

Uwarunkowania rozwoju funkcji turystycznych

Material pomocniczy dla opracowań strategicznych
Powiatu Tucholskiego i Gmin Powiatu Tucholskiego

Niniejsze opracowanie zostało wykonane w latach 2013-15 w związku z pracami na potrzeby dokumentów strategicznych Powiatu Tucholskiego i Gmin Powiatu Tucholskiego z wykorzystaniem danych i informacji samorządów gminnych i powiatowego oraz danych Głównego Urzędu Statystycznego.

Głównym celem opracowania jest dokonanie szczegółowej analizy uwarunkowań w zakresie analizowanych zagadnień branżowych – jako materiału pomocniczego dla syntetycznej diagnozy stanu i uwarunkowań rozwoju obszaru Powiatu Tucholskiego.

opracowanie: Adam Stańczyk

Ogólna charakterystyka walorów istotnych dla oferty turystycznej powiatu

Atrakcyjność turystyczna powiatu tucholskiego wynika przede wszystkim z wybitnych walorów przyrodniczych, w tym znacznych powierzchni chronionych oraz atrakcyjności krajoznawczej i - w mniejszym stopniu - walorów kulturowych.

Powiat położony jest w strefie pojeziernej, charakteryzuje się znacznym zalesieniem (wskaźnik lesistości sięga połowy powierzchni ogólnej powiatu i jest zdecydowanie najwyższy wśród powiatów województwa, ale w gminach Śliwice i Cekcyn przekracza 2/3 powierzchni gmin, co lokuje je wśród najsilniej zalesionych gmin), dużą liczbą jezior (ponad 100 jezior o pow. ponad 1 ha, czyli ok. 10% wszystkich w województwie), w tym z licznymi jeziorami uważanymi za przydatne dla turystyki, dużą liczbą rzek (w tym także przydatnych dla turystyki wodnej) oraz urozmaiconą rzeźbą terenu (szczególnie duże deniwelacje w strefie doliny Brdy i Kamionki, ale dla krajoznawstwa atrakcyjna jest także zróżnicowana rzeźba gminy Kęsowo).

Potwierdzeniem wysokiej jakości środowiska przyrodniczego jest objęcie 2/3 powierzchni powiatu różnymi formami ochrony przyrody. Na terenie powiatu znajduje się 9 rezerwatów przyrody, zasadnicza część jednego z parków krajobrazowych oraz niewielkie, ale cenne przyrodniczo, fragmenty drugiego parku. Liczba pomników przyrody wynosi ok. 200, dwukrotnie wyższa jest liczba użytków ekologicznych, występują tu także 2 z 5 w województwie zespoły przyrodniczo-krajobrazowe.

Powiat nie prezentuje szczególnie cennych walorów kulturowych mierzonych dziedzictwem materialnym. Są one wprawdzie uzupełnieniem walorów przyrodniczych – wzmacniając ogólną atrakcyjność, ale w porównaniu z obszarami o dużym nasyceniu dziedzictwem kulturowym i obiektami zabytkowymi, atrakcyjność powiatu tucholskiego jest wyraźnie mniejsza i raczej nie stanowi wystarczającego potencjału, by wyłącznie na jej podstawie budować produkt turystyczny. Niedostatek zabytków, jest w znaczącym stopniu wzmacniany i rekompensowany przez działania lokalnych społeczności na rzecz wykreowania atrakcji kulturowych – jakimi są na przykład wioski tematyczne (górnicza, miodowa, jabłoni, grzybowa, borowiacka, kwiatowa, cisowa) oraz ogólnie duża aktywność społeczna w kierunku propagowania kultury borowiackiej. Wśród obiektów dziedzictwa kulturowego, szczególnie w mniejszych i mniej zurbanizowanych miejscowościach, znaleźć można pozostałości charakterystycznego budownictwa związanego z kulturą grupy etnicznej Borowiaków, zamieszkującej ten teren. Drewniane chałupy pochodzące z połowy XIX w. spotkać można między innymi w: Cekcynku, Ludwichowie, Małym Gacnie, Ostrowie, Starym Suminie, Trzebcinach, Zielonce, Sucheju, Krągu, Lińsku, Rosochatce, Śliwicach, Raciążu, Rzepicznej. Na obszarach o lepszych warunkach rozwoju rolnictwa, zachowało się kilkanaście dworów (często z parkami). Można je spotkać między innymi w: Dąbrówce, Kiełpinie, Małej Komorzy, Wysokiej, Kęsowie, Tuchółce, Małej Klonii, Motylu, Wielkiej Klonii, Starym Suminie. W Kamienicy atrakcją jest XVIII-wieczny pałac. W kilkunastu miejscowościach atrakcjami krajoznawczymi są także XIX-wieczne lub z początku XX w. - kościoły, w tym zwłaszcza zespół klasztorny w Bysławku. Wśród najciekawszych obiektów zabytkowych w Tucholi wymienić należy pozostałości XIV w. zamku i murów miejskich. W Raciążu zachowały się pozostałości grodziska. Interesującym elementem dziedzictwa kulturowego - jak się wydaje możliwym do wykreowania na produkt markowy połączony z organizacją imprez plenerowych, jest system umocnień (linia obronna) z zachowanymi bunkrami z lat 30-tych, położony w gminie Kęsowo. Bardzo ciekawą atrakcją powiatu, specyficzną ze względu na charakter zastosowanych rozwiązań i rzadkość w tej części kraju, jest głębinowa kopalnia węgla brunatnego w Pile.

Wśród atrakcji krajoznawczych szczególnie dobrze znanych poza granicami powiatu zaliczyć można: dolinę Brdy, Tucholski Park Krajobrazowy, rezerваты przyrody w tym zwłaszcza rezerwat „Cisy Staropolskie”, akwedukt w Fojutowie - miejsce dwupoziomowego skrzyżowania cieków wodnych. Nieco mniejsze znaczenie mają dolina Kamionki oraz centrum edukacji ekologicznej w Woziwodzie. Bardzo interesująca dla organizacji turystyki pieszej oraz rowerowej (a także konnej) jest rzeźba terenu gminy Kęsowo i sąsiadujący fragment gminy Gostycyn. Obszar ten może być atrakcyjny także dlatego, że jest w bardzo małym stopniu zalesiony, natomiast prezentuje duże zróżnicowanie rzeźby z wysokościami względnymi sięgającymi nawet kilkudziesięciu metrów.

Szczegółowa waloryzacja terenu powiatu pod względem jego przydatności i atrakcyjności dla rozwoju turystyki została przeprowadzona przez Instytut Turystyki. Wśród jezior o największej przydatności dla turystyki wymieniano: północny fragment jez. Koronowskiego (położony w granicach powiatu), jez. Okonińskie, jez. Białe, jez. Wielkie Cekcyńskie, jez. Drzycimskie, jez. Wlk. Bysławskie, jez. Stoczek, jez. Piaseczno, jez. Okrągłe. Doliny: Brdy, Bielskiej Strugi, Szumionki, Stążki, Rakówki, Kamionki, Sępólnej oraz okolice jezior, zwłaszcza: Wielkiego Cekcyńskiego, Gwiazda, Okonino, Okonińskiego, Białego, Okrągłego, Stobno, Śpiewnik, Szpitalnego i Suskich (Małego i Dużego), zostały uznane za tereny o atrakcyjnym, bądź bardzo atrakcyjnym środowisku dla rozwoju turystyki. W przeprowadzonej klasyfikacji terenów pod względem ich przydatności dla zainwestowania turystycznego, za bardzo przydatne uznano: okolice jeziora Wlk. Cekcyńskiego (w sołectwie Cekcyn), okolice jez. Okonińskiego wraz z sołectwami: Śliwice, Lińsk, Rosochatka, Okoniny Nadjeziorne; sołectwo Legbąd, tereny nad Brdą w Tucholi oraz Gostycynie; okolice Raciąża i Raciąskiego Młyna. Znaczna część lasów na terenie powiatu została przez Instytut Turystyki określona jako „korzystne dla turystyki”.

Bysław, Cekcyn, Raciąż i Śliwice posiadały w latach 70-tych XX wieku oficjalnie status wsi letniskowych.

Na terenie powiatu wyznaczono kilkanaście szlaków turystycznych - pieszych, rowerowych i wodnych. Ugruntowaną renomę ma przede wszystkim szlak wodny Brdy, który jest powszechnie znany ze spływów kajakowych. Obecnie szlak Brdy może być traktowany jako turystyczny produkt markowy – jest też w skali województwa bez wątpienia najlepiej znaną atrakcją związaną z turystyką wodną. Szlaki wodne wyznaczono także na Wielkim i Małym Kanale Brdy, Raciąskiej Strudze, Stążce, Czerskiej Strudze, Kamionce, Bielskiej Strudze, Sępólnej. Pod względem szlaków pieszych (11 oficjalnych szlaków PTTK oraz szlaki łącznikowe) i rowerowych rejon Borów Tucholskich stanowi największą ich koncentrację w województwie (wprawdzie popularność szlaków pieszych sukcesywnie maleje, ale ich obecność jest miarą występujących tu walorów). Na terenie parków krajobrazowych prowadzona jest działalność edukacyjna.

Stan rozwoju funkcji turystycznej powiatu na tle obszarów sąsiednich

Działalności turystyczne należą do najgorzej opomiarowanych przez Główny Urząd Statystyczny aspektów życia społeczno-gospodarczego. Częściowo wynika to z błędnych założeń badań statystycznych, ale w największej mierze jest winą specyfiki działalności turystycznych, w tym także pewnego zakresu tzw. szarej strefy, zwłaszcza w zakresie działalności noclegowej.

Poza statystyczną rejestracją pozostają: ruch krajoznawczy, agroturystyka, korzystanie z bazy ogólnodostępnej (np. boisk, kąpielisk, szlaków, punktów widokowych), większość różnego rodzaju imprez (zwłaszcza jeśli udział w nich nie jest biletowany – tego rodzaju imprezy plenerowe, festyny tematyczne, rekonstrukcje, itp. są coraz bardziej popularne i kształtują tożsamość danego miejsca), wypoczynek realizowany w bazie indywidualnej (np. w domach letniskowych i ogrodach działkowych), w praktyce nawet jeżeli są rejestrowane dla potrzeb podatkowych, to nie są objęte statystyką wypożyczenia sprzętu (np. kajaki – nie ma możliwości oceny liczby uczestników spływów), ruch w stadninach, itp. Statystyka nie obejmuje też w praktyce w ogóle obiektów ogólnodostępnej infrastruktury turystycznej – brak więc możliwości porównania potencjału obszarów czy ośrodków w tym zakresie.

Duże problemy powoduje także formalna klasyfikacja bazy noclegowej, która jest zbyt rozbudowana, ale nie adekwatna do rzeczywistego stanu i oferowanego standardu. Pod tym względem szczególnie niedoszacowana jest bardzo popularna baza służąca wypoczynkowi rodzinnemu – jak pensjonaty i pokoje do wynajęcia w kwaterach prywatnych. Spośród ruchu w bazie noclegowej, za bardzo wiarygodne należy uznać dane dotyczące hoteli – ale tego typu baza w praktyce nie obsługuje masowego ruchu turystycznego, związanego z realizacją wypoczynku.

Wszystko to powoduje, że dane statystyczne obejmują tylko niewielki wycinek rzeczywistego potencjału i ruchu turystycznego, bardzo zafałszowując rzeczywisty obraz stanu. Dane statystyczne są powszechnie wykorzystywane do ilustracji lub porównań stanu rozwoju w różnych obszarach, ale należy mieć świadomość jak dużą skalą błędu (wynikającego z pomijania istotnych uwarunkowań) mogą być obarczone.

Poniżej przedstawiono statystyczne porównanie wybranych wskaźników zagospodarowania i ruchu turystycznego w powiatach. Jego celem jest nie tyle ocena stanu rozwoju funkcji turystycznej w powiatach (jak wykazano wcześniej – ocena statystyczna nie jest obiektywna), co przedstawienie w jaki sposób jest postrzegany w świetle danych statystycznych powiat tucholski na tle innych obszarów.

Tabela. Podstawowe dane o turystycznych obiektach noclegowych wg powiatów

Jednostka terytorialna	Liczba obiektów										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
aleksandrowski	22	23	24	24	31	31	31	31	35	29	40
brodnicki	41	20	20	20	18	16	17	16	15	16	21
bydgoski	25	30	28	31	25	23	22	23	26	23	21
chełmiński	8	6	7	8	8	8	8	7	8	5	8
golubsko-dobrzyński	15	8	7	7	7	7	5	4	5	6	6
grudziądzki	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5
inowrocławski	13	16	17	13	13	13	13	13	14	16	21
lipnowski	10	6	9	9	5	5	5	4	4	6	6
mogileński	20	22	20	20	18	16	15	14	16	13	11
nakielski	3	7	6	4	4	4	4	4	5	4	4
radziejowski	15	9	9	9	9	9	9	9	7	5	7
rypiński	10	9	10	8	7	6	6	5	5	4	3
sępoleński	9	9	12	12	9	9	10	10	12	11	11
świecki	27	22	20	17	16	15	16	14	13	15	17
toruński	17	17	15	14	13	13	11	10	12	10	12
tucholski	26	22	22	20	17	17	14	12	17	18	22
wąbrzeski	10	9	13	11	10	10	9	8	9	9	7
włocławski	14	13	14	14	13	11	12	9	8	5	8
żniński	21	18	22	20	19	19	19	20	21	19	19
m.Bydgoszcz	17	21	18	19	20	20	22	24	26	24	25
m.Toruń	26	27	29	30	30	30	32	33	36	37	37
m.Grudziądz	14	13	15	14	12	12	13	12	10	9	11
m.Włocławek	7	9	10	9	9	9	9	10	8	11	11
chojnicki	43	44	41	40	35	36	41	36	33	34	47
człuchowski	13	19	17	18	20	16	19	20	20	17	19
kościerski	55	37	38	41	39	36	40	37	34	38	41
starogardzki	29	25	21	18	19	18	16	18	15	15	25
złotowski	18	10	10	8	8	7	7	7	8	6	9
Jednostka terytorialna	miejsca noclegowe na 1000 ludności										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
aleksandrowski	32,57	32,90	38,41	41,94	64,15	63,81	65,90	67,55	63,37	61,33	85,18
brodnicki	31,27	24,72	24,44	35,68	27,05	21,89	22,91	27,68	17,59	18,17	20,52
bydgoski	24,49	28,77	26,24	26,83	22,37	18,82	17,08	19,04	18,34	12,54	13,02
chełmiński	9,39	8,27	4,91	5,07	5,02	4,84	4,88	7,94	3,87	3,53	4,26
golubsko-dobrzyński	15,66	4,75	3,96	4,30	3,91	3,90	2,53	2,12	5,10	5,44	5,46
grudziądzki	5,93	5,96	8,93	9,89	8,02	8,95	9,09	8,66	6,11	6,69	7,84
inowrocławski	11,94	13,61	13,69	12,60	12,42	12,41	11,97	12,38	13,17	13,33	13,71
lipnowski	7,28	5,39	7,10	8,03	6,46	5,43	6,68	6,06	5,11	5,25	7,31
mogileński	25,80	34,22	31,27	30,44	30,85	28,40	24,01	26,21	22,82	20,50	19,27
nakielski	0,74	4,19	4,11	1,80	1,69	1,68	1,68	1,68	1,82	1,01	1,03
radziejowski	5,99	3,93	3,98	3,95	3,71	4,07	4,27	3,82	3,13	2,34	3,23
rypiński	9,15	8,90	8,58	9,62	9,10	9,11	10,53	8,29	7,67	5,48	5,08
sępoleński	11,04	11,35	13,51	13,93	10,45	10,88	11,16	11,24	14,26	12,59	11,99
świecki	21,00	17,38	16,36	12,68	11,57	10,92	13,01	13,69	9,22	10,14	10,17
toruński	5,50	5,48	5,38	5,84	4,84	4,57	3,51	4,52	3,76	3,41	4,07

tucholski	50,29	49,03	54,33	50,26	42,07	41,39	32,42	28,40	34,99	40,17	48,54
wąbrzeski	5,03	3,75	6,40	5,88	6,05	5,32	9,55	9,79	14,39	13,27	14,32
włocławski	15,77	13,05	12,04	11,05	10,60	10,05	10,48	8,81	7,51	5,15	5,12
żniński	20,72	24,27	26,27	25,79	24,24	25,35	25,77	25,60	25,40	24,44	21,57
m.Bydgoszcz	4,60	5,48	4,87	5,25	5,60	5,69	6,23	6,77	6,82	6,91	7,12
m.Toruń	8,19	8,71	8,52	10,07	10,16	10,43	10,61	12,48	13,15	13,67	14,63
m.Grudziądz	9,28	9,11	9,89	9,18	8,49	8,44	9,16	8,62	8,09	9,00	9,41
m.Włocławek	3,26	4,83	5,44	5,10	5,13	5,68	5,71	6,47	4,57	6,50	5,43
chojnicki	39,13	40,68	36,52	34,05	28,17	29,26	31,71	27,86	22,97	23,39	33,76
człuchowski	27,11	38,55	33,73	38,19	39,46	31,48	34,28	40,48	37,29	29,10	36,36
kościerski	73,26	66,37	60,57	64,60	65,90	62,80	66,65	67,19	57,09	61,17	60,65
starogardzki	12,09	12,00	10,76	8,75	10,40	10,90	8,82	9,11	8,87	8,27	9,58
złotowski	9,71	9,81	11,03	9,31	8,46	4,95	5,61	5,47	9,39	4,81	5,46
Jednostka terytorialna	udzielone noclegi na 1000 ludności										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
aleksandrowski	6814,37	5936,27	7551,46	9504,70	14631,07	16492,50	17115,85	16336,30	14042,54	16656,79	22642,96
brodnicki	1427,89	1164,52	1048,31	1347,32	1231,21	1011,67	1202,74	986,82	1005,71	929,02	897,53
bydgoski	1117,15	1348,23	1333,92	1269,09	1385,72	1107,63	1026,04	1076,86	946,54	835,51	751,58
chełmiński	172,07	86,03	305,46	293,22	341,04	351,76	396,92	373,00	276,92	264,78	276,90
golubsko-dobrzyński	206,42	142,72	153,29	186,14	257,97	336,49	145,79	109,46	388,51	412,69	421,52
grudziądzki	152,54	277,95	381,93	441,65	383,54	351,34	315,79	227,20	103,43	308,53	171,59
inowrocławski	2634,91	2894,01	2827,57	3105,06	2989,66	3058,48	3196,46	3517,10	2908,96	2913,22	3119,42
lipnowski	240,89	148,75	234,79	220,51	143,85	173,73	209,96	122,14	48,72	114,59	207,27
mogileński	1240,78	1968,37	1646,57	1463,83	1412,16	1401,88	1241,57	1111,20	1034,29	713,22	600,89
nakielski	88,09	115,56	97,45	69,52	76,92	77,33	87,72	74,10	92,49	72,45	63,89
radziejowski	216,17	182,49	179,35	139,60	119,16	134,09	142,56	137,47	114,48	97,30	145,67
rypiński	558,93	535,22	456,98	451,02	454,05	384,78	343,26	351,35	250,20	235,21	174,70
sępoleński	613,77	559,87	687,18	650,52	548,39	636,78	720,51	695,13	773,45	639,17	626,81
świecki	913,94	705,28	679,65	589,49	537,03	485,98	496,45	611,91	459,31	514,11	704,67
toruński	289,84	378,69	402,96	306,20	338,13	469,94	318,23	287,37	333,95	280,80	331,86
tucholski	2268,26	2372,16	2309,06	2064,87	1593,20	1682,38	1252,80	1174,51	1807,25	1945,07	1947,23
wąbrzeski	164,33	182,05	328,89	301,54	289,72	264,54	273,67	296,30	958,24	568,58	220,56
włocławski	1016,99	760,32	949,48	1291,77	1400,27	1416,10	1482,64	1512,98	1323,81	1176,12	1160,02
żniński	1001,71	1039,36	966,94	1240,23	1138,41	1136,04	1018,79	1124,69	1114,11	1096,60	974,20
m.Bydgoszcz	410,80	435,57	463,77	448,89	549,70	612,55	721,23	657,86	626,83	665,49	680,08
m.Toruń	852,70	867,85	999,48	1209,75	1210,26	1486,58	1439,09	1309,37	1629,92	1780,40	1700,20
m.Grudziądz	440,79	376,40	519,52	560,11	606,57	580,25	614,87	631,74	504,76	547,46	593,05
m.Włocławek	354,62	518,29	698,85	763,95	671,45	713,54	806,61	797,70	559,72	611,01	460,66
chojnicki	1755,90	1686,19	1516,91	1564,80	1340,83	1363,02	1419,50	1304,73	1148,28	1055,45	1257,18
człuchowski	534,49	853,44	777,78	953,62	837,28	873,52	759,74	998,65	884,16	957,10	977,52
kościerski	3470,49	3160,62	2994,35	2983,96	3327,22	3308,48	3457,35	2990,83	2842,40	2853,51	2908,30
starogardzki	479,09	522,68	409,48	446,04	421,28	562,75	485,35	439,24	452,62	342,02	359,91
złotowski	275,82	274,79	213,75	329,53	333,49	219,88	200,20	183,38	455,26	191,46	206,43
Jednostka terytorialna	korzystający z noclegów na 1000 ludności										
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
aleksandrowski	857,81	931,24	1042,21	1165,61	1578,53	1851,68	1935,53	1861,51	1641,63	1738,68	2136,70
brodnicki	477,11	367,54	350,88	371,36	351,68	325,32	350,87	342,91	372,18	384,03	339,54
bydgoski	368,84	483,49	551,33	521,01	522,83	490,40	460,17	511,32	429,68	357,01	348,45
chełmiński	68,29	55,84	134,27	151,76	164,08	184,83	188,99	163,54	153,04	135,31	136,57
golubsko-dobrzyński	69,46	71,05	100,37	71,34	95,45	197,28	119,07	98,32	298,80	316,53	301,25
grudziądzki	48,49	55,38	88,31	70,82	66,83	71,61	125,97	43,51	32,47	46,56	35,14
inowrocławski	231,47	281,74	265,16	274,35	265,22	275,32	276,38	300,22	307,99	319,92	370,96
lipnowski	120,20	93,21	160,86	142,37	82,80	130,68	120,26	87,19	42,08	89,99	87,51
mogileński	156,59	215,94	221,05	225,71	279,70	296,31	350,47	266,88	270,32	199,93	177,92

nakielski	75,67	72,02	75,28	60,63	67,05	65,45	71,42	61,73	74,36	57,84	50,74
radziejowski	24,65	16,57	18,53	14,85	13,12	13,65	15,20	15,00	12,10	9,90	37,58
rypiński	67,35	71,99	62,60	89,96	85,72	76,75	101,93	83,28	81,16	74,08	58,98
sępoleński	70,96	86,72	146,62	151,92	146,82	163,82	193,91	195,50	219,89	208,20	200,67
świecki	203,43	175,64	194,18	180,29	202,73	162,76	188,54	367,56	238,96	244,38	362,93
toruński	141,59	164,73	196,90	182,12	193,46	224,95	213,67	190,60	222,76	188,75	231,37
tucholski	440,10	526,35	502,13	419,81	380,86	379,80	326,95	213,67	462,72	561,32	603,93
wąbrzeski	36,31	33,56	110,76	117,18	93,91	85,62	111,25	109,82	141,94	123,98	77,07
włocławski	100,04	100,30	114,24	138,63	159,29	151,40	160,49	161,64	134,12	105,35	106,74
żniński	393,74	458,42	441,25	508,35	525,32	606,87	491,11	543,66	492,66	471,07	377,41
m.Bydgoszcz	228,78	236,17	257,10	252,63	291,98	323,39	351,09	331,88	351,24	361,27	339,22
m.Toruń	590,50	576,93	662,06	768,13	765,53	850,52	856,70	822,99	1022,73	1148,48	1133,05
m.Grudziądz	211,36	169,41	217,09	273,24	279,84	270,37	297,90	316,96	247,87	294,78	338,93
m.Włocławek	182,41	251,61	321,02	348,70	346,41	367,67	436,60	389,97	305,11	289,13	235,03
chojnicki	387,11	360,21	390,24	394,60	400,73	409,59	419,36	370,74	359,94	343,02	385,94
człuchowski	105,84	289,26	212,64	227,70	233,25	269,03	261,08	255,98	235,82	266,61	261,71
kościerski	603,68	746,35	913,12	720,98	907,14	892,86	891,12	813,37	739,55	801,19	823,42
starogardzki	115,73	139,24	113,74	155,37	120,41	174,02	168,63	154,99	169,70	129,05	145,84
złotowski	77,02	87,03	59,67	66,08	66,79	74,81	76,43	57,38	98,79	59,91	68,42

Źródło: dane Głównego Urzędu Statystycznego (www.stat.gov.pl)

Porównania dokonano dla powiatów województwa kujawsko-pomorskiego oraz wybranych powiatów województwa pomorskiego i wielkopolskiego – stanowiących bezpośrednie i dalsze sąsiedztwo powiatu tucholskiego. W zakresie większości cech uwagę zwraca fakt, że właśnie te „dodatkowe” powiaty notują wartości porównywalne lub wyższe, niż najlepsze powiaty województwa kujawsko-pomorskiego, co świadczy o dobrym stanie rozwoju w nich działalności turystycznych.

Pod względem liczby obiektów noclegowych powiat tucholski znajduje się w ścisłej czołówce powiatów województwa. Ustępuje uzdrowiskowemu powiatowi aleksandrowskiemu oraz największym miastom, gdzie dobry stan rozwoju bazy wynika głównie z innego charakteru ruchu (typowego dla dużych miast ruchu biznesowo-kongresowego). Powiaty chojnicki i kościerski notują jednak znacznie większą liczbę obiektów, starogardzki – większą, a człuchowski nieznacznie mniejszą. Stan rozwoju bazy w bezpośrednim sąsiedztwie powiatu tucholskiego jest więc bardzo konkurencyjny.

Kolejne wskaźniki – odniesione do liczby mieszkańców, świadczą o specjalizacji danego powiatu w dziedzinie funkcji turystycznych. Pamiętać jednak należy, że tak obliczane wskaźniki forują powiaty małe, gdzie bezwzględny potencjał (który sam w sobie także jest ważną cechą diagnostyczną) wcale nie musi być duży, ale przy małej liczbie mieszkańców pozwala na uzyskanie wysokiego wskaźnika. Powiat tucholski jest zauważalnie mniejszy od człuchowskiego, ale znacznie mniejszy od kościerskiego, chojnickiego, starogardzkiego i świeckiego. Jeśli więc te powiaty notują wskaźniki porównywalne lub niewiele mniejsze – to znaczy, że bezwzględny stan rozwoju bazy jest w nich znacznie wyższy. Pod względem liczby miejsc noclegowych w stosunku do liczby mieszkańców powiatu, powiat tucholski notuje bardzo wysoki wskaźnik – w kujawsko-pomorskim wyższy jest jedynie wskaźnik w uzdrowiskowym powiecie aleksandrowskim (gdzie bardzo rozbudowana jest infrastruktura lecznicza – miejsca w sanatoriach są w statystyce traktowane jako miejsca noclegowe), pozostałe powiaty notują znacznie niższe wartości. Co ciekawe – powiaty spoza województwa notują wartości stosunkowo wysokie, a powiat kościerski – wskaźnik znacznie wyższy, niż tucholski.

Wskaźnik liczby udzielonych noclegów w odniesieniu do liczby mieszkańców powiatu jest dla powiatu tucholskiego także bardzo korzystny. Wprawdzie pod tym względem bezkonkurencyjne są powiaty uzdrowiskowe, gdzie przez cały rok przebywa bardzo duża liczba kuracjuszy, ale już pozostałe powiaty notują znacznie niższe wartości (potencjalni najsilniejsi konkurencji – świecki, żniński i brodnicki – co najmniej dwukrotnie niższe). Powiat kościerski jest jednak znacznie lepszy.

Inną miarą stanu rozwoju funkcji turystycznej jest liczba osób korzystających z noclegów w stosunku do liczby mieszkańców – także pod tym względem powiat tucholski notuje bardzo wysokie wartości. W województwie przegrywa z Toruniem (gdzie nakłada się ruch biznesowy i typowy ruch krajoznawczy) oraz uzdrowiskowym powiatem aleksandrowskim. Tucholski także pod tym względem przegrywa z kościerskim.

Podstawowym wnioskiem z powyższych pobieżnych analiz jest stwierdzenie, że wprawdzie na tle województwa kujawsko-pomorskiego wskaźniki notowane w powiecie tucholskim potwierdzają jego ugruntowaną pozycję silnego rejonu turystycznego, kluczowego w województwie, to jednak sąsiednie powiaty - w sąsiednich województwach - notują wskaźniki równie wysokie lub wyższe (niektóre – nawet znacznie wyższe), a więc powiat tucholski funkcjonuje w otoczeniu bardzo konkurencyjnym, a potencjalni rywale są bardzo silni. Należy także pamiętać, że wysoka

wskaźnikowa pozycja powiatu tucholskiego w kujawsko-pomorskim wynika także ze stosunkowo małej liczby mieszkańców. Pod względem wartości bezwzględnych najsilniejsze powiaty województwa – tucholski, świecki, żniński i brodnicki – notują wartości dużo bardziej zbliżone.

Baza turystyczna wg danych urzędów gmin

Gmina Cekcyn

Gospodarstwa agroturystyczne

Nazwisko właściciela	Liczba miejsc noclegowych	Sezonowość obiektu	Miejscowość
Zenon Babiński	8	całoroczny	Cekcyn
Hubert Borta	16	sezonowy	Stary Sumin
Czesław Chabowski	20	sezonowy	Cekcyn
Imke Caumans	3	całoroczny	Zielonka
Remigiusz Chmara	10	całoroczny	Huta
Marek Garlicki	19	całoroczny	Kochelno
Genowefa Glazik	7	całoroczny	Trzebciny
Edmund Górka	6	sezonowy	Iwiec
Anetta Jędrzejewska	8	całoroczny	Ludwichowo
Sławomir Kiełpiński	11	całoroczny	Trzebciny
Mariola Kotłęga	8	sezonowy	Krzywogoniec
Agnieszka Leszczyńska	20	całoroczny	Ostrowo
Zofia Malina	8	całoroczny	Wierzchlas
Teresa Matuszewska	4	sezonowy	Krzywogoniec
Jan Megger	9	sezonowy	Cekcyn
Ewa Mieruszewska	20	całoroczny	Wielkie Budziska
Teresa Nowogrodzka	4	sezonowy	Iwiec
Helena Pałkowska	7	całoroczny	Krzywogoniec
Zofia Pestka	20	całoroczny	Kruszka
Izabela Piątkowska	9	sezonowy	Świt
Wojciech Sierosławski	9	całoroczny	Cekcyn
Maria Zillmer	20	całoroczny	Zdroje
Gertruda Ziółkowska	6	całoroczny	Cekcyn
Mirosław Ziółkowski	4	całoroczny	Małe Gacno
Ilona i Andrzej Ziółkowscy	12	sezonowy	Cekcyn
Grzegorz Żuraw	12	sezonowy	Cekcynek

Inne obiekty noclegowe

Nazwa obiektu / nazwisko właściciela	Liczba miejsc noclegowych	Sezonowość obiektu	Miejscowość
Ośrodek Turystyczny „ Jarzębina” w Cekcynie	49	całoroczny	Cekcyn
Ośrodek Turystyczny w Zdrojach	20	całoroczny	Zdroje
„STARA SZKOŁA „ w Trzebcinach	25	całoroczny	Trzebciny
Pensjonat „ Nad Jeziorem”	21	całoroczny	Cekcynek
Maria i Jan Bonk	15	całoroczny	Cekcyn
Józef Glazik	8	sezonowy	Cekcyn
Michał Górka	8	całoroczny	Wielkie Budziska
Zofia Kutowska	12	sezonowy	Cekcyn
Jolanta Metkowska	4	całoroczny	Wysoka
Mirosława Michalczyk – Haxha	10	sezonowy	Cekcyn
Magdalena Pestka - Pachnik	7	sezonowy	Cekcyn
Maciej Pietruszewski	6	całoroczny	Cekcynek
Idzi Porowski	4	sezonowy	Trzebciny
Zofia i Kazimierz Szamoccy	20	sezonowy	Cekcyn
Kazimierz Zieliński	16	sezonowy	Huta
Grażyna Żółkiewicz	6	sezonowy	Huta

Gmina Gostycyn

- Najwięcej miejsc noclegowych oferuje PTTK „Szlak Brdy” z siedzibą w Nogawicy. Mieści się tu zespół ogólnodostępnych domków letniskowych o bardzo korzystnych cenach. Ponadto około 60 miejsc noclegowych oferują prywatne pokoje gościnne w Gostycynie, Pile oraz innych prywatnych gospodarstwach agroturystycznych rozmieszczonych na terenie całej gminy.
- Dodatkowo nad Jeziorem Szpitalnym znajduje się były ośrodek ZHP, obecnie wydierżawiony przez Związek Ochotniczych Straży Pożarnych RP, Oddział Wojewódzki Związku OSP RP Województwa Kujawsko – Pomorskiego. Na w/w terenie ośrodka znajdują się również gminne domki, które po wcześniejszej rezerwacji w Urzędzie Gminy każdy może odpłatnie wynająć.
- Gmina Gostycyn w ramach poszerzenia oferty dotyczącej turystyki kwalifikowanej, oferuje zarówno przez cały rok, jak i okres wakacji możliwość wykorzystania hali Centrum Sportowo–Rehabilitacyjnego w Gostycynie (CSR). Centrum oferuje szereg atrakcji, które zaspokoją nawet najbardziej wybredne osoby szukające wrażeń związanych z aktywną formą wypoczynku. Centrum Sportowo Rehabilitacyjne do zaoferowania ma m.in. salkę sportowo-rehabilitacyjną, która wyposażona jest w najwyższej klasy sprzęt treningowy i rehabilitacyjny. Ponadto na hali można grać w piłkę nożną, siatkową, unihokej, kometkę, tenis stołowy. Ofertę Centrum dopełnia również możliwość wynajmu kompleksu boisk ze sztuczną trawą na której można rozgrywać mecze piłki koszykowej oraz tenisa ziemnego.
- Ośrodek wypoczynkowy „Malmi” wraz z parkiem linowym – <http://pila-mlyn.pl>
- Stajnia „Arka” - gospodarstwo agroturystyczne i nauka jazdy konnej. <http://www.stajnia-arka.pl/>
- Poligon Paintball - <http://www.paintball.las.pl/>

- Informacje dotyczące turystyki w Gminie Gostycyn można znaleźć na stronie internetowej <http://gostycyn.labiryntynatury.pl/>

Gmina Kęsowo

- Agroturystyka w Grochowie Chata na wsi – 12 miejsc noclegowych.
- Agroturystyka Pod Żurawiem Państwa Wyrwas w Adamkowie – 6 miejsc noclegowych
- Gospodarstwo Agroturystyczne Państwa Chrustowskich w Żalnie – 17 miejsc noclegowych.
- Gospodarstwo Agroturystyczne Maria Januszevska w Kęsowie – 4 miejsca noclegowe
- Zajazd na Rozdrożu w Żalnie – 16 miejsc noclegowych

Gmina Lubiewo

Gospodarstwa agroturystyczne

- Agroturystyka „u Maksia” Gabriela Grzeca - Bysławek– 10 miejsc
- Agroturystyka Barbara Jankowska – Bysław– 5 miejsc
- Gospodarstwo agroturystyczne – Szumiąca – Szumiąca– 8 miejsc
- Gospodarstwo agroturystyczne Halina Górecka – Wełpin– 10 miejsc
- Gospodarstwo agroturystyczne Bożena Ruszkowska – Teolog– 3 miejsca
- Gospodarstwo agroturystyczne Joanna Wiernicka-Piksa – Teolog– 15 miejsc
- Gospodarstwo agroturystyczne Maria Węgrzyn – Sucha – 10 miejsc
- Gospodarstwo agroturystyczne Marzena Świetlik - Teolog– 5 miejsc
- Gospodarstwo agroturystyczne „Bysławek 61 – przy Klasztorze” Tomasz Pankanin – Bysławek – 25 miejsc
- Gospodarstwo agroturystyczne Zofia Marian Kulczyk - Bysław – 8 miejsc
- Gospodarstwo agroturystyczne Grzegorz Redlarski Lubiewo – 14 miejsc
- Gospodarstwo agroturystyczne Gościniec „Dobry Dom” Beata Skąlecka – Minikowo – 17 miejsc
- Gospodarstwo agroturystyczne Bożena i Wiesław Dejewscy-Senscy – Wełpin – 4 miejsca
- Gospodarstwo agroturystyczne „Gwiazda” Teresa Drązkowska – Szumiąca – 16 miejsc
- Gospodarstwo agroturystyczne Łucja i Stefan Koniarscy – Lubiewo – 6 miejsc

Inne obiekty noclegowe

- Ośrodek Doskonalenia Kadr Służby Więziennej w Suchoj „ZACISZE”
- Ośrodek Wczasowy „Leśne Ustronie” Zamrzenica
- Ośrodek Wczasowy „Wrzos” Sucha
- Ośrodek Wczasowy – Wypoczynkowy „SOKÓŁKA” Sokole Kuźnica
- Zgromadzenie Sióstr Miłosierdzia Św. Wincentego a Paulo Prowincji Chełmińsko-Poznańskiej – Bysławek
- „Oaza” Sucha – ośrodek rekolekcyjny Zakonu Jezuitów,
- Pola namiotowe na plaży w Bysławiu
- Hostel Grzegorz Krzyżelewski – Bysław

Gmina Śliwice

Ośrodki wczasowe

Nazwa obiektu/Nazwisko właściciela	Liczba miejsc noclegowych	Miejscowość
Ośrodek Wczasowy „Borowiak”	150	Okoniny Nadeziorne
Ośrodek Wczasowy „Zacisze”	200	Okoniny Nadeziorne
Ośrodek Wypoczynkowo-Szkoleniowy „SAM-BA”	90	Krąg
Domki kempingowe „Brda”	15	Okoniny Nadeziorne
Ośrodek Wczasowy „Bory Tucholskie”	300	Okoniny Nadeziorne
Ośrodek Wczasowy „Leśna Oaza”	70	Okoniny Nadeziorne

* wszystkie obiekty - sezonowe

Agroturystyka

Nazwa obiektu/Nazwisko właściciela	Liczba miejsc noclegowych	Miejscowość
Agroturystyka „Stare Dworzysko” – Genowefa Nispel-Głaza	10	Linówek
Gospodarstwo Agroturystyczne – Bogumiła Andrearczyk	6	Okoniny Nadeziorne
Kwatera Agroturystyczna – Marzena Möller (*)	13	Lińsk
Gospodarstwo Agroturystyczne – Dorota Patyna	9	Jabłonka
Kwatera Agroturystyczna – Anna Połom (*)	9	Okoniny Nadeziorne

(*) obiekty całoroczne

Gmina Tuchola

Brak danych

Zmiana modelu turystyki jako podstawowe uwarunkowanie rozwoju branży turystycznej w powiecie

Turystyka jako działalność gospodarcza, tak jak i inne rodzaje usług, podlega procesom zmian popytu i podaży. W tej branży, preferencje odbiorców oferty podlegają dość częstym zmianom, stąd sukces rynkowy odniosą głównie te podmioty i te rejony, które będą dobrze przygotowane do bieżącego zapotrzebowania. Dla najbliższych lat prognozuje się następujące tendencje na rynku usług turystycznych:

- wciąż utrzymywać się będzie bardzo duża skala wyjazdów zagranicznych, a na rynku krajowym utrzyma się bardzo wysoka pozycja wypoczynku nadmorskiego oraz realizowanego w górach – tym samym wciąż dla rejonów prezentujących takie walory, jak powiat tucholski, głównym problemem będzie potencjalnie mała liczba osób zainteresowanych wypoczynkiem,
- rosnąć będzie zainteresowanie sportami zimowymi, w zakresie których powiat tucholski nie posiada predyspozycji dla przedstawienia oferty; duża liczba osób korzystających z wypoczynku zimowego osłabia popyt na wypoczynek letni, co dodatkowo pogarsza sytuację rejonów prezentujących takie walory, jak powiat tucholski,
- pomimo dominacji wypoczynku realizowanego indywidualnie, coraz powszechniejsze będzie zainteresowanie grup – będzie to dotyczyło głównie ludności starszej i młodzieży, ale także grup „tematycznych” (zainteresowanych określonym rodzajem produktu) – zasadne jest więc przygotowywanie bazy noclegowej dostępnej dla kilkunasto-kilkudziesięciosobowych grup,
- realizacja krótkich pobytów – rosnąć będzie popularność krótkich pobytów – weekendowych, świątecznych; często realizowane będą one poza zasadniczym sezonem urlopowym – często będą one związane z korzystaniem z określonej atrakcji (np. spływ kajakowy, wycieczki rowerowe, itp.),
- utrzyma się tendencja aktywnego wypoczynku – to znaczy poszukiwania ofert zapewniających możliwość czynnego spędzenia czasu,
- w wypoczynku długookresowym (najczęściej będą to pobyty o długości do 10 dni) dominować będzie nastawienie na korzystanie z dużej liczby atrakcji – zasadne jest więc rozwijanie różnego rodzaju atrakcji „obok” zasadniczej oferty pobytowej (dla ich poznania wypoczywający skłonni będą realizować wycieczki piesze, rowerowe, samochodowe) – duża liczba atrakcji (niezależnie od ich jakości) może świadczyć o przewadze danego rejonu nad innymi,
- utrzyma się oczekiwanie wysokiego standardu bazy – nawet turyści dysponujący przeciętnymi możliwościami finansowymi oczekiwać będą co najmniej dobrego standardu bazy,
- podstawowym źródłem informacji o bazie noclegowej oraz podstawowym sposobem dokonywania rezerwacji, pozostaną specjalistyczne (ale wiarygodne) portale internetowe – obiekty nie funkcjonujące w internetowych bazach i systemach rezerwacji, nie będą postrzegane jako wiarygodne,
- znacznie wzrośnie zainteresowanie wypoczynkiem wśród seniorów – zarówno turystów indywidualnych (zwłaszcza pobytowy), jak i grup (zwłaszcza wycieczkowy); jest to grupa cechująca się specyficznymi oczekiwaniami (niezbędna dedykowana oferta), ale skłonna uczestniczyć w ruchu turystycznym przez większą część roku (umożliwiająca wydłużenie sezonu).

Najważniejsze mocne strony rozwoju branży turystycznej w powiecie

1. Najważniejszą mocną stroną powiatu tucholskiego w zakresie szeroko rozumianej branży turystycznej jest ukształtowana renoma obszaru bardzo atrakcyjnego – wręcz gwarantującego wysoką jakość wypoczynku dla osób ceniących takie walory jak stan środowiska, dostępność lasów, rzek i jezior.
2. Renoma obszaru bardzo atrakcyjnego wynika z obiektywnie wysokiej jakości walorów – głównie przyrodniczych, gdyż potencjał kulturowy powiatu jest znacznie słabszy i nie wyróżnia się zdecydowanie na tle województwa.

3. Bardzo ważną mocną stroną jest duża różnorodność walorów pozwalających na budowanie zróżnicowanej oferty turystycznej (co oznacza, że powiat może być atrakcyjny dla różnych grup odbiorców)
4. Istotną mocną stroną jest także relatywnie dobrze – jak na warunki województwa kujawsko-pomorskiego, choć obiektywnie co najwyżej przeciętnie - rozwinięta baza noclegowa i infrastruktura turystyczna.
5. Istotną mocną stroną jest zgodne postrzeganie turystyki przez samorządy gmin i samorząd powiatu, ale także przez mieszkańców - jako istotnej funkcji społeczno-gospodarczej, wpływającej nie tylko na stan rozwoju, ale także na wizerunek powiatu. Konsekwencją takiego podejścia samorządów są liczne inwestycje w ogólnodostępną bazę turystyczną i rekreacyjną, zwiększającą atrakcyjność dla osób odwiedzających. Inicjatywy oddolne skutkują tworzeniem atrakcji na poziomie lokalnym (np. wioski tematyczne).
6. Istotną mocną stroną jest także jednoznaczne postrzeganie powiatu tucholskiego w polityce regionalnej województwa kujawsko-pomorskiego jako obszaru rozwoju funkcji turystycznych. Jest to swoista przewaga konkurencyjna – bowiem inne powiaty o dobrze (a nawet statystycznie – lepiej) rozwiniętej funkcji turystycznej mają charakter bardziej złożony i turystyka nie jest w nich postrzegana jako funkcja tak ważna. Ze względów marketingowych korzystny jest także fakt, że inne gminy powiązane z Borami Tucholskimi (jak Osie, czy częściowo Koronowo), prezentujące duży potencjał turystyczny, budują pozytywny wizerunek Borów Tucholskich, a więc pośrednio – poprawiają turystyczny image powiatu.

Najważniejsze słabe strony rozwoju branży turystycznej w powiecie

1. Najważniejszą słabą stroną jest brak skoordynowanych działań na rzecz funkcjonowania branży turystycznej w powiecie – przejawiający się brakiem produktu dostrzeganego i identyfikowanego już nie tylko na arenie międzynarodowej, ale także krajowej, a nawet wewnątrzwojewódzkiej. Nie jest to tylko kwestia braku promocji, ale w większym stopniu wynika z braku ogólnej strategii rozwoju produktu turystycznego powiatu.
2. Ważną słabą stroną jest niedorozwój bazy noclegowej niektórych rodzajów, zwłaszcza dużych i średnich, nowoczesnych, dobrze wyposażonych domów wypoczynkowych oraz pensjonatów, zdolnych do obsługi grup wypoczywających oraz pozwalających na organizację dużych imprez.
3. Istotną słabą stroną jest też zróżnicowanie potencjału powiatu – aczkolwiek powiat jako całość jest postrzegany jako rejon turystyczny, to poszczególne gminy wykazują już zróżnicowane predyspozycje i nie wszystkie są postrzegane jako równie atrakcyjne. Jeśli więc działalności turystyczne mają być ważną osią rozwoju całego powiatu, niezbędne jest przygotowanie strategii produktu turystycznego uwzględniającego interesy całego obszaru powiatu – w tym także zapewnienie korzyści obszarom obiektywnie mniej atrakcyjnym.

Najważniejsze zagrożenia rozwoju branży turystycznej w powiecie

1. Najważniejszym zagrożeniem dla rozwoju branży turystycznej w powiecie tucholskim jest bez wątpienia ryzyko zbyt małej liczby osób zainteresowanych produktem turystycznym powiatu. Zbyt mały popyt podważa możliwości osiągnięcia sukcesu ekonomicznego – czyli wykorzystania turystyki dla tworzenia miejsc pracy, generowania dochodów dla ludności i przedsiębiorców oraz dla budżetów gmin. Zbyt mały popyt może także spowodować, że środki wydane (zarówno ze źródeł publicznych jak i prywatnych) na urządzenie atrakcyjnej przestrzeni dla osób przyjezdnych, okażą się inwestycją nieefektywną ekonomicznie.
Do głównych przyczyn tego ryzyka należy zaliczyć przede wszystkim bardzo duże w ostatnich latach poszerzenie oferty – przede wszystkim popularyzację wyjazdów zagranicznych, popularyzację sportów zimowych (wyjazdy w okresie zimowym, a nie letnim), tworzenie „nowych” ofert przez obszary dotąd w ogóle nie postrzegane jako atrakcyjne dla turystów („podbieranie” turystów dotychczasowym ośrodkom), nieprzemijającą modę na wypoczynek nad morzem lub w górach przy znacznym osłabieniu atrakcyjności wypoczynku na pojezierzach. Są to przyczyny zewnętrzne,

powodujące, że potencjalny rynek usług, dla osób, które mogłyby skorzystać z oferty powiatu, jest bardzo szeroki i konkurencyjny. Istotne mogą być także przyczyny wewnętrzne – czyli niedostosowanie oferty do zmieniających się oczekiwań turystów.

Rozwijając wątek jednego ze zidentyfikowanych wcześniej zagrożeń – dla pozycji turystycznej powiatu tucholskiego bardzo niekorzystne będzie rozwijanie potencjału turystycznego powiatów dotąd nie wykazujących istotnego stanu rozwoju turystyki - poprzez tworzenie „nowych ofert”. Z bardzo dużym prawdopodobieństwem, tego typu oferty nie będą przyciągać nowych („dodatkowych”) turystów, tylko będą przejmować część potencjalnej klienteli oferty powiatu tucholskiego. W interesie powiatu jest więc wspieranie wszelkich inicjatyw w kierunku koncentracji wsparcia dla rozwoju turystyki na poziomie województwa tylko w dotąd ugruntowanych rejonach turystycznych. Przy tak niskim popycie, rozpraszanie podaży oferty turystycznej będzie dla branży turystycznej bardzo niebezpieczne pod względem efektywności ekonomicznej.

2. Postrzeganie wypoczynku w rejonie pojezierzy jako umiarkowanego atrakcyjnego. Podkreślić należy, że nawet jeśli rośnie zamożność społeczeństwa i skłonność do przeznaczania coraz większych środków na wypoczynek, to wciąż najważniejszym uwarunkowaniem pozostaje długość urlopów – powodująca, że branża turystyczna w większym stopniu konkuruje o czas turystów, a nie o ich środki (znaczną część osób realizujących regularnie wyjazdy urlopowe stać byłoby na dłuższe pobyty albo na większą liczbę takich wyjazdów, jednak barierą jest limitowana długość urlopów). Ponieważ czas urlopu jest ograniczony, osoby poszukujące wypoczynku zainteresowane są tylko takimi ofertami, które w ich odczuciu gwarantują największą satysfakcję z wypoczynku. Wypoczynek w rejonach pojezierzy jest „pierwszym wyborem” tylko dla niewielkiej części osób poszukujących oferty. Potencjalny popyt znacznie się w ten sposób zawęża.
3. Innego rodzaju zagrożeniem jest ryzyko braku porozumienia podmiotów działających na terenie powiatu w szeroko rozumianej branży turystycznej – co będzie oznaczało bardzo duże rozproszenie oferty, ale także rozproszenie i brak koordynacji w zakresie działań inwestycyjnych i promocyjnych. Należy podkreślić, że powiat może konkurować na rynku oferty turystycznej przede wszystkim wówczas, jeśli podejmie się działania skoncentrowane i spójne, realizując interesy wszystkich zainteresowanych stron.

Najważniejsze szanse rozwoju branży turystycznej w powiecie

Szans rozwoju branży turystycznej poszukiwać należy przede wszystkim w zwiększaniu liczby osób wypoczywających na terenie powiatu. Należy to czynić zarówno poprzez zwiększanie atrakcyjności już ugruntowanych tradycyjnych produktów (podtrzymywanie atrakcyjności miejsca dla osób regularnie przyjeżdżających – aby zachęcić ich do kolejnych przyjazdów w kolejnych latach), ale przede wszystkim poprzez stworzenie oferty atrakcyjnej dla nowych grup – czyli „przyciągnięcie” na teren powiatu osób, które dotąd z jego oferty turystycznej nie korzystały.

Identyfikuje się następujące potencjalne grupy „nowych” odbiorców, dla których powiat tucholski posiada predyspozycje dla stworzenia atrakcyjnej oferty:

1. Seniorzy.

Coraz liczniejsza jest grupa osób, które zakończyły już swoją aktywność zawodową, a prognozy wskazują, że po roku 2020 w skali całego kraju nastąpi bardzo znaczący wzrost liczebności tej grupy. Z punktu widzenia rynku turystycznego grupa ta cechuje się kilkoma istotnymi cechami: co najwyżej umiarkowanym poziomem zamożności (będącym konsekwencją niskich świadczeń emerytalnych), możliwością korzystania z wypoczynku przez cały rok (a nawet preferującą ze względów zdrowotnych wypoczynki w okresie wiosennym i wczesnojesiennym, a więc poza szczytem sezonu – co stwarza możliwość wydłużania sezonu w ośrodkach sezonowych), preferowaniem form wypoczynku wiążących się z co najwyżej umiarkowaną

aktywnością fizyczną (nie wiążących się z nadmiernym wysiłkiem), zwracaniem bardzo dużej uwagi na walory środowiska (to walory naturalne, a nie infrastruktura rozrywkowa są uważane za podstawę atrakcyjnej oferty). Osoby starsze zazwyczaj też bardzo sobie cenią spokój, co powoduje, że niezbędna jest zwłaszcza separacja oferty kierowanej dla ludności starszej i młodzieży. Należy przypuszczać, że pomimo wymienionych ograniczeń (przede wszystkim finansowych) znaczna część seniorów, będzie zainteresowana podtrzymywaniem pasji turystycznych realizowanych wcześniej – podczas życia zawodowego przez wyjazdy urlopowe. Ze względu na prezentowany charakter, Bory Tucholskie prezentują walory potencjalnie bardzo atrakcyjne dla tej grupy odbiorców i zasadne jest stworzenie produktu dedykowanego dla tej grupy.

2. Wakacyjna oferta opieki nad dziećmi

Specyficznym, wyspecjalizowanym rodzajem produktu turystycznego – głównie dla mieszkańców Bydgoszczy, w mniejszym stopniu Torunia i Trójmiasta - może być organizacja opieki wakacyjnej dla dzieci i młodzieży szkolnej – w formie pobytów w okresie poniedziałek-piątek, organizowanych w kilkuosobowych grupach w gospodarstwach agroturystycznych (odpowiednik popularnych niegdyś „wakacji u babci na wsi”) lub w większych grupach w wyspecjalizowanych ośrodkach.

Bogactwo walorów na terenie powiatu stwarza możliwość bardzo różnorodnego (dostosowanego do wieku i zainteresowań wypoczywających) atrakcyjnego i bezpiecznego zagospodarowania czasu począwszy od programów pobytów związanych z poznawaniem gospodarstwa rolnego, folkloru i tradycji borowiackich lub edukacją ekologiczną poprzez bardziej specjalistyczne oferty związane z uprawianiem sportu, szkół przetrwania, itp.

Ze względu na ograniczoną możliwość zorganizowania opieki nad dziećmi w okresie wakacyjnym w dużych miastach, można spodziewać się dużego zainteresowania tego typu ofertą, czemu sprzyja także fizyczna bliskość i łatwość dojazdu (mała odległość) – dla Bydgoszczy szczególnie atrakcyjne byłyby tu gminy południowej części powiatu, dla Trójmiasta – północnej.

Tego typu produkt może być rozwijany w różnych formach organizacyjnych – zarówno jako wypoczynek indywidualny lub dla zorganizowanych grup (w takiej formie przypominałby kolonie, tyle, że zorganizowane na bazie rozproszonych gospodarstw agroturystycznych, zapewniających noclegi, wyżywienie i zagospodarowanie części czasu pobytu). Dla realizacji tego produktu w formie grupowego zorganizowanego wypoczynku młodzieży, niezbędne byłoby sieciowanie gospodarstw agroturystycznych i opieka koordynatora, który gwarantowałby bezpieczeństwo i zagospodarowywał czas wspólny dla wszystkich uczestników.

3. Grupy szkolne („krajowe centrum edukacji ekologicznej”)

Należy rozważyć zasadność wykreowania Borów Tucholskich na „krajowe centrum edukacji ekologicznej”. Na terenie powiatu na bazie walorów przyrodniczych możliwe jest wykreowanie specjalistycznego, wieloaspektowego produktu edukacji ekologicznej (która jest już na terenie powiatu realizowana na bazie parków krajobrazowych), który będzie adresowany dla wycieczek szkolnych z całego kraju, a program będzie realizowany podczas kilkudniowych pobytów połączonych z aktywnością ruchową (np. spływy kajakowe) oraz poznawaniem walorów kulturowych.

4. Pakiet działalności turystycznych powiązanych z działalnościami na rzecz zdrowia i działalnościami opiekuńczymi

1. **Oferta dla osób niepełnosprawnych.** Rosnąca liczba osób niepełnosprawnych (zwłaszcza z różnego rodzaju dysfunkcjami narządów ruchu), a przede wszystkim coraz powszechniejsze dostrzeganie ich potrzeb w zakresie wypoczynku, stwarza możliwość rozwoju specjalistycznego produktu - oferty usług kierowanych do osób niepełnosprawnych. Realizacja takiej oferty wymaga specjalistycznej wiedzy na temat specyfiki funkcjonowania osób niepełnosprawnych oraz dostosowania bazy turystycznej do ich potrzeb, w tym także stworzenia specjalistycznej infrastruktury dedykowanej i szczególnie atrakcyjnej dla osób niepełnosprawnych (np. umożliwiającej pewne formy rehabilitacji). Co bardzo istotne – tego typu ofertę mogą rozwijać nawet niewielkie ośrodki, a zwłaszcza gospodarstwa agroturystyczne. Tego typu produkt turystyczny mógłby wzmocnić markę Borów Tucholskich, jeśli upowszechniłoby się

przekonanie, że jest to obszar dobrze przygotowany (i pod względem personelu i pod względem bazy) i prezentuje wystarczająco duży potencjał bazy.

2. **Pobyty związane z poprawą stanu zdrowia.** Coraz większą popularnością cieszą się wyjazdy mające na celu poprawę stanu zdrowia (typu spa, wellness, ale do tej kategorii zalicza się np. także nordic-walking). Grupą docelową są głównie osoby w średnim i starszym wieku. Oczywiście zdecydowanie najbardziej atrakcyjna jest oferta tego typu przygotowywana przez uzdrowiska (gdzie wykorzystuje się do tego celu także potencjał uzdrowiskowy), ale także inne lokalizacje zapewniające przede wszystkim udany wypoczynek połączony z ogólną aktywnością ruchową i działalnością ruchową dedykowaną dla osiągnięcia efektu poprawy stanu zdrowia (np. pewne formy zabiegów rehabilitacyjnych) mogą być bardzo atrakcyjne. Tego typu produkt wymaga inwestycji w specjalistyczną bazę służącą prowadzeniu zajęć związanych z poprawą zdrowia. Jednak baza noclegowa może być „rozproszona” i prezentować zróżnicowany standard (adekwatnie do możliwości finansowych osób korzystających). Teoretycznie możliwe jest więc prowadzenie tego typu działalności w rejonie o dużej liczbie gospodarstw agroturystycznych (sieciowanie gospodarstw zapewni wystarczająco dużą bazę noclegową). Niezbędne jest wykształcenie personelu animatorów zajęć. Należy zauważyć, że tego typu oferta może być bardzo zróżnicowana – począwszy od zapewnienia programu zwykłej aktywności ruchowej (wówczas nie ma potrzeby zatrudniania specjalistycznego personelu medycznego, niezbędni są natomiast trenerzy i instruktorzy) po działalności dużo bardziej specjalistyczne (np. centra rehabilitacji, „mini-sanatoria” – wówczas niezbędny jest wykwalifikowany personel, także medyczny). Tego typu działalności mogą być prowadzone praktycznie przez cały rok, a więc są szansą na budowę produktu całorocznego.
3. **Opieka nad ludnością starszą.** Powiat tucholski prezentuje bardzo korzystne uwarunkowania dla rozwoju form opieki nad ludnością starszą. Wprawdzie nie jest to działalność stricte turystyczna, ale wykazuje wobec niej pewne pokrewieństwo (związane z pobytem na terenie gminy „dodatkowych mieszkańców”) a w dodatku, jeśli byłaby realizowana na dużą skalę, może się wiązać ze zwiększeniem popytu na pewne rodzaje działalności turystycznych (poprzez organizację różnych form rekreacji i aktywności fizycznej). Prognoza demograficzna wskazuje na spodziewany rosnący udział ludności starszej, z której duża część będzie wymagała stałej opieki, analogicznej do realizowanej obecnie w domach pomocy społecznej. Działalności tego rodzaju mogą być realizowane komercyjnie, a wówczas o powodzeniu przedsięwzięcia w dużej mierze decydować będą szczegółowe warunki lokalizacyjne – które w obszarze Borów Tucholskich są bardzo atrakcyjne.

Analizując szanse rozwoju branży turystycznej w powiecie, należy także zauważyć, że wszelkie zwiększanie aktywności ruchowej, zainteresowania rekreacją, czynnym spędzaniem wolnego czasu, rozwijaniem krajoznawstwa przez ludność – zwłaszcza przez mieszkańców dużych miast, będzie tworzyło korzystny klimat dla wypoczynku na terenie powiatu tucholskiego. Głównymi celami działalności promocyjnych oferty turystycznej powiatu, powinny być: Bydgoszcz, Toruń, Grudziądz (jako największe miasta najbliższej położone – mieszkańcy tych miast, ze względu na niedużą odległość, mogą stanowić klientelę bardzo zróżnicowanej oferty turystycznej realizowanej przez cały roku), Trójmiasto (jako bardzo duże skupisko ludności – jednak w tym przypadku dostępność walorów o podobnym charakterze w mniejszej odległości – na terenie województwa pomorskiego – stanowi bardzo znaczącą konkurencję), wielkie aglomeracje miejskie (dla których Bory Tucholskie mogą być celem dłuższych wyjazdów urlopowych) – Berlin, Warszawa, aglomeracja górnośląska, Łódź, Wrocław, Poznań.

Najważniejsze wyzwania rozwoju branży turystycznej w powiecie

1. Najważniejszym wyzwaniem, które jest niezbędne dla aktywizacji turystycznej powiatu i wprowadzenia nowych rodzajów oferty turystycznej – jest integracja wszystkich podmiotów zainteresowanych rozwojem turystyki poprzez stworzenie „klastra turystycznego powiatu tucholskiego”. Idea klastra polega więc na utworzeniu sieci współpracy i powiązań wszystkich podmiotów zainteresowanych rozwojem turystyki jako dziedziny gospodarki oraz na działaniu „pod jednym szyldem” (czyli stworzeniu jednej marki oferty turystycznej) dla osiągnięcia efektu synergii.

Celem klastra powinno być przyciągnięcie na teren powiatu jak największej liczby turystów i zaoferowanie im jak najszerszego zakresu oferty.

W skład klastra powinny wejść:

- podmioty oferujące bazę noclegową,
- podmioty będące gestorami atrakcji (muzea, skanseny, udostępniane obiekty zabytkowe, itp.),
- podmioty oferujące sprzęt i infrastrukturę sportową i rekreacyjną,
- podmioty zajmujące się organizacją imprez,
- samorządy – powiatowy i gminne,
- parki krajobrazowe i nadleśnictwa,
- informacja turystyczna, która powinna pełnić rolę centralnej bazy promocji i rezerwacji.

Klastrem powinna zarządzać agencja zarządzająca, której rolę w początkowym okresie funkcjonowania powinna pełnić instytucja w strukturach samorządu powiatowego. Agencja powinna koordynować ogół działań związanych z zarządzaniem marką oraz szeroko rozumianą pomocą kierowaną do wszystkich interesariuszy (uczestników klastra).

W warunkach powiatu tucholskiego, gdzie funkcjonuje duża liczba niewielkich podmiotów, do podstawowych korzyści wynikających z funkcjonowania klastra należeć będzie:

- stosunkowo tania i skuteczna promocja oferty (promuje się markę, a nie konkretne pojedyncze obiekty noclegowe czy atrakcje),
 - zwiększanie popytu poprzez zaoferowanie osobom przyjezdnym szerszej oferty (szersze komercyjne wykorzystanie osoby przyjeżdżającej poprzez „skierowanie” jej do większej liczby atrakcji),
 - możliwość stworzenia ofert wymagających dużego potencjału bazy – przekraczających możliwości poszczególnych pojedynczych obiektów noclegowych lub organizatorów wypoczynku,
 - monitorowanie rynku i dynamiczne dostosowywanie oferty do nowych trendów.
2. Kolejnym bardzo istotnym wyzwaniem jest wykreowanie marki, czyli określenie „tożsamości turystycznej”. Marka będzie swoistą wizytówką – będzie określać jakiego rodzaju produkt turystyczny oferuje powiat, dlatego powinna być powszechnie akceptowana przez wszystkich interesariuszy. Marka powinna być podstawą promocji. De facto – wykreowanie marki jest elementem całościowej strategii rozwoju produktu turystycznego powiatu. Prace nad taką strategią powinny być podjęte możliwie szybko pod kierunkiem profesjonalnej agencji zajmującej się marketingiem regionalnym.
 3. Podstawowe znaczenie ma także stworzenie oferty całorocznej, a przynajmniej oferty umożliwiającej podejmowanie turystów przez większość roku. Turystyka nie może pełnić roli podstawowej funkcji ekonomicznej, jeśli nie wygeneruje dochodów pozwalających na utrzymanie się podmiotów w niej działających.
 4. Istotnym wyzwaniem jest „sieciowanie usług agroturystycznych” czyli zawieranie porozumień gospodarstw agroturystycznych pozwalających im pełnić rolę rozproszonej bazy noclegowej dla organizatorów innych form turystyki. Dostępność dużej liczby miejsc noclegowych jest warunkiem niezbędnym dla wielu rodzajów oferty turystycznej, a na terenie powiatu brakuje tego typu bazy (i nie należy spodziewać się realizacji nowych przedsięwzięć w postaci dużych ośrodków zapewniających skupienie miejsc noclegowych), podczas gdy baza agroturystyczna jest stosunkowo dobrze rozwinięta. Zapewnienie odpowiednio dużej dostępnej liczby miejsc noclegowych ułatwi więc możliwość rozwoju nowych produktów, a jednocześnie zapewni klientelę gospodarstwom agroturystycznym – np. kilkanaście gospodarstw agroturystycznych jest w stanie przyjąć tak liczną grupę turystów jak średniej wielkości ośrodek wypoczynkowy. Dla całej tej grupy może być realizowany taki sam program wypoczynku, różnica polega jedynie na tym, że noclegi oraz wyżywienie są realizowane w formie rozproszonej a nie skupionej. W sieciowaniu gospodarstw agroturystycznych bardzo duży udział może mieć agencja zarządzająca klastrem

5. Kolejnym wyzwaniem jest określenie strategii promocji oferty turystycznej. Obecnie powiat tucholski bywa utożsamiany z Borami Tucholskimi, których zasięg terytorialny jest przecież zasadniczo większy. Dylemat dotyczy wyboru, czy promować turystykę w „rejonie Tucholi” (rozumianym jako bliskie sąsiedztwo tego miasta – wprowadzie osoby odwiedzające dany rejon bardzo rzadko orientują się w jego przynależności administracyjnej, ale jest duża szansa, że turyści „przyciągnęci” w „rejon Tucholi”, będą wypoczywać na terenie powiatu) czy promować turystykę w „Borach Tucholskich”. W drugim przypadku należałoby rozciągnąć działania promocyjne i organizacyjne na kilka sąsiednich samorządów (ale wówczas traci sens funkcjonowanie klastra turystycznego wyłącznie w wymiarze powiatowym – powinien on wówczas funkcjonować w całych Borach). Wprowadzie Tuchola „wnosi nazwę” do Borów, co daje ogromną przewagę marketingową (pojęcie Borów Tucholskich jest powszechnie znane w całym kraju i pozytywnie konotowane; jednocześnie także nazwa „Tuchola”, dzięki Borom jest także powszechnie i pozytywnie rozpoznawana – „Tuchola” jest także marką na rynku turystycznym), ale także powoduje, że znaczna część przyjezdnych wybierając Bory Tucholskie jako miejsce wypoczynku, nie będzie nawet świadoma faktu, że przebywa poza terytorium powiatu (Bory Tucholskie poza granicami powiatu są również bardzo atrakcyjne i relatywnie dobrze zagospodarowane – paradoksalnie Park Narodowy „Bory Tucholskie” znajduje się w znaczącym oddaleniu od granic powiatu). Także to zagadnienie powinno być przedmiotem założeń strategii rozwoju produktu turystycznego powiatu.

Potencjalne produkty turystyczne powiatu

Przeprowadzona analiza uwarunkowań pozwala na identyfikację następujących rodzajów produktu turystycznego, w zakresie których powiat tucholski posiada korzystne predyspozycje rozwoju i może przygotować konkurencyjną wobec innych obszarów ofertę, która generować powinna stosunkowo duży ruch turystyczny:

- a) Najważniejsze produkty tradycyjne – czyli produkty funkcjonujące na rynku usług turystycznych, mające kluczowe znaczenie dla funkcji turystycznej powiatu
 - wypoczynek pobytowy w bazie ogólnodostępnej i indywidualnej, bazujący na walorach lasów, jezior i rzek
 - turystyka specjalistyczna – wodna (spływy kajakowe)
 - turystyka specjalistyczna – piesza i rowerowa
- b) Drugorzędne produkty tradycyjne – czyli produkty funkcjonujące na rynku usług turystycznych, mające uzupełniające znaczenie dla funkcji turystycznej powiatu
 - agroturystyka i turystyka wiejska
 - krajoznawstwo w oparciu o walory kulturowe (muzea, skanseny, zabytki, miejsca pamięci kulturowej)
 - imprezy (festyny) o charakterze tematycznym
 - turystyka biznesowa i kongresowa
 - wypoczynek sobotnio-niedzielnym i urlopowy oraz codzienna rekreacja (w okresie wiosenno-jesiennym) w bazie ogrodów działkowych i zabudowie letniskowej
- c) Nowe produkty wchodzące na rynek usług turystycznych – czyli produkty, które dopiero się kształtują lub nie są jak dotąd popularne na rynku usług turystycznych, ale prognozuje się znaczący wzrost ich potencjału i znaczenia w kolejnych latach (zakłada się, że będą cieszyły się na tyle dużą popularnością, że mogą mieć znaczenie rynkowe)
 - edukacja ekologiczna na bazie form chronionych (zwłaszcza realizacja zielonej szkoły i ścieżek edukacyjnych)
 - produkty ukierunkowane dla ludności starszej
 - produkty związane z poprawą stanu zdrowia

