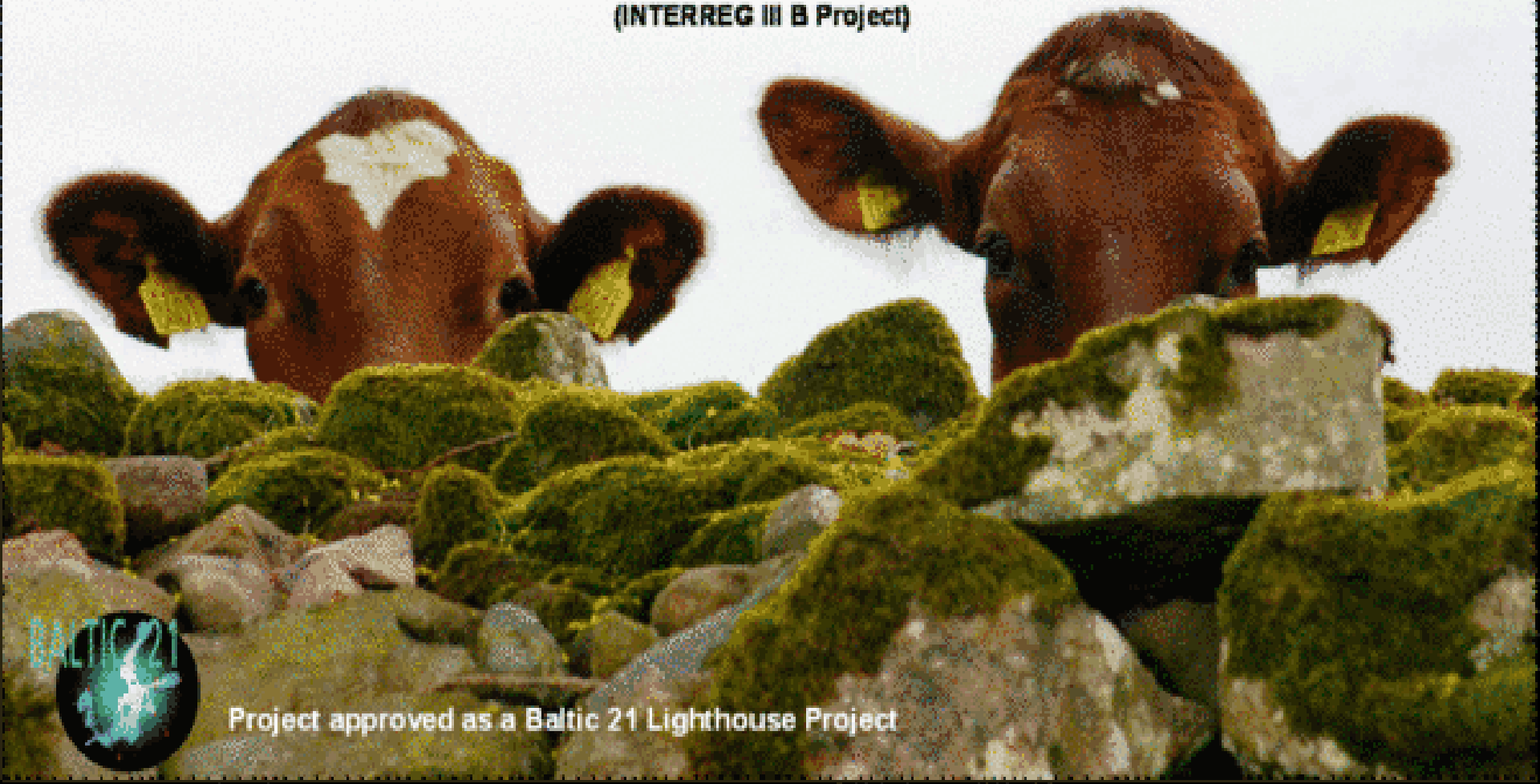
Witold Toczyski
Universytet Gdański
http://panda.bg.univ.gda.pl/~toczyski/

Agora

Network sustainable Tourism Development in the Baltic Sea Region

(INTERREG III B Project)



Project approved as a Baltic 21 Lighthouse Project

agora

Sieć rozwoju turystyki zrównoważonej w Regionie Bałtyckim

AGORA – *Network Sustainable Tourism Development in the Baltic Sea Region*

www.agora-tourism.net

Baltic 21 Lighthouse Project

Projekt zainicjowany był i wspierany przez sektor turystyki sieci Baltic 21 - Agendy 21 dla Regionu Bałtyckiego

Projekt został zainicjowany przez zespół ekonomistów i geografów

pod kierunkiem prof. Wilhelma Steingrube

z Uniwersytetu w Greifswaldzie

Agora Project Leader, Prof. Dr. Wilhelm Steingrube, University of Greifswald, GERMANY

Baltic 21

Lighthouse Project

www.agora-tourism.net

Czas realizacji projektu:
1.7.2005 – 31.12.2007

Łączny budżet: 2,29 mln Euro

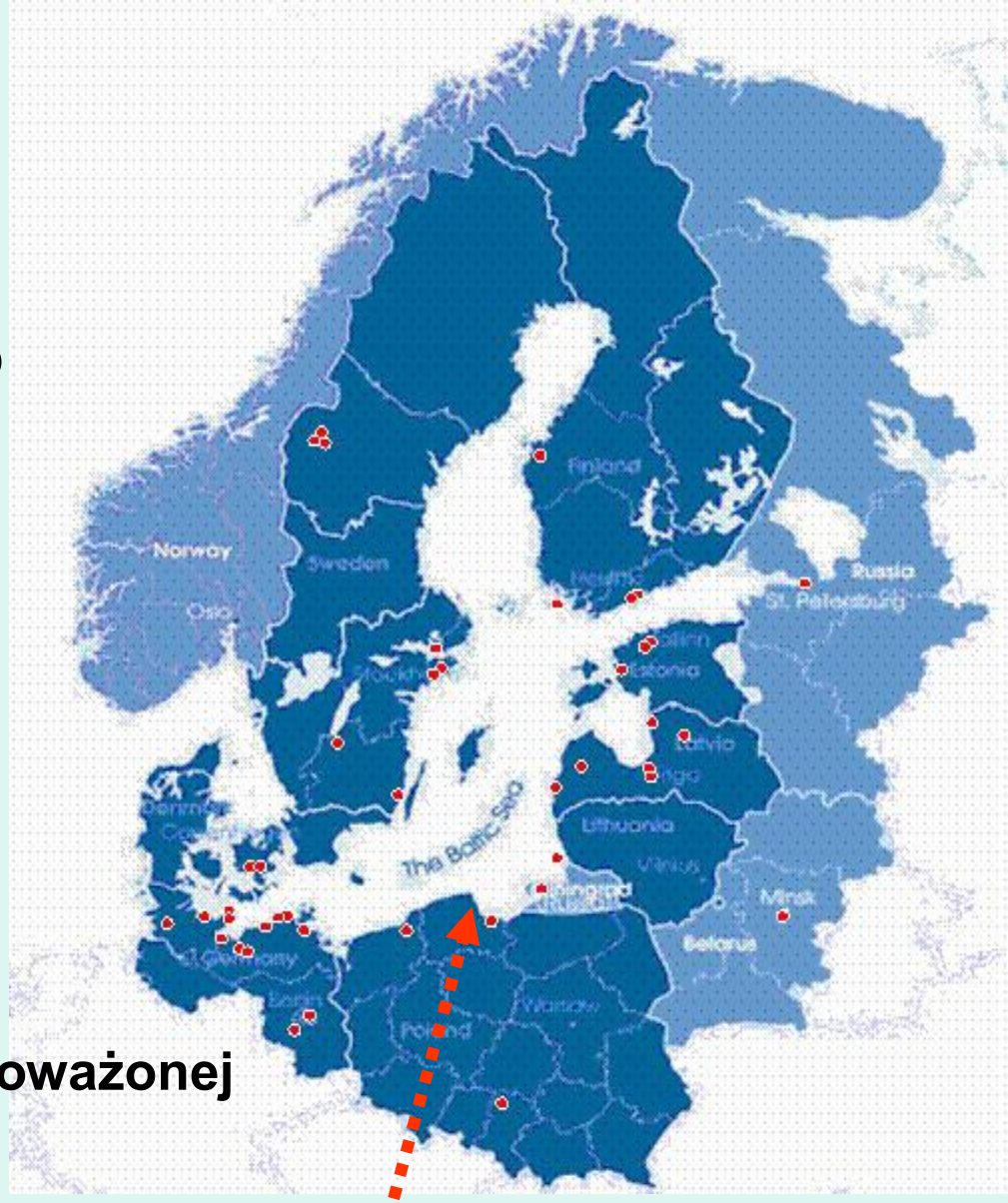
z tego:

wkład ERDF :	**1,63 mln Euro**
wkład ze strony partnerów :	**0,65 mln Euro**

Budżet do dyspozycji UG: 40 tys. Euro

W projekcie udział wzięło
44 partnerów
z 10 krajów bałtyckich
włączając Rosję i Białoruś

w tym m. in.:
4 organizacje panbałtyckie
8 instytucji naukowych
14 agencji rządowych i lokalnych
4 sieciowe firmy /organizacje
oferujące produkty turystyki zrównoważonej



Katedra Makroekonomii

Uniwersytet Gdański

www.agora-tourism.net

Spotkania Agory

Greifswald 2005

wprowadzenie w tematykę turystyki zrównoważonej

Jurmala 2006

turystyka wiejska, badania na rzecz turystyki zrównoważonej

Wilno i Neringa 2007

turystyka kulturowa, strategie współpracy w projektach turystycznych

Karlskrona 2007

turystyka przyrodnicza, zagadnienia planowania przestrzennego i monitoringu oddziaływań turystyki na ekosystemy

Kołobrzeg 2007

wdrażanie projektów, marketing

Umowa podpisana 15 grudnia 2005 roku miedzy Uniwersytetem Gdańskim a partnerem Wiodącym tj. Uniwersytetem w Greifswaldzie

Ze strony UG realizatorem projektu była Katedra Makroekonomii a w zespole wykonawców byli też inni pracownicy UG oraz eksperci spoza Uniwersytetu.

Kierownictwo zespołu:

W. Toczyski - od 1.7.2005 do 30.9.2006

J. Zaucha - od 1.10.2006 do 30.12.2007

J. Lendzion – sekretarz projektu

www.agora-tourism.net

Uczestnicy grupy badawczej UG

dr Piotr Kuropatwiński,

dr Elżbieta Kwella,

Jacek Lendzion,

dr Mariola Łuczak,

dr Jacek Podhorski - Piotrowski,

mgr Andrzej Poszewiecki,

dr Marek Szczepaniec,

dr hab. Witold Toczyski,

dr Ewa Toczyska,

dr Jacek Zaucha,

mgr Jarosław Łosiński

dr Jacek Sołtys

mgr Jacek Zdrojewski

dr Elżbieta Gerstmannowa

Struktura projektu AGORA

- Sieć rozwoju turystyki zrównoważonej w Regionie Bałtyckim

3 pakiety robocze projektu

Budowanie potencjału sektora turystyki zrównoważonej -informowanie i szkolenia.

WP 1.
(Service Centre: Info Hub, Trainings)

Metodologia i strategia turystyki zrównoważonej.

WP 2.
(*Methodologies & Strategies*)

Projekty pilotażowe.

WP 3.
(*Pilot projects*)

WP.2
Metodologia i strategia turystyki zrównoważonej

3 segmenty

1. Sustainability Check

Testowanie stopnia „zrównoważenia” produktów turystycznych

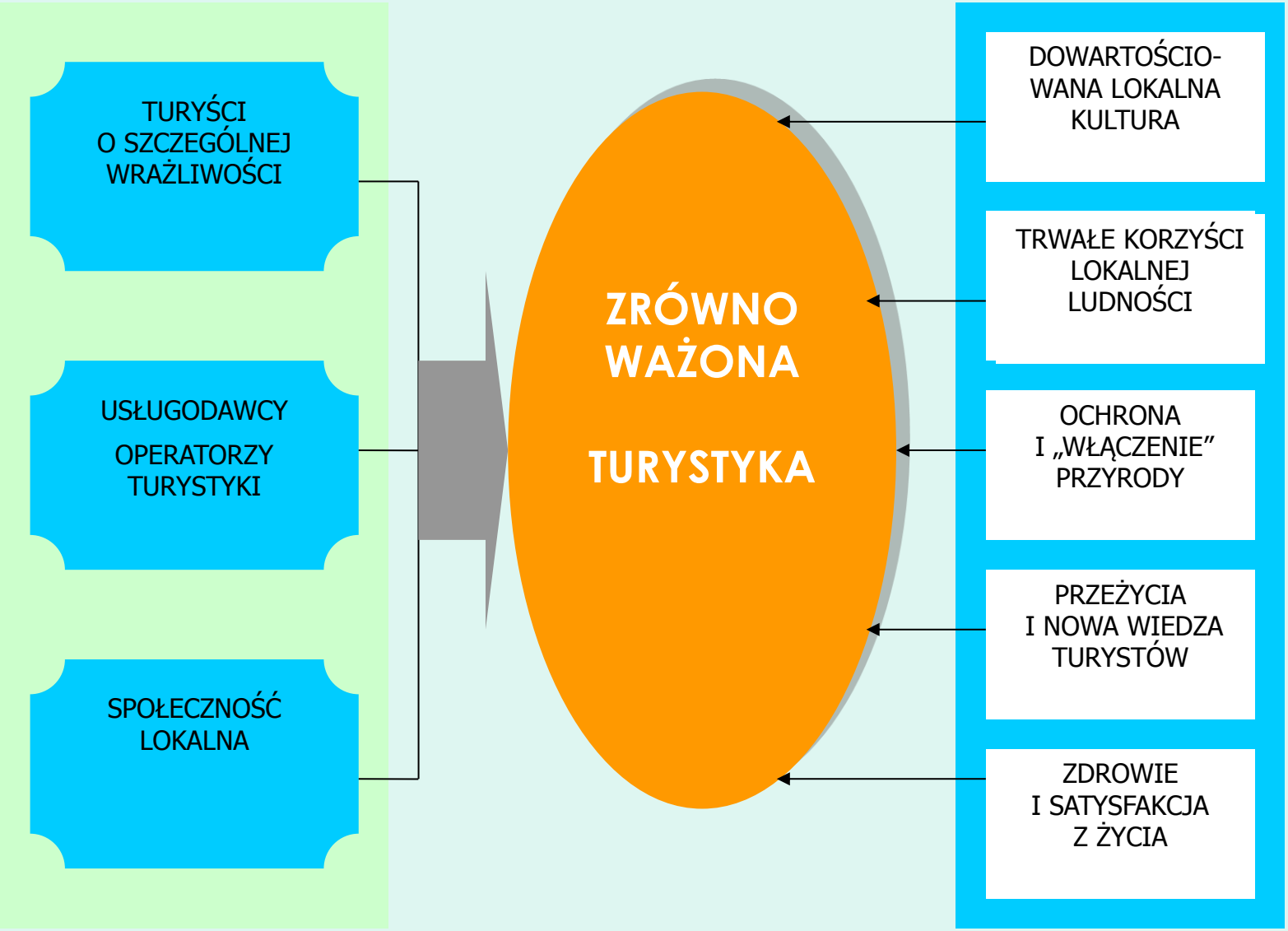
2. Toolbox

Metody i narzędzia planowania oraz wdrażania produktów turystyki

3. Strategy factory

Warsztatowe tworzenie strategii rozwoju i promocji zrównoważonej turystyki

Turystyka zrównoważona ???



Kryteria i uczestnicy zrównoważonej turystyki

Kierunki prac zespołu

Studia

na podstawie analizy źródeł pośrednich (*desktop research*) *:*

nad definicją turystyki zrównoważonej, koncepcją marketingową budowy markowych produktów tej turystyki, sposobami partnerskiej współpracy w ich tworzeniu i promocji,
a także nad monitoringiem i wskaźnikami spełnienia przez nie kryteriów rozwoju zrównoważonego,

Badania rynku turystyki zrównoważonej

w oparciu o analizy materiału obserwacyjnego (*market research*)*:*

dotyczące
budowy i profilowania regionalnej marki turystyki zrównoważonej na Pomorzu i w pn. Polsce (gł. na obszarach wiejskich), w tym charakterystycznych ofert, oceny potencjału rynkowego, a także mechanizmu współpracy podmiotów do których ten rodzaj turystyki jest adresowany i strategii ich włączania do sieci

Zakres prac ewaluacyjno-doradczych zespołu UG

- **Analiza i ocena metod** wspierania i rozwoju turystyki zrównoważonej (w tym przez test zrównoważenia produktów) sformułowanych w opracowaniach głównego konsultanta projektu AGORA, instytutu NIT z Kilonii

- Prace dotyczące zaadaptowania ww. opracowań, ich treści oraz formy jako podręczników służących wdrożeniom proponowanych metod w działalności praktycznej, przede wszystkim w Polsce.

agora

Katedra
Makroekonomii

Turystyka zrównoważona w regionie baltyckim

Turystyka zrównoważona

w regionie baltyckim

produkty, sieci współpracy i marketing

ISBN 978-83-7531-026-9

Turystyka zrównoważona w Europie Bałtyckiej.

Produkty, sieci współpracy i marketing

Część I Podstawy rozwoju zrównoważonej turystyki

Elżbieta Kwella, Piotr Kuropatwiński, Witold Toczyski

Zrównoważona turystyka a rozwój gospodarczy

Jacek Zaucha

Planowanie i rozwój turystyki zrównoważonej na terenach wiejskich Regionu Bałtyckiego

Jacek Podhorski -Piotrowski

Kreacja produktów turystyki zrównoważonej w województwie pomorskim

Jacek Sołtys, Jacek Lendzion

Planowanie zintegrowane i monitoring rozwoju zrównoważonego obszarów lokalnych a ich zagospodarowanie dla turystyki

Turystyka zrównoważona w Europie Bałtyckiej.

Produkty, sieci współpracy i marketing

Część II Partnerstwo w zrównoważonej turystyce

Witold Toczyski

Podstawy tworzenia partnerstwa dla realizacji projektów zrównoważonego rozwoju w turystyce

Ewa Toczyska

Lokalne Agendy 21 - mobilizacja społeczna na rzecz partnerskiego tworzenia produktów turystyki zrównoważonej

Jacek Lendzion

Partnerskie planowanie produktu turystycznego opartego na zrównoważonym wykorzystaniu zasobów środowiska

Jacek Zdrojewski

Doświadczenia dot. powstania partnerstw i uruchamiania przez nie produktów turystycznych bazujących na współpracy

Turystyka zrównoważona w Europie Bałtyckiej.

Produkty, sieci współpracy i marketing

Część III Rozwój produktów i marketingu zrównoważonej turystyki

Jacek Lendzion

Wybrane przykłady koncepcji produktów turystyki zrównoważonej w regionie pomorskim

Mariola Łuczak

Koncepcja marketingowa produktu turystycznego obszaru

Marek Szczepaniec

Adaptacja systemu informacji marketingowej do celów monitoringu rozwoju turystyki zrównoważonej

Jarosław Łosiński

Planowanie i promocja turystyki zrównoważonej w oparciu o System Informacji Marketingowej i modele ekonometryczne

Piotr Kuropatwiński

Turystyczne produkty klasterowe oparte o wykorzystanie roweru

Turystyka zrównoważona w Europie Bałtyckiej.

Produkty, sieci współpracy i marketing

Część IV Projekt AGORA – realizacja i efekty w zakresie metodyki oraz strategii wspierania rozwoju turystyki zrównoważonej

1. Geneza, struktura i zadania metodologiczne projektu AGORA
2. Udział zespołu badawczego związanego z Uniwersytetem Gdańskim w projekcie
3. Strategia rozwoju zrównoważonej turystyki w Regionie Bałtyckim

ANEKS *(rezultaty oceny i adaptacji opracowań NIT z Kilonii)*

A1 Kluczowe kroki metodycznego przygotowania i wdrażania produktów

B2 Test na zrównoważenie (projektów/produktów turystyki zrównoważonej)

Turystyka zrównoważona w Europie Bałtyckiej.

Produkty sieci współpracy i marketing

Mały przewodnik zrównoważonej turystyki.

Jak produkt turystyki zrównoważonej wprowadzić na rynek?”

oprac. J. Lendzion

Uniwersytet Gdański, Sopot 2007.

http://ekonom.univ.gda.pl/makro/agora.html