologii Flash czy ramek).</i> <i>Aplikacje mobilne.</i>

» CHARAKTERYSTYKA OBSZARU OBJĘTEGO BADANIEM

» Charakterystyka obszaru objętego badaniem

Powiślańska Lokalna Grupa Działania funkcjonuje na terenie powiatu kwidzyńskiego. Administracyjnie obszar ten obejmuje pięć gmin powiatu, z wyłączeniem Miasta Kwidzyn: gminę wiejską Kwidzyn, gminę wiejską Sadlinki, gminę wiejską Ryjewo, Gminę wiejską Gardeja oraz gminę miejsko-wiejską Prabuty. Powiat ma powierzchnię 835 km² (w tym miasto Kwidzyn 21,5 km²) a ludność go zamieszkująca to 83 840 tys. mieszkańców, z czego 38 945 osób (46%) zamieszkuje miasto Kwidzyn (VI.2012, dane GUS). Gęstość zaludnienia obszaru (bez miasta Kwidzyna) wynosi 55 osób na km² i jest ponad dwukrotnie mniejsza niż przeciętna dla Polski. Poza Kwidzynem, jedynym miastem na terenie analizy są Prabuty, liczące ok. 8900 mieszkańców.



Jezioro Sowica, Prabuty i Jezioro Liwieniec, fot. archiwum TREK, Dariusz Paciorek DPART

Powiat kwidzyński należy do województwa pomorskiego i jest jednym z 20 powiatów tego województwa, leżącym w południowo-wschodniej jego części. Kwidzyn jest 10 miastem pod względem liczby ludności mieszkańców, a powiat – ósmym pod tym względem.

Geograficznie teren powiatu kwidzyńskiego leży na terenie makroregionów Doliny Dolnej Wisły (wyodrębnionym jako Dolina Kwidzyńska) oraz wschodniej części Pojezierza Ławskiego. Z tego powodu dzieli się na dwie wyraźnie odmienne części: zachodnią, nizinną dolinę Wisły oraz leżącą na wschód od niej, pagórkowatą część pojezierną. Strefa krawędziowa pojezierza, opadająca stromymi wzgórzami w dolinę Wisły, jest poza zurbanizowaną okolicą Kwidzyna silnie zalesiona (w dużej części pierwotnymi lasami bukowymi). Zwarte kompleksy leśne rozciągają się również w północnej części powiatu, w dolinie Liwy i sięgają do okolic Prabut.

Głównymi rzekami obszaru są Wisła (której dolina zajmuje zachodnią część powiatu) oraz Liwa, która szerokim łukiem opływa z dwóch stron Kwidzyn, mając swe źródła na wschód od leżących w górnym jej biegu Prabut.

Teren doliny Wisły oraz południowo-wschodniej części powiatu jest użytkowany rolniczo. Najważniejszym zakładem przemysłowym, który wywarł znaczne piętno na okolicy, jest położony na południe od Kwidzyna, rozległy kompleks zakładów celulozowych International Paper Kwidzyn.

Najważniejszym ośrodkiem gospodarczym, a jednocześnie największym miastem pomiędzy Malborkiem a Grudziądem jest Kwidzyn. Blisko czterokrotnie mniejsze, posiadające długą historię Prabuty są ośrodkiem lokalnym.

Od północy obszar graniczy z również powiatem sztumskim, od wschodu z terenami województwa wamińsko-mazurskiego (z pobliskim miastem Susz) a od południa z powiatem Grudziądzkim. Granice powiatu, poza linią Wisły, nie są czytelne w terenie i nie wynikają z naturalnych cech powierzchni ani historii, są więc w znacznym stopniu sztuczne.

Ziemie te pierwotnie były częścią terenów osadnictwa pruskiego, jako „Pomezania” od XIII wieku podlegały systematycznie podbojowi Zakonu Krzyżackiego. Od połowy XIII wieku do 1466 roku stanowiły rdzeń ziem Państwa Zakonnego. Kwidzyn i Prabuty stanowiły siedzibę biskupstwa Kapituły Pomezkańskiej, a następnie do rozbiorów wchodziły w skład lennych wobec I Rzeczypospolitej Prus Książęcych jako „Górne Prusy”. Tym samym obszar ten był silnie zgermanizowany, a udział ludności polskiej znikomy. W XIX wieku Kwidzyn został rozbudowany jako ośrodek administracyjny i militarny przez rząd pruski, a następnie niemiecki.

Po I wojnie światowej teren ten podlegał plebiscytom, w wyniku których pozostał na terytorium niemieckim (w odróżnieniu od położonego bardziej na południe Kwidzyna). W 1945 roku, w trakcie walk Armii Czerwonej z Wehrmachtem teren ten, zwłaszcza miasta (Kwidzyn, Prabuty) uległ silnym zniszczeniom, a struktura ludnościowa po wojnie znacznie się zmieniła na skutek ucieczki i późniejszego wyjazdu mieszkańców pochodzenia niemieckiego oraz napływowi osadników z Kresów.

Z tego powodu delimitacja obszaru, zarówno geograficzna, jak i kulturowa ma w dużej mierze sztuczny charakter. Dla regionu pod względem turystycznym charakterystyczne jest silne powiązanie z sąsiednimi jednostkami administracyjnymi, z którymi tworzy **turystyczny obszar funkcjonalny**.

Związki te są najsilniejsze w ramach:

- **Powiśla, jako nowego regionu na mapie regionów kulturowych Polski** (mającego wspólne elementy tożsamości takie, jak dziedzictwo historyczne i kulturowe nawiązujące do czasów pruskich, krzyżackich, wojen szwedzkich oraz aktywności Polonii w okresie międzywojennym). Szczególnie obszar powiatu sztumskiego posiada bardzo podobne cechy geograficzne, przyrodnicze i społeczne.
- **Pojezierza Iławskiego** (bliskość akwenu Jezioraka);
- **Doliny Dolnej Wisły wraz z Nogatem** (korytarz turystyczny – potencjalnego rozwoju turystyki wodnej i rowerowej);
- **Szlaku Zamków Gotyckich** (duet zamków: Malbork – Kwidzyn, „mniejszy duet” pozostałości zamków w miejscowościach Dzierżoń i Prabuty oraz sąsiednie zamki w Sztumie, Gniewie, zamek w Przezmarku oraz zamki Warmii i Mazur);
- **Dawnej sieci linii kolejowych**, których ośrodkami były Malbork, a w skali lokalnej – Myślice i Prabuty (potencjalna sieć tras rowerowych);

Mając na uwadze powyżej opisane przyczyny, w wielu przypadkach w niniejszej analizie znajdować się będą bezpośrednie odwołania do specyfiki obszarów sąsiednich.

Obszarami, które należy wziąć pod uwagę w analizie turystyki na Dolnym Powiślu są: **Mierzeja Wiślana, Trójmiasto i Elbląg** (potencjalne obszary emisji ruchu turystycznego).

Potencjał turystyczny

Powiśle charakteryzuje się następującymi walorami turystycznymi:

- a) **Walory wypoczynkowe** (tj. cechy środowiska pozwalające na wypoczynek w czystym środowisku, atrakcyjnym krajobrazie, braku zanieczyszczeń i nadmiernej antropopresji): czyste środowisko (poza najbliższą okolicą Kwidzyna – nieco uciążliwe sąsiedztwo IP Kwidzyn), harmonijnie

ukształtowany, pagórkowaty, leśno-rolniczy krajobraz z atrakcyjnymi kompleksami leśnymi, zalesioną doliną rzeki Liwy oraz krawędzią Pojezierza Ławskiego, ekstensywną gospodarkę rolną, brak dużych skupisk miejskich, cisza (poza pasem drogi krajowej nr 55 oraz w mniejszym stopniu drogami wojewódzkimi i okolicą Kwidzyna), występowanie licznych zbiorników wodnych z czystą wodą, obecność rzek pozwalających na rozwój turystyki wodnej (Liwa, Wisła);

- b) **Walory krajoznawcze** (tj. pozwalające zaspokoić potrzeby związane z poznawaniem świata, zaspokajaniem potrzeb emocjonalnych, zdobywaniem wiedzy i nowych doświadczeń):
- o **przyrodnicze** (korzystne cechy środowiska przyrodniczego, związane z ukształtowaniem przestrzeni, krajobrazem, szatą roślinną i fauną) - obszary leśne pozwalające na rozwój rekreacji, zbieranie grzybów, obserwowanie zwierzyny i rozwój myślistwa, obszary nadrzeczne i położone w pobliżu jezior pozwalające na obserwację ptaków, itp.
 - o **antropogeniczne** (atrakcyjne i interesujące obiekty, przestrzenie i wydarzenia będące dziełem człowieka) - zamki gotyckie i ich ruiny, zabytkowe kościoły, dwory i pałace, cmentarze, kapliczki, pola bitew z XVII w., obiekty związane z historią XX w., zespoły urbanistyczne i ruralistyczne, stanowiska archeologiczne, imprezy cykliczne.
- c) **Walory specjalistyczne** (pozwalające na uprawianie hobby wymagającego specyficznych umiejętności, sprzętu, infrastruktury lub szczególnych zainteresowań zawodowych): w szczególności będzie to turystyka wodna – kajakarstwo, żeglarstwo, jeździectwo (w oparciu o funkcjonujące stadniny), myślistwo, wędkarstwo.



Jezioro Dzierzgoń, fot. archiwum TREK, Dariusz Paciorek DPART

Atrakcje turystyczne

Na analizowanym terenie znajduje się znaczna ilość obiektów oraz obszarów posiadających ważne walory turystyczne (przyrodnicze i kulturowe), stanowiących atrakcje turystyczne (istniejące i potencjalne). Do najważniejszych należą:

- **Zespół urbanistyczny miasta Kwidzyna**, posiadający korzenie średniowieczne, ale obecnie zdominowany przez architekturę XIX wieku oraz współczesną odbudowę. Perełką jest gotycki zamek kapitulny wraz z katedrą, położony na skarpie wiślanej i dominujący w panoramie miasta (obecnie filia Muzeum Zamkowego w Malborku);
- **Dolina rzeki Liwy** (szlak kajakowy od Prabuty), silnie zalesiony, z wybitnymi walorami wypoczynkowymi, dobrze zagospodarowany (szlaki turystyczne, leśne miejsca rekreacyjne);
- **Prabuty** (założenie miasta średniowiecznego z czytelnym zarysem murów, których fragmenty zachowały się do dzisiaj – Brama Kwidzyńska, relikty zamku kapitulnego na skarpie jeziora Liwieniec (miniaturowa rekonstrukcja/makieta zamku na ruinach), rynkiem z zabytkową Fontanną Rolanda, katedrą, dwoma innymi zabytkowymi kościołami oraz unikatowymi w Polsce, dostępnymi do zwiedzania, XVIII wiecznymi kanałami pod miastem;



Panorama Prabuty, fot. archiwum TREK, Dariusz Paciorek DPART

- **Jezioro Dzierzgoń**, największe jezioro Powiśla (788 ha, głębokość do 15 metrów) z wyspami, rozwiniętą linią brzegową, doskonale nadające się do wypoczynku, wędkarstwa i rekreacji oraz turystyki;
- **Rodowo – „wioska cudów”**, z licznymi rzeźbami – pamiątka po plenerach artystycznych gdańskiej Akademii Sztuk Pięknych;
- **Dolina Dolnej Wisły** z zabytkami hydrotechniki oraz cmentarzami i zagrodami pomennonickimi (mało znanym odłamek protestantów niderlandzkich, którzy na tym terenie mieszkali, wygnani z przyczyn religijnych ze swojej ojczyzny, od XVII do XIX wieku)
- **Liczne mniejsze jeziora**, często zagospodarowane turystycznie i rekreacyjnie (Orkus, Sowica, Klasztorne, Klecewskie i inne);
- **Stadniny koni** (Miłosna, Nowa Wioska, Rakowiec) z bogatymi tradycjami jeździeckimi – szkółki nauki jazdy konnej;

- **Pozostałości po wojnach szwedzkich XVII w.** – pola bitew, szaniec szwedzkie
- **Zabytkowe dwory i pałace**, niektóre odbudowane (np. „Biały Dwór” w Podzamczu – hotel, niektóre zrujnowane np. Otłowiec);
- **Zalesione tereny krawędzi Pojezierza Iławskiego** ciągnące się przez niemal cały powiat, w okolicach Sadlinek, Kwidzyna i Ryjewa – bardzo urozmaicony pod względem rzeźby terenu, niemal całkowicie zalesiony teren z pięknymi widokami na dolinę Wisły oraz walorami rekreacyjnymi;
- **Nieczynne (rozebrane) linie kolejowe**, na których poprowadzono szlaki rowerowe (np. Prabuty – Cieszymowo);
- Nową atrakcją jest **most na rzece Wiśle** pomiędzy drogami krajowymi 91 oraz 55, zastępujący dawną przeprawę promową Korzeniewo-Opalenie. Jeden z najciekawszych architektonicznie i najdłuższy most wiślany.

Podsumowanie potencjału turystycznego

Powisłe stanowi atrakcyjny, ale mało znany i słabo zagospodarowany turystycznie region Pomorza. Cechuje go między innymi dobre położenie komunikacyjne (przy linii kolejowej i drodze ekspresowej Gdańsk-Warszawa), liczne jeziora i rzeki, duże zalesienie i stosunkowo małe zaludnienie, atrakcyjny krajobraz, interesujące zabytki kultury materialnej (zamki i kościoły gotyckie, pałace i parki, obiekty hydrotechniczne). Głównymi ośrodkami miejskimi regionu są miasta Kwidzyn i Prabuty.

Obszar ten leży niejako „w cieniu” sąsiednich, lepiej znanych regionów turystycznych: Pojezierza Iławskiego z Jeziorakiem, Wysoczyzny Elbląskiej, Kaszub i Kociewia. Największą pobliską atrakcją jest niewątpliwie Zamek w Malborku, odwiedzany przez setki tysięcy turystów rocznie. W niedalekiej bliskości znajduje się również Kanał Elbląsko-Ostródzki. Turyści odwiedzający te atrakcje przejeżdżają przez Powisłe, często nie zdając sobie sprawy z atrakcyjności tego terenu.

Obecne zagospodarowanie turystyczne cechuje niewielka liczba miejsc noclegowych, głównie w kwaterach agroturystycznych oraz sezonowych ośrodkach wypoczynkowych nad jeziorami regionu i niewielkich obiektach o niewysokim standardzie w miastach. Nie są znane liczne, choć niewielkie zamki krzyżackie i biskupie lub ich pozostałości, znajdujące się w większości miast obszaru. Przez obszar przebiega międzynarodowa, oznakowana trasa rowerowa R1, a w dolinie Wisły planowana jest Wiślana Trasa Rowerowa oraz od Prabut na północ Rowerowy Szlak Zamków Powiśla.

Kwidzym, Sztum i Malbork leżą również na szlaku kulturowym (samochodowym) Polskich Zamków Gotyckich. Szlak ten jest oznakowany drogowymi tablicami turystycznymi.

» WNIOSKI I REKOMENDACJE

» Wnioski z analizy

Podczas badania starano się uzyskać jak najbardziej praktyczne informacje z perspektywy turysty, oceniając je pod kątem zaplanowania pobytu, w tym noclegu, informacji o atrakcjach i możliwościach spędzenia czasu zarówno przez turystę preferującego dużą aktywność, jak i turystykę nakierowaną na zwiedzanie, czy turystykę rodzinną.

STRONY INTERNETOWE

Obszar PLGD nie tworzy sam w sobie produktu turystycznego, czy rozpoznawalnego w Polsce regionu geograficznego, stąd najczęstsze skuteczne słowa kluczowe dla wyszukiwarek są związane z Kwidzynem /Kwidzyn/, miastem wprowadzonym spoza obszaru LGD, jednakże wizerunkowo i funkcjonalnie ma od kluczowe znaczenie dla turysty. Wyszukiwanie wg. poszczególnych atrakcji i miejscowości jest kolejnym etapem – po zaznajomieniu się z obszarem i jego atrakcjami oraz preferencji turystycznych.

- W analizowanych stronach można znaleźć dużą bazę informacji, jednakże są one mało usystematyzowane i rozproszone.
- Strony samorządowe (powiat, gmina) prezentują treści ogólne, bądź turystyka jest tematyką marginalną. Strony te skierowane są głównie do mieszkańców danej jednostki samorządowej. Jest to zgodne z profilem stron tego typu. Opisy atrakcji są podręcznikowej jakości i przedstawione w mało przystępnej formie (często wyłącznie forma tekstowa, w zasadzie brak materiałów graficznych typu schematy, mapy, bądź są one słabej jakości użytkowej), trudno uzyskać informacje na temat noclegów oraz informacji praktycznych.

Ciekawym przykładem jest gmina Prabuty, mimo niewielkiej ilości treści własnych treści, wykorzystano materiały wydane w ramach partnerskiego projektu i umieszczono je w formie pdf - stanowią ciekawą ofertę dla turysty (mapa, szlaki turystyczne, informator teleadresowy).

- Ogólnie na stronach lokalnych treści turystyczne są bardzo rozproszone, internauta trafia na strony o bardzo różnym zakresie obszarowym i tematycznym (właściwość internetu).

Wśród stron samorządowych turystyka traktowana jest po macoszemu – efektem są często słabej jakości materiały, bądź ich brak.

Wśród stron organizacji pozarządowych, stron bazujących na zainteresowaniach dominują treści wewnętrzne, związane z własną działalnością (bardzo mała ilość informacji praktycznych).

- Odrębnym przykładem jest strona www Lokalnej Organizacji Turystycznej Liwa, z założenia podstawowe źródło informacji turystycznej. Strona posiada bardzo dużą bazę przydatnych i praktycznych informacji, jednak z punktu widzenia internauty jest ona zaprezentowana w mało przejrzystej formie (mało atrakcyjna strona www, trudna nawigacja, treści oparte w dużej mierze na lanym tekście – brak grafiki, plików użytkowych), co powoduje zmniejszenie popularności tego źródła.

- Na badanym obszarze w zasadzie brak jest zaprezentowanych gotowych produktów turystycznych – internauta samodzielnie musi skonstruować plan i miejsce pobytu najczęściej na podstawie poszukiwań poprzez wyszukiwarki i analizy wielu stron internetowych w różnych kategoriach.
- W zasadzie brak materiałów użytkowych do pobrania. Oprócz folderów związanych ze szlakami rowerowymi wokół zamków gotyckich, w zasadzie na stronach lokalnych nie ma materiałów tego typu.
- Wśród analizowanych stron lokalnych można zauważyć trudności w wyszukiwaniu danych teleadresowych. Są one bardzo rozproszone, często brak baz, bądź są one wyrywkowe (na stronie LOT Liwa znaleziono raptem 5 pozycji noclegów na obszar powiatu).
W tym zakresie podstawowym źródłem informacji są bazy ofert noclegowych, czy mapy Google, jednakże dane są różnej jakości i ilości – nieweryfikowane.
- Strony internetowe firm prywatnych (pensjonaty, agroturystyka, ośrodki) w zasadzie nie prezentują treści turystycznych, skupiając się najczęściej wyłącznie na swojej ofercie. Tym samym nie wykorzystują szansy podniesienia atrakcyjności własnej oferty poprzez prezentację klientowi kompleksowej usługi (a nie tylko noclegu).
- Bardzo mały nacisk kładzie się na turystykę aktywną i nowoczesne formy turystyki. Z wyjątkiem wymienionego wyżej przypadku publikacji folderu szlaków rowerowych, informacje sprowadzają się najczęściej do tekstowego opisu szlaków (mało przyjaznego dla turysty), brak schematów, materiałów kartograficznych, śladów gpx. Ciekawym przykładem jest strona Lasów Państwowych, gdzie znajduje się mapa zawierająca duże ilości treści turystycznych oraz materiały związane z turystyką aktywną na terenach należących do lasów.
- Strony serwisów informacyjnych bardzo rzadko zajmują się tematyką promocji regionu i oferty turystycznej – skierowane są na odbiorcę zewnętrznego. Negatywnym przykładem są serwisy turystyczne naszemiasto.pl, które mimo określenia „Serwis tematyczny: turystyka” nie funkcjonują jako samodzielne produkty, tylko prezentują otagowane (hasła kluczowe przypisane do materiału) informacje z serwisów głównych – mała ilość informacji, często nieprzydatne turyście.
Bazy danych trudno dostępne, niekompletne.
- Wśród stron ponadregionalnych przeważają bazy ofert noclegowych. Ciekawą propozycja są serwisy ciekawych miejsc, jednakże funkcjonują one na poziomie ogólnopolskim i są skupione wokół miast, w związku z czym nie wspierają kreowania wizerunku i promocji obszaru PLGD.
- Bardzo rzadko strony internetowe są zoptymalizowane do przeglądania w urządzeniach mobilnych. Najczęściej jest to przeskalowana wersja strony internetowej, co w większości przypadków podmiotów jest zadowalające, jednak niewystarczające w przypadku treści skierowanych do turysty w terenie.
- Dużą bazą informacji jest serwis pomorskie.travel. Zawiera on treści turystyczne dla całego województwa pomorskiego. Można tu znaleźć ciekawe propozycje spędzania czasu, pliki do pobrania, jednakże z uwagi na duży zakres obszarowy informacje dotyczą głównie atrakcji województwa. Skupiają się w dużej mierze na Trójmieście.

WYKORZYSTANIE SOCIAL MEDIA

Obecne trendy internetowe w dużej mierze opierają się na mediach społecznościowych.

Najczęściej serwisy takie traktowane są jako uzupełnienie stron oficjalnych o treści lekkie, rozrywkowe, ciekawostki tematyczne, „lekkie newsy”, konkursy, ale też aktualne oferty itp. Zasada ta dotyczy też branży okołoturystycznej. Media takie są dobrym narzędziem do podtrzymania kontaktu z klientem, stanowią platformę wymiany informacji. Dzięki aktywnej obecności w serwisach można przywiązać klienta do produktu i w łatwy sposób dostarczać mu nowych ofert, a także promować własny obszar i produkt.

W Polsce najczęściej wykorzystywanym serwisem jest Facebook. Rośnie też rola produktów Google, w tym Google+, które jest powiązane z takimi usługami jak mapa, czy wyszukiwarka. Ważnym narzędziem, które można wykorzystać do kreowania wizerunku, promocji i informacji jest serwis filmowy YouTube.

Mimo dużej popularności na świecie, w Polsce niewielki jest udział Twittera. Obecnie jest kojarzony jako serwis branżowy, tematyczny.

Dużą siłą social media jest subskrybowanie stron/profilu czy poprzez dodawanie „Lubię to” na facebooku, czy przez „Kręgi” w Google. Dzięki temu opublikowana informacja dociera do zainteresowanych osób.

- Analizowane strony lokalne bardzo rzadko powiązane są z mediami społecznościowymi.
- Istniejące profile facebook nie są powiązane z turystyką (brak serwisów tematycznych).
- Wśród lokalnych profili aktualizowane regularnie są tylko te, które związane są z serwisami informacyjnymi (treści informacyjne).
- Na mapach Google obszar powiatu posiada rozwiniętą bazę lokalizacji związanych z noclegami.
- Na obszarze powiatu w bardzo małym stopniu wykorzystuje się media społecznościowe.

» Rekomendacje

- Główną rekomendacją dla obszaru jest uporządkowanie i usystematyzowanie treści wraz z wprowadzeniem prezentacji produktów dla całego obszaru powiatu kwidzyńskiego (obszar PLGD wraz z miastem Kwidzyn), w tym działania takie jak:
 - Stworzenie jednego portalu turystycznego dla regionu, który dostarczy turyście kompleksowe treści.
 - Jeden podmiot, bądź dokładnie określony zespół osób, odpowiedzialny za treści - współpracujący ze środowiskiem turystycznym, pozyskujący dane oraz aktualizujący zawarte treści.
 - Ujednolicenie treści na stronach partnerów (gł. samorządowych) w oparciu o jedną bazę główną.
- W zakresie funkcjonalności portalu proponuje się:
 - Propozycje kluczowych i kompleksowych produktów turystycznych.
 - System konfiguracji produktów turystycznych (turysta określa zainteresowania i otrzymuje propozycje konfiguracji pobytu).
 - Generowanie własnego przewodnika (informacje, zdjęcia mapy, baza teleadresowa – system na kształt mini przewodnika z serwisu Polska Niezwykła) – np. w formie pdf.
 - Własne bazy teleadresowe. Weryfikowane co sezon. Powiązane w kategorie oraz wyszukiwarkę tematyczną oraz obszarową (proponycja oparcia również o mapę).
 - Portal zoptymalizowany dla urządzeń mobilnych. Rozwojowo – aplikacja mobilna.
 - Nowoczesna forma prezentacji treści – krótkie, treściwe materiały, informacje praktyczne, przejrzystość.
 - Promocja turystyki aktywnej, materiały do pobrania (informacje, ślady gpx, informacje o skrzynkach geocachingowych itp.)
- Funkcjonalny dla całego obszaru może być system generowania treści turystycznych, który można wykorzystać na stronach partnerów. Obecnie strony samorządowe, strony podmiotów prywatnych posiadają własne informacje, często przewodnikowe, bądź nie posiadają ich wcale. W ramach portalu proponuje się stworzenie systemu generowania aktualizowanej treści dla poszczególnych partnerów – w zależności od obszaru, profilu działalności, zainteresowań (generowana z jednej bazy danych z odnośnikami do treści uzupełniającej). Technicznie można to wykonać np. poprzez wklejanie kodu, utworzenie podstron, ew. generowanie przewodnika pdf (kwestie techniczne otwarte). Tym samym region może posiadać jednorodną spójną bazę danych generowanych i aktualizowanych kompleksowo.
- Wykorzystanie mediów społecznościowych, które będą silnym uzupełnieniem ujednocionej promocji i pozwolą na zachowanie zainteresowania klientów (rekomendowane treści dla profili partnerów, udostępnianie treści w sieci partnerskiej).