

Strategia promocji powiatu kołobrzesckiego na lata 2012 - 2020



**Dokument
opracowany
na zlecenie
Powiatu Kołobrzesckiego**

dr Mariusz Miedziński

Kołobrzeg 2012

Spis treści

1. Strategia promocji powiatu kołobrzeskiego w dokumentach i programach strategicznych.....	2
2. Położenie i charakterystyka fizyczno-geograficzna powiatu kołobrzeskiego	12
3. Podział administracyjny powiatu kołobrzeskiego.....	16
4. Charakterystyka demograficzna powiatu kołobrzeskiego.....	17
5. Charakterystyka gospodarcza powiatu kołobrzeskiego	30
6. Powiat kołobrzeski na tle regionu zachodniopomorskiego	43
7. Analiza SWOT dla potrzeb promocji powiatu kołobrzeskiego.....	51
8. Misja i cel promocji powiatu kołobrzeskiego.....	61
9. Narzędzia promocji powiatu kołobrzeskiego.....	63
10. Metody kontroli, oceny oraz ewaluacji promocji powiatu kołobrzeskiego.....	79
11. Podsumowanie.....	83
12. Literatura i materiały źródłowe.....	84

**„Strategia promocji powiatu kołobrzeskiego na lata 2012-2020”
w dokumentach i programach strategicznych województwa i kraju**

Samorząd szczebla powiatowego odpowiada za politykę rozwoju regionalnego na poziomie powiatu, a jednym z elementów takiej polityki jest opracowanie dokumentu pt. „Strategia promocji powiatu kołobrzeskiego na lata 2012-2020”. Jest to dokument określający kierunki i cele działań promocyjnych jakie powinny być realizowane na szczeblu powiatu do 2020 roku.

Opracowanie niniejszego dokumentu uwzględnia ustawa z dnia 5 czerwca 1998 roku o samorządzie powiatowym (Dz.U. 1998 Nr 91 poz. 578) gdzie w rozdziale 2 „Zakres działania i zadania powiatu” art. 4 „Powiat wykonuje określone ustawami zadania publiczne o charakterze ponadgminnym w zakresie: 21) promocji powiatu”. Ustawodawca nie określił ram ustawowych czy aktów prawnych na bazie których należy odnosić się przy opracowywaniu strategii promocji powiatu. Należy jednak uwzględnić szereg istotnych dokumentów i programów opracowanych na poziomie województwa i kraju. Spośród wielu dokumentów krajowych i wojewódzkich oraz elementów regionalnego programu operacyjnego województwa zachodniopomorskiego opracowana strategia nawiązuje do następującej dokumentacji strategicznej i planistycznej:

- **Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030 (KPZK 2030)** która jest najważniejszym krajowym dokumentem strategicznym dotyczącym zagospodarowania przestrzennego kraju.

Została opracowana zgodnie z zapisami ustawy o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym z 27 marca 2003 roku. W dokumencie przedstawiono wizję zagospodarowania przestrzennego kraju w perspektywie najbliższych dwudziestu lat, określono cele i kierunki polityki zagospodarowania kraju służące jej urzeczywistnieniu oraz wskazano zasady oraz mechanizmy koordynacji i wdrażania publicznych polityk rozwojowych mających istotny wpływ terytorialny.

Tym samym KPZK 2030 ma wiele cech strategii ogólnorozwojowej, łącząc elementy zagospodarowania przestrzennego z czynnikami rozwoju społeczno-gospodarczego (KPZK 2030, s.5).

W związku z powyższym cel strategiczny polityki przestrzennego zagospodarowania kraju jest następujący:

Efektywne wykorzystanie przestrzeni kraju i jej terytorialnie zróżnicowanych potencjałów rozwojowych dla osiągnięcia ogólnych celów rozwojowych – konkurencyjności, zwiększenia zatrudnienia, sprawności funkcjonowania państwa oraz spójności w wymiarze społecznym, gospodarczym i terytorialnym w długim okresie.

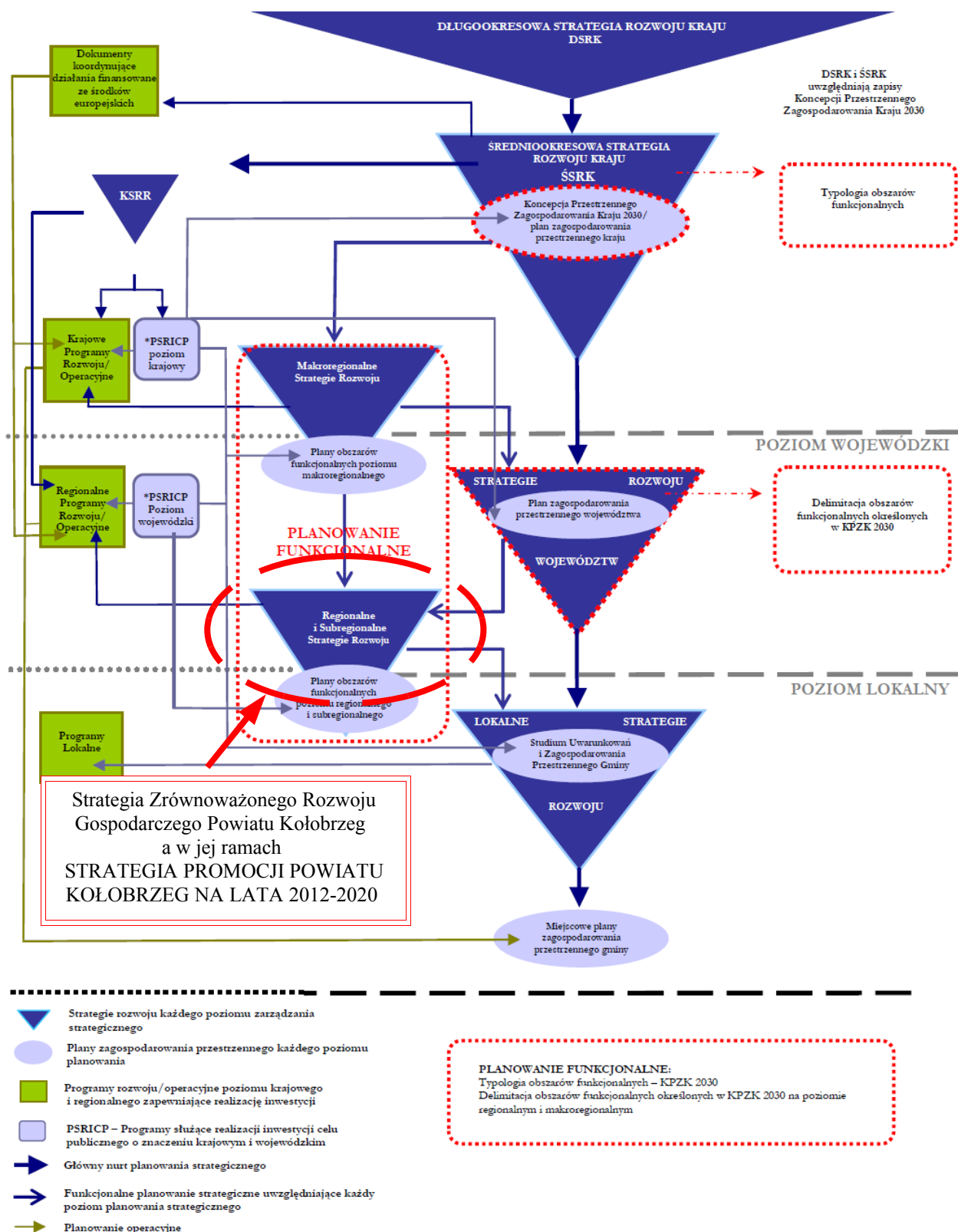
Osiąganie tego celu musi się odbywać z zachowaniem spójności przyrodniczo-kulturowej służącej realizacji konstytucyjnej zasady zrównoważonego rozwoju. Tak sformułowany cel – przy doborze odpowiednich celów cząstkowych oraz instrumentów

wdrożeniowych – realizowany jest przez wszystkie podmioty publiczne wykonujące zadania rozwojowe w zakresie swoich kompetencji na różnych poziomach zarządzania, w różnych obszarach tematycznych i w odniesieniu do różnych terytoriów. Sześć przedstawionych poniżej celów polityki przestrzennego zagospodarowania kraju nie może być traktowanych rozłącznie (KPZK 2030).

Odnosząc się do elementów struktury przestrzennej kraju, cele polityki przestrzennego zagospodarowania kraju są ze sobą ściśle powiązane i dopełniają się wzajemnie. Trzy cele z poniższych można uznać za istotne z punktu widzenia strategii promocji powiatu kołobrzeskiego na lata 2012-2020:

1. Podwyższenie konkurencyjności głównych ośrodków miejskich Polski w przestrzeni europejskiej poprzez ich integrację funkcjonalną przy zachowaniu policentrycznej struktury systemu osadniczego sprzyjającej spójności.
 2. *Poprawa spójności wewnętrznej kraju poprzez promowanie integracji funkcjonalnej, tworzenie warunków dla rozprzestrzeniania się czynników rozwoju oraz wykorzystanie potencjału wewnętrznego wszystkich terytoriów.*
 3. *Poprawa dostępności terytorialnej kraju w różnych skalach przestrzennych poprzez rozwijanie infrastruktury transportowej i telekomunikacyjnej.*
 4. *Kształtowanie struktur przestrzennych wspierających osiągnięcie i utrzymanie wysokiej jakości środowiska przyrodniczego i walorów krajobrazowych Polski.*
 5. Zwiększenie odporności struktury przestrzennej na zagrożenia naturalne i utratę bezpieczeństwa energetycznego oraz kształtowanie struktur przestrzennych wspierających zdolności obronne państwa.
 6. Przywrócenie i utrwalenie ładu przestrzennego. (KPZK 2030, s. 69)
- **Strategia Rozwoju Kraju** jako podstawowy dokument strategiczny określający cele i priorytety rozwoju społeczno-gospodarczego Polski oraz warunki które powinny ten rozwój zapewnić. W ramach niniejszej strategii wyróżnić należy główny cel jakim jest podniesienie poziomu i jakości życia mieszkańców Polski, poszczególnych obywateli i ich rodzin. W niniejszym opracowaniu znajduje się odniesienie do 3 z 6 kierunków i działań ujmowanych w SRK:
1. *Wzrost konkurencyjności i innowacyjności gospodarki,*
 2. *Poprawa stanu infrastruktury technicznej i społecznej,*
 3. *Wzrost zatrudnienia i podniesienie jego jakości,*
 4. *Budowa zintegrowanej wspólnoty społecznej i jej bezpieczeństwa,*
 5. *Rozwój obszarów wiejskich,*
 6. *Rozwój regionalny i podniesienie spójności terytorialnej,*

Ryc.1. Docelowy hierarchiczny system planowania w Polsce



Źródło: Opracowanie MRR – KPZK 2030, s.172

W ramach docelowej struktury planistycznej w Polsce mają znaleźć się trzy poziomy systemy planowania: krajowy, wojewódzki i lokalny. Miejsce powiatu jest przewidziane między planowaniem szczebla wojewódzkiego i lokalnego – w ramach regionalnych i subregionalnych strategii rozwoju oraz planów obszarów funkcjonalnych poziomu regionalnego i subregionalnego (ryc.1).

Ryc.2. Typy, podmioty i wskazania KPZK dla obszarów funkcjonalnych

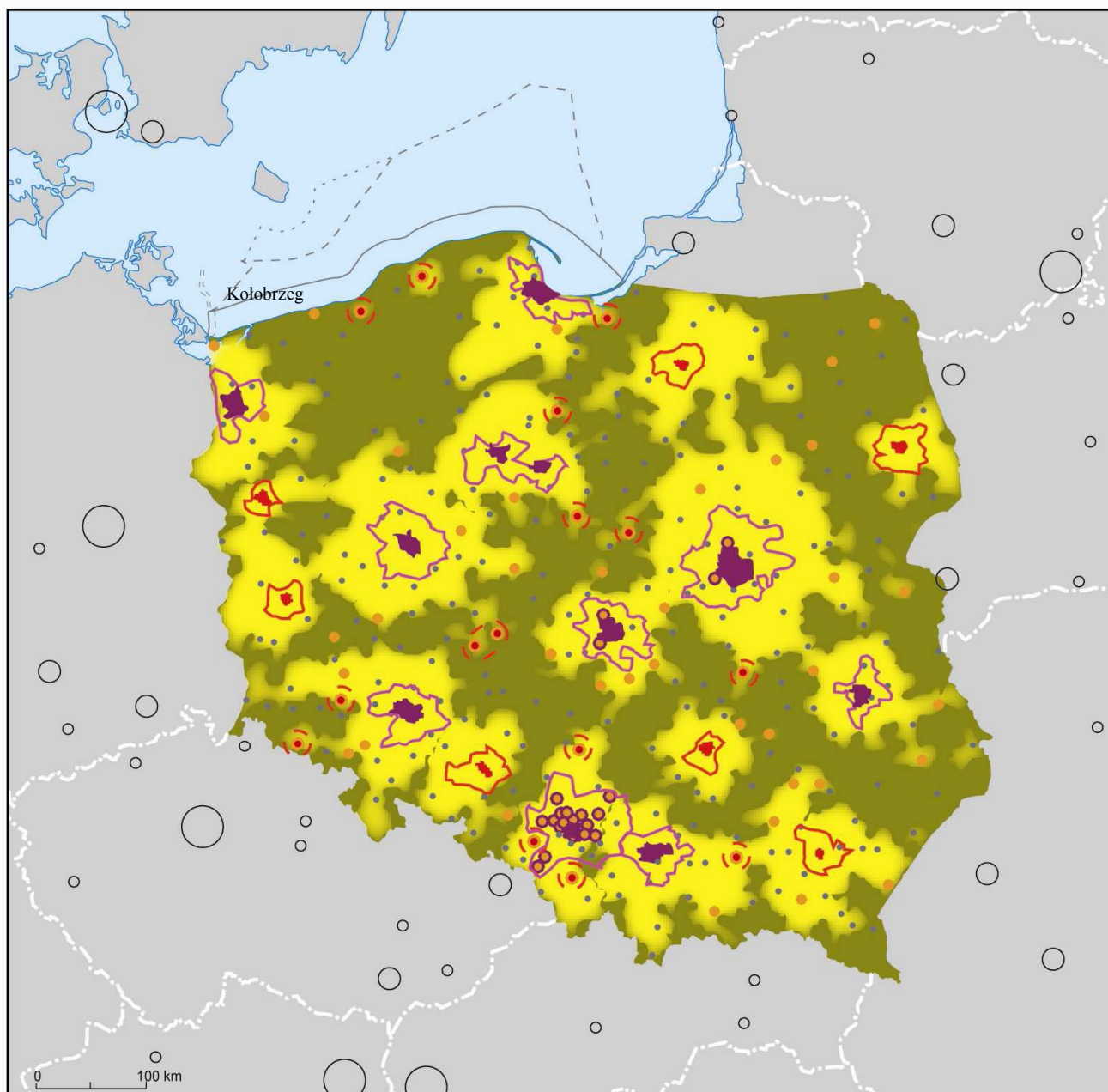
Typ obszaru		Miejsce i podmiot wskazujący kryteria	Podmiot lub miejsce delimitacji obszaru (wyznaczenie granic)	Działania warunkujące wskazanie	Wskazanie wynikające z KPZK	Dokumenty powiązane
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
MIEJSKIE OBSZARY FUNKCJONALNE	Ośrodków wojewódzkich, w tym metropolitalnych (obszary metropolitalne)	KPZK Zespół złożony z przedstawicieli ministrów właściwych ds. rozwoju regionalnego, transportu, budownictwa, gospodarki przestrzennej i mieszkaniowej, łączności; samorządów terytorialnych	pzpw ¹	Powołanie Zespołu przez ministra właściwego ds. rozwoju regionalnego, opracowanie kryteriów delimitacji	Ustalenie* Opracowanie strategii i planu zagospodarowania obszaru metropolitalnego	Strategia rozwoju województwa, KSRR, polityka miejska Programy regionalne i sektorowe
	Ośrodków regionalnych	KPZK Zespoły na poziomie wojewódzkim	pzpw	Powołanie Zespołu przez zarząd wojewódzki w ramach prac nad pzpw	Zalecenie** Opracowanie strategii i planu zagospodarowania obszaru funkcjonalnego ośrodka regionalnego	Strategia rozwoju województwa, KSRR, polityka miejska Programy regionalne i sektorowe
	Ośrodków subregionalnych (> 50 tys.) ¹⁵¹	KPZK Zespoły na poziomie wojewódzkim	pzpw	Powołanie Zespołu przez zarząd wojewódzki w ramach prac nad pzpw	Możliwość opracowania strategii i planu zagospodarowania obszaru funkcjonalnego ośrodka subregionalnego	Strategia rozwoju województwa, KSRR, polityka miejska Programy regionalne i sektorowe
	Ośrodków lokalnych	KPZK Zespoły na poziomie wojewódzkim	Strefa funkcjonalna ogranicza się do samego ośrodka lokalnego	Powołanie Zespołu przez zarząd wojewódzki w ramach prac nad pzpw	Brak konieczności określania obszarów funkcjonalnych ośrodków lokalnych	Strategia rozwoju województwa, KSRR, polityka miejska Programy regionalne i sektorowe
WIEJSKIE OBSZARY FUNKCJONALNE	Uczestniczące w procesach rozwojowych	KPZK/ KSRR Zespół złożony z przedstawicieli ministrów właściwych ds. rozwoju regionalnego, rozwoju wsi, rybołówstwa; samorządów terytorialnych	Strategia Rozwoju Województwa, pzpw dla rozwiązań problemów wskazanych w opisie	Powołanie Zespołu przez ministra właściwego ds. rozwoju regionalnego	Zalecenie do strategii rozwoju województwa – wskazanie obszarów rozprzestrzeniania się procesów rozwojowych	Strategia zrównoważonego rozwoju wsi i rolnictwa, inne strategie zintegrowane

¹⁵¹ Do tej kategorii zaliczono również Kołobrzeg, Kutno i Puławy, ze względu na pełnione przez nie funkcje opisane w podrozdziale 6.1.3.

Źródło: Opracowanie MRR – KPZK 2030, s.181

W ramach KPZK 2030 wyznaczono miejskie obszary funkcjonalne na poziomie ośrodków subregionalnych pow. 50 000 mieszkańców z zaznaczeniem Kołobrzegu, ze względu na pełnione funkcje opisane w podrozdziale 6.1.3. W KPZK 2030 przewidziano możliwość opracowania strategii i planu zagospodarowania obszaru funkcjonalnego Kołobrzegu jako ośrodka subregionalnego (ryc.2).

Ryc.3. Miejskie i wiejskie obszary funkcjonalne



Kategorie miast

Wojewódzkie

- metropolitalne
- ośrodki krajowe pełniące niektóre funkcje metropolitalne

- ośrodki regionalne
- subregionalne
- subregionalne w granicach obszarów funkcjonalnych miast
- lokalne

Obszary funkcjonalne ośrodków miejskich

Wojewódzkie - ustalenie

- metropolitalne
- krajowe

Regionalne -

- zalecenie

Wiejskie obszary funkcjonalne

- uczestniczące w procesach rozwojowych
- wymagające wsparcia procesów rozwojowych

Uwaga:
Na mapie przedstawiono zasięgi oraz kategorie miast poniżej wojewódzkich w sposób przybliżony. Obszary uczestniczące w procesach rozwojowych wyznaczono na podstawie udziału osób dojeżdżających do pracy w oparciu o dane GUS.

Źródło: Opracowanie MRR. KPZK, s.192

Dokument rządowy pt: KPZK 2030 pozwala także zidentyfikować tzw. „miejskie obszary funkcjonalne”. Obok Kołobrzegu na obszarze północno-zachodniej części kraju do tej samej grupy miast zaliczono tylko: Świnoujście, Stargard Szczeciński, Piłę oraz Tczew (ryc.3).

- **Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2010-2020: Regiony, Miasta, Obszary wiejskie** jako dokument określający sposoby działania podmiotów publicznych, rządu i samorządów województw dla osiągnięcia strategicznych celów rozwoju kraju. Określono w nim również cele polityki regionalnej wobec miast i obszarów wiejskich oraz definiuje ich relacje w odniesieniu do polityk publicznych o wyraźnym terytorialnym ukierunkowaniu. KSSR wyróżnia trzy cele szczegółowe uwzględniane w „Strategii promocji powiatu kołobrzeskiego na lata 2012-2020”. W opracowanym dokumencie ujęto cele szczegółowe KSRR:

1. *Wspomaganie wzrostu konkurencyjności regionów,*
2. *Budowanie spójności terytorialnej i przeciwdziałanie procesom marginalizacji na obszarach problemowych,*
3. *Tworzenie warunków dla skutecznej, efektywnej i partnerskiej realizacji działań rozwojowych ukierunkowanych terytorialnie,*

- **Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia (Narodowa Strategia Spójności)** to rządowy dokument strategiczny określający priorytety i obszary wykorzystania oraz system wdrażania funduszy unijnych na lata 2007-2013: Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności. Celem strategicznym Narodowej Strategii Spójności jest: *tworzenie warunków dla wzrostu konkurencyjności gospodarki polskiej opartej na wiedzy i przedsiębiorczości, zapewniającej wzrost zatrudnienia oraz większą spójność społeczną, gospodarczą i przestrzenną.*

Cel strategiczny ujęty w NSRO jest osiągany przez realizację horyzontalnych celów szczegółowych które znajdują swoje odniesienie także w Strategii Promocji powiatu Kołobrzeskiego na lata 2012-2020.

1. *Poprawa jakości funkcjonowania instytucji publicznych oraz rozbudowa mechanizmów partnerstwa,*
 2. *Poprawa jakości kapitału ludzkiego i zwiększenie spójności społecznej,*
 3. *Budowa i modernizacja infrastruktury technicznej i społecznej mającej podstawowe znaczenie dla wzrostu konkurencyjności Polski,*
 4. *Podniesienie konkurencyjności i innowacyjności przedsiębiorstw, w tym szczególnie sektora wytwórczego o wysokiej wartości dodanej oraz rozwój sektora usług,*
 5. *Wzrost konkurencyjności polskich regionów i przeciwdziałanie ich marginalizacji społecznej, gospodarczej i przestrzennej,*
 6. *Wyrównywanie szans rozwojowych i wspomaganie zmian strukturalnych na obszarach wiejskich,*
- **Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Zachodniopomorskiego** określający zasady kształtowania struktury przestrzennej województwa w długim horyzoncie czasowym. W „Strategii promocji powiatu kołobrzeskiego na lata 2012-2020” można

wyznaczyć następujące związki z Planem Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Zachodniopomorskiego:

1. *Charakterystyka i wykorzystanie walorów nadmorskiego położenia powiatu Kołobrzeskiego,*
 2. *Specyficzne zasoby i walory środowiska przyrodniczego i kulturowego oraz ich wykorzystanie,*
 3. *Poprawa standardu i warunków życia mieszkańców,*
 4. *Integracja struktury przestrzennej i społecznej,*
- **Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013** jako narzędzia realizacji celów Strategii Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego do roku 2020 oraz Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia i Strategicznych Wytucznych Wspólnoty dla okresu 2007-2013. Celem głównym RPO WZ jest rozwój województwa poprzez zwiększenie konkurencyjności gospodarki, spójności przestrzennej, społecznej oraz wzrost poziomu życia mieszkańców. W ramach celów szczegółowych wskazywanych w RPOWZ wyróżnić należy następujące cele szczegółowe które znajdują odzwierciedlenie w strategii promocji powiatu kołobrzeskiego na lata 2012-2020:
1. *Wzrost innowacyjności i efektywności gospodarowania,*
 2. *Poprawa atrakcyjności inwestycyjnej i spójności terytorialnej województwa,*
 3. *Poprawa warunków życia poprzez zachowanie i ochronę środowiska naturalnego oraz zwiększenie bazy społecznej województwa,*

Na uwagę zasługuje zwłaszcza „Oś priorytetowa 5. Turystyka, kultura i rewitalizacja” ujęta w ramach obszarów priorytetowych RPO WZ co jest szczególnie ważne dla powiatu kołobrzeskiego. W ramach osi priorytetowej wspierane będą projekty związane z budową oraz rozbudową infrastruktury turystycznej oraz bazy noclegowej. Realizowane działania pozwolą na dywersyfikację oraz poprawę jakości oferty turystycznej oraz przyczynią się do wzrostu roli turystyki, jako czynnika sprzyjającego rozwojowi społeczno - gospodarczemu regionu w tym powiatu kołobrzeskiego.

Szczególne uwaga poświęcona jest tu produktom turystycznym, potencjałowi przyrodniczemu, kulturalnemu i turystycznemu oraz wykorzystaniu zasobów zgodnie z zasadą zrównoważonego rozwoju. Istotna jest także rola życia kulturalnego oraz dorobku kulturowego, w tym zabytków oraz problematyka rewitalizacji przestrzeni publicznych w ramach programów rewitalizacyjnych. Ujęto tu także poprawę życia mieszkańców, walkę z przestępczością oraz promowanie walorów przyrodniczych, oraz ochrony i waloryzacji dziedzictwa przyrodniczego. W ramach RPO WZ ujęto następujące działania i poddziałania:

Działanie 5.1. Infrastruktura turystyczna, _

Poddziałanie 5.1.1 Infrastruktura turystyki,

Poddziałanie 5.1.2 Regionalny system informacji turystycznej oraz rozwój produktów turystycznych,

Działanie 5.2. Rozwój kultury – ochrona i zachowanie dziedzictwa kulturowego,

Poddziałanie 5.2.1 Rozwój i odtworzenie infrastruktury kultury wraz z systemem informacji kulturalnej,

Poddziałanie 5.2.2 Zachowanie dziedzictwa kulturowego,

Działanie 5.3. Ścieżki rowerowe,

Działanie 5.4. Promocja, ochrona i waloryzacja dziedzictwa przyrodniczego,

Działanie 5.5. Rewitalizacja, _

Poddziałanie 5.5.1 Rewitalizacja obszarów zdegradowanych,

Poddziałanie 5.5.2 Inicjatywa JESSICA

- **Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Zachodniopomorskim do roku 2015**

Dokument ten jest opracowaniem stanowiącym kontynuację Programu rozwoju turystyki w Województwie Zachodniopomorskim na lata 2003-2006. Dokument jest również rozszerzeniem Strategii Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego do roku 2020, a w szczególności celu strategicznego I – „Wzrost innowacyjności i efektywności gospodarowania”. Cele strategiczne dokumentu korespondują bezpośrednio z obszarami priorytetowymi, jakie wyznaczone zostały do realizacji przez rządowy Projekt Strategii Rozwoju Turystyki na lata 2007-2013, a następnie na lata 2008-2015. Okres obowiązywania dokumentu pozostaje w zależności z okresami finansowania działań w Unii Europejskiej.

- **Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego do 2020 roku (aktualizacja dokumentu w 2010 roku)**

Samorząd województwa jest odpowiedzialny za kreowanie polityki rozwoju regionalnego. Podstawę jej kształtowania stanowi strategia rozwoju województwa – długookresowy dokument określający kierunki polityki i wytyczający cele, które mają być osiągnięte w założonym horyzoncie czasowym.

Dotychczas obowiązująca Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego do roku 2020 wraz z Prognozą oddziaływania na środowisko została przyjęta przez Sejmik Województwa Zachodniopomorskiego Uchwałą Nr XXVI/303/05 z dnia 19 grudnia 2005 roku.

Konieczność dokonania aktualizacji Strategii wynika z zapisów Ustawy z dnia 6 grudnia 2006 roku o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (tekst jednolity Dz. U. z 2009 roku, Nr 84 poz.712), jak również związana jest ze stale zmieniającymi się uwarunkowaniami zewnętrznymi i wewnętrznymi rozwoju województwa. Dokument opracowano w czerwcu 2010 roku, a przyjęto we wrześniu 2010 roku.

W ramach celów szczegółowych wskazywanych w Strategii Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego wyróżnić można następujące cele szczegółowe które znajdują odniesienie w opracowanej „Strategii promocji powiatu kołobrzeskiego na lata 2012-2020”:

Cel strategiczny nr 1 – „wzrost innowacyjności i efektywności gospodarki”

CELE KIERUNKOWE:

1.1. Wzrost innowacyjności gospodarki,

1.2. Wzrost konkurencyjności województwa w krajowym i zagranicznym ruchu turystycznym,

1.3. Wspieranie współpracy przedsiębiorstw i rozwoju przedsiębiorczości,

1.4. Wspieranie wzrostu eksportu,

1.5. Zintegrowana polityka morską,

1.6. Restrukturyzacja i rozwój produkcji rolnej i rybactwa,

Cel strategiczny nr 2 – „wzmocnienie atrakcyjności inwestycyjnej regionu”

CELE KIERUNKOWE:

2.1. Podnoszenie atrakcyjności i spójności oferty inwestycyjnej regionu oraz obsługi inwestorów,

2.2. Wzmacnianie rozwoju narzędzi wsparcia biznesu,

2.3. Tworzenie i rozwój stref aktywności inwestycyjnej,

2.4. Budowanie i promocja marki regionu,

Cel strategiczny nr 3 – „zwiększenie przestrzennej konkurencyjności regionu”

CELE KIERUNKOWE:

3.1. Rozwój funkcji metropolitalnych Szczecina,

3.2. Rozwój aglomeracji miejskiej Koszalina,

3.3. Rozwój ponadregionalnych, multimodalnych sieci transportowych,

3.4. Wspieranie rozwoju infrastruktury społeczeństwa informacyjnego (poziom konsultacji społecznych),

3.5. Rozwój infrastruktury energetycznej,

3.6. Poprawa dostępności do obszarów o walorach turystycznych i uzdrowiskowych

Cel strategiczny nr 4 – „zachowanie i ochrona wartości przyrodniczych, racjonalna gospodarka zasobami”

CELE KIERUNKOWE:

4.1. Poprawa jakości środowiska i bezpieczeństwa ekologicznego,

4.2. Ochrona dziedzictwa przyrodniczego i racjonalne wykorzystanie zasobów,

4.3. Zwiększanie udziału odnawialnych źródeł energii,

4.4. Rozwój infrastruktury ochrony środowiska i systemu gospodarowania odpadami,

4.5. Podnoszenie świadomości ekologicznej społeczeństwa,

4.6. Rewitalizacja obszarów zurbanizowanych,

Cel strategiczny nr 5 – „budowanie otwartej konkurencyjnej społeczności”

CELE KIERUNKOWE:

- 5.1. Rozwój kadr innowacyjnej gospodarki,
 - 5.2. *Zwiększanie aktywności zawodowej ludności,*
 - 5.3. *Rozwój kształcenia ustawicznego,*
 - 5.4. *Rozwój szkolnictwa zawodowego zgodnie z potrzebami gospodarki,*
 - 5.5. *Budowanie społeczeństwa informacyjnego,*
 - 5.6. Zwiększanie dostępności i uczestnictwa w edukacji przedszkolnej,
- Cel strategiczny nr 6 – „wzrost tożsamości i spójności społecznej regionu”*

CELE KIERUNKOWE:

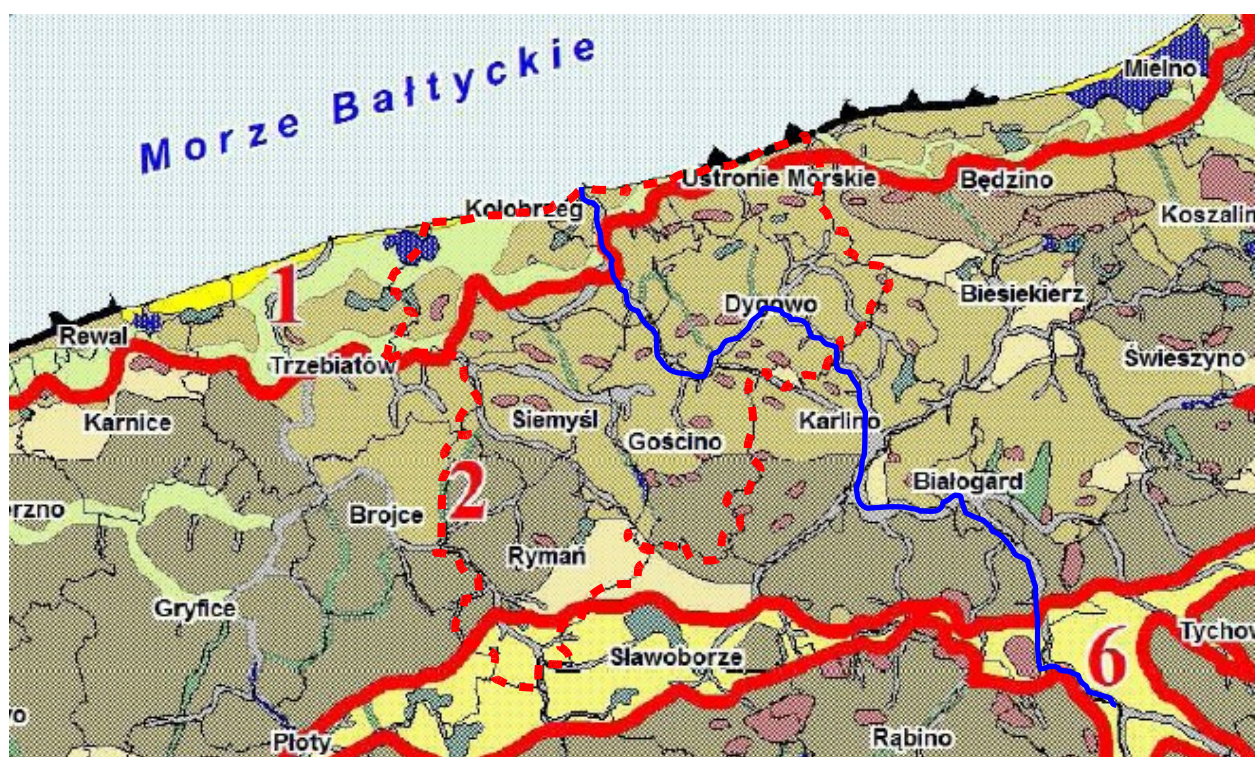
- 6.1. *Wspieranie funkcji rodziny (PCPR),*
- 6.2. Zwiększanie jakości i dostępności opieki zdrowotnej,
- 6.3. *Wspieranie rozwoju demokracji lokalnej i społeczeństwa obywatelskiego,*
- 6.4. *Wzmacnianie tożsamości i integracji społeczności lokalnej,*
- 6.5. *Rozwijanie dorobku kulturowego jako fundamentu tożsamości regionalnej,*
- 6.6. Przeciwdziałanie ubóstwu i procesom marginalizacji społecznej,

Dotychczasowy dokument pt.: **Strategia Zrównoważonego Rozwoju Gospodarczego Powiatu Kołobrzeskiego** w dość ograniczonym stopniu obejmował problematykę **promocyjną powiatu**, wymaga zatem istotnego rozwinięcia i uzupełnienia w formie dodatkowej „Strategii promocji powiatu kołobrzeskiego na lata 2012-2010”.

Położenie i charakterystyka fizyczno-geograficzna powiatu kołobrzeskiego

Powiat kołobrzeski zlokalizowany jest w północno-zachodniej części kraju w granicach 4 podjednostek fizyczno-geograficznych (Wybrzeże Trzebiatowskie, Równina Gryficka, Wybrzeże Słowińskie, Równina Białogardzka) pozwalających wyróżnić także dwie strefy: pas nadmorski i część śródlądową. W strefie nadmorskiej (brzegowej) obejmującej Wybrzeże Trzebiatowskie i Wybrzeże Słowińskie sięgającej do 12 km w głąb lądu wyniesienia terenu osiągają do kilkunastu m n.p.m. Obszar centralny i południowy powiatu (nadmorski pas wysoczyzny) w ramach Równiny Gryfickiej i Równiny Białogardzkiej osiąga wysokość do 85,8 m n.p.m. (Kobyła Góra k/ Rymania). W pasie nadmorskim występują także obszary depresyjne sięgające od $-0,3$ do $-0,4$ m p.p.m. (miejscowości Grzybów i Dźwirzyno). Naturalną granicą rozdzielającą oba wybrzeża i obie równiny jest rzeka Parsęta stanowiąca obok morskiej linii brzegowej istotną barierę fizjograficzną (Ryc.4.)

Ryc. 4. Położenie fizyczno-geograficzne powiatu kołobrzeskiego



Źródło: Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin 2010, zał. graficzny 4: Jednostki krajobrazowe na tle mapy geomorfologicznej

1- strefa brzegowa Bałtyku, 2- nadmorski pas wysoczyzny, 6 – obszary równin aluwialnych i pradolin

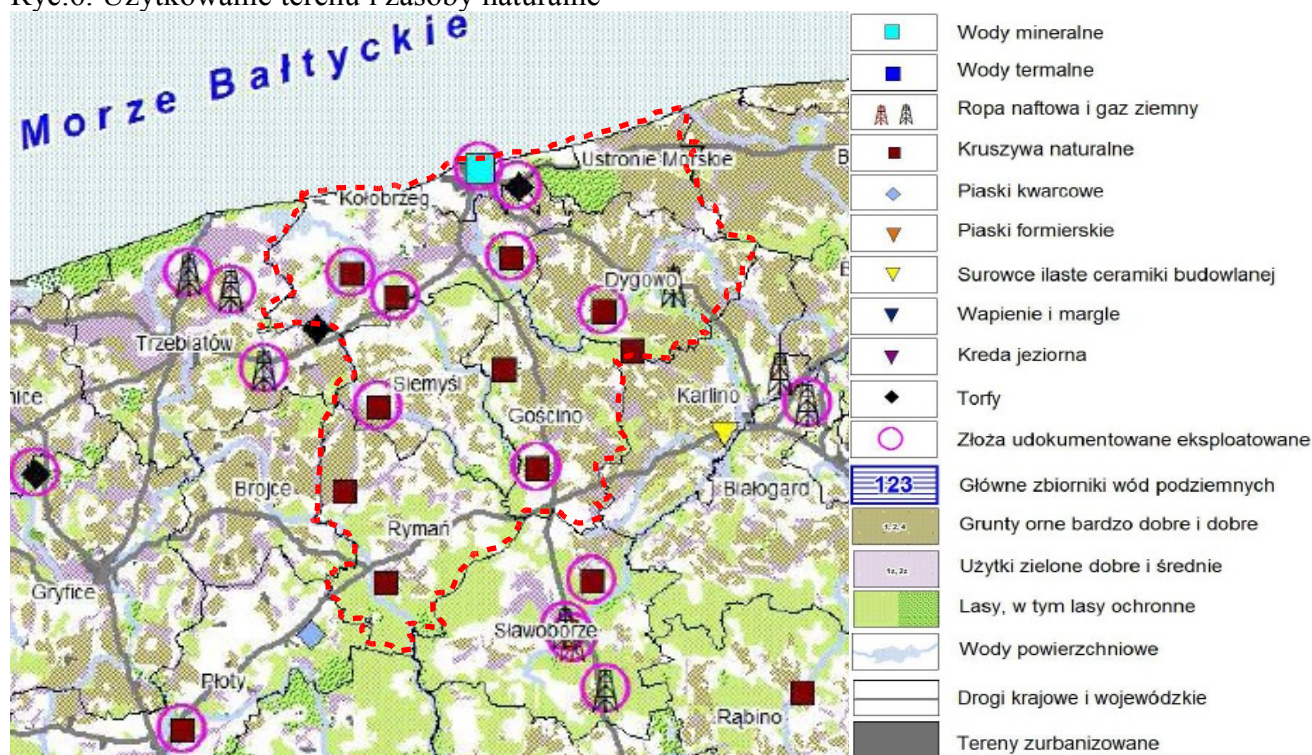
Obszar powiatu wznosi się w górę od linii brzegowej w kierunku południowym. Część północno-zachodnia jest nieco urozmaicona pod względem krajobrazowym dzięki dolinom rzecznych rzeki Parsęty i Błotnicy. Południowa i południowo-wschodnia część powiatu cechuje się rzeźbą terenu o charakterze spłaszczonym lub lekko falistym, fragment północno-zachodni ma charakter nizinny z niewielkimi wyniesieniami terenowymi pochodzenia eolicznego.

Teren powiatu kołobrzeskiego cechuje się bardzo niską jeziornością. Poza fragmentem znaczącego pod względem wielkości jeziora Resko Przymorskie występują tu nieliczne jeziora o powierzchni do kilkudziesięciu hektarów (największe Popiel – gmina Ryman i Kamienica – gminy Siemysł i Gościno) oraz kilkadziesiąt oczek polodowcowych w większości bezodpływowych.

Na obszarze powiatu funkcjonuje największe i najważniejsze w kraju uzdrowisko zlokalizowane w mieście Kołobrzeg obejmujące strefy ochronne rozciągające się na tereny gmin Kołobrzeg i Ustronie Morskie. Jednym z kluczowych walorów decydujących o funkcjonowaniu tego uzdrowiska jest napływ mas powietrza oraz jego walory lecznicze. W strefie przymorskiej (do 1 km od linii brzegowej) występuje intensywna działalność jodu i aerozolu morskiego, bardzo istotnego dla leczenia uzdrowiskowego. Masy powietrza napływające nad powiat kołobrzeski są czyste i pozbawione zanieczyszczeń. W samym powiecie a także w jego bliższym sąsiedztwie brak jest znaczących obiektów powodujących zanieczyszczenia powietrza, a jedyną formę zagrożeń są małe i średniej wielkości kotłownie lokalne oraz indywidualne paleniska domowe wykorzystujące paliwa stałe (głównie węgiel kamienny).

Funkcjonowanie znaczącego subregionalnego ośrodka miejskiego oraz największego krajowego uzdrowiska znajduje swoje uzasadnienie także w użytkowaniu terenu a także w zasobach naturalnych powiatu. Najważniejsze kluczowe zasoby naturalne decydujące o funkcjonowaniu uzdrowiska Kołobrzeg to wody solankowe oraz torfy – borowina wykorzystywane do celów leczniczych i zabiegowych w zakładach przyrodolecznictwa i innych obiektach uzdrowiskowych. Oba udokumentowane i eksploatowane surowce występują na terenie miasta Kołobrzeg. Na obszarze powiatu występują także udokumentowane i eksploatowane złoża kruszyw naturalnych oraz złoża ropy naftowej i torfów. Jedyną gminą bez zasobów naturalnych jest gmina Ustronie Morskie. (Ryc.6).

Ryc.6. Użytkowanie terenu i zasoby naturalne



Źródło: Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin 2010, zał. graficzny 3

Powiat kołobrzeski jest jednym z najslabiej zalesionych powiatów województwa Zachodniopomorskiego. Powierzchnia lasów w 2010 roku osiągnęła 15 286,5 ha (21,1%) w tym 14 650 ha lasów publicznych.

Mimo niskiego zalesienia występuje tu duże zróżnicowanie lasów sosnowych, dębowych, bukowych i bukowo-dębowych. Obszary leśne o cechach terenów podmokłych (doliny rzek, torfowiska, podmokłe łąki) to miejsca występowania łągów olszowych i borów bagiennych. Niewielkie kompleksy leśne występują także na terenach nadmorskich i wydmowych stanowiąc naturalną barierę łagodzącą intensywny wpływ wiatrów i klimatu morskiego przejściowego.

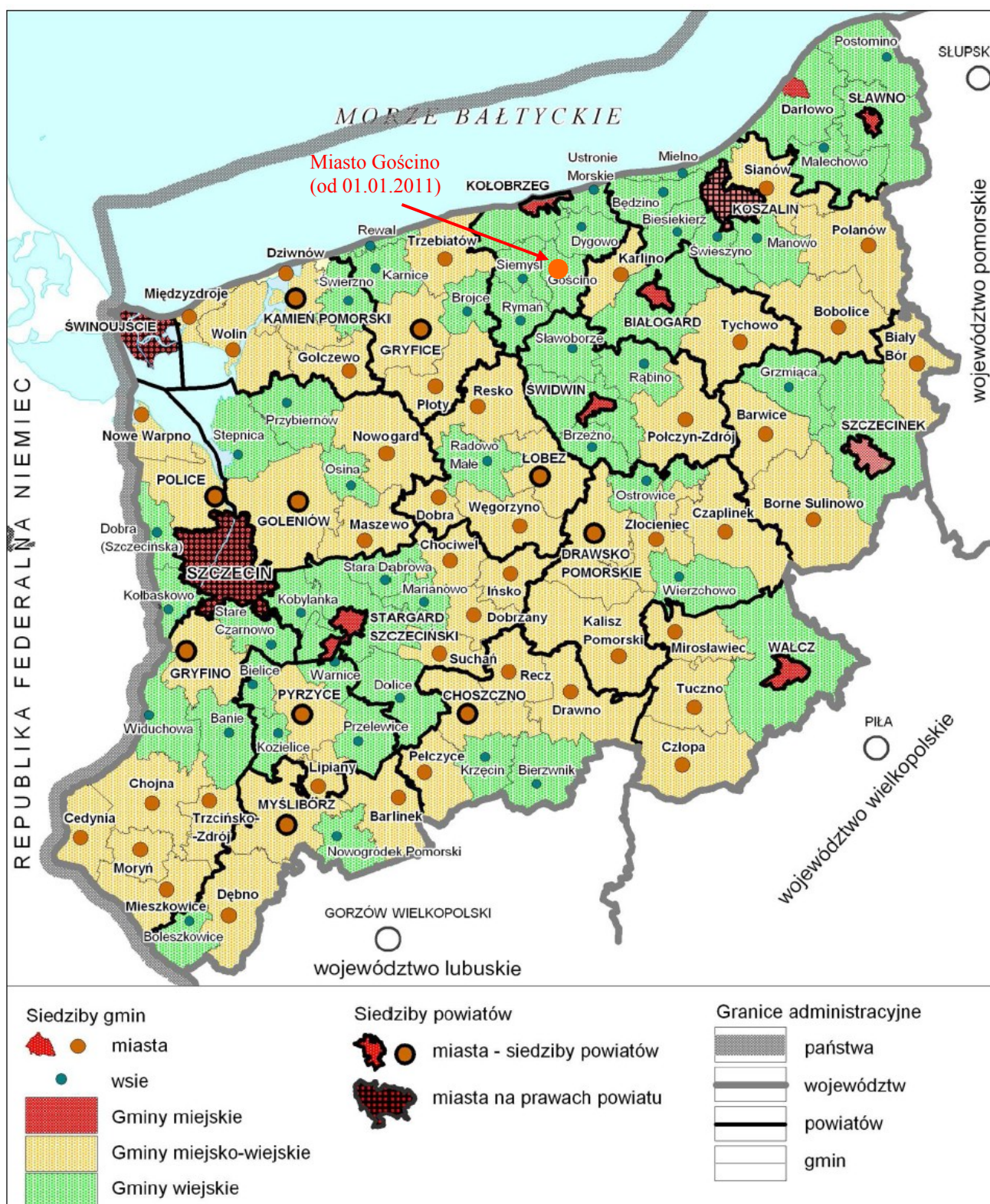
Obszary leśne to także siedliska licznych gatunków średniej i dużej zwierzyny leśnej (jelenie, sarny, dziki, lisy, zające), natomiast tereny podmokłe, bagienne i wodne stanowią ostoję dla płazów i gadów. Strefa brzegowa Morza Bałtyckiego to siedlisko wielu gatunków ptaków (mewy, łabędzie, kaczki, rybitwy) oraz sporadycznie ssaków (foki). W rzece Parsęcie i jej dopływach można spotkać ryby łososiowate, natomiast doliny rzek powiatu stanowią ostoję dla licznych gatunków ptaków (łabędzie, czaple, kaczki, gęsi, żurawie). W wielu miejscach można spotkać gniazda bocianów.

Najwyższą formą ochrony przyrody na terenie powiatu kołobrzeskiego jest obszar chronionego krajobrazu „Koszaliński Pas Nadmorski” rozciągający się wzdłuż pobraża i wydm nadmorskich. Objęto nim ochroną krajobraz oraz naturalne walory środowiska przyrodniczego pasa nadmorskiego z jednoczesnym wsparciem ochrony walorów uzdrowiska Kołobrzeg. Wyjątkowym obszarem chronionym jest użytek ekologiczny „Ekopark Wschodni” oraz położony na wschód od Kołobrzegu tzw. „Kołobrzeski Las” z najważniejszymi i najcenniejszymi pomnikami przyrody – dębami „Bolesław” i „Warcisław”.

Na terenie powiatu znajdują się także wpisane do rejestru WKZ parki i zespoły parkowe. Na terenie miasta Kołobrzeg są to: park im. Stefana Żeromskiego (31 ha), park im. Aleksandra Fredry (26,7 ha), park im. Jedności Narodowej (6,5 ha), park im. 3 Dywizji Piechoty (4,5 ha) oraz nowo wpisany Park im. Jana Dąbrowskiego. W gminie Dygowo ochroną objęto: park naturalistyczny w Kłopotowie, park romantyczny w Skoczowie, park pałacowo-naturalistyczny we Włociborzu, park dworski w Piotrowicach, park pałacowo-krajobrazowy we Wrzosowie, dwór neoklasycy i park w Pustarach. Na terenie pozostałych gmin powiatu znajdują się liczne obiekty przyrodnicze objęte ochroną, a na szczególną uwagę zasługuje ok. 200 pomników przyrody.

Podział administracyjny powiatu kołobrzeskiego

Powiat kołobrzeski zlokalizowany jest w północnej – nadmorskiej części województwa zachodniopomorskiego. Sąsiaduje z 5 powiatami ziemskimi gryfickim, łobeskim, świdwińskim, białogardzkim i koszalińskim (ryc.7). Od północy granicę powiatu wyznacza blisko 30 kilometrowa linia brzegowa Morza Bałtyckiego. Stolicą powiatu jest miasto Kołobrzeg. Od 1 stycznia 2011 roku prawa miejskie uzyskała miejscowość Gościno stając się drugim miastem w powiecie kołobrzeskim. Ryc.7. Podział administracyjny województwa zachodniopomorskiego w 2010 roku



Źródło: Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin, 2010, s. 15.

Charakterystyka demograficzna powiatu kołobrzeskiego

Powiat kołobrzeski na tle 21 powiatów województwa zachodniopomorskiego wyróżnia się stosunkowo niewielką powierzchnią (724,66 km²) i znaczącym zaludnieniem (77 244 mieszkańców). (Podobne wskaźniki powierzchni, liczby ludności i gęstości zaludnienia osiąga powiat policki 665 km², 70 380 m, 106 os/km²). Pod względem zajmowanej powierzchni jest to najmniejszy powiat ziemski w województwie, a mniejsze są 3 miasta – powiaty grodzkie (Szczecin – 301 km², Świnoujście – 197 km² i Koszalin – 98,34 km²). Pod względem liczby ludności w 2010 roku powiat kołobrzeski zajmował 6 miejsce, ustępując jedynie 2 powiatom grodzkim (Szczecin – 405 606 m, Koszalin – 107 948 m) oraz 3 powiatom ziemskim (stargardzki – 119 306 m, gryfiński – 82 727 m, goleniowski – 80 305 m). Perspektywicznie możliwy jest jeszcze awans na miejsce 5 wyprzedzając tym samym będący w regresie demograficznym powiat gryfiński (powiat goleniowski ze względu na działający tam Goleniowski Park Przemysłowy i podstrefę Kostrzyńsko-Słubickiej Strefy Ekonomicznej odnotowuje wyraźny wzrost liczby ludności w ostatnich latach). Powiat kołobrzeski cechuje wysoka gęstość zaludnienia wynosząca 107 os/km² ustępując pod tym względem jedynie 3 powiatom grodzkim, a perspektywicznie powiatowi polickiemu (ryc. 8). Powiat kołobrzeski cechuje najwyższa gęstość zaludnienia ze wszystkich powiatów ziemskich regionu osiągająca 107 os/km². Kolejne dwa powiaty pod względem gęstości zaludnienia to powiat policki - 106 os/km² i powiat stargardzki – 78 os/km². Przyczyną wysokiej gęstości zaludnienia powiatu jest jedna z najwyższych koncentracji ludności wśród miast województwa wynosząca w Kołobrzegu 1752,4 os/km².

Ryc. 8. Ludność na 1 km² w 2010 roku

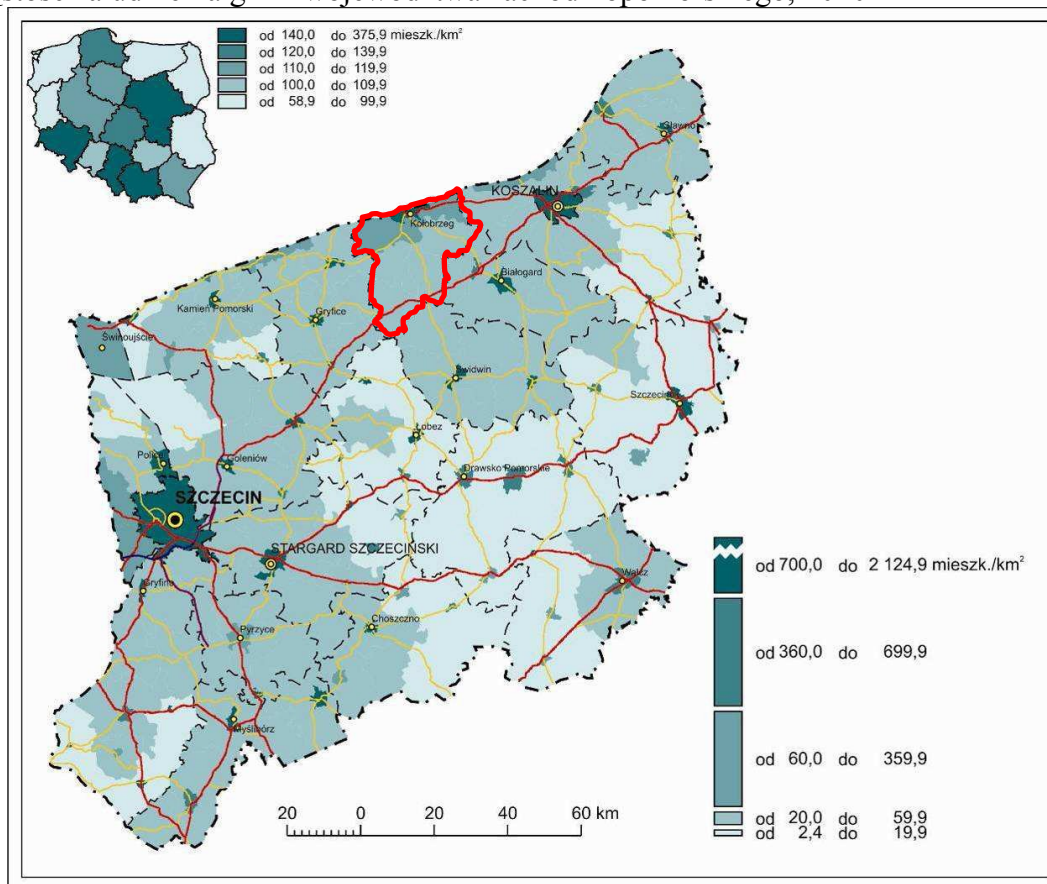
As of 31 XII



Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.290.

Gminy nadmorskie powiatu cechują się względnie wysoką gęstością zaludnienia osiągającą 69 os/km² w gminie wiejskiej Kołobrzeg i 63,2 os/km² w gminie Ustronie Morskie (ryc. 9).

Ryc.9. Gęstość zaludnienia gmin województwa zachodniopomorskiego, 2010



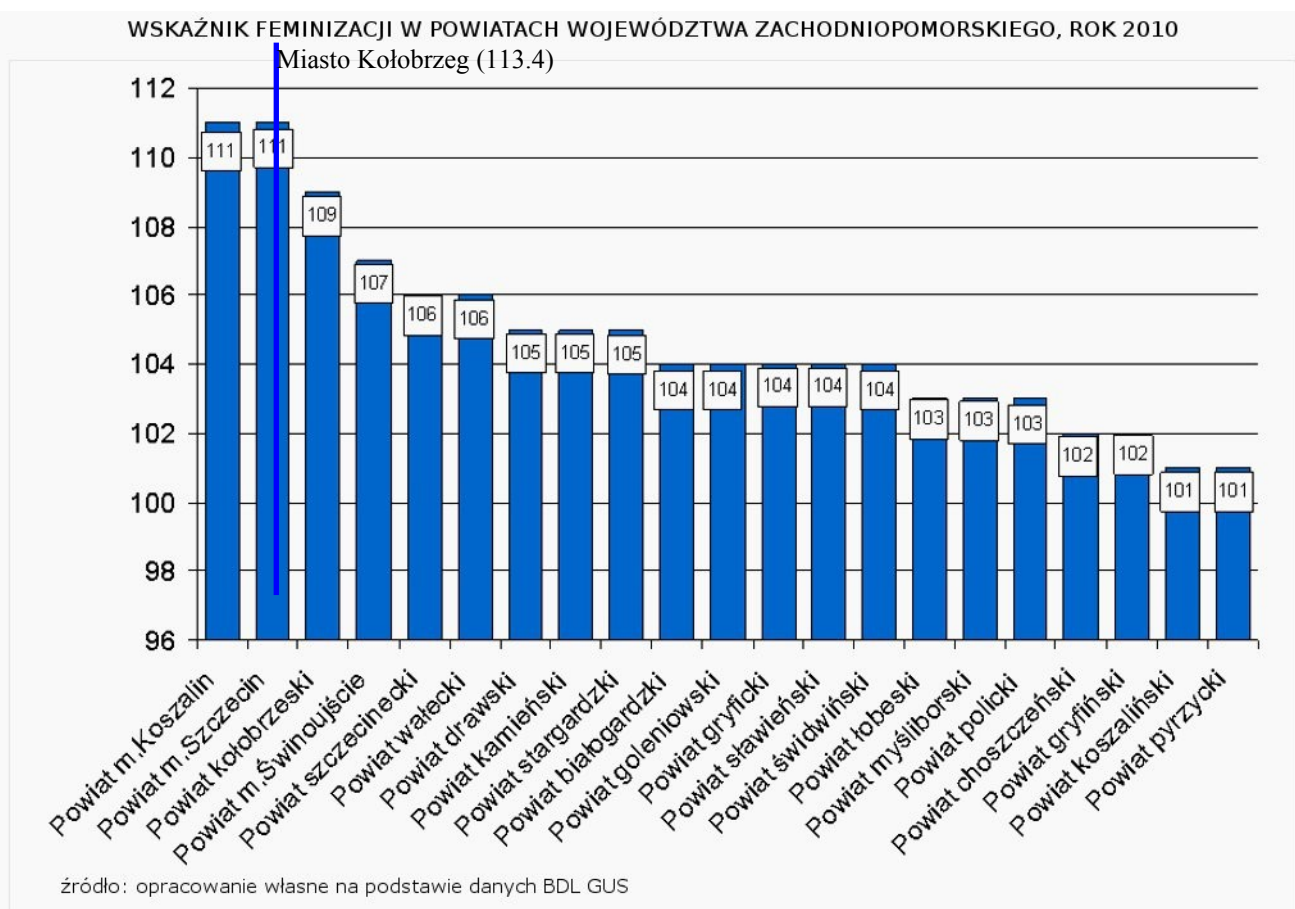
Źródło: Opracowanie na podstawie Banku Danych Lokalnych, 2010 w: Badanie ewaluacyjne pn. Ocena postępu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013

W podregionie koszalińskim średnia gęstość zaludnienia wynosiła w 2010 roku 57 os/km², a jedynymi gęściej zaludnionymi gminami wiejskimi województwa były gminy Dobra (Szczecińska) (151 os/km²), Kołbaskowo (98 os/km²), Rewal (89 os/km²) i Mielno (82 os/km²). Świadczy to o wysokim zagospodarowaniu północnej części powiatu Kołobrzeg i sygnalizuje zjawisko intensywnej urbanizacji obu gmin otaczających miasto Kołobrzeg. Znalazło to także swoje odzwierciedlenie w KPZK 2030 według której miasto Kołobrzeg oraz 2 przylegające do niego gminy tworzą Miejski Obszar Funkcjonalny Kołobrzegu o znaczeniu subregionalnym. (W KPZK 2030 obok Kołobrzegu liczącego 45,0 tys. mieszkańców do grupy ośrodków subregionalnych zaliczono: Świnoujście-40,8 tys., Stargard Szczeciński-69,6 tys., Piłę-74,5 tys. i Tczew-60,1 tys. – ryc.3.).

Powiat kołobrzeski w 2010 roku zamieszkiwało 50 366 osób w wieku produkcyjnym, w tym 29 970 mieszkańców w wieku mobilnym. Współczynnik obciążenia demograficznego dla powiatu kołobrzeskiego jest nieco wyższy niż średnia dla województwa zachodniopomorskiego, jednak obciążenie to dotyczy ludności w tym przypadku głównie ludności wieku przedprodukcyjnym. Powiat kołobrzeski cechuje także jeden z najwyższych współczynników feminizacji w województwie

(ryc.10), wynoszący w powiecie w 2010 r 108,6 kobiet/100 mężczyzn (dla miasta Kołobrzeg osiągnął on - 113,4 kobiet/100 mężczyzn, natomiast w gminie Siemysł – 93,7).

Ryc.10. Współczynnik feminizacji Kołobrzegu i powiatu kołobrzeskiego



Wykres pochodzi z portalu www.eRegion.wzp.pl

Źródło: www.e-region.wzp.pl

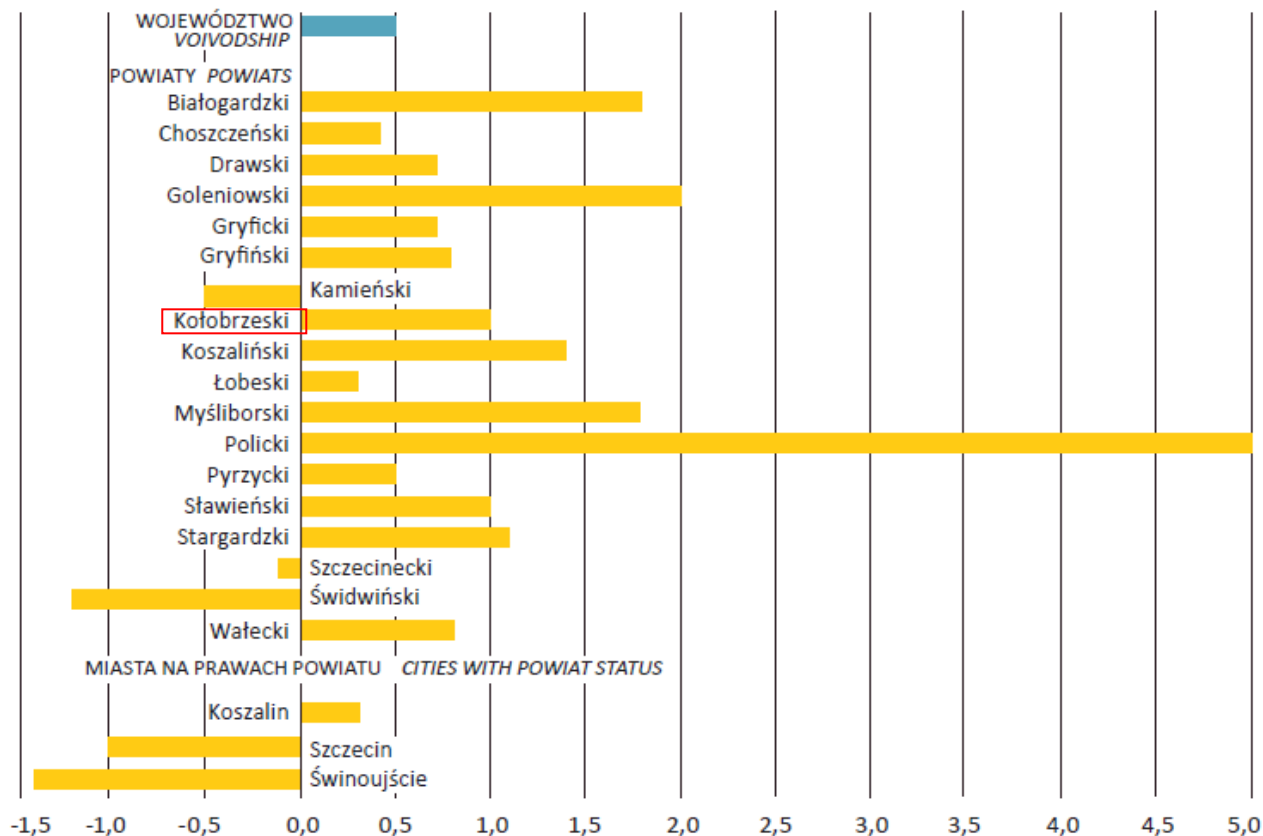
Odzwierciedleniem korzystnej struktury demograficznej powiatu jest także liczba zawieranych małżeństw na 1000 mieszkańców (6,1) podczas gdy średnia dla województwa zachodniopomorskiego w 2010 roku wyniosła 5,6.

W powiecie kołobrzeskim współczynnik przyrostu naturalnego w 2010 roku osiągnął wartość 1 podczas gdy w całym województwie wyniósł on jedynie 0,5. W skali województwa wartości te były dość silnie zróżnicowane o osiągnęły od -1,4 do +5,0. (ryc.11).

Najniższą wartość tego wskaźnika podobnie jak i w kraju dotyczy miasta Kołobrzeg (0,1) natomiast najwyższe wielkości odnotowano w 2 południowych gminach powiatu (4,1-4,3), nieco niższe w gminach Kołobrzeg i Gościno (2,9-2,1), a dość niskie w gminach Ustronie Morskie i Dygowo (0,6-0,2). (ryc.12), (tab.1).

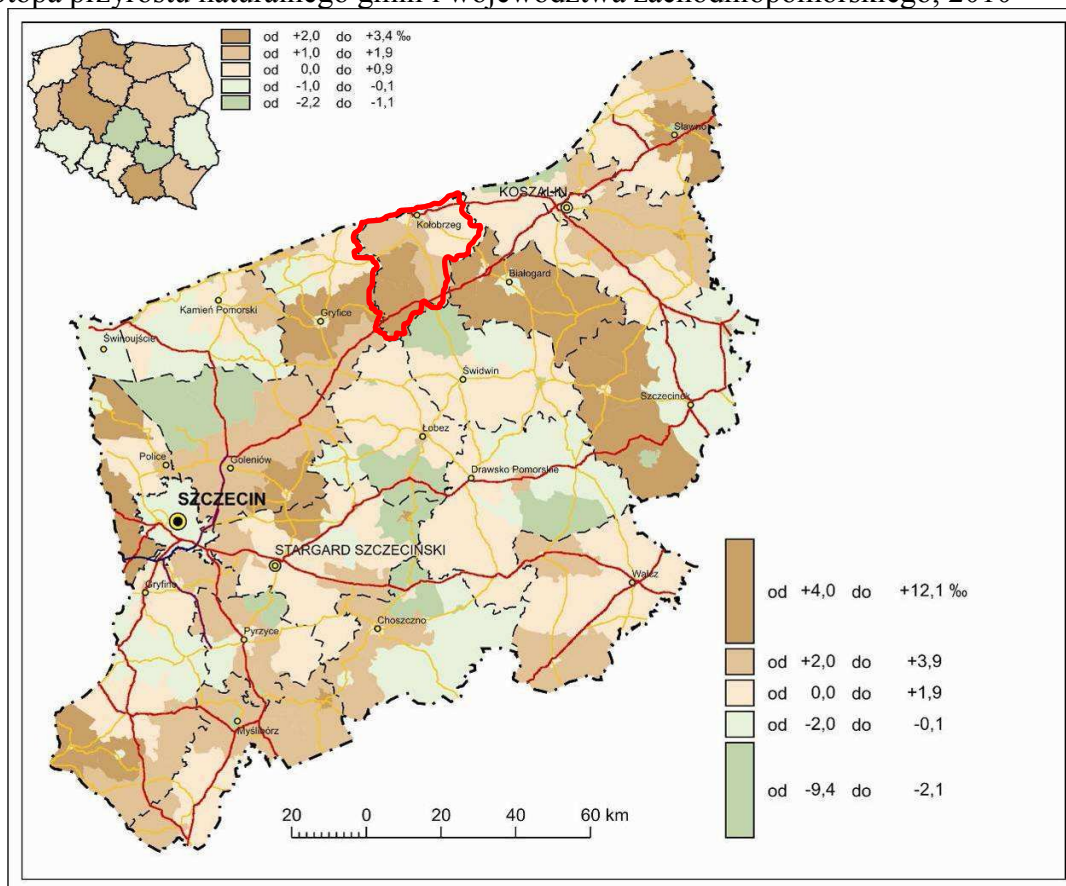
Najniższy współczynnik urodzeń występuje na obszarze miasta Kołobrzeg oraz silnie urbanizującej się gminy Kołobrzeg (poniżej 10/1000 mieszkańców), natomiast pozostałe gminy powiatu cechują się nieco wyższym wskaźnikiem (od 11 do 12,5/1000 mieszkańców).

Ryc.11. Przyrost naturalny na 1000 ludności w 2010 roku



Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.291.

Ryc.12. Stopa przyrostu naturalnego gmin i województwa zachodniopomorskiego, 2010



Źródło: Opracowanie na podstawie Banku Danych Lokalnych, 2010 w: Badanie ewaluacyjne pn. Ocena postępu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013.

Tab.1. Struktura demograficzna ludności gmin i powiatu Kołobrzeg
na tle województwa zachodniopomorskiego w roku 2010

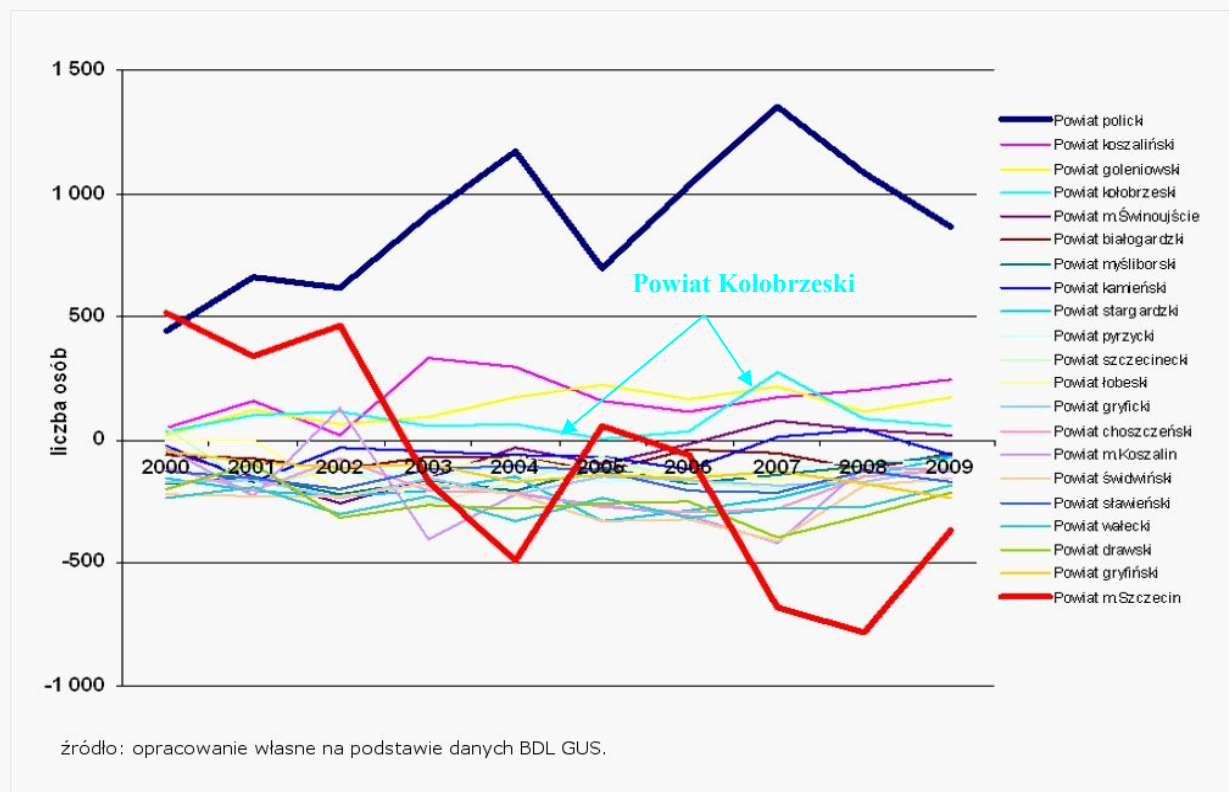
	Miasto Kołobrzeg	Gmina Kołobrzeg	Gmina Ustronie Morskie	Gmina Gościno	Gmina Dygowo	Gmina Rymań	Gmina Siemysł	Powiat ogółem	Województwo Zachodnio- pomorskie
Powierzchnia w ha	2567	14403	5698	11600	12852	14615	10731	72466	2289248
Ludność	44984	9935	3601	5272	5600	4127	3715	77234	1693072
gęstość zal.	1752,4	69,0	63,2	45,4	43,6	28,2	34,6	106,6	74,0
przedprodukcyjny	7528,0	2098,0	729,0	1291,0	1229	889,0	801,0	14565,0	312929,0
produkcyjny	29192,0	6703,0	2405,0	3289,0	3632,0	2664,0	2481,0	50366,0	1112013,0
mobilny	16908,0	4090,0	1422,0	2062,0	2212,0	1684,0	1592,0	29970,0	675231,0
niemobilny	12284,0	2613,0	983,0	1227,0	1420,0	980,0	889,0	20396,0	436782,0
poprodukcyjny	8264,0	1134,0	467,0	702,0	739,0	574,0	433,0	12313,0	268130,0
współczynnik obciążenia demograficznego	54,1	48,2	64,1	60,6	60,1	64,6	49,7	53,4	52,3
przedprodukcyjny	16,7	21,1	20,2	24,4	22,0	21,5	21,6	18,9	18,5
produkcyjny	64,9	67,5	66,8	62,3	64,9	64,6	66,8	65,2	65,7
poprodukcyjny	18,4	11,4	13,0	13,3	13,2	13,9	11,7	15,9	15,8
małżeństwa na 1000 mieszkańców	6,3	5,3	6,4	6,2	6,8	5,2	6,3	6,1	5,6
kobiety na 100 mężczyzn	113,0	104,0	112,0	100,0	104,0	99,0	94,0	109,0	106
urodzenia	411	98	41	63	62	49	46	770	17340
urodzenia na 1000 ludności	9,2	9,9	11,5	12,2	11	11,6	12,5	10	10,2
zgony	407	69	39	52	61	31	31	690	16529
zgony na 1000 ludności	9,1	7	10,9	10,1	10,8	7,3	8,4	9	9,8
przyrost naturalny	4	29	2	11	1	18	15	80	811
przyrost naturalny na 1000 ludności	0,1	2,9	0,6	2,1	0,2	4,3	4,1	1	0,5
zameldowania krajowe	582,0	256,0	41,0	94,0	88,0	32,0	50,0	1143,0	20622
zameldowania z miast	264,0	209,0	25,0	32,0	58,0	18,0	23,0	629,0	9818
zameldowania ze wsi	318,0	47,0	16,0	62,0	30,0	14,0	27,0	514,0	4531
wymeldowania krajowe	605,0	175,0	32,0	75,0	84,0	60,0	57,0	1088,0	21733
wymeldowania do miast	268,0	128,0	23,0	43,0	42,0	27,0	30,0	561,0	9530
wymeldowania na wieś	337,0	47,0	9,0	32,0	42,0	33,0	27,0	527,0	5930
saldo migracji krajowych	-23,0	81,0	9,0	19,0	4,0	-28,0	-7,0	55,0	-1111
zameldowania zagraniczne	12,0	0,0	0,0	2,0	0,0	0,0	5,0	19,0	739
wymeldowania zagraniczne	0,0	0,0	0,0	5,0	0,0	0,0	0,0	5,0	565
saldo migracji zagranicznych	12,0	0,0	0,0	-3,0	0,0	0,0	5,0	14,0	174

Źródło: opracowanie własne wg danych GUS, Bank Danych Lokalnych, 2010.

Znacząca koncentracja ludności, duża gęstość zaludnienia oraz atrakcyjność dla osiedlania znajduje potwierdzenie także w wykresie migracji według powiatów (ryc. 13) oraz stopa migracji krajowych gmin i powiatów (ryc.14) wskazujące bardzo wyraźne wieloletnie dodatnie salda migracji dla powiatów: polickiego, koszalińskiego, goleniowskiego i **kołobrzeskiego**.

Ryc.13. Saldo migracji powiatu Kołobrzeskiego na tle powiatów województwa zachodniopomorskiego

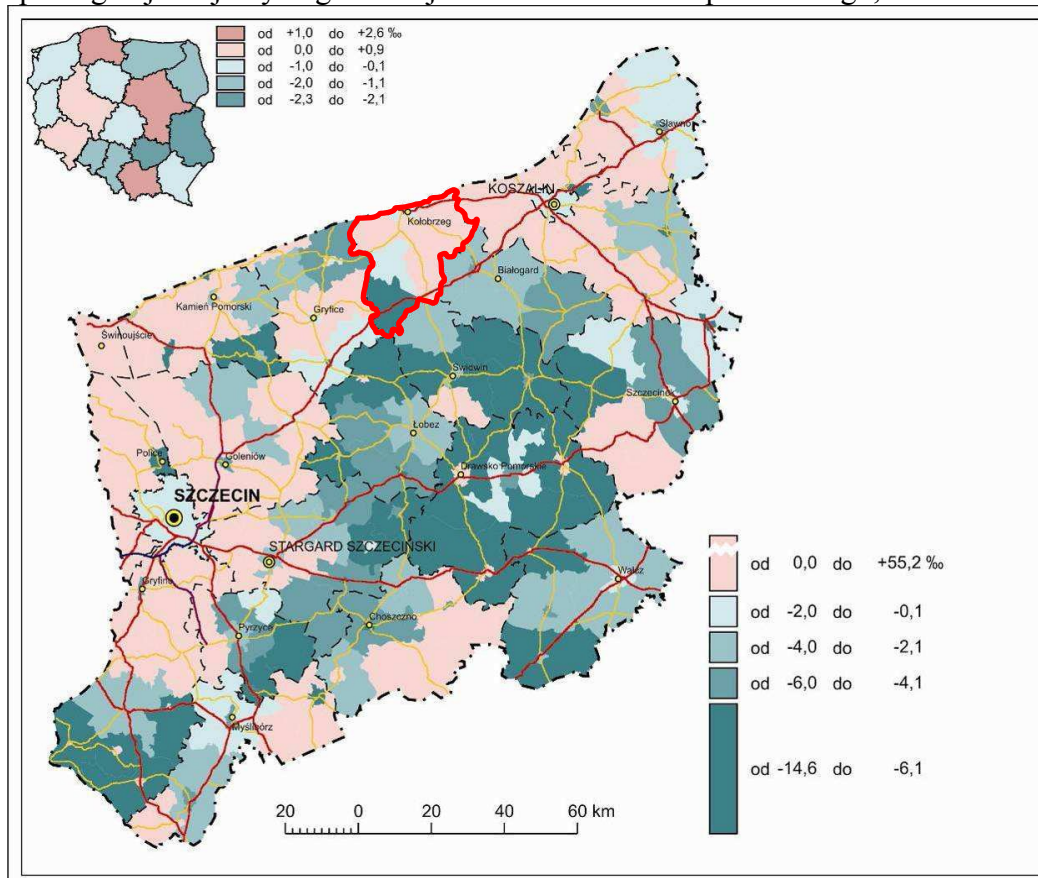
SALDO MIGRACJI W UJĘCIU POWIATOWYM W LATACH 2000-2009



Wykres pochodzi z portalu www.eRegion.wzp.pl

Źródło: www.e-region.wzp.pl

Ryc.14. Stopa migracji krajowych gmin województwa zachodniopomorskiego, 2010



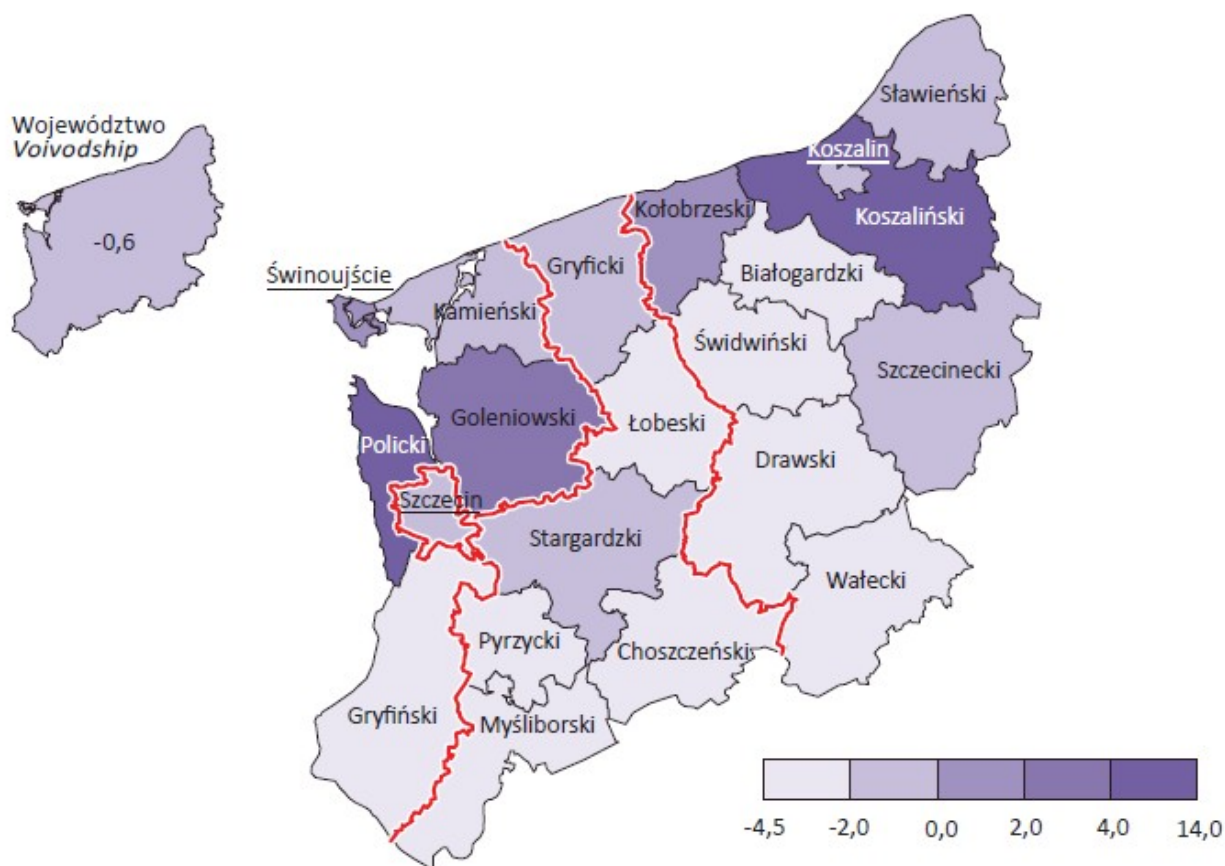
Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych, 2010 w: Badanie ewaluacyjne pn. Ocena postępu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013

Wielkości i kierunki ruchu migracyjnego także potwierdzają wyższą niż dla województwa atrakcyjność powiatu kołobrzeskiego (+55 os. w 2010r.) a także ogólnopolskie tendencje w ruchu migracyjnym wewnątrz samego powiatu. Ujemny bilans migracji krajowych dotyczy miasta Kołobrzeg oraz gmin Rymań i Siemysł (odpowiednio -23 os., -28 os. , -7 os.), natomiast gminy Kołobrzeg i Gościno miały zdecydowany bilans dodatni w roku 2010 (odpowiednio + 80 os., + 19 os.). Podobnie jak w większości przypadków w kraju, rdzeń Miejskiego Obszaru Funkcjonalnego Kołobrzegu – miasto Kołobrzeg wyludniało się, natomiast znacząco zwiększała się liczba ludności jego strefy podmiejskiej (miasto –19 os., strefa podmiejska 4 gmin+156 os.). Dodatni bilans migracji zagranicznych całego powiatu (+14 os. w 2010 roku) był z kolei efektem wysokiej atrakcyjności miasta Kołobrzeg (+12 os.). Województwo Zachodniopomorskie cechowało się ujemnym saldem migracji krajowych (- 1111 os.) ale jednocześnie dodatnim saldem migracji zagranicznych (+174 os.).

Powyższe dane potwierdza saldo migracji wewnętrznych i zagranicznych (ryc.15), stąd powiat kołobrzeski jest w grupie 5 powiatów województwa o dodatnim saldzie migracyjnym (powiaty: policki - strefa podmiejska Szczecina, koszaliński – strefa podmiejska Koszalina, goleniowski – silny rozwój przemysłu, m. Świnoujście i kołobrzeski - atrakcyjne miasta lub powiaty turystyczno-uzdrowiskowe).

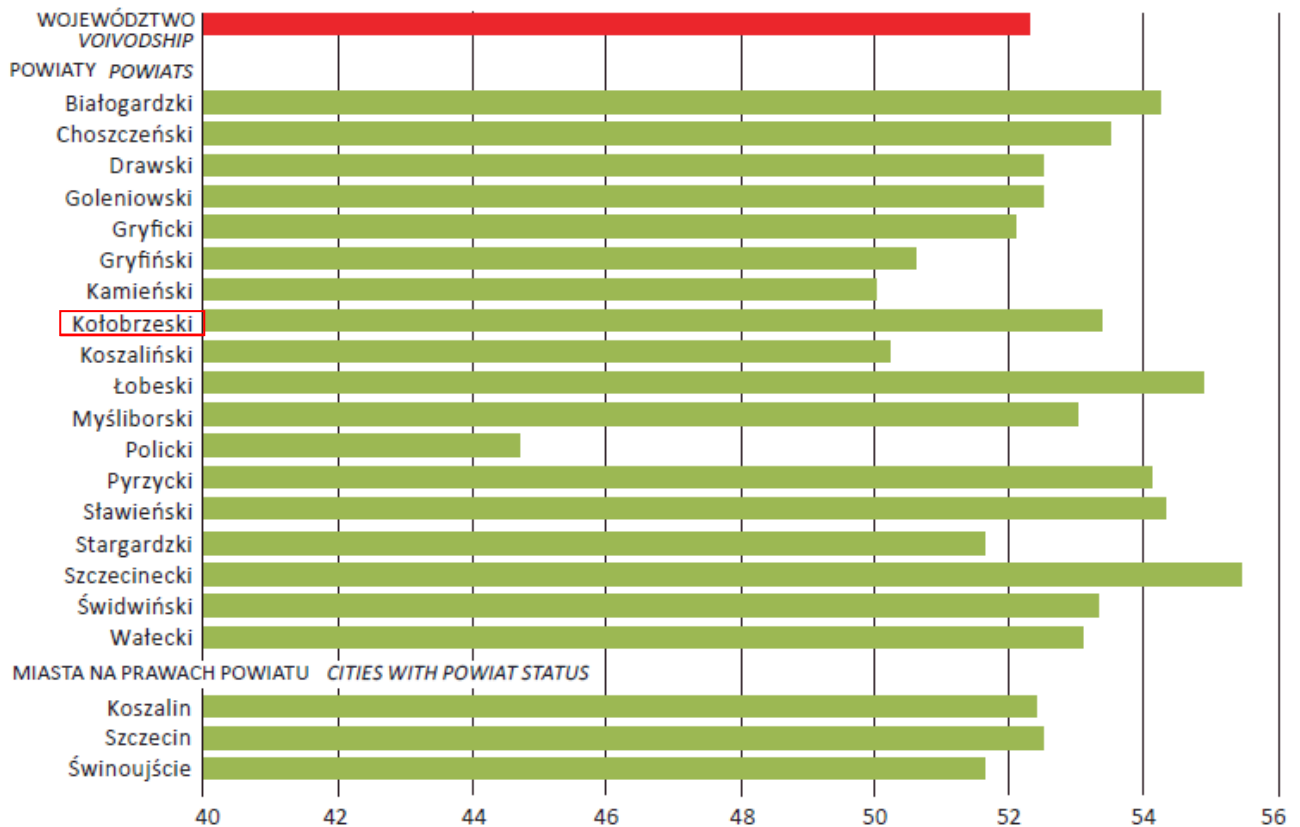
Powiat kołobrzeski cechuje się dość wysokim obciążeniem demograficznym ludności w wieku nieprodukcyjnym na 100 osób w wieku produkcyjnym (53,2 – ryc. 16), ale niskim w wieku poprodukcyjnym (15,9/100 osób w wieku produkcyjnym). (Szczegółowa struktura dla gmin - ryc.17).

Ryc. 15 .Saldo migracji wewnętrznych i zagranicznych na pobyt stały na 1000 ludności w 2010 roku



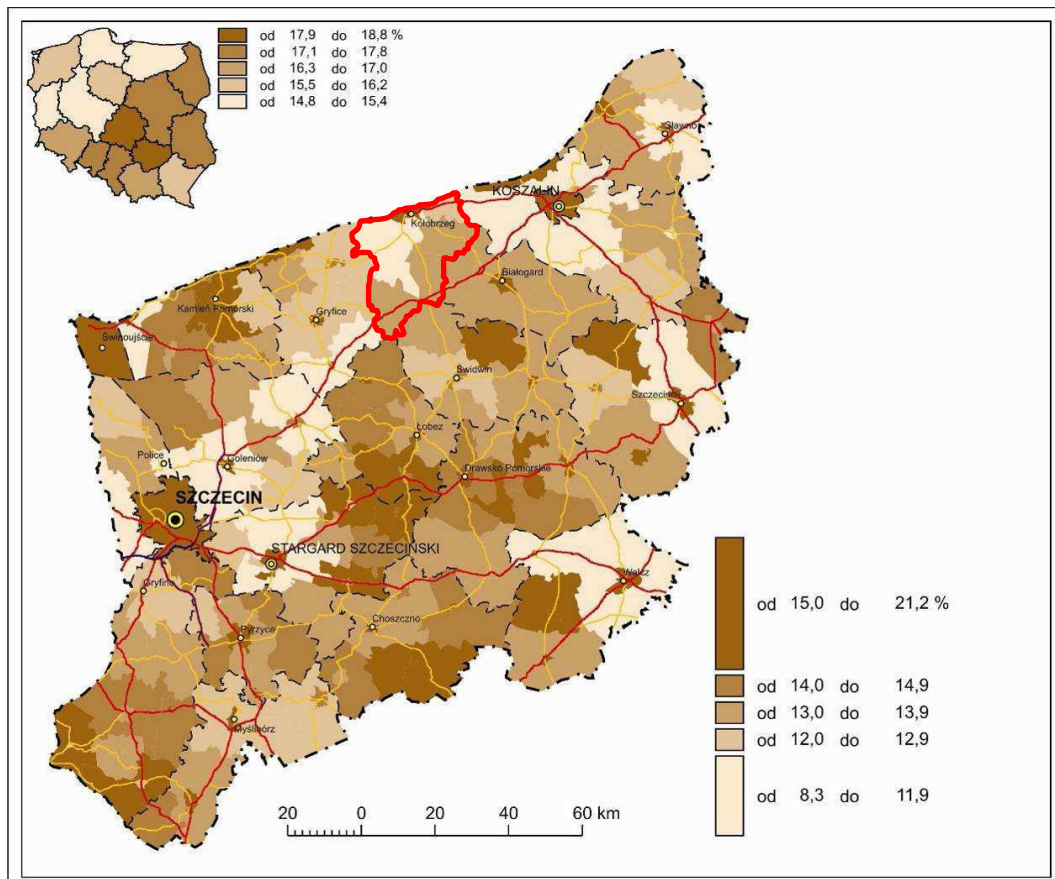
Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.291.

Ryc.16. Ludność w wieku nieprodukcyjnym na 100 osób w wieku produkcyjnym w 2010 roku



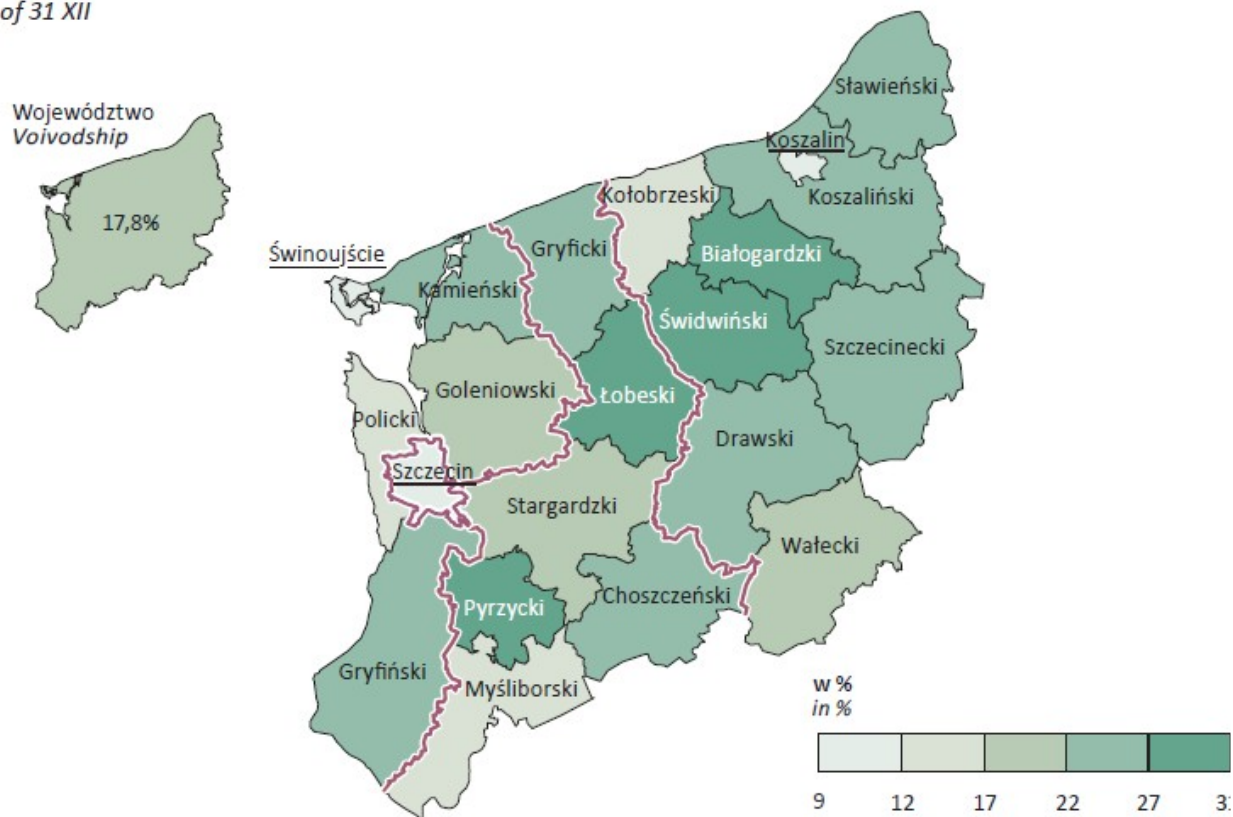
Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.290.

Ryc.17. Odsetek mieszkańców w wieku poprodukcyjnym gmin województwa zachodniopomorskiego, 2010



Źródło: Opracowanie na podstawie Banku Danych Lokalnych, 2010 w: Badanie ewaluacyjne pn. Ocena postępu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013

Ryc. 18. Stopa bezrobocia rejestrowanego w 2010 roku
As of 31 XII



Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.292.

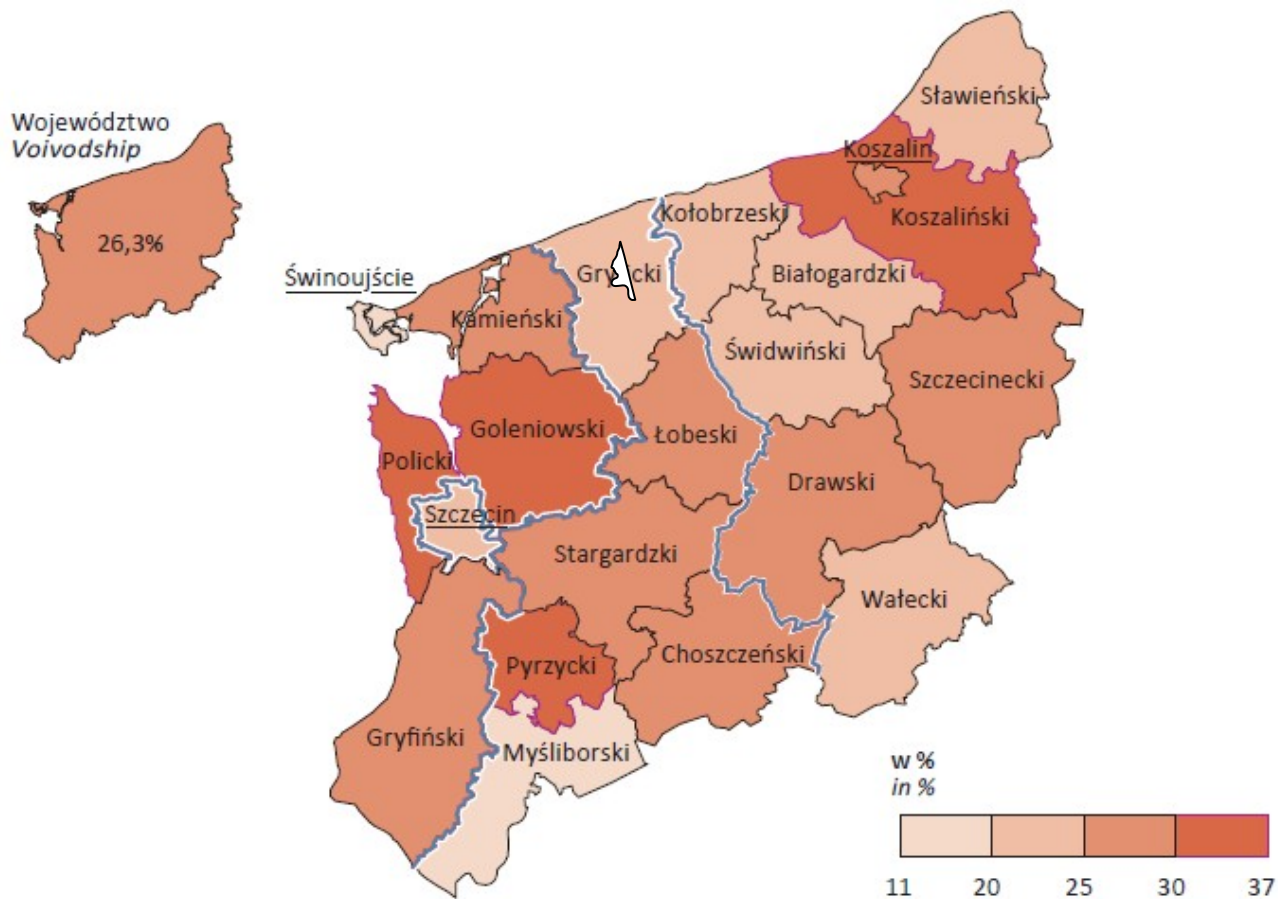
Ryc. 19 .Bezrobotni zarejestrowani w wieku do 25 lat w % ogółem w 2010 roku

As of 31 XII



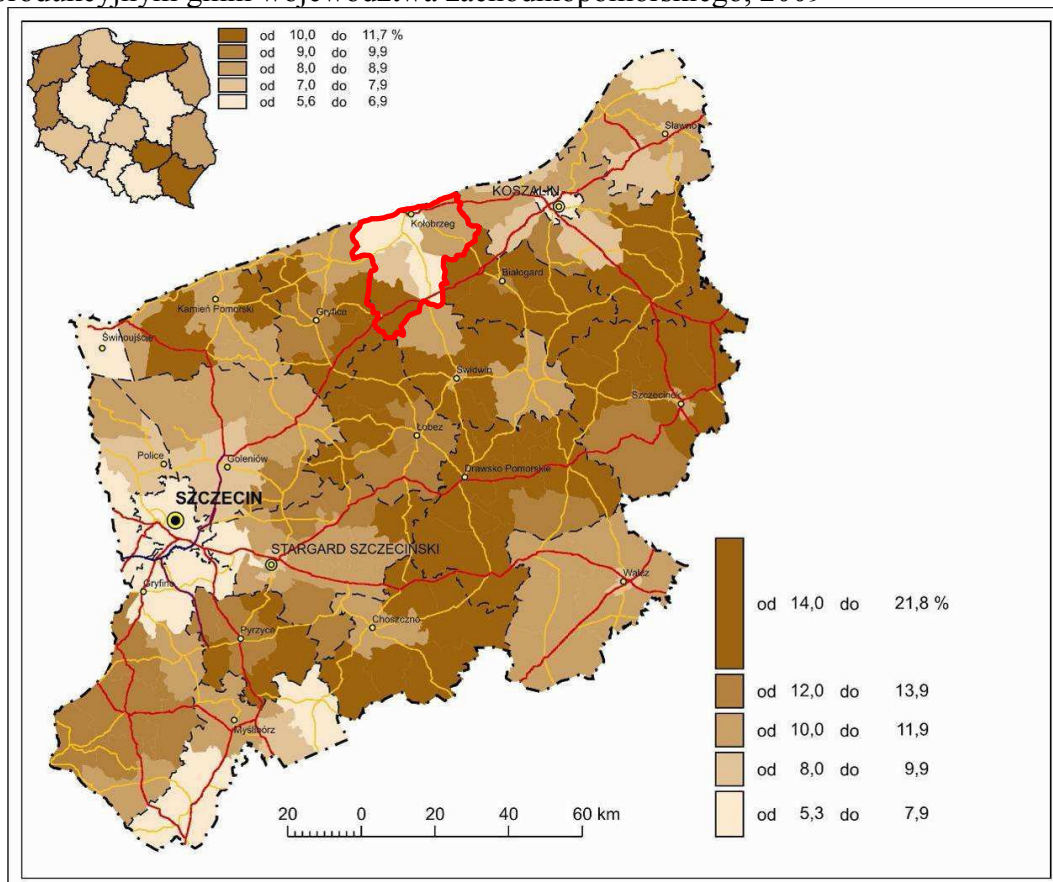
Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.293.

Ryc. 20. Bezrobotni pozostający bez pracy powyżej 12 miesięcy w % ogółem w 2010 roku



Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.293.

Ryc.21. Odsetek zarejestrowanych bezrobotnych w ogólnej liczbie mieszkańców w wieku produkcyjnym gmin województwa zachodniopomorskiego, 2009



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych, 2009 w: Badanie ewaluacyjne pn. Ocena postępu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013

Zjawisko bezrobocia jest jednym z najistotniejszych problemów społecznych i gospodarczych. Powiat kołobrzeski przez ostatnie 20 lat podobnie jak i obecnie był jedynym powiatem ziemskim województwa gdzie nie wystąpiło zjawisko strukturalnego bezrobocia (poziom bezrobocia nigdy nie przekroczył średniej krajowej dla danego okresu). Dodatkową bardzo istotną cechą jest fakt iż jest to jedyny powiat gdzie stopa bezrobocia była porównywalna z trzema powiatami grodzkimi: Szczecinem, Koszalinem i Świnoujściem. Według danych GUS w Szczecinie w dniu 31 XII 2011 roku bezrobocie wynosiło odpowiednio 9,9 % (Szczecin), 10,9 % (Świnoujście), 11,2% (Koszalin) i 11,9% (powiat kołobrzeski). Poziom bezrobocia na koniec roku 2011 w powiecie kołobrzeskim był jednym z najniższych w województwie i najniższy wśród powiatów ziemskich regionu (ryc.22).

Ryc. 22. Stopa bezrobocia rejestrowanego w dniu 31.12.2011 w powiatach województwa zachodniopomorskiego.

Stopa bezrobocia rejestrowanego w 2011 r.

Stan w dniu 31 XII

Województwo: 17,5%

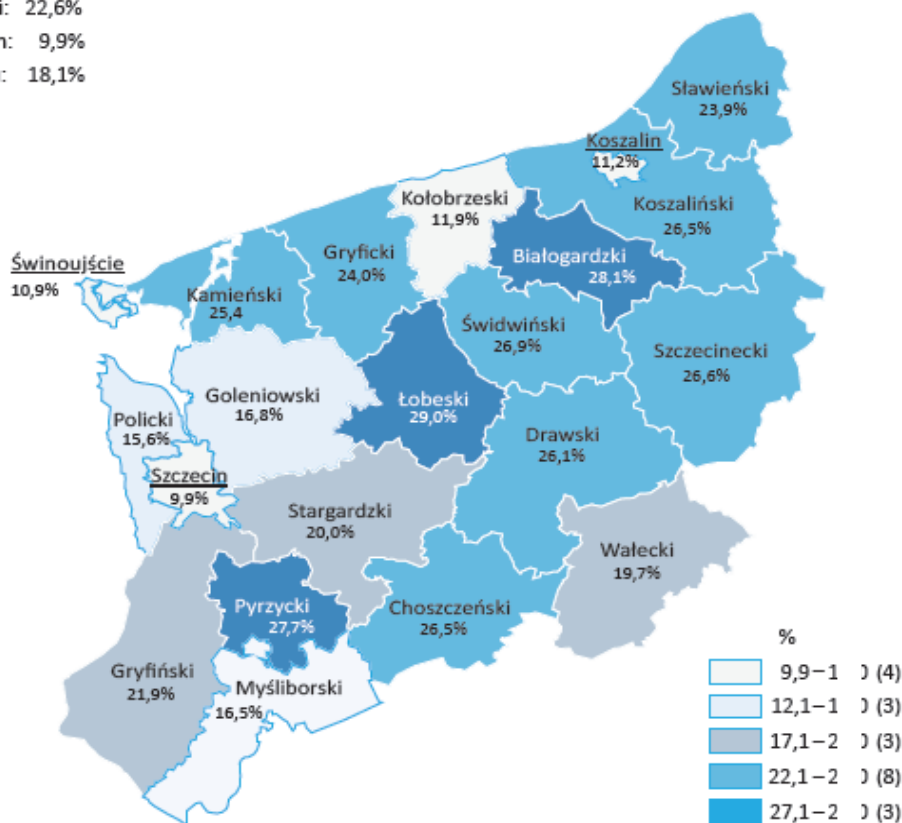
Podregiony:

koszaliński: 20,4%

stargardzki: 22,6%

m. Szczecin: 9,9%

szczeciński: 18,1%



Źródło: Bezrobocie rejestrowane w województwie zachodniopomorskim w 2011 roku, GUS, Szczeci..., 2012, s.1.

Stosunkowo niskie bezrobocie w powiecie kołobrzeskim przekłada się także na niewielkie spadki jego wielkości w ciągu całego 2011 roku. W ciągu 2011 roku stopa bezrobocia obniżyła się o ok. 1 % r/r wynosząc 11,9 %. Zmiany wielkości bezrobocia można analizować w zakresie wieloletnim jak i kwartalnym. Analizy kwartalne pozwalają zauważyć zmiany na rynku pracy wynikające z sezonowości, co jest szczególnie zauważalne zwłaszcza w powiecie kołobrzeskim (Tab.2.)

Ryc. 23. Zmiany bezrobocia rejestrowanego za okres 31 XII 2010 – 31 XII 2011 w powiatach województwa zachodniopomorskiego

Zmiany stopy bezrobocia rejestrowanego

Grudzień 2011 r. do grudnia 2010 r.

Województwo: -0,3 pkt proc.

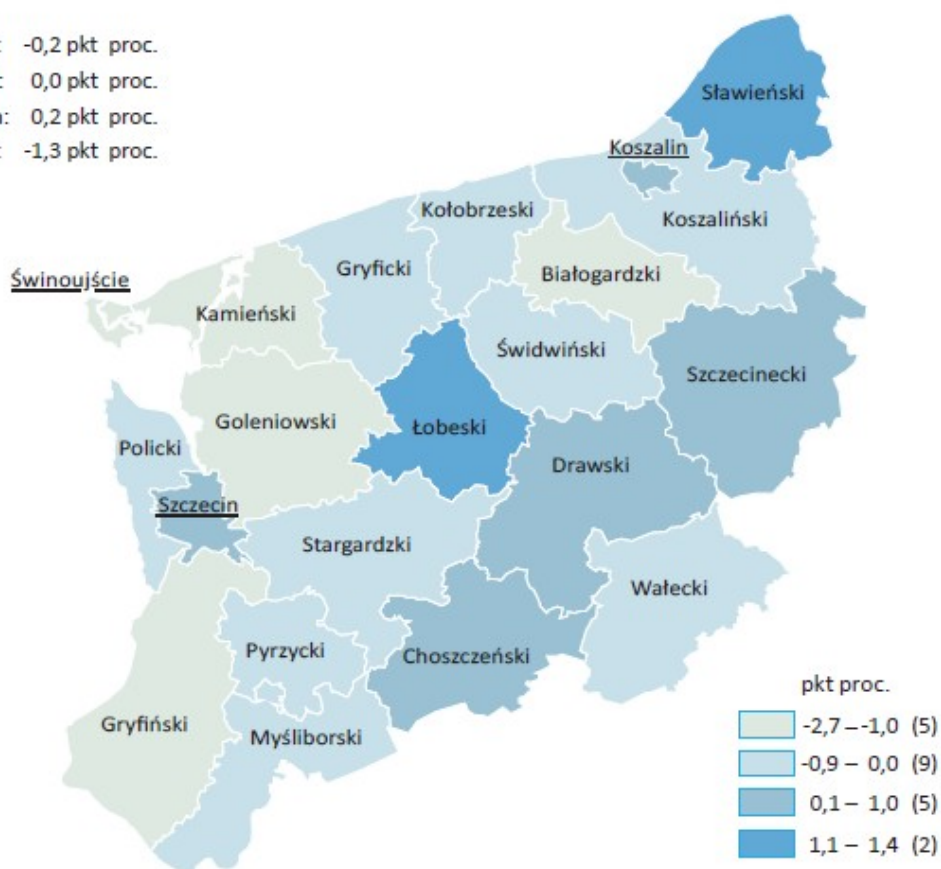
Podregiony:

koszaliński: -0,2 pkt proc.

stargardzki: 0,0 pkt proc.

m. Szczecin: 0,2 pkt proc.

szczeciński: -1,3 pkt proc.



Źródło: Bezrobocie rejestrowane w województwie zachodniopomorskim w 2011 roku, GUS, Szczecin, 2012, s.2.

Tab. 2. Liczba bezrobotnych rejestrowanych w gminach i miastach powiatu kołobrzckiego za 4 kwartały 2011 roku i ogólnie za I kwartał 2012

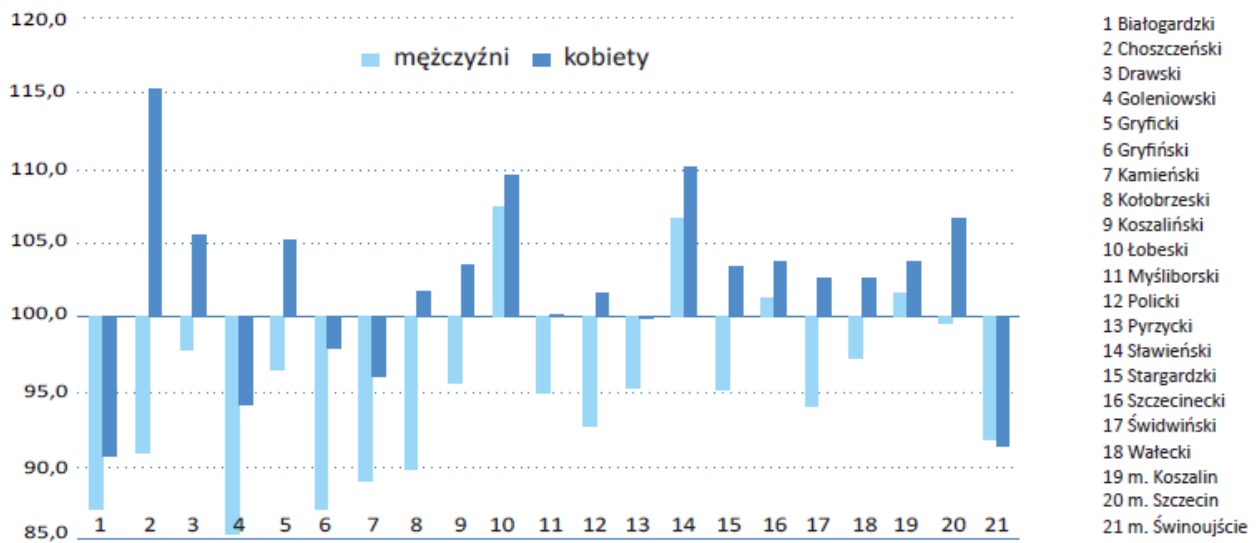
powiat	liczba bezrobotnych			liczba bezrobotnych			liczba bezrobotnych			liczba bezrobotnych			I.b.
miasto	I kwartał 2011			II kwartał 2011			III kwartał 2011			VI kwartał 2011			I kw.
gmina	og.	m	k	og.	m	k	og.	m	k	og.	m	k	2012
P. KOŁOBRZEG	4 181	2 185	1 996	2 940	1 550	1 390	3 010	1 509	1 501	3 507	1 733	1 774	4173
G. Dygowo	370	188	182	258	141	117	274	141	133	340	171	169	376
MG Gościno	290	145	145	187	76	111	180	71	109	211	92	119	287
Miasto Kołobrzeg	2 088	1 132	956	1 491	835	656	1 537	819	718	1 777	900	877	2 131
Gmina Kołobrzeg	463	238	225	295	145	150	314	146	168	418	204	214	540
G. Rymań	469	234	235	414	208	206	404	191	213	433	209	224	464
G. Siemysł	244	135	109	147	75	72	128	65	63	145	78	67	192
G. Ustronie Morsk	257	113	144	148	70	78	173	76	97	183	79	104	183

Źródło: Bezrobocie rejestrowane w województwie zachodniopomorskim w 2011 roku, GUS, Szczecin, 2012

Na podstawie tab.2 oraz ryc. 24 można zauważyć roczne i kwartalne zmiany wielkości bezrobocia wynikające z sezonowości zatrudnienia. Sezonowość dotyczy turystyki, gastronomii, budownictwa, handlu i rolnictwa. W czasie drugiego kwartału w stosunku do I kwartału nastąpił spadek liczby bezrobotnych o blisko 25%, natomiast po upływie kolejnych 2 kwartałów nastąpił ponowny ich wzrost o 25%. Mimo wzrostu bezrobocie było jednym z najniższych w regionie (ryc.25).

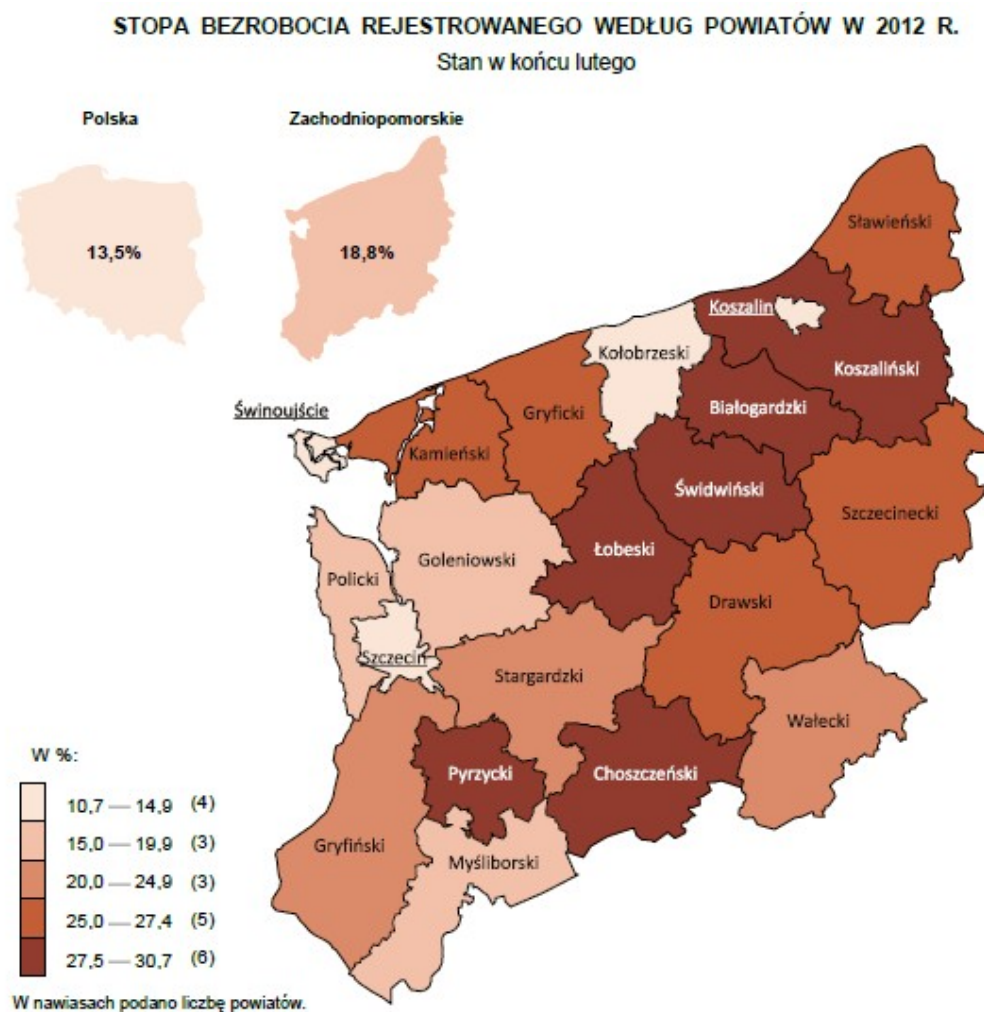
Ryc. 24. Dynamika liczby osób bezrobotnych za okres 31 XII 2010 – 31 XII 2011 w powiatach województwa zachodniopomorskiego

Dynamika liczby zarejestrowanych bezrobotnych według płci w 2011 r.
(2010 = 100)



Źródło: Bezrobocie rejestrowane w województwie zachodniopomorskim w 2011 roku, GUS, Szczecin, 2012, s.2.

Ryc. 25. Stopa bezrobocia rejestrowanego w II 2012 roku według powiatów województwa zachodniopomorskiego.



Źródło: Komunikat o sytuacji społeczno-gospodarczej województwa zachodniopomorskiego, luty 2012, GUS, Szczecin, s.5.

Charakterystyka gospodarcza powiatu kołobrzeskiego

Cechy fizyczno-geograficzne, struktura przestrzenna oraz walory turystyczno-uzdrowiskowe powiatu kołobrzeskiego mają bardzo istotny wpływ na prowadzenie działalności gospodarczej na tym terenie (tab. 3.). Spośród 13 551 podmiotów gospodarczych z terenu powiatu dominującą formą działalności jest sektor usług materialnych i niematerialnych reprezentowany przez działalność handlową i usługi motoryzacyjne (3 432 podmioty – 25,3 %), usługi związane z zakwaterowaniem i gastronomią (2 564 podmioty – 18,9%) oraz budownictwo (1 395 podmiotów – 10,3 %). Znaczącą rolę mają także: podmioty działające na rynku nieruchomości (815 – 6,0 %), transport i gospodarka magazynowa (791- 5,8 %), opieka zdrowotna i opieka społeczna (761 – 5,6 %), przetwórstwo przemysłowe (718 – 5,3 %), działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (703 – 5,2 %) oraz pozostała działalność usługowa (664 – 4,9 %). Najmniej podmiotów zajmuje się górnictwem (10), zaopatrzeniem w energię, gaz, wodę (15), gospodarką komunalną (34) oraz administracją, obroną narodową i zabezpieczeniami społecznymi (56). Stanowią one zaledwie 0,8 % podmiotów gospodarczych powiatu. Struktura gospodarcza powiatu w 2010 roku obejmowała:

- sektor I (rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo) – 301 podmiotów (2,22 %),
- sektor II (górnictwo i wydobywanie [10], przemysł [718], budownictwo [1 395]) – 2 123 podmioty (15,66 %),
- sektor III (usługi) – 11 127 podmioty (82,11 %).

Na terenie powiatu kołobrzeskiego w 2010 roku działało 6,15 % wszystkich podmiotów województwa. Wyższy udział procentowy niż średnia dla województwa Zachodniopomorskiego dotyczył następujących sekcji PKD 2007:

- sekcja I (działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi) – 19,10 %,
- sekcja B (górnictwo i wydobywanie) – 8,77 %,
- sekcja R (działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją) – 7,09 %,

Sekcje E, F, G, H, L, O i Q osiągnęły udziały w przedziale pow. 4,67 % do 6,4 %, mieszcząc się w zakresie od 75 do 100 % średniej dla województwa. Są to zatem sekcje reprezentowane na względnie wysokim poziomie w skali całego powiatu, przy czym część z nich jest nadreprezentowana w poszczególnych gminach lub mieście Kołobrzeg (tab.3).

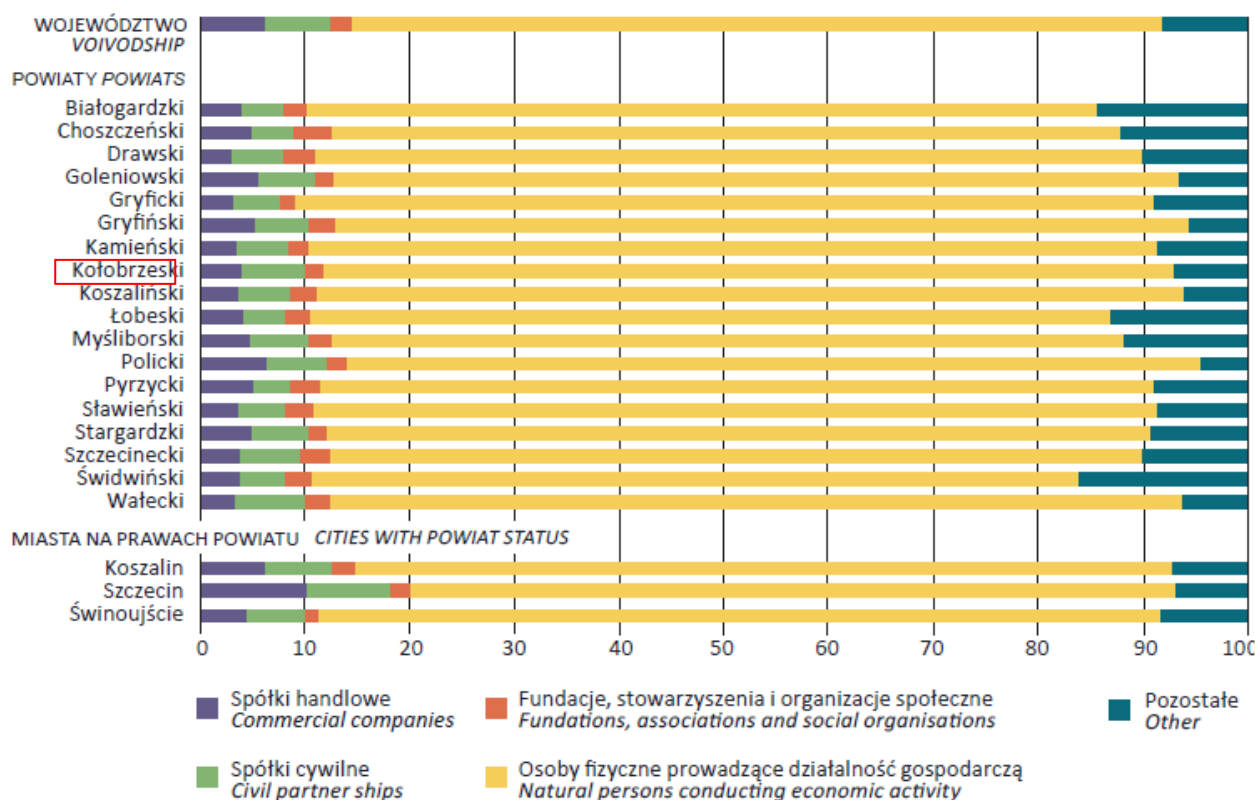
Powiat kołobrzeski pod względem struktury podmioty gospodarki narodowej według form prawnych nie wyróżnia się istotnie na tle województwa Zachodniopomorskiego (ryc.26), natomiast istotna różnica dotyczy liczby pracujących według form działalności gospodarczej (ryc.27). Powiat kołobrzeski obok polickiego w 2010 roku miał najniższy w województwie odsetek zatrudnionych w rolnictwie, leśnictwie, łowiectwie i rybactwie (12 %), natomiast zatrudnienie w przemyśle i budownictwie na poziomie ok. 23 % było jednym z niższych w województwie. Zatrudnienie w usługach na poziomie 65 % jest najlepszym wynikiem wśród powiatów ziemskich, przy czym powiat grodzki Koszalin osiągnął wynik 69 %, natomiast miasta Szczecin i Świnoujście osiągnęły 79 i 78 %. Powiat cechuje wysoka liczba podmiotów gospodarczych na 1000 mieszkańców (ryc.28 i 29).

Tab. 3. Struktura podmiotów gospodarki narodowej wg rejestru REGON, sekcji PKD 2007 w powiecie i gminach powiatu Kołobrzeskiego w 2010 roku

	Miasto Kołobrzeg		Gmina Kołobrzeg		Gmina Ustronie Morskie		Gmina Gościno		Gmina Dygów o		Gmina Rymań		Gmina Siemysł		Powiat ogółem		Województwo Zachodnio- pomorskie
	og	%	og	%	og	%	og	%	og	%	og	%	og	%	og	%	
Ogółem	9052	4,11	1720	0,78	1050	0,48	535	0,24	475	0,22	332	0,15	314	0,14	13551	6,15	220404
Sekcja A - Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo	126	2,08	52	0,86	19	0,31	27	0,45	22	0,36	29	0,48	22	0,36	301	4,97	6054
Sekcja B - Górnictwo i wydobywanie	3	2,63	2	1,75	0	0,00	0	0,00	3	2,63	0	0,00	2	1,75	10	8,77	114
Sekcja C - Przetwórstwo przemysłowe	414	2,38	104	0,60	36	0,21	62	0,36	38	0,22	33	0,19	23	0,13	718	4,12	17408
Sekcja D - wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych	11	2,46	3	0,67	1	0,22	0	0,00	0	0,00	1	0,22	0	0,00	15	3,35	448
Sekcja E - dostawa wody, gospodarowanie ściekami oraz działalność związana z rekultywacją	21	3,57	2	0,34	5	0,85	3	0,51	0	0,00	3	0,51	0	0,00	34	5,78	588
Sekcja F - Budownictwo	828	2,97	182	0,65	74	0,27	95	0,34	91	0,33	55	0,20	55	0,20	1395	5,00	27876
Sekcja G - Handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle	2381	4,19	360	0,63	222	0,39	149	0,26	140	0,25	95	0,17	80	0,14	3432	6,04	56821
Sekcja H - Transport i gospodarka magazynowa	545	3,59	88	0,58	34	0,22	39	0,26	38	0,25	17	0,11	22	0,14	791	5,20	15201
Sekcja I - Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	1401	10,44	565	4,21	511	3,81	26	0,19	28	0,21	18	0,13	15	0,11	2564	19,10	13423
Sekcja J - Informacja i komunikacja	134	3,58	9	0,24	2	0,05	5	0,13	5	0,13	2	0,05	7	0,19	175	4,67	3745
Sekcja K - Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	249	3,59	29	0,42	11	0,16	21	0,30	20	0,29	6	0,09	13	0,19	345	4,98	6932
Sekcja L - Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości	726	5,01	27	0,19	9	0,06	9	0,06	2	0,01	22	0,15	2	0,01	815	5,63	14488
Sekcja M - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	548	3,41	74	0,46	22	0,14	19	0,12	17	0,11	5	0,03	9	0,06	703	4,37	16088
Sekcja N - Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca	205	3,46	26	0,44	14	0,24	6	0,10	11	0,19	4	0,07	6	0,10	268	4,52	5932
Sekcja O - Administracja publiczna i obrona narodowa, obowiązkowe zabezpieczenia społeczne	22	2,10	5	0,48	5	0,48	6	0,57	7	0,67	6	0,57	5	0,48	56	5,34	1048
Sekcja P - Edukacja	185	3,46	11	0,21	5	0,09	15	0,28	9	0,17	8	0,15	6	0,11	241	4,50	5350
Sekcja Q - Opieka zdrowotna i opieka społeczna	575	4,45	89	0,69	25	0,19	21	0,16	19	0,15	12	0,09	19	0,15	761	5,89	12924
Sekcja R - Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	196	5,29	26	0,70	20	0,54	10	0,27	2	0,05	6	0,16	6	0,16	263	7,09	3707
Sekcja S - Pozostała działalność usługowa	482	3,94	66	0,54	35	0,29	22	0,18	23	0,19	10	0,08	22	0,18	664	5,42	12241
Sekcja T - Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników, gospodarstwa domowe produkujące wyroby i świadczące usługi na własne potrzeby	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	9
Sekcja U - Organizacje i zespoły eksterytorialne	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	7
Ogółem	9052	4,11	1720	0,78	1050	0,48	535	0,24	475	0,22	332	0,15	314	0,14	13551	6,15	220404
0 - 9 zatrudnionych	8825	4,16	1675	0,79	1037	0,49	515	0,24	458	0,22	315	0,15	301	0,14	13126	6,19	211972
10 - 49 zatrudnionych	246	3,56	40	0,58	12	0,17	16	0,23	15	0,22	16	0,23	13	0,19	358	5,18	6912
50 - 249 zatrudnionych	49	3,61	5	0,37	0	0,00	4	0,29	2	0,15	1	0,07	0	0,00	61	4,49	1358
250 - 999 zatrudnionych	5	3,57	0	0,00	1	0,71	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	6	4,29	140
1000 i więcej zatrudnionych	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	22

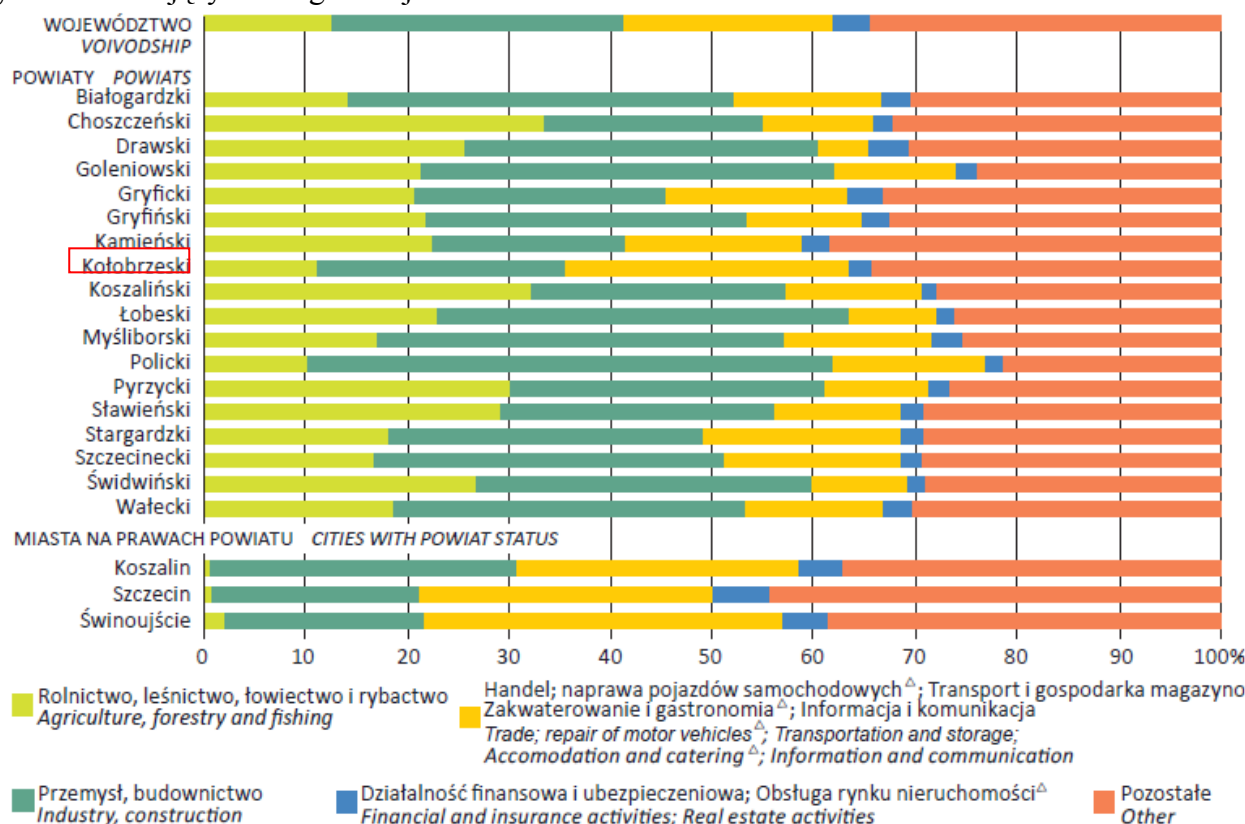
Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS, 2010, opracowanie własne. (Skala w % w stosunku do powiatu lub województwa: powyżej 100%, od 75 % do 100 %, od 50% do 75 %, poniżej 50 %)

Ryc. 26. Podmioty gospodarki narodowej według form prawnych w 2010 roku



Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.298.

Ryc. 27 .Pracujący według rodzajów działalności w 2010 roku



^Δ Według faktycznego miejsca pracy i rodzaju działalności; bez podmiotów gospodarczych o liczbie pracujących do 9 osób; z pracującymi w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie (dane szacunkowe).

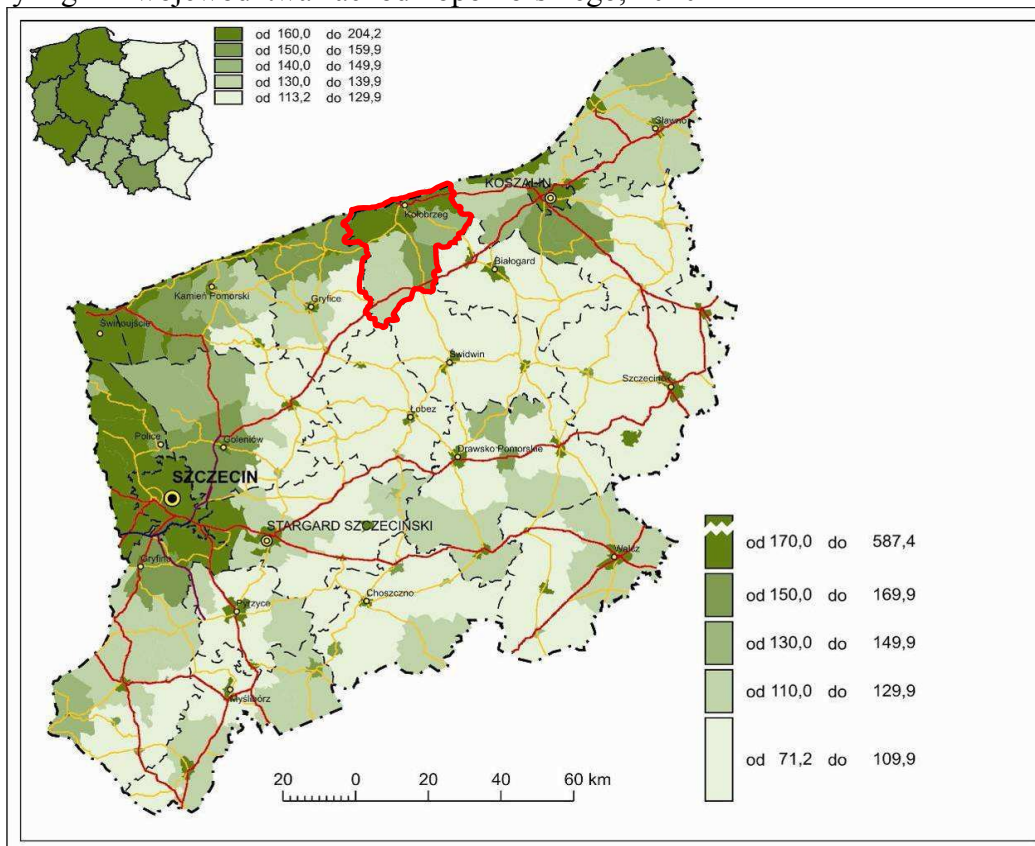
Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.292.

Ryc. 28. Podmioty gospodarki narodowej na 1000 ludności w 2010 roku



Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.299.

Ryc. 29. Liczba podmiotów gospodarczych REGON na 1000 mieszkańców w wieku produkcyjnym gmin województwa zachodniopomorskiego, 2010

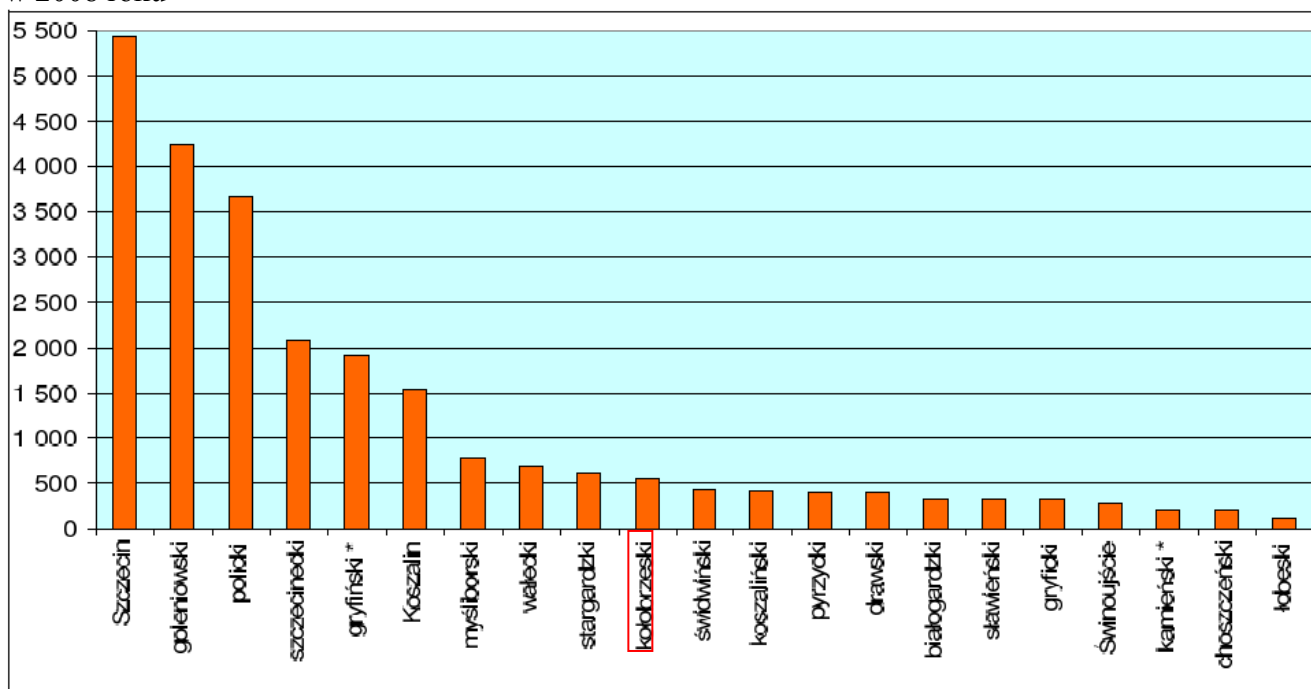


Źródło: Opracowanie na podstawie Banku Danych Lokalnych, 2010 w: Badanie ewaluacyjne pn. Ocena postępu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013

Istotną rolę w ocenie sytuacji gospodarczej i ekonomicznej powiatu kołobrzeskiego pełni także skala (ryc.30) i rozmieszczenie prowadzonej działalności przemysłowej z uwzględnieniem liczby zatrudnionych (ryc. 31).

Powiat kołobrzeski na tle powiatów województwa zachodniopomorskiego w 2008 roku pod względem wielkości produkcji sprzedanej zajmował 10 miejsce osiągając poziom ok. 550 mln zł, ustępując minimalnie powiatom stargardzkiemu (ok. 600 mln zł), wałeckiemu (ok. 700 mln zł) i myśliborskiemu (800 mln zł). Wyprzedziły go także średnio uprzemysłowione powiaty: miasto Koszalin (1 550 mln zł), gryfiński (1 900 mln zł) i szczecinecki (2 100 mln zł). Dla porównania najsilniej uprzemysłowione były powiaty: policki (3 700 mln zł), goleniowski (4 300 mln zł) i miasto Szczecin (5 450 mln zł). Mając na uwadze turystyczno-uzdrowiskowy charakter powiatu kołobrzeskiego, można uznać potencjał przemysłowy tego powiatu za dość znaczący (ryc.30).

Ryc.30. Produkcja sprzedana przemysłu wg powiatów województwa zachodniopomorskiego w mln zł w 2008 roku



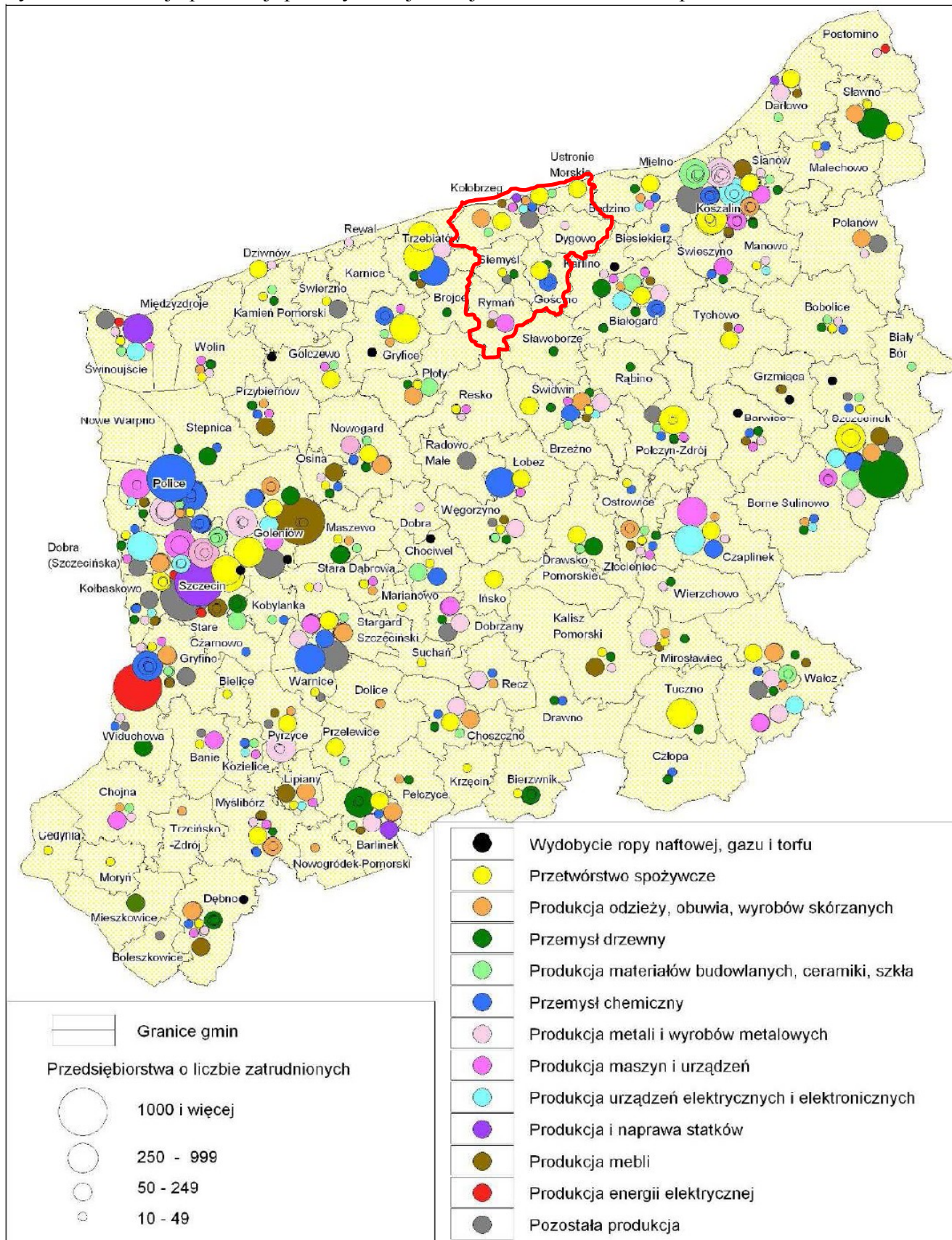
Źródło: Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Zachodniopomorskiego, s. 93

Istotna jest także lokalizacja produkcji przemysłowej oraz jej struktura pod względem liczby zatrudnionych na tle gmin województwa zachodniopomorskiego (ryc. 31).

Powiat kołobrzeski cechuje znaczne rozdrobnienie działających podmiotów gospodarczych o charakterze przemysłowym. Według stanu na 2008 rok działało tu 18 małych przedsiębiorstw zatrudniających od 9 do 49 osób, oraz 8 przedsiębiorstw zatrudniających od 50 do 249 pracowników. Według danych GUS w gminie Ustronie Morskie w 2010 roku działało 1 przedsiębiorstwo branży spożywczej zatrudniające od 250 do 999 osób. Branże reprezentowane przez przemysł powiatu kołobrzeskiego to: spożywczy, chemiczny, odzieżowy, maszynowy i pozostały. Działają tu także niewielkie zakłady przemysłu: elektronicznego i elektrycznego, materiałów budowlanych, budowy

statków, produkcji mebli i przemysłu drzewnego (ryc.31). Na uwagę zasługuje znacząca koncentracja przemysłu w położonej na zachód od Kołobrzegu gminie i mieście Trzebiatów, gdzie w 2008 roku działały 3 duże przedsiębiorstwa przemysłowe zatrudniające od 250 do 999 osób (ryc.31).

Ryc.31.Lokalizacja produkcji przemysłowej w województwie zachodniopomorskim w 2008 roku



Źródło: Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Zachodniopomorskiego, s. 94

Istotną rolę w gospodarce powiatu kołobrzeskiego pełni budownictwo a zwłaszcza budownictwo mieszkaniowe. Potencjał tego sektora gospodarki można mierzyć zarówno ilością firm i średnim zatrudnieniem jak i efektami działalności, czyli ilością oddanych mieszkań do użytkowania. Istotną informacją są także zasoby mieszkaniowe już istniejące oraz tempo ich wzrostu.

Powiat kołobrzeski dysponuje bardzo dużymi zasobami mieszkaniowymi w stosunku do potencjału ludnościowego. Przy zaludnieniu wynoszącym na koniec 2010 roku 77 244 mieszkańców (4 miejsce w województwie - po Szczecinie, Koszalinie i powiecie stargardzkim) zasoby mieszkaniowe osiągnęły 30 776 mieszkań z 115 469 izb (4 miejsce w województwie - po Szczecinie, Koszalinie i powiecie stargardzkim). Powierzchnia użytkowa mieszkań w 2010 roku w powiecie kołobrzeskim wyniosła już 2 250 200 m² (Szczecin – 9 919 600 m², Koszalin – 2 606 100 m², powiat stargardzki – 2 570 200 m², Świnoujście – 1 092 100 m²). W roku 2011 w powiecie przybyło kolejne 361 mieszkań o powierzchni 37 892 m². Porównywalnie dla Szczecina w 2011 roku wzrost wyniósł 1 804 lokale (141 794 m²), w Koszalinie 408 mieszkań (35 118 m²), powiecie koszalińskim 304 (38 523 m²), powiecie stargardzkim 360 lokali (35 803 m²) a w Świnoujściu 136 mieszkań (10 136 m²). Na uwagę zasługuje także powiat policki ze znacznie mniejszymi zasobami mieszkaniowymi (1 942 800 m²) ale z dużym przyrostem w 2011 roku wynoszącym 797 mieszkań (82 479 m²) co wynika z procesów aglomeracyjnych sąsiedztwa Szczecina oraz powiat koszaliński gdzie przyrosty wynikają głównie z rozbudowy miejscowości nadmorskich (gmina Mielno).

Powiat kołobrzeski w 2010 roku dysponował dużymi zasobami mieszkaniowymi zarówno ogółem jak i na 1000 mieszkańców (ryc. 32), a także osiąga znaczące wyniki pod względem liczby oddawanych mieszkań na 1000 mieszkańców oraz ich przeciętnej powierzchni (ryc.33).

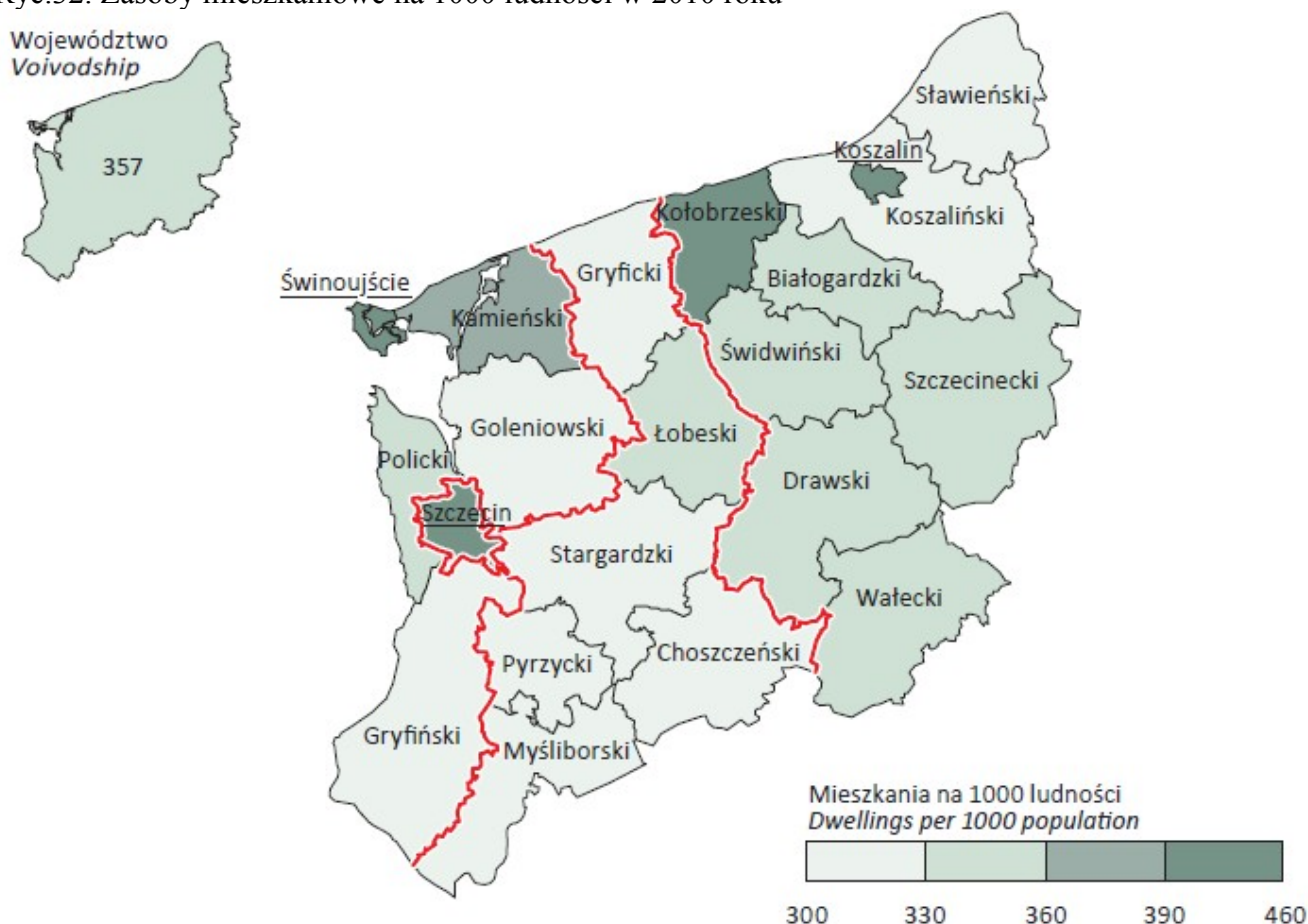
Podsumowując dane cząstkowe dostępne dla 2011 roku można zauważyć, że mimo spadku liczby oddawanych mieszkań powiat kołobrzeski utrzymuje wysoką pozycję w przyroście zasobów mieszkaniowych województwa. Dotyczy to ogólnej liczby mieszkań jak i ich powierzchni użytkowej.

Perspektywicznie, jeśli rozbudowa zasobów mieszkaniowych powiatu kołobrzeskiego będzie intensywnie kontynuowana możliwe jest osiągnięcie poziomu zasobów mieszkaniowych większych od miasta Koszalin i powiatu stargardzkiego oraz awans pod tym względem na 2 miejsce w województwie zachodniopomorskim zaraz po Szczecinie.

Tak duże zasoby mieszkaniowe na koniec 2011 roku (31 137 mieszkań) to także pole dla działania dla 828 podmiotów gospodarczych związanych z budownictwem działających na obszarze powiatu kołobrzeskiego.

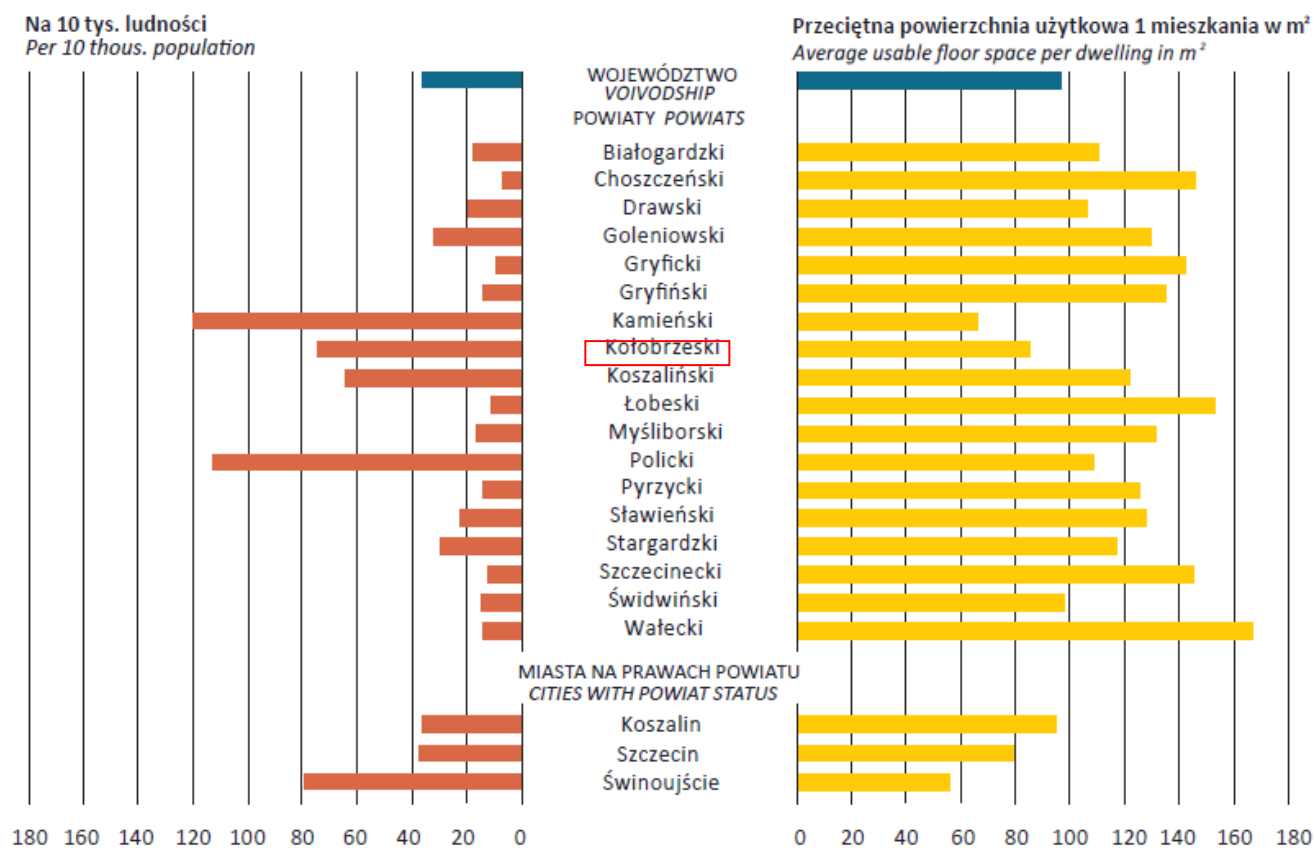
Główną przyczyną tak dużego potencjału mieszkaniowego powiatu kołobrzeskiego jest intensywny rozwój miasta Kołobrzeg oraz postępujące procesy aglomeracyjne na terenie gminy Kołobrzeg. Pas nadmorski powiatu (miasto Kołobrzeg oraz gminy Kołobrzeg i Ustronie Morskie) to obszar intensywnego rozwoju funkcji turystycznych a także związanych z nimi funkcji mieszkaniowych i noclegowych.

Ryc.32. Zasoby mieszkaniowe na 1000 ludności w 2010 roku



Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.294.

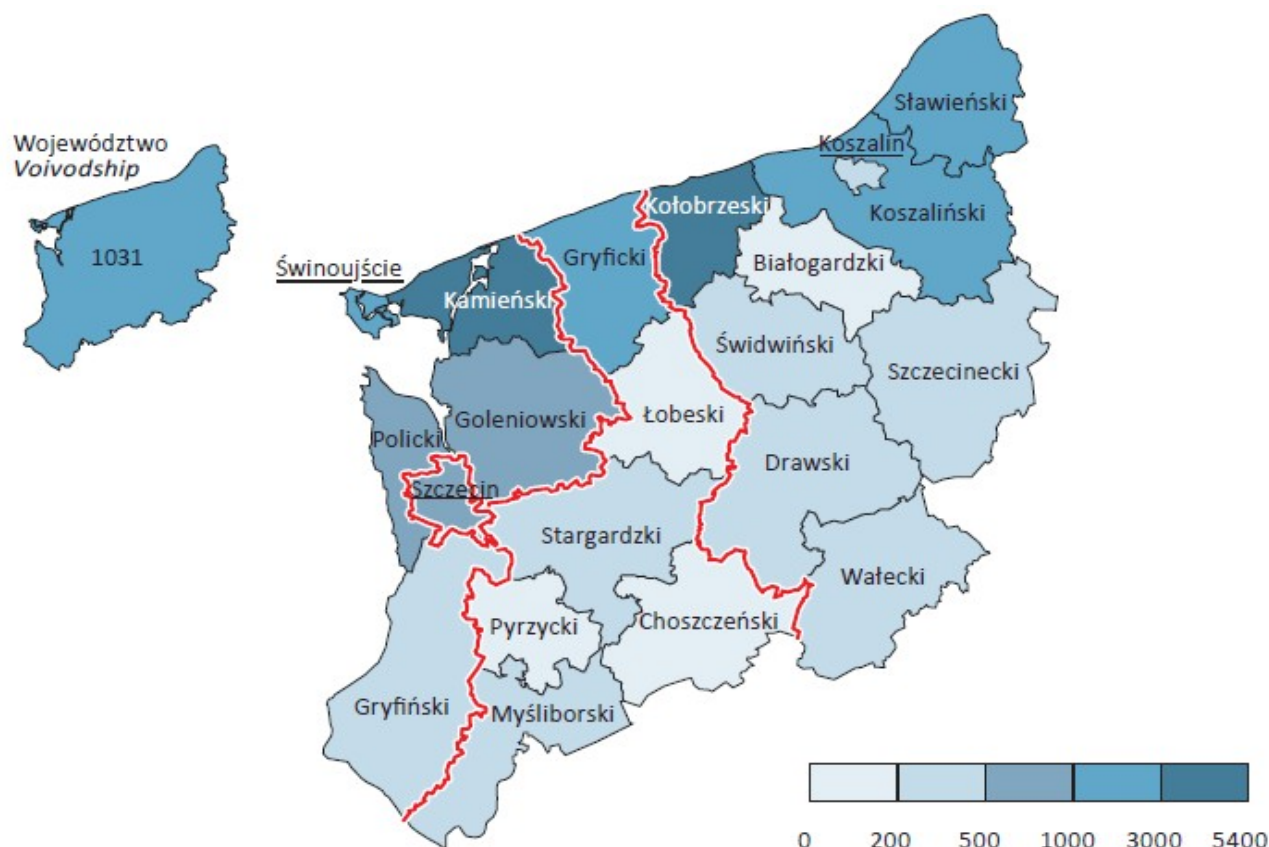
Ryc.33. Mieszkania oddane do użytkowania w 2010 roku



Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.294.

Powiat kołobrzeski to także jeden z najważniejszych w Polsce obszarów rozwoju turystyki uzdrowiskowej i wypoczynkowej, zarówno w ruchu krajowym jak i zagranicznym. Według danych GUS w 2010 roku działało tu 128 obiektów noclegowych dysponujących liczbą 23 343 miejsc noclegowych sezonowych (21,9 % województwa) w tym 12 809 miejsc całorocznych (27,4 % województwa). Pod względem liczby turystów odwiedzających powiat kołobrzeski jest jednym z czołowych powiatów w kraju, a na tle województwa zajmuje pierwsze miejsce. Powiat odwiedziło 410 242 turystów ogółem (23,5 % województwa) natomiast liczba turystów zagranicznych wyniosła 117 984 (2 wynik po Szczecinie w województwie – 31,2 % województwa). W 2010 roku udzielono tu także 3 188 614 noclegów ogółem (33,8 % województwa) natomiast dla turystów zagranicznych wielkość ta wyniosła aż 908 347 (45,2 % województwa). W turystyce krajowej powiat kołobrzeski koncentruje ok. ¼ potencjału województwa natomiast w turystyce międzynarodowej udział ten osiągnął 1/3 potencjału województwa. „Praca noclegowa” sektora turystycznego mierzona liczbą „osobonoclegów” za sprawą koncentracji całorocznej działalności uzdrowiskowej osiągnęła jeszcze wyższy poziom koncentracji gdyż w turystyce krajowej mamy tu kumulację aż 1/3 potencjału województwa natomiast w turystyce zagranicznej udział ten jest bliski 50 % potencjału całego województwa. Bardzo wysoki rozwój sektora turystycznego ma również swoje potwierdzenie w liczbie korzystających z noclegów na 1000 ludności (ryc.34).

Ryc.34. Korzystający z noclegów w turystycznych obiektach zbiorowego zakwaterowania na 1000 ludności w 2010 roku



Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.295.

Potwierdza to także raport Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową pt: „Opracowanie koncepcji funkcjonalnej klastra (inicjatywy klastrowej) w zakresie turystyki uzdrowiskowej” gdzie szacuje się, że sektor uzdrowiskowy województwa w 2009 roku generował przychody z eksportu rzędu 131,4 mln \$ czyli ok. 410 mln zł. (przy kursie 3,12 zł/1\$ i średnich wydatkach turysty zagranicznego na poziomie 74 \$). Analizując wspomniany raport i jego metodologię oraz dane statystyczne GUS można pokusić się o oszacowanie potencjału turystycznego powiatu kołobrzeskiego w turystyce ogółem i w eksporcie. Do tego celu można wykorzystać także inne opracowanie pt: „Kołobrzeg, czy już „Majorka Północy? – Badanie dotyczące opinii turystów przyjeżdżających do Kołobrzegu”. W dokumencie tym oszacowano wydatkiienne turystów przebywających w Kołobrzegu w 2010 i 2011 roku :

„Analizie zostały poddane także przybliżone kwoty do wydania przez turystów w trakcie pobytu w Kołobrzegu w przeliczeniu na 1 osobę na 1 dzień pobytu w złotówkach. Kwoty podawane przez zagranicznych respondentów w euro zostały przeliczone wg średniomiesięcznego kursu tej waluty. Turyści polscy w 2010 roku mieli do wydania średnio 146,08 zł dziennie, a w 2011 już 152,73 zł dziennie, licząc w tym ewentualny nocleg oraz wszelkie inne koszty. ¼ turystów polskich dysponowała budżetem dziennym mniejszym bądź równym 42,86 zł (w 2010 roku było to aż 61,25 zł), a kolejna ¼ polskich turystów dysponowała budżetem dziennym większym, niż 214,29 zł (dla porównania w roku 2010 była to kwota wielkości 150 zł). Analogicznie turyści zagraniczni dysponowali w 2010 roku średnią kwotą na dzień w wysokości 249,79 zł, podczas gdy w 2011 – 431,47 zł. ¼ badanych z tej kategorii dziennie mogła sobie pozwolić na wydatki mniejsze bądź równe kwocie 221 zł (w 2010 roku było to 142,4 zł), a kolejna ¼ turystów zagranicznych na wydatki w kwocie powyżej 632,23 zł (dla porównania w 2010 roku była to kwota niemal dwukrotnie niższa - 341,76 zł).

W interpretacji tego typu wyliczeń związanych z finansami należy zachować pewną ostrożność. Wynika to z faktu, że turyści pod względem charakteru pobytu (forma organizacji pobytu, liczba osób towarzyszących, rodzaj miejsca noclegowego) i co za tym idzie, rodzaju kosztów, byli bardzo zróżnicowani, co więcej stosunkowo często odmawiali podania konkretnych kwot. Wynikało to z faktu, że dla wielu osób pytania dotyczące sytuacji majątkowej mają drażliwy charakter, co znalazło swoje odzwierciedlenie także w wynikach badania.” Źródło: Badanie opinii turystów.... Poznań, 2011.

Występuje poważna trudność w określeniu faktycznego potencjału gospodarczego sektora turystycznego, gdyż brak jest danych szczegółowych nie tylko dla PKB poszczególnych powiatów ale również występują bardzo znaczące niedoszacowania działającej bazy noclegowej. Dane GUS dotyczące turystyki obejmują tzw. obiekty zbiorowego zakwaterowania. W 2010 roku według danych GUS na terenie powiatu kołobrzeskiego działało 128 obiektów noclegowych w tym 72 całoroczne. Wśród nich wykazano działalność: 14 hoteli, 1 motel, 7 pensjonatów, 6 innych obiektów hotelowych, 2 szkolne schroniska młodzieżowe, 49 ośrodków wczasowych, 3 ośrodki kolonijne, 6 ośrodków szkoleniowo-wypoczynkowych, 1 hostel, 4 zespoły domków turystycznych, 4 kempingi, 24 zakłady

uzdrowiskowe, 7 pozostałych obiektów niesklasyfikowanych. Według danych GUS w powiecie w 2010 roku nie było następujących obiektów turystycznych: pokoje gościnne, kwatery agroturystyczne, pól biwakowych, domów pracy twórczej, ośrodków wypoczynku niedzielny i świąteczny, domów wycieczkowych i schronisk młodzieżowych. Dane GUS obejmują zatem jedynie obiekty duże, w większości działające przez cały rok i zgłaszane do właściwego urzędu statystycznego. Na tej podstawie oszacowano „oficjalną” wartość usług turystycznych powiatu kołobrzeskiego bez pokoi gościnnych, kwater prywatnych, apartamentów i części pensjonatów (tab.4).

Tab.4.

Szacunkowa wartość usług sektora turystycznego powiatu kołobrzeskiego na podstawie danych GUS i badań wydatków turystów w latach 2010 i 2011

Podsumowanie wydatków turystów w latach 2010 i 2011					
		Wydatki turysty krajowego w 2010 roku	Wydatki turysty zagranicznego w 2010 roku wg kursu walutowego 3,9872	Wydatki turysty krajowego w 2011 roku	Wydatki turysty zagranicznego w 2011 roku wg kursu walutowego 4,1232
w złotych		146,08 zł	249,79 zł	152,73 zł	431,47 zł
w euro		36,63 €	62,64 €	37,04 €	104,64 €
Udzielone noclegi turystom krajowym w 2010 roku	2280267	333 101 403,36 zł			
		83 526 180,21 €			
Udzielone noclegi turystom zagranicznym w 2010 roku	908347		226 895 997,13 zł		
			56 898 856,08 €		
Udzielone noclegi ogółem w 2010 roku	3188614	333 101 403,36 zł	226 895 997,13 zł		
		83 526 180,21 €	56 898 856,08 €		
Szacunkowe udzielone noclegi turystom krajowym w 2011 roku (ogólny wzrost w województwie o 5,1%)	2495327			381 111 338,99 zł	
				92 426 923,30 €	
Szacunkowe udzielone noclegi turystom zagranicznym w 2010 roku (ogólny wzrost w województwie o 11,3%)	954673				411 912 628,57 zł
					99 896 951,01 €
udzielone noclegi ogółem w 2011 roku	3450000			381 111 338,99 zł	411 912 628,57 zł
				92 426 923,30 €	99 896 951,01 €
		ROK 2010		ROK 2011	
TURYŚCI KRAJOWI		333 101 403,36 zł		381 111 338,99 zł	
		83 526 180,21 €		92 426 923,30 €	
TURYŚCI ZAGRANICZNI		226 895 997,13 zł		411 912 628,57 zł	
		56 898 856,08 €		99 896 951,01 €	
TURYŚCI OGÓŁEM		559 997 400,49 zł		793 023 967,56 zł	
		140 425 036,29 €		192 323 874,32 €	

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS oraz opracowania pt: "Kołobrzeg czy już Majorka...", Poznań 2011.

Na terenie powiatu kołobrzeskiego oprócz miasta Kołobrzeg bardzo rozbudowaną bazą noclegową cechują się miejscowości: Dźwirzyno (ok. 15 000 miejsc), Grzybowo (ok. 7 500 miejsc), Sianożęty (ok. 6 500 miejsc), Ustronie Morskie (ok. 15 000 miejsc), Wieniotowo (ok. 500 miejsc), inne miejscowości (ok. 500 miejsc). Wliczając do tego ok. 47 000 miejsc w samym mieście Kołobrzeg można stwierdzić, że na terenie powiatu działało w 2011 roku łącznie ok. 93 000 miejsc noclegowych (wg badań M. Miedzińskiego), czyli 4 razy więcej niż wynoszą oficjalne dane GUS (23 343 miejsca).

Należy także zauważyć iż w absolutnej większości przypadków tzw. nadwyżka liczby łóżek (ok. 70 000) wynikająca z badań sektora turystycznego, dotyczy bardzo dużej liczby drobnych obiektów sezonowych, małych kwater prywatnych, pokoi gościnnych, apartamentów, samodzielnych mieszkań do wynajęcia, a także prywatnych miejsc zakwaterowania czynnych jedynie przez okres wakacyjny (lipiec-sierpień) i świąteczny (np. weekend majowy). Generalnie średnie obłożenie tej bazy można szacować na poziomie ok. 50 dni w roku, czyli te 70 000 miejsc może generować ok. 3 500 000 osobonoclegów. W absolutnej większości w bazie tej wypoczywali turyści krajowi dysponujący zgodnie z badaniami ruchu turystycznego w Kołobrzegu wydatkami w granicach około lub poniżej 146,08 zł w 2010 roku i około lub poniżej 152,73 zł w 2011 roku. Można zatem stwierdzić, że górna granica ogólnej wielkości sprzedanych usług turystycznych w tej (nieoficjalnej) i nie zgłaszanej do GUS (ale wynikającej z badań własnych autora opracowania) części bazy noclegowej wyniosła w 2010 roku ok. 511 280 000 zł, a w roku 2011 ok. 561 817 305 zł.

Podsumowując ogólny potencjał gospodarki turystycznej powiatu kołobrzeskiego należy stwierdzić, że działają tu 2 odmiany sektora turystycznego:

- pierwsza jako „duża” i zgłaszana baza noclegowa i towarzysząca generująca łącznie w latach 2010 i 2011 po ok. 560 mln zł i 793 mln zł sprzedaży usług turystycznych,
- druga jako „drobna” i „mała” częściowo nie zgłaszana baza noclegowa i towarzysząca generująca łącznie w latach 2010 i 2011 odpowiednio po ok. 511,3 mln zł i 562 mln zł sprzedaży usług turystycznych.

Zatem sektor turystyczny w powiecie kołobrzeskim osiągnął łączną szacowaną sprzedaż usług w roku 2010 na poziomie ok. 1 071 mln zł, a w roku 2011 ok. 1 354 mln zł, w tym eksport na rzecz turystów zagranicznych osiągnął poziom ok. 227 mln zł w 2010 roku i ok. 412 mln zł w roku 2011 (tak duża różnica wynika z kursu walutowego oraz otwarcia kilku dużych 4 i 5* hoteli w Kołobrzegu, gdzie głównie przebywali turyści zagraniczni). Udział eksportu branży turystycznej można szacować na poziomie od ¼ do 1/3 całego potencjału turystycznego.

Potwierdzeniem jest również ranking powiatów i miast na prawach powiatu według liczby udzielonych noclegów (według GUS) w 2011 roku gdzie powiat kołobrzeski zajął 2 miejsce (tab.5).

Sektor turystyczny powiatu jest zatem wizerunkowo, funkcjonalnie, ekonomicznie i społecznie najważniejszą częścią gospodarki, tworzy największą liczbę miejsc pracy i wytwarza największą część dochodów, stanowiąc podstawę ekonomiczną i społeczną funkcjonowania powiatu Kołobrzeskiego.

Tab.5

Ranking powiatów i miast na prawach powiatu (górny decyl) według liczby udzielonych noclegów w obiektach zbiorowego zakwaterowania w 2011 roku

Powiaty i miasta na prawach powiatu	Województwo	Lokata	Liczba udzielonych noclegów (w mln)
m. Warszawa	mazowieckie	1	4,13
pow. kołobrzeski	zachodniopomorskie	2	3,45
m. Kraków	małopolskie	3	3,41
pow. cieszyński	śląskie	4	1,68
pow. tatrzański	małopolskie	5	1,61
pow. nowosądecki	małopolskie	6	1,47
m. Wrocław	dolnośląskie	7	1,33
pow. jeleniogórski	dolnośląskie	8	1,31
pow. kamieński	zachodniopomorskie	9	1,26
m. Gdańsk	pomorskie	10	1,24
pow. gryficki	zachodniopomorskie	11	1,07
m. Poznań	wielkopolskie	12	1,02
pow. pucki	pomorskie	13	0,99
m. Świnoujście	zachodniopomorskie	14	0,97
pow. aleksandrowski	kujawsko-pomorskie	15	0,94
pow. sławieński	zachodniopomorskie	16	0,92
pow. koszaliński	zachodniopomorskie	17	0,88
pow. słupski	pomorskie	18	0,81
pow. kłodzki	dolnośląskie	19	0,81
pow. nowotarski	małopolskie	20	0,71
m. Szczecin	zachodniopomorskie	21	0,70
m. Łódź	łódzkie	22	0,64
pow. leski	podkarpackie	23	0,60
pow. puławski	lubelskie	24	0,59
m. Sopot	pomorskie	25	0,57
pow. buski	świętokrzyskie	26	0,54
pow. mrągowski	warmińsko-mazurskie	27	0,51
pow. lęborski	pomorskie	28	0,48
pow. inowrocławski	kujawsko-pomorskie	29	0,48
m. Katowice	śląskie	30	0,41
pow. lubański	dolnośląskie	31	0,41
pow. nowodworski	pomorskie	32	0,39
pow. krośnieński	podkarpackie	33	0,38
m. Toruń	kujawsko-pomorskie	34	0,37
pow. bielski	śląskie	35	0,33
m. Olsztyn	warmińsko-mazurskie	36	0,32
m. Lublin	lubelskie	37	0,31
pow. poznański	wielkopolskie	38	0,30

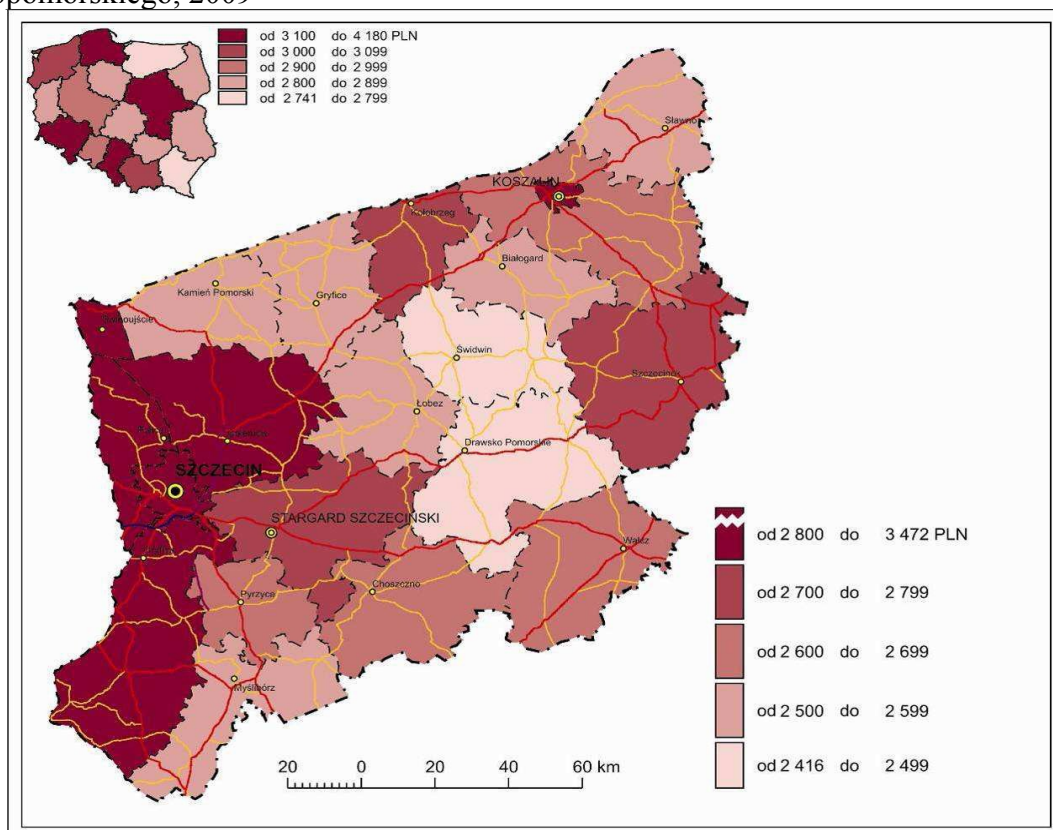
Źródło: Notka informacyjna, wyniki badań GUS – Wykorzystanie bazy noclegowej zbiorowego zakwaterowania w 2011 roku, Wydział Statystyki Turystyki i Sportu w Departamencie Badań Społecznych i warunków Życia GUS, materiał na konferencję prasową w dniu 26 marca 2012 roku.

Powiat kołobrzeski na tle regionu zachodniopomorskiego

Sytuacja gospodarcza poszczególnych powiatów województwa zachodniopomorskiego jest znacząco zróżnicowana. Znajduje to swoje odzwierciedlenie w poziomie aktywności gospodarczej mieszkańców, liczbie podmiotów gospodarczych na 1000 mieszkańców, preferowanych kierunkach rozwoju gospodarczego i prowadzonej działalności gospodarczej, dochodach samorządów, poziomie bezrobocia czy ogólnym potencjale gospodarczym wiodących miast regionu. Sytuacja gospodarcza i poziom bezrobocia znajduje swoje przełożenia na wysokość przeciętnych wynagrodzeń w strukturze powiatowej (ryc.35). Wyraźnie widoczna jest podstawowa struktura płac, gdzie najwyższe płace są notowane w zachodniej najlepiej rozwiniętej części województwa (wokół Szczecina), w Świnoujściu i Koszalinie oraz niższe wokół 2 średniej wielkości miast – Kołobrzegu i Szczecinka.

Powiat kołobrzeski uplasował się w 2009 roku w przeciętnej dla całego województwa. Prawdopodobnie na korzyść działała tu rozwinięty sektor turystyki i usług natomiast na niekorzyść oddziałuje brak większego przemysłu i słabiej rozwinięte usługi wyższego rzędu (centrale banków, wyższe uczelnie, oddziały i ekspozytury urzędów, pracodawcy sfery budżetowej np.: wojsko, rozbudowane służby i inspekcje, itp.). Znacznie wyższe płace dotyczą generalnie powiatów grodzkich gdzie występuje silna koncentracja prowadzonej działalności gospodarczej, społecznej, kulturalnej, edukacyjnej i rozrywkowej. Podobną korelację można zauważyć w przypadku dochodów własnych gmin (ryc.36) oraz dochodów i wydatków budżetów powiatów i miast na prawach powiatu (ryc.37).

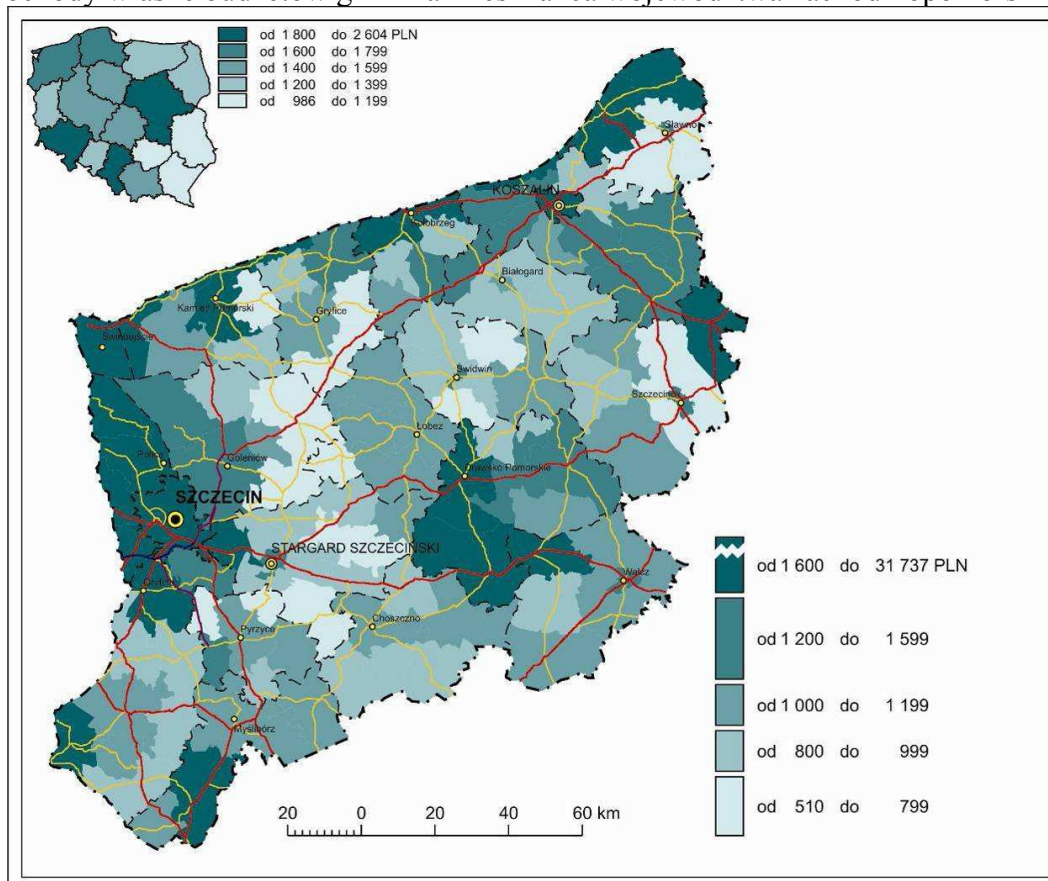
Ryc.35. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w powiatach województwa zachodniopomorskiego, 2009



Źródło: Opracowanie na podstawie Banku Danych Lokalnych, 2009 w: Badanie ewaluacyjne pn.

Ocena postępu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013

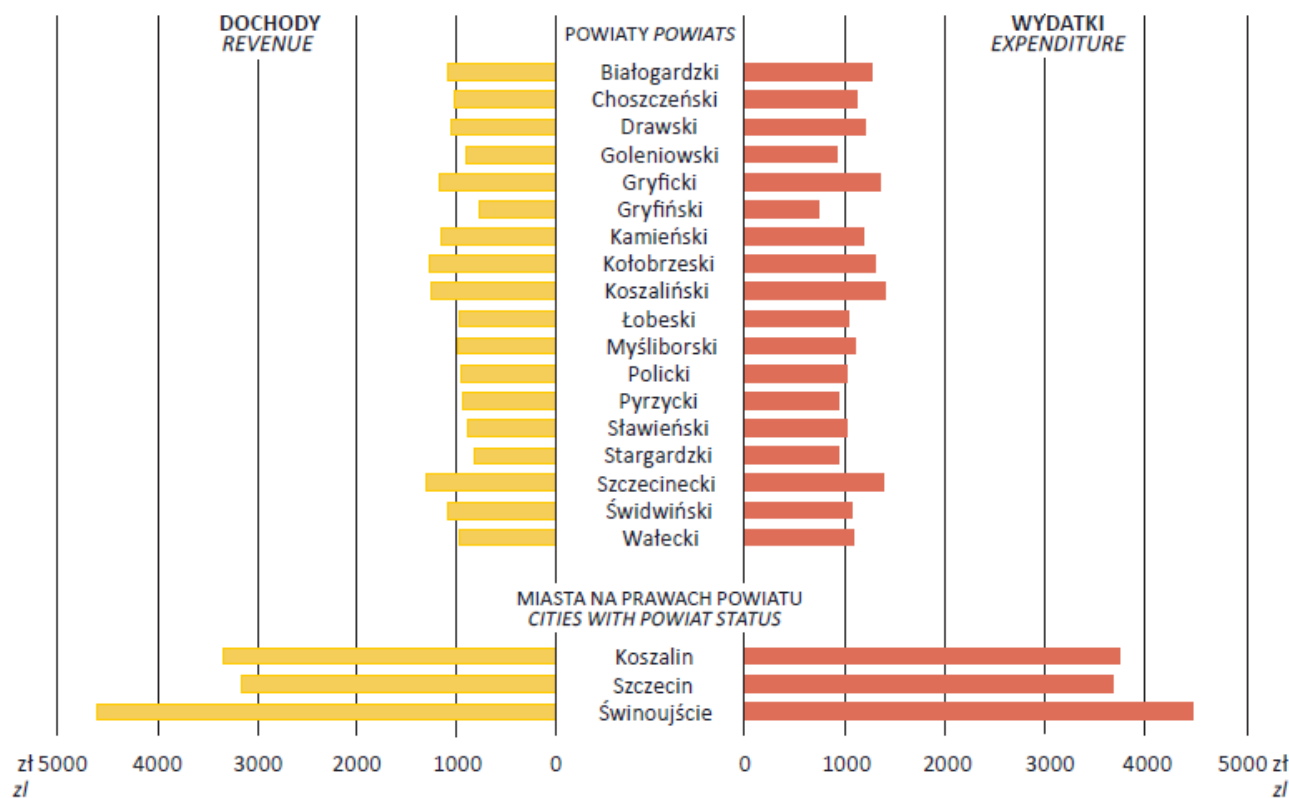
Ryc.36. Dochody własne budżetów gmin na mieszkańca województwa zachodniopomorskiego, 2009



Źródło: Opracowanie na podstawie Banku Danych Lokalnych, 2009 w: Badanie ewaluacyjne pn.

Ocena postępu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013

Ryc.37 .Dochody i wydatki budżetów powiatów i miast na prawach powiatu na 1 mieszkańca w 2010 roku

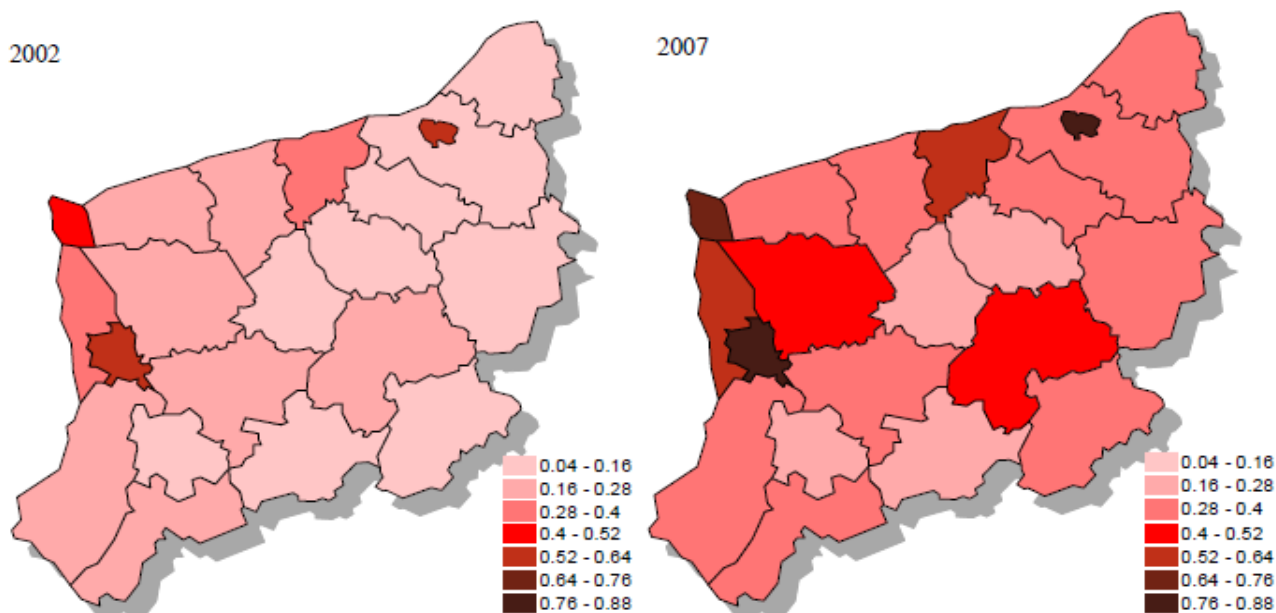


Źródło: Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011, s.298.

Sytuacja gospodarcza powiatów województwa zachodniopomorskiego jest zróżnicowana i wykazuje koncentrację pozytywnych zjawisk w gospodarce ze szczególnym uwzględnieniem dużych miast (powiatów grodzkich) oraz powiatów ziemskich ulokowanych głównie w północno-zachodniej części województwa (wzdłuż wybrzeża i Zalewu Szczecińskiego). Wyjątkowo korzystne wnioski dla powiatu kołobrzeskiego zawiera dokument pt.: „Ekspertyza na temat wpływu światowego kryzysu ekonomicznego na sytuację społeczno-gospodarczą województwa zachodniopomorskiego i jego konsekwencji dla zadań samorządu województwa” opracowana w Szczecinie w 2009 roku:

*„Na podstawie syntetycznego wskaźnika rozwoju gospodarczego, zmieniającego się w przedziale $<0, 1>$, naukowcy z Uniwersytetu Szczecińskiego oszacowali, że najwyższym poziomem rozwoju gospodarczego w latach 2002-2007 charakteryzowały się wszystkie powiaty grodzkie województwa czyli miasta: Szczecin, Koszalin i Świnoujście oraz **powiaty kołobrzeski, policki i goleniowski**. W porównaniu z rokiem 2002 wszystkie powiaty odnotowały wzrost gospodarczy. **Najwyższy wzrost wskaźnika w okresie 2002-2007 odnotowano w powiatach: kołobrzeskim o 0,25** mieście Świnoujściu o 0,25, powiecie goleniowskim o 0,24 oraz powiatach sławieńskim, białogardzkim i polickim wzrost o 0,22. Najniższy wzrost wskaźnika odnotowano w powiatach: stargardzkim o 0,11, pyrzyckim o 0,12 i choszczeńskim o 0,14.”* (W: *Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego*, 2010, s. 93,), (ryc.38).

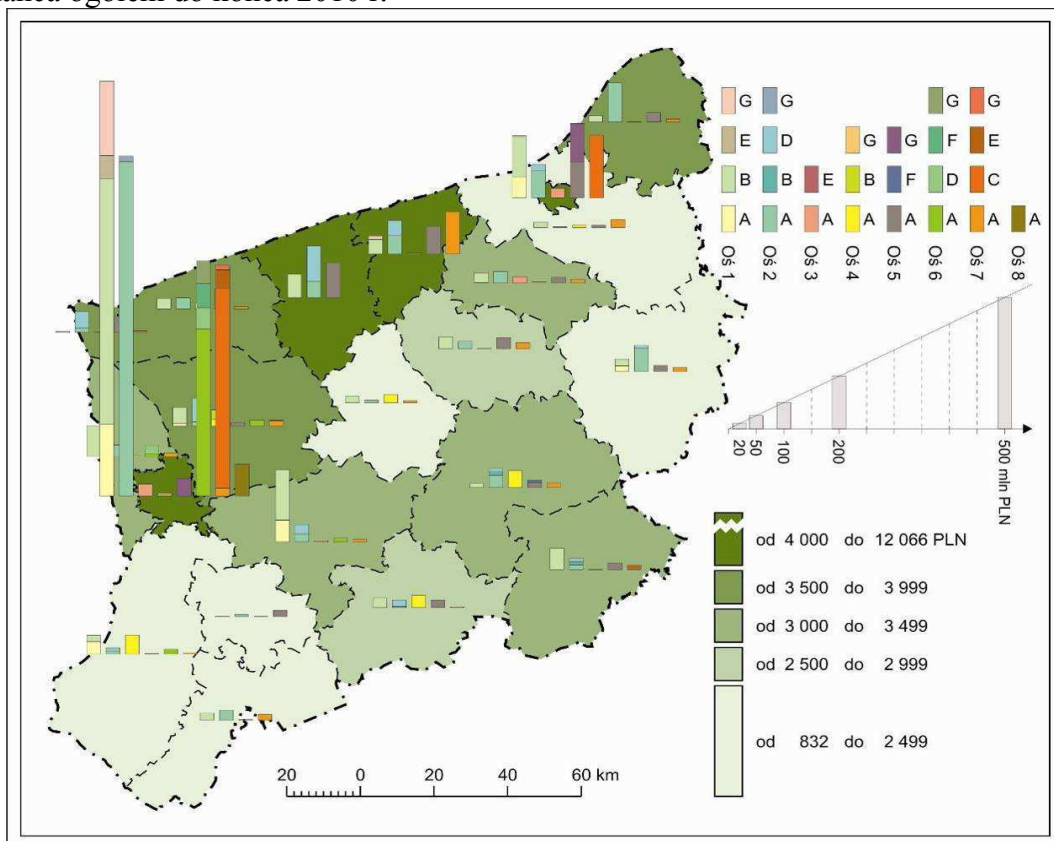
Ryc.38. Poziom wzrost gospodarczy według powiatów województwa zachodniopomorskiego w latach 2002 i 2007



źródło: Ekspertyza na temat wpływu światowego kryzysu ekonomicznego na sytuację społeczno-gospodarczą województwa zachodniopomorskiego i jego konsekwencji dla zadań samorządu województwa. Szczecin 2009.

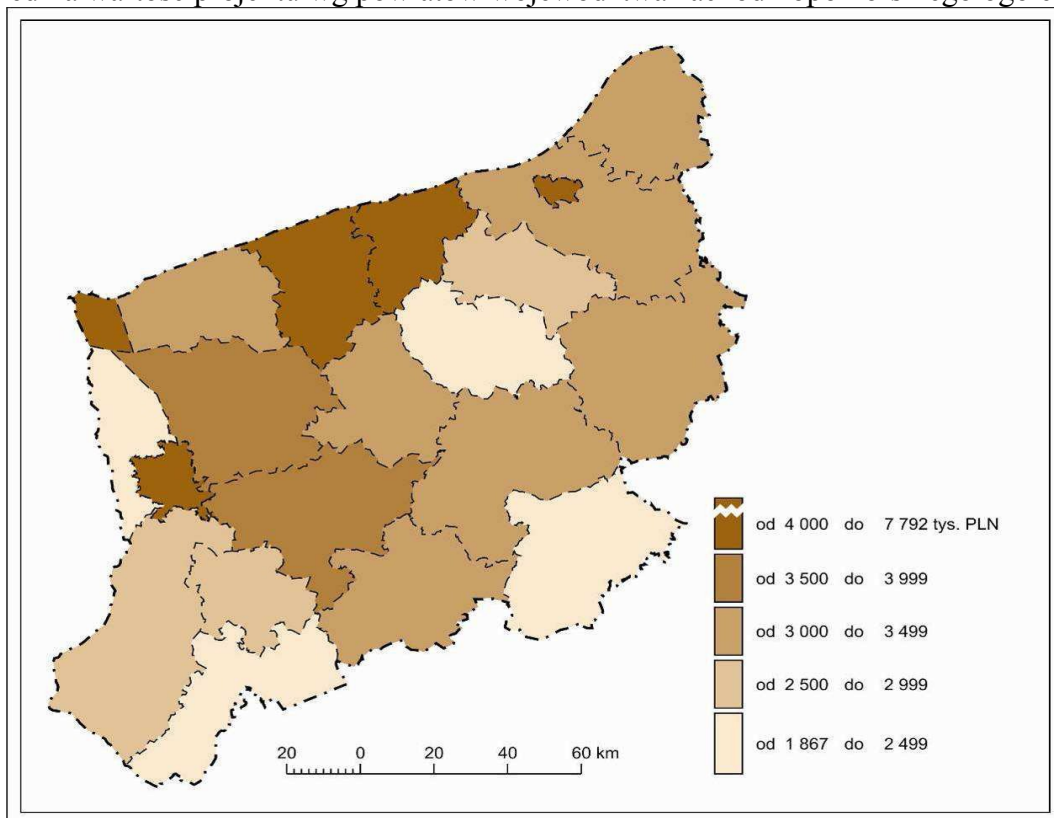
Odnutowywana poprawa poziomu rozwoju gospodarczego i zasobów ekonomicznych powiatów znajduje swoje odzwierciedlenie w strukturze, wielkości i wartości projektów unijnych (ryc.39) oraz w tzw. średniej wielkości realizowanych projektów unijnych (ryc.40). Powiat kołobrzeski jest w gronie 5 najefektywniejszych w tym zakresie powiatów województwa.

Ryc.39. Struktura, wielkość i wartość projektów wg powiatów województwa zachodniopomorskiego na mieszkańca ogółem do końca 2010 r.



A – jednostka samorządu terytorialnego lub ich związek, B – przedsiębiorca lub przedsiębiorstwo, C – Zakład Opieki Zdrowotnej, D – operator komunikacji zbiorowej, E – szkoła wyższa, F – instytucja kultury, G – inne
 Źródło: Opracowanie na podstawie materiałów Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego w: Badanie ewaluacyjne pn. Ocena postępu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013

Ryc.40. Średnia wartość projektu wg powiatów województwa zachodniopomorskiego ogółem



Źródło: Opracowanie własne na podstawie materiałów Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego, w: Badanie ewaluacyjne pn. Ocena postępu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013

W celu dokładnej analizy rozwoju ekonomicznego gmin opracowano „Wskaźnik syntetyczny rozwoju ekonomicznego gmin”:

„Dla porównania stanu rozwoju gmin województwa zachodniopomorskiego stworzony został wskaźnik syntetyczny. Wskaźnik został obliczony w oparciu o trzy zmienne wg wzoru:

$$\sqrt[3]{\frac{x}{X} \cdot \frac{Y}{y} \cdot \frac{Z}{z}}$$

x - wysokość dochodów wykazywanych w zeznaniach podatkowych CIT i PIT przypadających na jednego mieszkańca, (*x* - wartość dla gminy, *X* – wartość dla całego województwa),

y - liczba osób korzystających ze świadczeń pomocy społecznej na 10 tys. mieszkańców, (*y* - wartość dla gminy, *Y* – wartość dla całego województwa),

z - liczba osób niepracujący powyżej jednego roku w stosunku do liczby osób w wieku produkcyjnym, (*z* - wartość dla gminy, *Z* – wartość dla całego województwa),

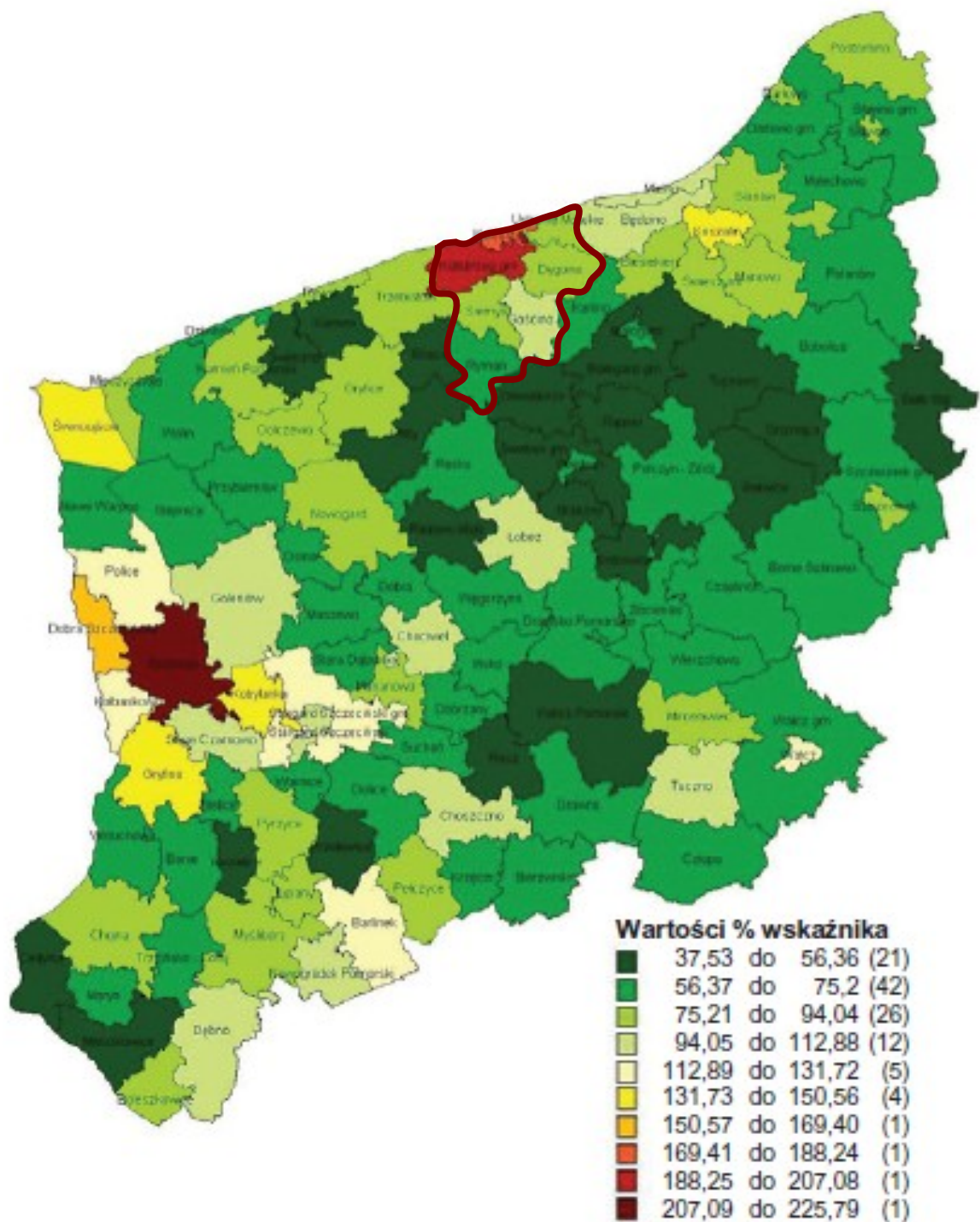
Dobór zmiennych wynika z potrzeby jak najpełniejszego zilustrowania wszystkich aspektów rozwoju ekonomicznego oraz z dostępności i charakteru danych. Każda ze zmiennych została znormalizowana poprzez odniesienie do wartości średniej w województwie. Ponadto czynniki *y/Y* i *z/Z* będące destymulantami rozwoju ekonomicznego, zostały zamienione na stymulanty poprzez odwrotność. Wartość wskaźnika w sposób syntetyczny mówi o tym, ile razy poziom rozwoju w danej gminie jest wyższy/ niższy od stanu przeciętnego dla województwa.

Analiza wartości wskaźnika w 2008 roku dla poszczególnych jednostek samorządu terytorialnego województwa wskazuje zgrupowanie gmin o jego najniższej wartości we środkowo-wschodniej części regionu. Są to gminy: Białogard, Tychowo, Grzmiąca, Barwice, Sławoborze i Ostrowice, Białý Bór, Brzeżno, Brojce i Radowo Małe. Na zachodzie województwa wyraźnie niższe wartości wskaźnika osiągają gminy Kozielice, Cedynia i Mieszkowice. Najniższą wartość w całym województwie zanotowała gmina Brzeżno. **Gminą o najwyższym poziomie wskaźnika (2,2578) jest Szczecin, na kolejnych miejscach ułożyły się gmina Kołobrzeg oraz miasto Kołobrzeg.** Wysokie wartości zanotowały także inne gminy ze szczecińskiego obszaru metropolitalnego: Gryfino, Kobylanka, Dobra Szczecińska, Police, Kołbaskowo, Stargard Szczeciński. Gminy spoza obszaru metropolitalnego o wysokiej wartości wskaźnika to Koszalin, Świnoujście i Wałcz.

Wskaźnik może stanowić podstawę do planowania interwencji w ramach zarządzanych przez samorząd województwa instrumentów wsparcia, np. w toku realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego i wdrożenia kontraktu terytorialnego.”

Z powyższej cytowanej analizy wynika, że powiat kołobrzeski jest jednym z najlepiej rozwiniętych pod względem ekonomicznym obszarów województwa gdyż miasto i gmina Kołobrzeg stanowią łącznie 2/3 ludności i 3/4 potencjału gospodarczego całego powiatu (ryc. 41, tab.1, 3 i 4).

Ryc.41. Wartości syntetycznego wskaźnika potencjału ekonomicznego gmin województwa zachodniopomorskiego w roku 2008

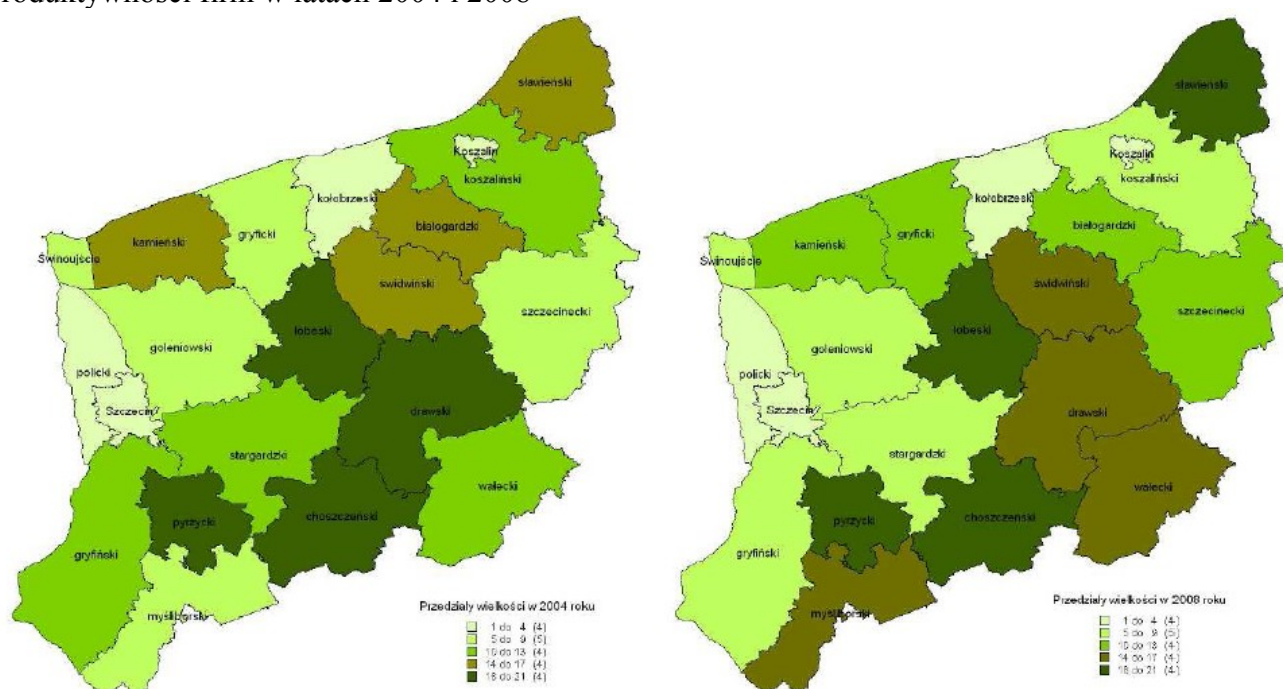


Źródło: opracowanie na podstawie danych BDR GUS, WUP, Izby Skarbowej i Zachodniopomorskiego Urzędu Wojewódzkiego. W: Strategia Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin, czerwiec 2010, s. 104.

Istotnym elementem sytuacji gospodarczej jest produktywność podmiotów gospodarczych – przedsiębiorstw na który składa się wartość podatków odprowadzanych przez firmy działające na danym terenie. Jest to suma podatków PIT, CIT i PPE w przeliczeniu na 1000 mieszkańców. W „Raporcie o stanie województwa zachodniopomorskiego” z 2010 roku przeprowadzono porównanie 4 lat relacji między powiatami i stworzono ich klasyfikację w 5-stopniowej skali produktywności firm

na poziomie powiatowym. Z powyższego opracowania wynika, że: „powiaty, w których firmy w roku 2004 były najbardziej produktywne, czyli powiat Policki, miasto Szczecin, **powiat kołobrzegi** i miasto Koszalin znalazły się w pierwszej grupie również 4 lata później” (ryc.42). W drugiej grupie pozycję utrzymało miasto Świnoujście i powiat goleniowski. Powiat sławieński spadł do najniższej klasy, szczecinecki, wałecki i myśliborski spadły o 2 klasy. Awansowały powiaty sąsiadujące ze Szczecinem – gryficki i stargardzki oraz powiaty białogardzki, kamiński i drawski. Mamy zatem do czynienia z procesami metropolizacyjnymi wokół Szczecina i przekształcaniami gospodarczymi na poziomie lokalnym z utrzymaniem rangi i znaczenia gospodarczego najważniejszych (kluczowych) miast województwa zachodniopomorskiego.

Ryc. 42. Ranking powiatów województwa zachodniopomorskiego pod względem wskaźnika produktywności firm w latach 2004 i 2008



Źródło: Raport o stanie województwa zachodniopomorskiego, Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, Wydział Polityki Regionalnej, Szczecin, 2010, s. 6-7.

Wysoki poziom rozwoju ekonomicznego, wysokie dochody samorządów, duża ilość podmiotów gospodarczych na 1000 mieszkańców oraz ich zróżnicowana struktura pozwalają na osiągnięcie znaczącego poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego. Rozwój lokalny można określić jako ogólna poprawa warunków życia ludności z zapewnieniem odpowiedniej liczby miejsc pracy i stabilnych dochodów co skutkuje wzrostem zamożności społeczeństwa.

Stosując wskaźniki podobne do stosowanych dla wskaźnika rozwoju społecznego HDI (Human Development Index) wykorzystano 4 elementy dostępne na poziomie gmin województwa:

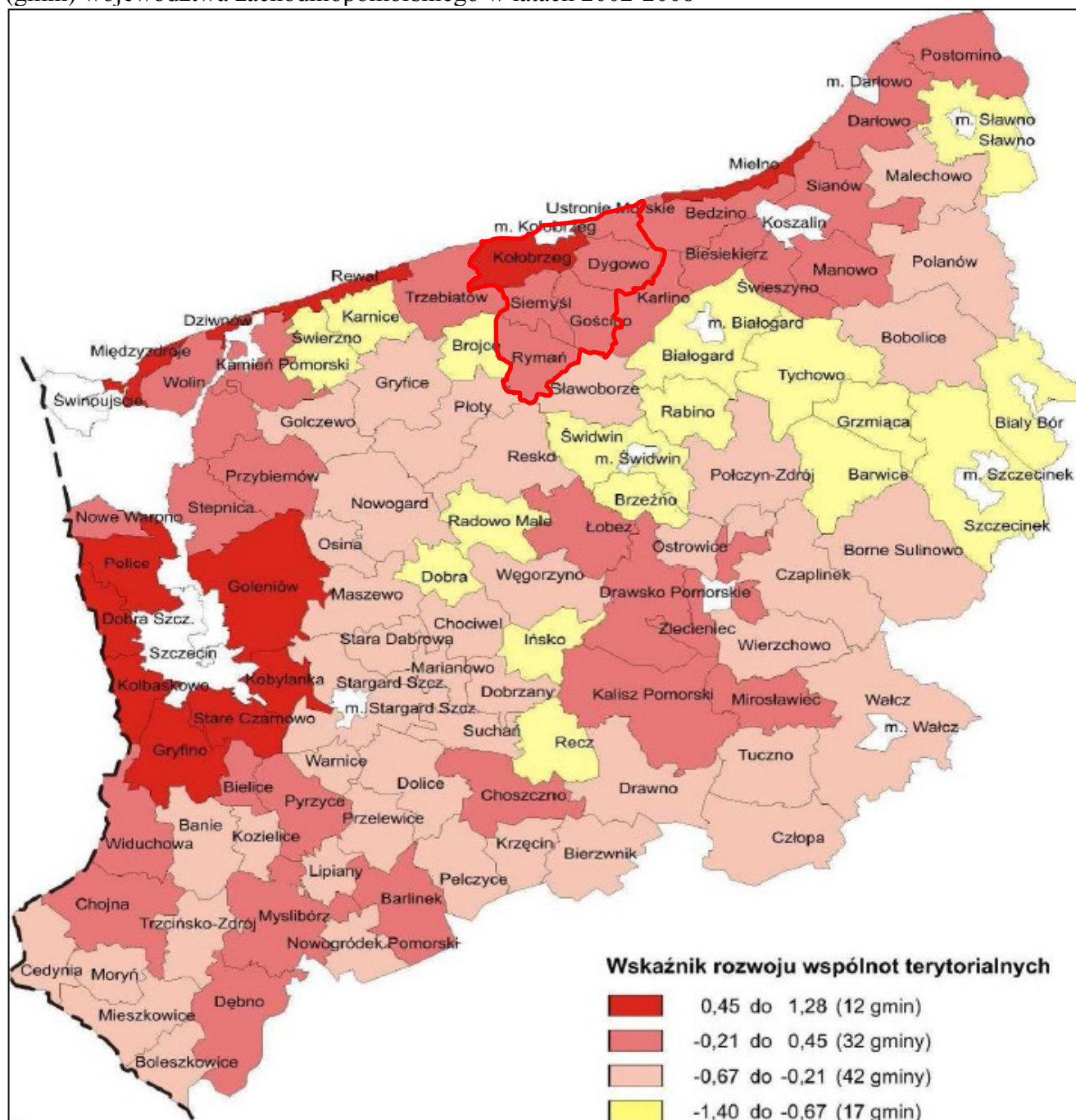
- dochody własne gminy w dochodach ogółem,
- udział wydatków inwestycyjnych w wydatkach ogółem,

- stopa ubóstwa (liczba mieszkańców korzystająca z pomocy społecznej,
- stopa bezrobocia (odsetek bezrobotnych w stosunku do ogółu czynnych zawodowo),

Na podstawie tak otrzymanego wskaźnika stworzono klasyfikację gmin województwa zachodniopomorskiego pod względem wskaźnika rozwoju wspólnot terytorialnych.

„Najwyższy poziom rozwoju za lata 2002-2008 osiągnęły gminy: Dobra (Szczecińska), Rewal, Międzyzdroje, **Kołobrzeg**, Mielno, Kobylanka, Goleniów, **Ustronie Morskie**, **Kołobrzeg**, Kołbaskowo, Police, Gryfino, Dziwnów oraz Stare Czarnowo” (ryc.43). (Źródło: Plan Zagospodarowania Przestrzennego Województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin, 2010, s. 187-188.

Ryc.43. Klasyfikacja gmin według przeciętnej wartości wskaźnika rozwoju wspólnot terytorialnych (gmin) województwa zachodniopomorskiego w latach 2002-2008



Źródło: Plan Zagospodarowania Przestrzennego województwa Zachodniopomorskiego, Szczecin, 2010, s. 188

Analiza SWOT dla potrzeb „strategii promocji powiatu kołobrzeskiego na lata 2012-2020”

Analiza SWOT mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń (ang. Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) to pogłębiona zestawienie wiedzy obejmującej 5 podstawowych sfer funkcjonowania powiatu kołobrzeskiego. Przeprowadzona analiza SWOT obejmuje następujące sfery:

- położenie i cechy fizyczno geograficzne powiatu,
- podział administracyjny i struktura powiatu,
- charakterystyka demograficzna powiatu
- charakterystyka gospodarcza powiatu,
- powiat kołobrzeski na tle regionu zachodniopomorskiego

Elementem podsumowującym analizę SWOT jest wyznaczenie cech powiatu które są kluczowe dla opracowania strategii promocji a jednocześnie ważne dla wyznaczenia misji i celów oraz kierunków i działań realizacyjnych strategii. Cechy powiatu szczególnie istotne dla jego promocji zostały wyróżnione w tabelach cząstkowych a następnie zebrane w tabeli podsumowującej analizę SWOT (tab.6,7,8,9,10)

Tab. 6

Położenie i cechy fizyczno-geograficzne i przyrodnicze

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
WEWNĘTRZNE	WEWNĘTRZNE
- lokalizacja powiatu na wybrzeżu Morza Bałtyckiego, - długa i łatwo dostępna linia brzegowa, - nizinna łagodnie pofałdowana rzeźba terenu ze zróżnicowanymi formami terenu, - bardzo dobra jakość powietrza (przeważa napływ czystych mas powietrza znad Morza Bałtyckiego i Morza Północnego), - warunki klimatyczne sprzyjające dla rozwoju lecznictwa uzdrowiskowego, - praktycznie nieograniczone zasoby wód solankowych i borowin (torfów) leczniczych, - dobre zachowanie zasobów i walorów przyrody nieożywionej i ożywionej, - w odległości do 1 km od linii brzegowej występuje bardzo silne oddziaływanie jodu i aerozolu morskiego, - jedna z najwyższych w kraju liczba godzin słońca w ciągu roku, - piaszczyste łatwo dostępne plaże, - długa linia brzegowa typu wydmowego i wydmowo-mierzejowego krótka linia brzegowa typu klifowego, - przewaga nieprzekształconego przez człowieka krajobrazu centralnej i południowej części powiatu,	- zagrożenie części terenów obszaru powiatu występowaniem sporadycznych zjawisk powodziowych (podtopienia i powodzie typu sztormowego i wezbrań wiosenno-letnich), - występowanie silnych wiatrów związanych ze sztormami pochodzenia morskiego, - zjawiska abrazji i niszczenia wybrzeża (zwężanie się plaż a nawet ich zanik na niektórych odcinkach linii brzegowej), - niewielkie lokalne przekształcenia powierzchni ziemi (odkrywki kopalniane) oraz płytkie ale rozległe lokalne przekształcenia pochodzenia antropogenicznego (zabudowa miejska i komunikacyjna), - niski współczynnik lesistości, - brak znaczących terenów objętych ochroną ścisłą (park narodowy, park krajobrazowy, rezerwat ścisły), - niska świadomość ekologiczna części społeczeństwa, - negatywne skutki zaprzestania produkcji rolnej lub nadmierna jej intensyfikacja (odłogi, zachwaszczenia, degradacja gleb i procesy erozyjne), - rozwój inwestycji budowlanych na terenach nieprzewidzianych dla intensywnego użytkowania gospodarczego,

- zróżnicowana sieć rzeczna i atrakcyjne jeziora nadmorskie i śródlądowe, - występowanie zasobów geotermalnych w południowej i środkowej części powiatu,	- szkody w ekosystemach wyrządzane przez kłusowników (ryby, zwierzyzna łowna),
SZANSE	ZAGROŻENIA
ZEWNĘTRZNE	ZEWNĘTRZNE
- korzystne postrzeganie polskiego wybrzeża przez mieszkańców kraju, turystów i inwestorów, - możliwość wykorzystania zasobów przyrodniczych dla potrzeb gospodarki, - nadmorskie położenie jako atut przy zagospodarowaniu terenu powiatu, - stosunkowo mała powierzchnia terenów zdegradowanych lub zdewastowanych przez człowieka, - liczne występowanie zasobów naturalnych umożliwiających rozwój budownictwa oraz działalności uzdrowiskowej, - zróżnicowanie stanowisk roślinnych i zwierzęcych,	- zniszczenia brzegów morskich i obiektów infrastruktury turystycznej i paraturystycznej wskutek nagłych sztormów i wezbrań powodziowych pochodzenia sztormowego, - nagłe i nieprzewidywalne załamania pogody, pożary lasów i wiatrołomy w lasach, - zanieczyszczenie rzeki Parsęty w górnym i środkowym jej biegu, - możliwa budowa wielkich elektrowni na wyspie Uznam i możliwe pojawienie się wykwitów glonów na plażach powiatu kołobrzeskiego, - zanieczyszczenie wód przybrzeżnych Morza Bałtyckiego ściekami i przeniesienie zanieczyszczeń na wybrzeże powiatu, - potencjalne zagrożenie katastrofą morską i zanieczyszczeniem wód morskich i plaż powiatu kołobrzeskiego, - ryzyko dla złóż borowiny związane z presją urbanistyczną i komunikacyjną, - ryzyko zagrożenia dla środowiska związane z wyciekami substancji chemicznych z instalacji przemysłowych (chlor, amoniak), paliw i produktów ropopochodnych ze stacji paliw oraz ryzyko dla środowiska związane z przewozem drogą morską i lądową substancji ropopochodnych, paliw, chemikaliów, itp.

Tab.7

Podział administracyjny i funkcjonowanie powiatu kołobrzeskiego

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
WEWNĘTRZNE	WEWNĘTRZNE
- jednolita i zwarta struktura terytorialna i funkcjonalna powiatu, - centralne nadmorskie położenie Kołobrzegu w systemie jednostek administracyjnych powiatu, - centralne położenie miasta Gościno w systemie gmin wiejskich powiatu, - względnie wysokie dochody samorządów na szczeblu zarówno gmin jak i powiatu, - wysoki poziom dochodów własnych gmin nadmorskich, - miasto Kołobrzeg jest określane mianem ośrodka subregionalnego i tworzy razem z 2 otaczającymi je gminami Miejski Obszar Funkcjonalny Kołobrzegu,	- silne zróżnicowanie społeczno-gospodarcze i przestrzenne gmin powiatu, - znaczne dysproporcje przestrzenne i stopień zagospodarowania w gminach turystycznych Kołobrzeg i Ustronie Morskie, - budżet powiatu jest 2-krotnie mniejszy od budżetu gminy miejskiej Kołobrzeg, - zmniejszanie się wpływów z dochodów własnych przy zwiększających się wydatkach stałych powiatu,

SZANSE	ZAGROŻENIA
ZEWNĘTRZNE	ZEWNĘTRZNE
- dobra współpraca z jednostkami samorządu terytorialnego sąsiadującymi z powiatem kołobrzeskim na szczeblu województwa, powiatów i gmin (np. Związek miast i gmin Dorzecza Parsęty), - zmiana granic administracyjnych miasta Kołobrzeg w celu przeprowadzenia procesów deglomeracyjnych i poprawy efektywności gospodarczej miasta, - ponad 30 kilometrowa linia brzegowa umożliwiająca bezpośredni kontakt mieszkańców i turystów z Morzem Bałtyckim, - spełnianie wymogów formalnych niezbędnych do uzyskania praw miejskich przez miejscowość Ustronie Morskie, a w dalszej perspektywie także przez miejscowość Dygowo, - ewentualna nowa reforma administracyjna kraju, w wyniku której powiat kołobrzeski staje się jednym z kilku „nowych” silnych powiatów woj. zachodniopomorskiego, - opracowanie miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego dla części terenów powiatu (miasto, gmina Kołobrzeg, gmina Ustronie Morskie), - wprowadzanie budżetu zadaniowego w samorządzie terytorialnym oraz wieloletnich prognoz finansowych,	- zmiany systemowe rozpatrywane w podziale administracyjnym kraju na szczeblu powiatów (likwidacja powiatów), - zmiany w systemie finansowania samorządu terytorialnego na poziomie gmin i powiatów, - ograniczenia fiskalne i budżetowe powiatu po wprowadzeniu reguły wydatkowej dla samorządów, - ewentualna nowa reforma administracyjna kraju, w wyniku której zostaje utworzony powiat grodzki Kołobrzeg, co może prowadzić do znacznego osłabienia powiatu ziemskiego,

Tab.8

Ludność i cechy demograficzne powiatu kołobrzeskiego

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
WEWNĘTRZNE	WEWNĘTRZNE
- znacząca liczba ludności na tle województwa i powiatów sąsiednich, - silna koncentracja ludności w strefie nadmorskiej, - najwyższa gęstość zaludnienia spośród wszystkich powiatów ziemskich województwa, - najwyższy współczynnik feminizacji spośród powiatów województwa osiągający 109 kobiet/100 mężczyzn, - stopa przyrostu naturalnego dwukrotnie wyższa od średniej dla województwa zachodniopomorskiego, - dodatni bilans migracji krajowych i zagranicznych, - silna koncentracja ludności w 2 miastach, - ponadprzeciętne zagęszczenie ludności	- niska gęstość zaludnienia i znaczna liczba małych miejscowości wiejskich na terenach peryferyjnych gmin powiatu, - niski przyrost naturalny ludności, - niedostateczna liczba miejsc w żłobkach i przedszkolach w gminach wiejskich, - słabo rozwinięte szkolnictwo wyższe, - występowanie grup i środowisk zagrożonych marginalizacją, - niska mobilność przestrzenna ludności, - występowanie wykluczenia cyfrowego osób po 50 roku życia i na terenach wiejskich, - niski poziom wykształcenia na terenach wiejskich,

w obu gminach nadmorskich powiatu, - znaczna liczba średnich i dużych miejscowości wiejskich, - siedziby gmin to duże miejscowości wiejskie	
SZANSE	ZAGROŻENIA
ZEWNĘTRZNE	ZEWNĘTRZNE
- znaczący potencjał demograficzny powiatu na tle powiatów sąsiednich i województwa, - szybkie i intensywnie postępujące procesy urbanizacyjne w strefie nadmorskiej i części centralnej powiatu, - nadanie praw miejskich na rzecz miasta Gościno może stać się przyczyną powstawania nowej strefy podmiejskiej na obszarze gminy Gościno, - szybka urbanizacja terenów wokół miasta Kołobrzeg i miasta Gościno, - poprawa dostępu do przedszkoli i żłobków, - możliwość podjęcia pracy sezonowej i stałej w sektorach związanych z turystyką, - utrzymywanie się relatywnie niskiego poziomu bezrobocia w strefie nadmorskiej i w okresie sezonu letniego, - zwiększanie dostępności i rozwój bazy sportowej, rekreacyjnej i wypoczynkowej działającej na rzecz mieszkańców powiatu, - rozwój społeczeństwa obywatelskiego i wzrost roli organizacji pozarządowych, - działalność znacznej liczby organizacji pozarządowych mających na celu budowanie postaw społecznych, integracyjnych i obywatelskich,	- postępujący proces starzenia się społeczeństwa, - słabe wsparcie rozwoju młodych rodzin, - brak wsparcia systemowego dla rozwoju sieci żłobków i przedszkoli na terenach wiejskich, - wysoka atrakcyjność dużych miast jako ośrodków szkolnictwa wyższego i miejsc poszukiwania dobrze płatnej i atrakcyjnej pracy, - emigracja ludzi młodych do większych miast i za granicę, - słabe dostosowanie standardów systemu edukacji do wymagań rynku pracy, - niska jakość obiektów kultury na wsi, - niski poziom oszczędności na obszarach wiejskich,

Tab.9

Gospodarka powiatu kołobrzieskiego

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
WEWNĘTRZNE	WEWNĘTRZNE
- jeden z najwyższych w skali kraju współczynników stopnia aktywności gospodarczej na 10 000 mieszkańców, - 3 miejsce w województwie pod względem ogólnej liczby działających podmiotów gospodarczych, - zróżnicowana struktura gospodarcza powiatu z naciskiem na działalność turystyczną i usługową, - niski poziom bezrobocia zwłaszcza w okresie sezonu turystycznego, - najsilniejszy w kraju sektor turystyczno-uzdrowiskowy, - bardzo rozbudowana baza noclegowa,	- mała powierzchnia przygotowanych terenów inwestycyjnych pod lokalizację działalności przemysłowej i logistycznej, - brak wyznaczonej „podstrefy” Specjalnej Strefy Ekonomicznej, - brak centrum kongresowo-wystawienniczego i większej ilości imprez targowych, - brak Inkubatora Przedsiębiorczości, - nadmierne obciążenie komunikacyjne sieci drogowej i kolejowej w okresie sezonu letniego, - brak dużych kompleksów handlowych i galerii handlowych - brak znaczących centrów logistycznych, - słaby rozwój szkolnictwa wyższego,

- wielofunkcyjny średniej wielkości port morski o znaczeniu regionalnym (w 2011 roku ponad 250 tys. ton przeładunków) - wysoki udział usług w tworzeniu PKB, - znaczący poziom kapitałów własnych do dyspozycji podmiotów gospodarczych, - znaczący poziom inwestycji realizowanych przez podmioty gospodarcze, - wystarczające rezerwy systemowe w dostawach wody, gazu i energii - duży potencjał gospodarczy i ekonomiczny, - korzystna struktura demograficzna ludności (przewaga osób w wieku przedprodukcyjnym nad osobami w wieku poprodukcyjnym), - dodatni krajowy i zagraniczny bilans migracyjny ludności powiatu, - rozbudowany system szkolnictwa szczebla podstawowego, gimnazjalnego i ponadgimnazjalnego, - zróżnicowana dostępność do edukacji przedszkolnej na poziomie miasta i gmin, - względnie niski poziom bezrobocia i dość niskie zagrożenie utratą pracy - wysoki poziom realizowanych inwestycji ze środków z UE w latach 2004-2013, - bardzo znaczące wpływy z działalności turystycznej szacowane na poziomie od 1,061 do 1,329 mld zł w tym od 230 do 420 mln zł jako eksport usług turystycznych (25%), - produkcja przemysłowa na poziomie ponad 550 mln zł w 2008 roku, - funkcjonowanie silnej Lokalnej Grupy Rybackiej w ramach obszarów zależnych od rybactwa, - znaczące tereny pod realizację inwestycji mieszkaniowych, turystycznych, usługowych i przemysłowych, - dobre warunki dla uprawiania turystyki wodnej, aktywnej i specjalistycznej, - wspieranie rozwoju Kołobrzegu jako Polskiego Centrum SPA , - duży potencjał dla rozwoju energetyki odnawialnej (wiatru, biomasy, słońca), - sieć ścieżek rowerowych, - możliwość rewitalizacji i uruchomienia lotniska w Bagiczu (małe lotnisko sportowo-turystyczne i dyspozycyjne) - rozwiązane problemy wywozu odpadów komunalnych, przemysłowych, gabarytowych i gospodarki ściekowej,	- ograniczenia tonażowe w dostępności do portu morskiego w Kołobrzegu, - sezonowość rynku pracy w sektorze turystycznym i gastronomicznym, - mała podaż miejsc pracy w sektorze przemysłowym, transportowym i logistycznym, - niewystarczające pokrycie planami zagospodarowania przestrzennego kluczowych miejscowości powiatu,
---	---

SZANSE	ZAGROŻENIA
ZEWNĘTRZNE	ZEWNĘTRZNE
- członkostwo w Unii Europejskiej i swoboda podróżowania, pracy i osiedlania się oraz pozyskiwanie środków z UE (nowa perspektywa finansowa 2014-2020) - budowa dróg ekspresowych S-6 i S-11 oraz modernizacja dróg wojewódzkich, - modernizacja linii kolejowej Kołobrzeg-Goleniów, - odbudowa plaż realizowana przez Urząd Morski w Słupsku, - budowa drogi dojazdowej do portu morskiego w Kołobrzegu, - budowa obwodnicy miasta Gościno, - potencjalna lokalizacja „podstrefy” Specjalnej Strefy Ekonomicznej” w tym pozyskiwanie nowych inwestorów dla budowy obiektów przemysłowych, handlowych i logistycznych, - dalsze prace zmierzające do zwiększenia możliwości rozwojowych portu morskiego w Kołobrzegu i jego zdolności przeładunkowych, - perspektywiczne wykorzystanie ośrodka pobyтового „Euro 2012” w Kołobrzegu dla dalszego rozwoju turystyki w kierunku gości ze Skandynawii , - rozwój powiatu i miasta jako centrum turystyki biznesowo-konferencyjnej, - rozwój agroturystyki, - dobre warunki dla rozwoju produkcji żywności ekologicznej, - pojawianie się produktów regionalnych, - intensyfikacja rozwoju szlaków turystyki pieszej, rowerowej, konnej, kajakowej, - znaczący potencjał dla potrzeb wysokotowarowej produkcji rolniczej, - aktywizacja portów morskich w Kołobrzegu i Dźwirzynie, - rozwój działalności przemysłowej i usługowej na terenach wiejskich, - dość dobre skomunikowanie z portem lotniczym w Goleniowie, - rozwój zaplecza obsługi technicznej taboru kolejowego dla potrzeb przewozów pasażerskich Zachodniopomorskiego Zakładu Przewozów Regionalnych w Szczecinie, - nowa perspektywa unijna 2014-2020 oraz nowy budżet UE i regionalny program operacyjny dla obszaru województwa zachodniopomorskiego,	- ograniczona dostępność komunikacyjna, - brak dróg szybkiego ruchu i szybkiej kolei, - brak w pełni funkcjonalnego przejścia drogowego przez Kołobrzeg, - brak terminalu pasażerskiego w porcie morskim w Kołobrzegu oraz brak połączeń promowych z portu morskiego w Kołobrzegu, - niskie nakłady na remonty i utrzymanie dróg i linii kolejowych, - słabo wykorzystywany potencjał portu w Dźwirzynie i konkurencja portu w Mrzeżynie, - ograniczenia liczby połączeń kolejowych relacji krajowych i brak połączeń międzynarodowych kolejowych, - minimalne szanse na utworzenie Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Kołobrzegu, - niskie nakłady na aktywizację osób bezrobotnych, - silna konkurencja Szczecina, Goleniowa, Świnoujścia i Koszalina w sferze pozyskiwania inwestorów zewnętrznych, - dość niski potencjał demograficzny miasta Kołobrzeg dla potrzeb pozyskania wielkich inwestorów zewnętrznych i realizacji inwestycji komercyjnych, - niedostatecznie wypromowane regionalne produkty turystyczne, - słabo rozbudowana sieć informacji turystycznej, - odpływ wykwalifikowanych kadr,

Tab.10

Powiat kołobrzeski na tle województwa zachodniopomorskiego

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
WEWNĘTRZNE	WEWNĘTRZNE
- najwyższy w skali województwa zachodniopomorskiego współczynnik gęstości zaludnienia wśród powiatów ziemskich, - najwyższa w województwie liczba podmiotów gospodarczych na 10000 mieszkańców, - największa w województwie wg danych GUS ogólnodostępna baza noclegowa, - największa w województwie baza noclegowa w obiektach turystycznych i paraturystycznych, - najwyższy współczynnik liczby mieszkań użytkowanych na 10 000 mieszkańców w województwie zachodniopomorskim, - największa w kraju funkcjonująca baza lecznicza i sanatoryjna, - działalność największego w kraju uzdrowiska kołobrzeskiego, - najwyższy wzrost wskaźnika rozwoju gospodarczego w województwie zachodniopomorskim w latach 2002-2007, - działalność 3 silnych organizacji gospodarczych: Kołobrzeska Izba Gospodarcza, Regionalne Stowarzyszenie Turystyczno-Uzdrowiskowe oraz Polskie Centrum SPA, - funkcjonowanie czwartego pod względem wielkości handlowego portu morskiego w województwie (szóstego w kraju), - wysokie dochody własne gmin nadmorskich powiatu kołobrzeskiego, - względnie wysoki poziom przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w porównaniu z województwem zachodniopomorskim, - funkcjonowanie obiektów i instytucji o oddziaływaniu regionalnym lub ponadregionalnym: Szpital Regionalny, Regionalne Centrum Sportu, RCK, port morski, MOP, druga siedziba diecezji Koszalińsko-Kołobrzeskiej, - uregulowana gospodarka wodno-ściekowa, odpadów komunalnych i przemysłowych, - możliwość rewitalizacji i uruchomienia lotniska w Bagiczu (małe lotnisko sportowo-turystyczne i dyspozycyjne),	- niski udział powiatu kołobrzeskiego w produkcji przemysłowej sprzedanej województwa zachodniopomorskiego, - rozproszenie i przewaga podmiotów przemysłowych średniej i małej wielkości, - ograniczenia rozwojowe portu morskiego, - brak bazy promowej i dworca morskiego, - przeciążony układ komunikacyjny miasta Kołobrzeg i ograniczenia dostępności komunikacyjnej powiatu, - ograniczony rozwój szkolnictwa wyższego,

SZANSE	ZAGROŻENIA
ZEWNĘTRZNE	ZEWNĘTRZNE
- korzystna lokalizacja na środku wybrzeża województwa zachodniopomorskiego, - wg danych GUS 2 miejsce po Warszawie pod względem liczby udzielonych noclegów w Polsce w roku 2011 (3 miejsce w roku 2010 po Warszawie i Krakowie), - rozwój funkcji metropolitalnych zespołu miast Koszalin-Kołobrzeg, - możliwość lokalizacji „podstrefy” Specjalnej Strefy Ekonomicznej w sąsiedztwie miejscowości Rościcino, - budowa dróg ekspresowych „S-6” i „S-11” razem z infrastrukturą towarzyszącą, - modernizacja linii kolejowych i aktywizacja połączenia kolejowego z lotniskiem w Goleniowie, - utworzenie „klastra uzdrowiskowego” (Lokalna Organizacja Turystyczna) z siedzibą w Kołobrzegu na bazie istniejących organizacji turystycznych RSTU i PC SPA , - rozwój portu morskiego (handlowego, rybackiego, jachtowego i promowych połączeń żeglugowych, - przebudowa układu komunikacyjnego miasta Kołobrzeg (poprawa dostępności do portu od strony lądu – etapy I i III) oraz drogi wojewódzkiej nr 102, - budowa wielofunkcyjnej galerii handlowej i rozrywkowej, - budowa Skansenu Morskiego i modernizacja Muzeum Oręża Polskiego, - utworzenie Muzeum Diecezjalnego, - aktywizacja lotniska sportowo-turystycznego i dyspozycyjnego,	- silna konkurencja innych miast turystycznych wybrzeża: Świnoujście, Międzyzdroje, Rewal, Mielno, Darłowo, Sopot, Gdańsk, - utrudniona dostępność komunikacyjna Kołobrzegu w okresie sezonu letniego (brak dróg ekspresowych i autostrad oraz zmodernizowanych linii kolejowych średniej prędkości, - systematyczny spadek udziału województwa zachodniopomorskiego w PKB kraju, - silna konkurencja zespołu portów Szczecin-Świnoujście oraz Police, - niewielkie perspektywy i możliwości rozwoju pogłębionej współpracy powiatów kołobrzесьkiego i koszalińskiego, - ewentualna lokalizacja elektrowni atomowej w Gąskach,

Analiza SWOT przeprowadzona dla 5 sfer funkcjonowania powiatu kołobrzесьkiego (tab. 6,7,8,9,10) pozwala stwierdzić iż powiat kołobrzесьki dysponuje znaczącymi przewagami w sferze mocnych stron wewnętrznych i szans zewnętrznych. W każdej z pięciu analizowanych sfer funkcjonowania powiatu wskazane zostały także nieliczne ale istotne słabe strony wewnętrzne oraz pewne zagrożenia zewnętrzne. Należy zatem dążyć do dalszej intensyfikacji wskazanych pozytywnych zjawisk funkcjonalnych oraz podjąć działania zmierzające do minimalizacji lub likwidacji negatywnych zjawisk wewnętrznych i zewnętrznych. Umożliwiło to także przeprowadzenie analizy SWOT dotyczącej dotychczasowej działalności promocyjnej powiatu kołobrzесьkiego (tab.11).

Tab11.

Analiza SWOT dotychczasowej działalności promocyjnej powiatu kołobrzeskiego

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
WEWNĘTRZNE	WEWNĘTRZNE
a) wysoka rozpoznawalność nazwy Kołobrzeg w kraju i za granicą, b) jest opracowany herb, flaga i logo powiatu oraz uchwała regulująca zasady używania herbu i flagi powiatu kołobrzeskiego, c) znaczący potencjał nośników promocyjnych powiatu kołobrzeskiego: - sportowcy z osiągnięciami krajowymi i międzynarodowymi, - drużyny kilku dyscyplin sportowych w ligach ogólnopolskich i regionalnych, - Muzeum Oręża Polskiego jako znana placówka kulturalna i naukowa funkcjonująca w strukturze powiatu kołobrzeskiego, - nowoczesny i funkcjonalny portal internetowy/strony internetowe powiatu, - sprawnie działające lokalne media (telewizja, radio, prasa o zasięgu lokalnym, regionalnym i krajowym), - znaczący potencjał organizacyjny i lokalizacyjny dla potrzeb realizacji przedsięwzięć charakterze turystycznym, biznesowym, targowym, sportowym, kulturalnym i rozrywkowym rozmieszczony na terenie miasta Kołobrzeg, - bardzo bogate dzieje historyczne powiatu i obecność głównie miasta Kołobrzegu w wielu istotnych wydarzeniach historycznych państw basenu Morza Bałtyckiego – zwłaszcza Polski, Niemiec, Szwecji i Rosji - znaczące tradycje i dorobek kulturowy terenów powiatu kołobrzeskiego,	a) Ograniczone środki finansowe przeznaczone na promocję powiatu, b) słaba rozpoznawalność wśród mieszkańców i turystów herbu i flagi powiatu kołobrzeskiego, c) brak czytelnych i rozpoznawalnych nośników terenowych dla potrzeb promocji powiatu, d) słabo wyeksponowane skojarzenia graficzne i ogólne skojarzenia funkcjonalne powiatu (powiązane) z działalnością turystyczną, uzdrowską, portową, itp., e) mało wyeksponowane działania promocyjne powiatu kołobrzeskiego prowadzone wśród inwestorów, podmiotów gospodarczych, osób prywatnych w ramach funkcjonowania starostwa powiatowego podczas konferencji, seminariów i imprez kulturalnych, f) niewielka znajomość problematyki funkcjonowania powiatu i jego roli jako jednostki samorządu terytorialnego wśród młodzieży, studentów i osób dorosłych, g) mały zasięg terytorialny tradycyjnych lokalnych i regionalnych mediów jako nośników działań promocyjnych powiatu, h) wysokie koszty reklamy zewnętrznej umieszczanej poza obiektami i instytucjami będącymi w strukturze powiatu, i) brak jednoznacznego elementu promocyjnego dla powiatu, j) brak hasła, nośnika, skojarzenia czy innego elementu jednoznacznie kojarzącego się z powiatem kołobrzeskim,
SZANSE	ZAGROŻENIA
ZEWNĘTRZNE	ZEWNĘTRZNE
a) bardzo dobra znajomość lokalizacji geograficznej powiatu wśród turystów i inwestorów zewnętrznych (nadmorskie położenie, plaża, morze), b) możliwość wspierania działań środowisk sportowych oraz sportowców w osiąganiu wyników mistrzowskich na poziomie krajowym i międzynarodowym, c) możliwość wspierania lokalnych i regionalnych mediów poprzez które możliwa była by promocja powiatu, d) możliwość organizacji/współorganizacji	a) bardzo wysokie koszty kampanii zewnętrznych, a zwłaszcza w mediach elektronicznych o powszechnym – masowym zasięgu, np. telewizja, b) wysoka konkurencyjność innych ośrodków turystycznych i gospodarczych północnej części kraju: Trójmiasto, Świnoujście, Łeba oraz gminy Rewal, Mielno,

impresz kulturalnych, rozrywkowych, biznesowych połączonych z promocją powiatu kołobrzeskiego, e) duża ilość różnorodnych imprez o znaczeniu lokalnym, regionalnym, krajowym i międzynarodowym podczas których możliwa jest akcja promocyjna powiatu (konferencje naukowe, biznesowe, samorządowe), f) liczna grupa uczniów i nauczycieli szkół ponadgimnazjalnych na terenie powiatu dzięki której można promować ideę funkcjonowania samorządu terytorialnego, g) liczna grupa uczniów z zewnątrz uczących się w szkołach powiatu, h) wyjątkowe walory przyrodnicze i antropogeniczne powiatu dają możliwość ogłoszenia konkursów na napisanie prac licencjackich, magisterskich i doktorskich z tematyki dotyczącej powiatu kołobrzeskiego oraz prac konkursowych w ramach Polskiego Towarzystwa Geograficznego lub innych organizacji, i) instytucje i podmioty funkcjonujące w strukturze powiatu mogą wystąpić jako organizatorzy wydarzeń mogących być nośnikami treści promocyjnych dla potrzeb powiatu kołobrzeskiego: - Muzeum Oręża Polskiego, - Ognisko Pracy Pozaszkolnej, - projektowany stadion lekkoatletyczny, - szkoły ponadgimnazjalne i CKP, - ODGIK, wydział budownictwa jako jednostki będące w bliskim kontakcie z inwestorami i podmiotami z zewnątrz,	
--	--

Analiza SWOT (tab.11) pozwoliła ustalić mocne jak i słabe strony wewnętrzne dotychczas prowadzonej promocji powiatu. Ilość wskazanych uwag i spostrzeżeń jest dość wyrównana i świadczy o znaczących możliwościach korekty prowadzonych działań promocyjnych w świetle licznych szans zewnętrznych i możliwości wykorzystania zasobów i struktur powiatu w tym kierunku. Przygotowując i korygując dalsze działania należy wskazać misję i cel powiatu kołobrzeskiego oraz cele promocji jakie należałoby osiągnąć. W dalszej kolejności konieczne jest wskazanie kierunków i narzędzi promocji z uwzględnieniem bloków i obszarów promocyjnych wraz z celami szczegółowymi. Cele szczegółowe obejmują także wskazanie osób, środków i kanałów reklamowych (promocyjnych).

Misja i cel promocji powiatu kołobrzeskiego

Istotnym dokumentem porządkującym problematykę rozwoju powiatu kołobrzeskiego jest opracowanie pt.: „Strategia zrównoważonego rozwoju gospodarczego Powiatu Kołobrzeskiego na lata 2004 -2015”. W opracowaniu tym określona została misja powiatu kołobrzeskiego: „Powiat kołobrzeski – obszar o czystym i bezpiecznym środowisku, dający szanse zrównoważonego i dynamicznego rozwoju, przyjazny mieszkańcom, atrakcyjny dla turystów i kuracjuszy”.

Określono także cele

1. Zrównoważony rozwój środowiska przyrodniczego i obszarów wiejskich,
2. Rozwój funkcji turystycznej i sanatoryjnej powiatu,
3. Rozwój gospodarczy powiatu,
4. Rozwój przedsiębiorczości i miejscowego rynku pracy,

Dzięki zebranim i przeanalizowanym wcześniej informacjom możemy nakreślić misję powiatu w zakresie promocji. Misja to generalny kierunek działania, w który wpisują się działania podległych jednostek organizacyjnych realizujących strategię promocji powiatu.

Misja powiatu kołobrzeskiego w zakresie strategii promocji:

„Powiat kołobrzeski jako najbardziej atrakcyjny obszar lokalizacji działalności uzdrowiskowej, turystycznej i usługowej w północno-zachodniej Polsce, realizujący zasady zrównoważonego rozwoju z zachowaniem najwyższej jakości walorów przyrodniczych”.

Misja wskazuje cele oraz rysuje wizję tego, czym chcielibyśmy być. Nie może być ona oderwana od uwarunkowań historycznych, potencjału ekonomicznego, gospodarczego i społecznego powiatu oraz konkurencyjnego otoczenia. Cele powinny być podzielone na cele podstawowe (pierwszorzędne) oraz cele cząstkowe. Cele podstawowe: mają charakter długofalowy, wymagają procesów złożonych oraz rozciągniętych w czasie.

Podstawowe cele strategii promocji powiatu kołobrzeskiego:

- Budowa silnej i rozpoznawalnej marki powiatu (system wizualny, graficzny i skojarzeniowy),
- Stworzenie systemu informacji powiatowej (turystycznej i gospodarczej) w formie wydawnictw tematycznych lub cyklicznego informatora,
- Zwiększenie liczby turystów (dalsza intensyfikacja ruchu turystycznego – zwłaszcza zagranicznego),

- Zwiększenie liczby inwestorów (atrakcyjne lokalizacje, różnorodność działalności, ewentualna lokalizacja podstrefy Specjalnej Strefy Ekonomicznej, poprawa dostępności komunikacyjnej),
- Promowanie rozwoju gospodarczego i społecznego (zróżnicowana gospodarka zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju o dominacji funkcji uzdrowiskowo-turystycznych i usług),
- Integracja społeczności lokalnej z zachowaniem jej różnorodności (rozwój szkolnictwa, obiektów kulturalno-rozrywkowych i sportowo-rekreacyjnych, informatyzacja, komunikacja),
- Promocja walorów historyczno-kulturalnych powiatu oraz wspieranie wydarzeń kulturalnych i sportowych poprzez Muzeum Oręża Polskiego, Ognisko Pracy Pozaszkolnej oraz projektowany Stadion Lekkoatletyczny,
- Współpraca i realizacja zadań wspólnie z organizacjami pozarządowymi (MGO)

Realizacja celów podstawowych oznacza jednocześnie realizację celów cząstkowych. Cele te dotyczą działań bardziej konkretnych lub opierają się na użyciu odpowiednich narzędzi. Np. przyjęcie i wypromowanie lokalnych marek i symboli, działanie na rzecz rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw itp.

Realizacja celów oznacza działania skierowane do odpowiednich grup: turystów, inwestorów, mieszkańców i innych. Wiąże się to ze zdefiniowaniem grup docelowych, które są kluczowe dla kierowania naszego komunikatu promocyjnego. Inny komunikat będzie skierowany do środowisk biznesowych, a inny do turystów. Ważne jest dokładne określenie grup osób lub podmiotów gospodarczych, do których chcemy, aby nasz przekaz trafił i był najbardziej czytelny i zrozumiały.

Przykładowe grupy docelowe to:

- środowiska biznesowe,
- inwestorzy krajowi czy zagraniczni,
- inwestorzy lokalni, regionalni, krajowi, zagraniczni,
- inwestorzy z określonych branż i sektorów gospodarki,
- zrzeszenia i organizacje przedsiębiorców,
- firmy consultingowe, media, itp.
- turyści i odwiedzający,
- mieszkańcy.

Narzędzia promocji powiatu kołobrzeskiego

Narzędzia promocyjne to osoby, środki i kanały informacyjne za pomocą których możliwe jest prowadzenie działań promocyjnych. Można wyróżnić 4 podstawowe sposoby prowadzenia działalności promocyjnej (kanały promocyjne). Są to:

- **bezpośrednie działania marketingowe reprezentantów i pracowników starostwa** (działania promocyjne, reklamowe, informacyjne, reprezentacyjne i wizerunkowe prowadzone przez pracowników i osoby związane bezpośrednio z funkcjonowaniem starostwa powiatowego oraz instytucji będących częścią struktury starostwa powiatowego wykonywane codziennie, systematycznie, długookresowo w ramach obowiązków służbowych, reprezentacyjnych stosownie do stanowiska i obowiązków jakie są przydzielone w ramach stanowiska pracy),
- **promocja w tradycyjnych i nowych mediach elektronicznych** (działania promocyjne, reklamowe, informacyjne, reprezentacyjne i wizerunkowe realizowane i eksponowane bezpośrednio za pomocą prasy, radia, telewizji, portali internetowych, forów internetowych w formie artykułów, wywiadów, konferencji, spotkań, transmisji, eventów, itp.),
- **tradycyjne przenośne i stałe nośniki promocyjne i reklamowe** (reklama wielkoformatowa, reklama w formie banerów i plakatów na budynkach, obiektach kubaturowych, wieżach, masztach i rusztowaniach, reklama mobilna na pojazdach, reklama na słupach ogłoszeniowych, reklama w formie ulotek, plakatów, reklamy stałe drukowane - wyświetlane na tablicach świetlnych i wyświetlaczach wielkoformatowych, reklama na stojakach i wózkach reklamowych, barierki reklamowe, stoliki i stoiska reklamowe, budki i pojazdy reklamowe, itp.),
- **działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych** (działania promocyjne, reklamowe, informacyjne, reprezentacyjne i wizerunkowe realizowane i eksponowane przez osoby fizyczne lub grupy osób działające w organizacjach, stowarzyszeniach, klubach, kołach, szkołach, itp. /np. wybitny sportowiec, klub sportowy, uczeń/grupa uczniów//, organizacje pozarządowe wykonywane na rzecz starostwa powiatowego w zamian za wsparcie finansowe, techniczne, organizacyjne, naukowe, realizowane w formie promocji/patronatu powiatu kołobrzeskiego poprzez wypowiedzi, logo, herb, baner, plakat, plaketkę, itp. umieszczane na osobistych/klubowych/technicznych nośnikach reklamowych typu koszulka, czapeczka, torba, sprzęt sportowy/część obiektu-budynku sportowego, inne wyposażenie obiektu, itp. realizowane przez okres w jakim odbywa się przedsięwzięcie lub cykl przedsięwzięć na czas których była kontraktowana realizowana działalność promocyjna),

Obok osób, środków i kanałów promocyjnych niezbędne jest także określenie obszarów (tematyki kluczowej) w ramach której będzie prowadzona promocja powiatu kołobrzeskiego.

Generalnie można wyróżnić 5 obszarów promocji z określeniem ich celów szczegółowych:

- 1) Obszar promocji pt: **powiat i jego mieszkańcy** (czym jest powiat, jego rola i ranga w ramach samorządu terytorialnego, miejsce w systemie terytorialnym kraju i województwa, znaczenie powiatu w funkcjonowaniu społeczności lokalnej, symbole i oznaczenia powiatu, flaga, logo, herb, integracja i współpraca społeczności lokalnej na poziomie powiatu, dorobek historyczny, kulturowy, społeczny, ekonomiczny powiatu i jego znaczenie dla społeczności lokalnej, rola powiatu w zakresie kontroli, ochrony, planowania i promocji powiatu oraz życia jego mieszkańców i osób z zewnątrz),
- 2) Obszar promocji pt: **warunki naturalne i środowisko** (lokalizacja i położenie geograficzne, cechy fizyczno geograficzne środowiska naturalnego, ekologia i ochrona środowiska w powiecie, walory naturalne i uzdrowiskowe, rola powiatu w zakresie kontroli, ochrony, planowania i promocji istniejących warunków naturalnych i środowiska),
- 3) Obszar promocji pt: **turystyka i uzdrowisko** (rola turystyki w funkcjonowaniu powiatu, ranga powiatu w polskiej turystyce, działalność uzdrowiskowa i ranga uzdrowiska Kołobrzeg, wymogi i walory uzdrowiskowe, rola powiatu w zakresie kontroli, ochrony, planowania i promocji działalności turystycznej i uzdrowiskowej),
- 4) Obszar promocji pt: **gospodarka (ranga - miejsce powiatu w województwie)** (gospodarka powiatu i jej ranga w województwie i kraju, zatrudnienie i promocja pracy, problematyka bezrobocia oraz aktywizacji mieszkańców na rynku pracy, rola powiatu w zakresie kontroli, ochrony, planowania i promocji działalności gospodarczej i gospodarki),
- 5) Obszar promocji pt: **kultura i sport** (obiekty kulturalne i sportowe w powiecie, imprezy i wydarzenia kulturalne i sportowe organizowane lub wspomagane przez powiat kołobrzeski, wspieranie działaczy i animatorów kultury oraz sportu i sportowców w działaniach na rzecz społeczności lokalnej powiatu, rola powiatu w zakresie kontroli, ochrony, planowania i promocji kultury i sportu).

Poszczególnym obszarom promocyjnym przyporządkowano cele szczegółowe i odpowiednie osoby, środki i kanały reklamowe jakie mogą być użyte dla osiągnięcia celu jakim jest właściwa promocja powiatu kołobrzeskiego oraz wskaźniki kumulatywne i niekumulatywne pozwalające mierzyć efektywność realizowanej strategii.

Odpowiednio są to:

- Obszar promocji pt: **powiat i jego mieszkańcy**

- 1) Eksponowanie i prezentowanie flagi, logo, herbu powiatu przed obiektami i instytucjami należącymi do powiatu kołobrzeskiego (**bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa**), lata realizacji 2012-2020 – Wskaźnik docelowy oparty na pomiarze czasu realizacji Wd 2012=1, Wd 2020=8 dla każdego z 3 lub więcej badanych i ocenianych działań promocyjnych (flaga Wd 2012=1, Wd 2020=8, używanie logo podobnie, herb i inne dodane w dalszej perspektywie – ocena roczna lub ułamkowa wynikająca z okresu wg liczby miesięcy użytkowania np. od początku czerwca Wd 2012=0,6)

- 2) wyjazdy i delegacje pracowników powiatu kołobrzeskiego i reprezentowanie powiatu na zewnątrz (partnerstwo krajowe i zagraniczne – współpraca na poziomie powiatów **(bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa)**, lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na średniej liczbie wyjazdów i delegacji gdzie średnie za ostatnie trzy lata (2009-2011) stanowiłaby wartość odniesienia (np.: liczba wyjazdów za ten okres 17) wówczas wskaźnik docelowy kumulatywny gdzie coroczna wartość przyjęta jako $Wd_{2012}=17$ powinna rosnąć o 5%, zatem $Wd_{2013}=17,85$ $Wd_{2014}=18,74$ $Wd_{2015}=19,68$ itd., aż do $Wd_{2020}=...$
- 3) prowadzenie własnej strony internetowej starostwa powiatowego, umieszczanie na niej bieżących informacji o funkcjonowaniu i wydarzeniach istotnych dla funkcjonowania powiatu wykorzystywanych przez media lokalne, regionalne i ogólnopolskie (kreowanie wizerunku) oraz informacje w przekazie bezpośrednim uwzględniając zagadnienia e-gospodarki, e-urząd, telekonferencje i internet w technologii LTE. **(bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa)**, lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na dwóch miernikach (liczba umieszczonych materiałów w ciągu roku plus liczba odsłon czy wejść w te materiały) gdzie wartość za rok 2011 stanowiłaby wartość odniesienia (np.: 178 materiałów plus łączna liczba ich odsłon 234 578 zatem $Wd_1_{2012} = 178+3\%=183,3$ a $Wd_2_{2012} = 234\,578+3\% = 241615$, przy czym można założyć że obie wartości powinny przyrastać o 3% rocznie stąd $Wd_1_{2013} = 188,8$, $Wd_2_{2013} = 248863$, itd. aż do $Wd_{2020}=...$
- 4) wspieranie uczestników olimpiad przedmiotowych szkół ponadgimnazjalnych na poziomie krajowym i międzynarodowym poprzez drobne upominki i nagrody finansowe, a w zamian osoby te reprezentują szkoły powiatu kołobrzeskiego i powiat kołobrzeski na zewnątrz (materiały papiernicze, koszulka z logo lub herbem itp.), **(działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych)**, lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na wartości kwotowej z uwzględnieniem inflacji rocznej oraz liczbie uczniów (uczestników olimpiad na poziomie krajowym i ogólnopolskim). Można przyjąć średnią z lat 2009-2011 jako wielkości bazowe i na ich bazie oprzeć $Wd_1_{2012} = 5673$ zł $Wd_2 = 7$. W tym przypadku najważniejsze jest utrzymanie dotychczasowych wielkości wskaźników, mając świadomość faktycznego wzrostu efektywności promocji pamiętając o postępującym do 2020 r. niżu demograficznym w powiecie.
- 5) uczestnictwo w imprezach i uroczystościach rangi państwowej, wojewódzkiej, powiatowej, składanie wieńców i kwiatów w imieniu społeczności lokalnej i władz powiatu kołobrzeskiego, **(bezpośrednie działania marketingowe reprezentantów starostwa)**, lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na liczbie imprez i liczbie ich bezpośrednich uczestników w przedziałach (0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościami bazowych. Na tej bazie oprzeć należy Wd_1_{2012} i Wd_2_{2012} i kolejne $Wd...._{2013}$ itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych.

6) regularne lub nieregularne (doraźne) wydawanie wkładki informacyjnej i materiałów sponsorowanych do prasy regionalnej i ogólnopolskiej lub informatora (rocznika) dotyczącego powiatu kołobrzeskiego o charakterze promocyjno-turystycznym i gospodarczo-inwestycyjnym (**bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na 2 składowych (liczba opracowanych materiałów oraz ich bezpośredni nakład (Wd_1 2012= 6, Wd_2 2012= 46 500), w tym przypadku można przyjąć coroczne wzrosty dla Wd_1 na poziomie 5% a Wd_2 na poziomie 3%.

Obszar promocji pt: **warunki naturalne i środowisko**

1) ogłaszanie ogólnopolskich lub regionalnych konkursów prac dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych, prac licencjackich, magisterskich, doktorskich dotyczących tematyki powiatu kołobrzeskiego w różnorodnych dziedzinach (ekonomia, geografia, biologia, historia, itp. (**działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych oraz działania jednostek oświatowych powiatu kołobrzeskiego**), lata realizacji 2012-2020, wskaźnik oparty na liczbie prac dotyczących powiatu kołobrzeskiego. Realizowany był 1 konkurs powiatowy gdzie można użyć średniego wskaźnika z ostatnich 3 lat (2009-2011) Wd_1 2012 – liczba prac konkursowych. Brak jest odniesienia do wcześniejszego okresu funkcjonowania powiatu, w przypadku prac wyższego szczebla zatem można przyjąć że Wd_2 20xx = 3 dla roku w którym taki konkurs byłby ogłoszony, uwzględniając miejsca 1,2,3.

2) wykorzystanie dla celów promocyjnych powiatu - ogólnopolskiego oznakowania szlaków komunikacyjnych (drogowych, kolejowych, morskich, lotniczych i pieszych) poprzez zadbanie o ich odpowiednie rozmieszczenie, opis, grafikę, itp. przy głównych węzłach komunikacyjnych regionu i kraju, (**tradycyjne przenośne i stałe nośniki promocyjne i reklamowe**), lata realizacji 2012-2020. Wskaźnik oceny efektywności tego rodzaju działań można oprzeć na kwotach wydatkowanych na oznaczenia szlaków komunikacyjnych w ciągu danego roku. Brak jest odniesienia do wcześniejszego okresu funkcjonowania powiatu, zatem można przyjąć że Wd_1 20xx = zł, dla roku w którym tego typu działanie zostanie zrealizowane. W latach następnych można przyjąć poziom docelowy jako kwotę powiększoną o poziom inflacji z danego roku.

3) wykorzystanie możliwości wprowadzenia linków i programów starostwa do portali internetowych i z portali internetowych przekierowujących zainteresowanych na strony powiatu lub ze strony powiatu (**promocja w tradycyjnych i nowych mediach elektronicznych**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na dwóch miernikach (liczba umieszczonych materiałów w ciągu roku plus liczba odsłon czy wejść w te materiały) dla dokumentacji w ramach podpisanych umów promocyjnych gdzie wartość za rok 2011 stanowiłaby wartość odniesienia (np.: 178 materiałów plus łączna liczba ich odsłon 234 578 zatem Wd_1 2012 = $178+3\%=183,3$ a Wd_2 2012 = $234\ 578+3\% = 241615$, przy czym można założyć że obie wartości powinny przyrastać o 3% rocznie stąd Wd_1 2013 = 188,8, Wd_2 2013 = 248863, itd. aż do Wd 2020=

4) pomoc finansowa i materialna na rzecz organizacji pożytku publicznego, stowarzyszeń, grup inicjatywnych mieszkańców w działaniach prośrodowiskowych, ochrony przyrody i walorów naturalnych, (**działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na wartości kwotowej z uwzględnieniem inflacji rocznej oraz liczbie wspieranych organizacji. Można przyjąć średnią z lat 2009-2011 jako wielkości bazowe i na ich bazie oprzeć $Wd_1 2012 = \dots \text{ zł}$ $Wd_2 2012 = \dots$ i odpowiednio $Wd_1 2013 = \dots \text{ zł}$ $Wd_2 2013 = \dots$. W następnych latach można przyjąć wzrost kwoty z uwzględnieniem inflacji o 3% rocznie a także zwiększanie liczby wspieranych organizacji o 1-2 rocznie.

Obszar promocji pt: **turystyka i uzdrowisko**

1) uczestnictwo przedstawicieli powiatu w targach i imprezach targowych dotyczących turystyki, nieruchomości, gospodarki morskiej, biznesu, itp. (wspólnie z miastem i gminami powiatu oraz podmiotami prywatnymi na zasadzie partnerstwa publiczno-prywatnego), (**bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na liczbie imprez i liczbie ich bezpośrednich uczestników w przedziałach (0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprzeć należy $Wd_1 2012$ i $Wd_2 2012$ i kolejne $Wd \dots 2013$ itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych, ewentualnie wzrost wartości o 5% rocznie.

2) wykorzystanie dla celów promocyjnych powiatu kołobrzeskiego najnowocześniejszych możliwości jakie daje Internet i media elektroniczne, poprzez wprowadzenie dość kosztownego tłumaczenia materiałów informacyjnych powiatu w kilku najpopularniejszych językach europejskich (angielski, niemiecki, rosyjski, szwedzki, duński) ewentualnie biorąc pod uwagę także tłumaczenia w innych 2-3 najpopularniejszych językach świata. (**promocja w tradycyjnych i nowych mediach elektronicznych**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na dwóch miernikach (liczba umieszczonych materiałów w ciągu roku plus liczba odsłon czy wejść w te materiały) gdzie wartość za rok 2011 stanowiłaby wartość odniesienia (np.: 178 materiałów plus łączna liczba ich odsłon 234 578 zatem $Wd_1 2012 = 178+3\%=183,3$ a $Wd_2 2012 = 234 578+3\% = 241615$, przy czym można założyć że obie wartości powinny przyrastać o 3% rocznie stąd $Wd_1 2013 = 188,8$, $Wd_2 2013 = 248863$, itd. aż do $Wd 2020 = \dots$

3) poszukiwanie nowych możliwości promocji powiatu poprzez osoby znane i lubiane zarówno z kraju jak i z zagranicy (celebryci) i zachęcenie ich by zainteresowały się powiatem kołobrzeskim jako miejscem ciekawego wypoczynku, kontaktów i prowadzenia działalności zawodowej czy hobbystycznej, (**działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na wartości kwotowej z uwzględnieniem inflacji rocznej oraz liczbie wspieranych osób (celebrytów). Można przyjąć średnią z lat 2009-2011 jako wielkości bazowe i na ich bazie oprzeć $Wd_1 2012 = 5673 \text{ zł}$ $Wd_2 = 7$. W tym przypadku najważniejsze jest utrzymanie

dotychczasowych wielkości wskaźników, mając świadomość trudności w pozyskaniu takich osób, zróżnicowanej specyfiki ich działalności oraz oceny tego rodzaju „działań”.

4) wykorzystanie potencjału turystycznego, kulturalnego i naukowego MOP jako swoistego centrum informacji i promocji turystycznej dla powiatu Kołobrzeskiego, (**bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na liczbie imprez i liczbie ich bezpośrednich uczestników (liczba uczestników w przedziałach (0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób ustalana na podstawie biletów lub szacunkowej wielkości grup) za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy Wd₁ 2012 i Wd₂ 2012 i kolejne Wd.... 2013 itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych, ewentualnie wzrost wartości o 5-10% rocznie.

Obszar promocji pt: **gospodarka (ranga - miejsce powiatu w województwie)**

1) wspieranie lokalnych wydarzeń społeczno-kulturalnych, rozrywkowych, konferencji biznesowych i naukowych, uroczystości państwowych, rocznic i wydarzeń cyklicznych i okolicznościowych poprzez przekazywanie drobnych upominków i gadżetów reklamowych, ustawianie banerów lub stojaków reklamowych powiatu kołobrzeskiego (**bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa+ tradycyjne przenośne i stałe nośniki promocyjne i reklamowe**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na liczbie imprez, liczbie ich bezpośrednich uczestników (liczba uczestników w przedziałach (0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) oraz wydatków na materiały reklamowe z uwzględnieniem inflacji za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy Wd₁ 2012, Wd₂ 2012, Wd₃ 2012 i kolejne Wd.... 2013 itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych, ewentualnie wzrost wartości o 5% rocznie.

2) śledzenie bieżących wydarzeń gospodarczych, społecznych i ekonomicznych - kreowanie ich wizerunku w oparciu symbole graficzne (flaga, logo, herb) powiatu kołobrzeskiego oraz monitoring mediów (**bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na ilości artykułów w mediach lokalnych i regionalnych za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy Wd₁ 2012 i kolejne Wd.... 2013 itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych ewentualnie niewielki wzrost w przyszłości (ok. 3%).

3) rozpoczęcie starań o lokalizację w powiecie kołobrzeskim strefy zorganizowanego zainwestowania lub podstrefy specjalnej strefy ekonomicznej – np. w oparciu o port morski, bliskie sąsiedztwo dróg krajowych, lotnisko sportowo-turystyczne i sąsiedztwo realizowanych i planowanych innych inwestycji komunikacyjnych (**bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa**) lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na średniej liczbie wyjazdów i delegacji gdzie średnie za ostatnie trzy lata (2009-2011) stanowiłaby wartość odniesienia (np.: liczba wyjazdów za ten okres 17) wówczas wskaźnik docelowy kumulatywny

gdzie coroczna wartość przyjęta jako $W_d 2012=17$ powinna rosnąć o 5%, zatem $W_d 2013=17,85$ $W_d 2014=18,74$ $W_d 2015=19,68$ itd. Wartość $W_d 2020=...$ Działanie to nie było realizowane.

4) wykorzystanie możliwości promocji powiatu kołobrzeskiego poprzez linki i odnośniki na stronach internetowych różnorodnych instytucji związanych z działalnością turystyczną, gospodarczą, samorządową, a także agencji i ministerstw szczebla regionalnego i ogólnopolskiego (**promocja w tradycyjnych i nowych mediach elektronicznych**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na ilości umieszczonych materiałów w ciągu roku) gdzie wartość za rok 2011 stanowiłaby wartość odniesienia (np.: 178 materiałów zatem $W_{d1} 2012 = 178+3\%=183,3$ przy czym można założyć że obie wartości powinny rosnąć o 3% rocznie stąd $W_{d1} 2013=188,8$ itd aż do $W_d 2020=..$

5) w celu pozyskania inwestorów-partnerów krajowych i zagranicznych możliwe jest wspieranie finansowe lub rzeczowe organizacji (organizatorów) konferencji biznesowych i naukowych, promocja w mediach organizowanych imprez (konferencji) oraz umieszczanie podczas ich trwania (organizacji) przenośnych nośników reklamowych starostwa powiatowego (banery, tablice, plansze reklamowe, ewentualnie flaga, logo, herb, itp.), (**tradycyjne przenośne i stałe nośniki promocyjne i reklamowe + bezpośrednie działania marketingowe starostwa + promocja w tradycyjnych i nowych mediach elektronicznych**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na liczbie imprez, liczbie ich bezpośrednich uczestników w przedziałach (0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) oraz wydatków na materiały reklamowe z uwzględnieniem inflacji za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy $W_{d1} 2012$, $W_{d2} 2012$, $W_{d3} 2012$ i kolejne $W_d...$ 2013 itd. Należy przyjąć utrzymywanie się wybranych wartości dotychczasowych w przyszłości, ewentualnie wzrost wartości o 3% rocznie.

Obszar promocji pt: **kultura i sport**

1) wspieranie klubów sportowych poprzez dotacje, granty, stypendia, wsparcie organizacyjne lub zasoby techniczne (lokalowe) powiatu kołobrzeskiego, (**działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na liczbie imprez (mecze ligowe, turnieje, konferencje prasowe), liczbie ich bezpośrednich uczestników (w przedziałach 0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) oraz wydatków na materiały reklamowe z uwzględnieniem inflacji za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy $W_{d1} 2012$, $W_{d2} 2012$, $W_{d3} 2012$ i kolejne $W_d...$ 2013 itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych, ewentualnie wzrost wartości o 5% rocznie.

2) wsparcie działalności sportowej poprzez wykorzystywanie projektowanego nowoczesnego stadionu lekkoatletycznego i jego zaplecza treningowego jako centrum sportowego o znaczeniu powiatowym (obok Regionalnego Centrum Sportu), (**działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na liczbie imprez, liczbie ich bezpośrednich uczestników (w przedziałach 0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) oraz wydatków

na materiały reklamowe z uwzględnieniem inflacji. Wielkości bazowe dotyczyły by pierwszego roku użytkowania obiektu. Na tej bazie oprócz należy późniejsze Wd_1 20xx, Wd_2 20xx, Wd_3 20xx i kolejne $Wd...$ 20xx itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych, ewentualnie wzrost wartości o 3% rocznie. Budowa stadionu lekkoatletycznego to kluczowa inwestycja sportowa powiatu kołobrzeskiego, zatem możliwe tu jest uwzględnienie środków na projekt stadionu oraz część wydatków na budowę w ramach działań promocyjnych powiatu. Dotychczas tego rodzaju działalność i wydatkowanie środków nie była realizowana.

3) wsparcie działalności kulturalnej i sportowej poprzez udostępnienie obiektów Ogniska Pracy Pozaszkolnej jako bazy lokalowej i organizacyjnej, (**działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na liczbie imprez, liczbie ich bezpośrednich uczestników w przedziałach (0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) oraz wydatków na materiały reklamowe z uwzględnieniem inflacji za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy Wd_1 2012, Wd_2 2012, Wd_3 2012 i kolejne $Wd...$ 2013 itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych, ewentualnie wzrost wartości o 3% rocznie.

4) kontakt z mediami elektronicznymi jako forma atrakcyjnej promocji powiatu poprzez dotarcie do „przyjaciół powiatu” - Facebook, Twitter, You Tube, itp. (najnowsze kanały do dystrybucji informacji o wydarzeniach np. kulturalnych i sportowych w przekazie bezpośrednim) uwzględniając zagadnienia e-gospodarki, e-urząd, telekonferencje i internet w technologii LTE., (**promocja w nowych mediach elektronicznych**), lata realizacji 2012-2020 – wskaźnik oparty na dwóch miernikach (liczba umieszczonych materiałów w ciągu roku plus liczba odsłon czy wejść w te materiały) gdzie wartość za rok 2011 stanowiłaby wartość odniesienia (np.: 178 materiałów plus łączna liczba ich odsłon 234 578 zatem Wd_1 2012 = $178+3\%=183,3$ a Wd_2 2012 = $234\ 578+3\% = 241615$, przy czym można założyć że obie wartości powinny przyrastać o 3 % rocznie stąd Wd_1 2013 = 188,8, Wd_2 2013 = 248863, itd. aż do Wd 2020= Dotychczas tego rodzaju działalność nie była realizowana.

W celu ułatwienia prowadzenia działań promocyjnych oraz ich oceny i ewaluacji powyższe cele szczegółowe zostały zebrane w formie tabeli ewaluacyjnej (tab.12). Tabela ta określa obszar promocji, cel szczegółowy, osoby, środki, kanały reklamowe, czas realizacji oraz wskaźniki wyjściowe, bieżące i docelowe. Strategia promocji powiatu kołobrzeskiego jest przewidziana do realizacji na lata 2012 – 2020 jednak dla niektórych działań promocyjnych niezbędne jest zastrzeżenie, iż niektóre realizowane przedsięwzięcia nie miały dotychczas swojego odpowiednika w przeszłości. Wynika stąd brak możliwości wskazania wskaźników efektywności dotychczasowej promocji a także ustalenie mierników bieżących a także docelowych. Możliwe jest w takim przypadku wskazanie ewentualnych możliwych wzrostów w skali procentowej lub ilościowej na przestrzeni roku,

a stąd dopiero możliwe będą w przyszłości obliczenia docelowych efektów podjętych działań promocyjnych. Jest to najistotniejsza przeszkoda w planowaniu potencjalnych działań promocyjnych powiatu kołobrzeskiego. Inną niewiadomą jest wysokość faktycznej inflacji rocznej (przy założeniu średniej na poziomie ok. 3%) co także pozwala przeprowadzić oceny po upływie danego okresu czasu.

Tab.12

Tabela ewaluacyjna

Obszar promocji	Cel szczegółowy	Osoby, środki, kanały reklamowe	Czas realizacji	Wskaźniki wyjściowe, bieżące i docelowe
Powiat i jego mieszkańcy	Ekspozowanie flagi, logo, herbu powiatu przed obiektami i instytucjami należącymi do powiatu kołobrzeskiego	bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa	2012-2020	Wskaźnik oparty wyłącznie na pomiarze czasu realizacji Wd 2012=1, Wd 2020=8 dla każdego z 3 lub więcej badanych i ocenianych działań promocyjnych (flaga Wd 2012 = 1, Wd 2020 = 8, – ocena roczna lub ułamkowa wynikająca z okresu wg liczby miesięcy użytkowania np. od początku czerwca Wd 2012=0,6 Wd 2012=1 Wd 2020=8
	wyjazdy i delegacje pracowników powiatu kołobrzeskiego i reprezentowanie powiatu na zewnątrz (partnerstwo krajowe i zagraniczne – współpraca na poziomie powiatów	bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa	2012-2020	wskaźnik oparty na średniej liczbie wyjazdów i delegacji gdzie średnie za ostatnie trzy lata (2009-2011) stanowiłaby wartość odniesienia (np.: liczba wyjazdów za ten okres 17) wówczas wskaźnik docelowy kumulatywny gdzie coroczna wartość przyjęta jako Wd 2012=17 powinna rosnąć o 5%, Wd 2012 =17 Wd 2020 = 25
	prorowadzenie własnej strony internetowej starostwa powiatowego, umieszczanie na niej bieżących informacji o funkcjonowaniu i wydarzeniach istotnych dla funkcjonowania powiatu wykorzystywanych przez media lokalne, regionalne i ogólnopolskie (kreowanie wizerunku) oraz w informacje w przekazie bezpośrednim uwzględniając zagadnienia e-gospodarki, e-urząd, telekonferencje Internet typu LTE	bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa	2012-2020	wskaźnik oparty na dwóch miernikach (liczba umieszczonych materiałów w ciągu roku plus liczba odsłon czy wejść w te materiały) gdzie wartość za rok 2011 stanowiłaby wartość odniesienia (np.: 178 materiałów plus łączna liczba ich odsłon 234 578 zatem Wd ₁ 2012 = 178+3%=183,3 a Wd ₂ 2012 = 234 578+3% = 241615, przy czym można założyć że obie wartości powinny przyrastać o 3% rocznie stąd Wd ₁ 2013 = 188,8, Wd ₂ 2013 = 248863, itd. zatem Wd ₁ 2012 = 183 Wd ₁ 2020 = 232 Wd ₂ 2012 = 241615 Wd ₂ 2020 = 306071

	wspieranie uczestników olimpiad przedmiotowych szkół ponadgimnazjalnych na poziomie krajowym i międzynarodowym poprzez upominki i nagrody finansowe, a w zamian osoby te reprezentują szkoły powiatu kołobrzeskiego i powiat kołobrzeski na zewnątrz (materiały papiernicze, koszulka z logo lub herbem itp.)	działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych	2012-2020	wskaźnik oparty na wartości kwotowej z uwzględnieniem inflacji rocznej oraz liczbie uczniów (uczestników olimpiad na poziomie wojewódzkim, krajowym i ogólnopolskim). Można przyjąć średnią z lat 2009-2011 jako wielkości bazowe, np.: Wd ₁ 2012 = 5673 zł Wd ₂ = 7 Zakładając utrzymanie liczby uczniów i inflację roczną 3% otrzymujemy: Wd ₁ 2020 = 7186 zł Wd ₂ = 7
	uczestnictwo w imprezach i uroczystościach rangi państwowej, wojewódzkiej, powiatowej, składanie wieńców i kwiatów w imieniu społeczności lokalnej i władz powiatu kołobrzeskiego	bezpośrednie działania marketingowe reprezentantów starostwa	2012-2020	wskaźnik oparty na liczbie imprez i liczbie ich bezpośrednich uczestników w przedziałach (0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy Wd ₁ 2012 i Wd ₂ 2012 i kolejne Wd.... 2013 itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych.
	regularne lub nieregularne (doraźne) wydawanie wkładki informacyjnej i materiałów sponsorowanych do prasy regionalnej i ogólnopolskiej lub informatora (rocznika) dotyczącego powiatu kołobrzeskiego o charakterze promocyjno-turystycznym i gospodarczo-inwestycyjnym	bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa	2012-2020	wskaźnik oparty na 2 składowych (liczba opracowanych materiałów oraz ich bezpośredni nakład (Wd ₁ 2012= 6, Wd ₂ 2012= 46 500), w tym przypadku można przyjąć coroczne wzrosty dla Wd ₁ na poziomie 5% a Wd ₂ na poziomie 3%. Np.: Wd ₁ 2012 = 6 Wd ₂ 2012 = 46 500 Wd ₁ 2020 = 9 Wd ₂ 2020 = 58 905
Warunki naturalne i środowisko	Ogłaszanie ogólnopolskich lub regionalnych konkursów prac dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych, prac licencjackich, magisterskich, doktorskich dotyczących tematyki powiatu kołobrzeskiego	działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych oraz działania jednostek oświatowych powiatu kołobrzeskiego	2012-2020	wskaźnik oparty na liczbie prac z powiatu kołobrzeskiego. Realizowany był 1 konkurs powiatowy gdzie można użyć średniego wskaźnika z ostatnich 3 lat (2009-2011) Wd ₁ 2012 – liczba prac konkursowych. Brak jest odniesienia do wcześniejszego okresu funkcjonowania powiatu, w przypadku prac wyższego szczebla (prace dyplomowe)

	w różnorodnych dziedzinach (ekonomia, geografia, biologia, historia, itp.			zatem można przyjąć że $Wd_2 20xx = 3$ dla roku w którym taki konkurs byłby ogłoszony, uwzględniając miejsca 1,2,3. Działanie to było realizowane w zakresie konkursów szkolnych
	wykorzystanie dla celów promocyjnych powiatu - ogólnopolskiego oznakowania szlaków komunikacyjnych (drogowych, kolejowych, morskich, lotniczych i pieszych) poprzez zadbanie o ich odpowiednie rozmieszczenie, opis, grafikę, itp. przy głównych węzłach komunikacyjnych regionu i kraju,	tradycyjne przenośne i stałe nośniki promocyjne i reklamowe	2012-2020	Wskaźnik oceny efektywności tego rodzaju działań można oprzeć na kwotach wydatkowanych na oznaczenia szlaków komunikacyjnych w ciągu danego roku. Brak jest odniesienia do wcześniejszego okresu funkcjonowania powiatu, zatem można przyjąć że $Wd_1 20xx = \dots$ zł, dla roku w którym tego typu działanie zostanie zrealizowane. W latach następnych można przyjąć za poziom docelowy kwotę wyjściową powiększoną o poziom inflacji z danego roku, np.: Przy założeniu inflacji 3% i rozpoczęciu w 2013 roku $Wd 2013 = 10\ 000$ zł $Wd 2020 = 12298$ zł
	wykorzystanie możliwości wprowadzenia linków i programów starostwa do portali internetowych i z portali internetowych przekierowujących zainteresowanych na strony powiatu lub ze strony powiatu	promocja w tradycyjnych i nowych mediach elektronicznych	2012-2020	wskaźnik oparty na 2 składowych (liczba umieszczonych materiałów w ciągu roku plus liczba odsłon czy wejść w te materiały) dla różnej dokumentacji w ramach podpisanych umów promocyjnych gdzie wartość za rok 2011 stanowiłaby wartość odniesienia (np.: 178 materiałów plus łączna liczba ich odsłon 234 578 zatem $Wd_1 2012 = 178 + 3\% = 183,3$ a $Wd_2 2012 = 234\ 578 + 3\% = 241615$, przy czym można założyć że obie wartości powinny przyrastać o 3 % rocznie stąd $Wd_1 2013 = 188,8$, $Wd_2 2013 = 248863$, itd. aż do $Wd 2020 = \dots$
	pomoc finansowa i materialna na rzecz organizacji pożytku publicznego, stowarzyszeń, grup inicjatywnych ochrony mieszkańców w działaniach prośrodowiskowych,	działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych	2012-2020	wskaźnik oparty na wartości kwotowej z uwzględnieniem inflacji rocznej oraz liczbie wspieranych organizacji. Można przyjąć średnią z lat 2009-2011 jako wielkości bazowe i na ich bazie oprzeć $Wd_1 2012 = \dots$ zł $Wd_2 2012 = \dots$ i odpowiednio $Wd_1 2013 = \dots$ zł $Wd_2 2013 = \dots$

	przyrody i walorów naturalnych			W następnych latach można przyjąć wzrost kwoty z uwzględnieniem inflacji o 3 % rocznie a także zwiększanie liczby wspieranych organizacji (OPP) o 1-2 rocznie.
Turystyka i uzdrowisko	uczestnictwo przedstawicieli powiatu w targach i imprezach targowych dotyczących turystyki, nieruchomości, gospodarki morskiej, biznesu, itp. (wspólnie z miastem i gminami powiatu oraz podmiotami prywatnymi na zasadzie partnerstwa publiczno-prywatnego)	bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa	2012-2020	wskaźnik oparty na liczbie imprez i liczbie ich bezpośrednich uczestników w przedziałach (0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy Wd ₁ 2012 i Wd ₂ 2012 i kolejne Wd.... 2013 itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych, ewentualnie wzrosty wartości o 3-5 % rocznie.
	wykorzystanie dla celów promocyjnych powiatu kołobrzesckiego najnowocześniejszych możliwości jakie daje Internet i media elektroniczne, poprzez wprowadzenie dość kosztownego tłumaczenia materiałów informacyjnych powiatu w kilku najpopularniejszych językach europejskich (angielski, niemiecki, rosyjski, szwedzki, duński) ewentualnie biorąc pod uwagę także tłumaczenia w innych 2-3 najpopularniejszych językach świata.	promocja w tradycyjnych i nowych mediach elektronicznych	2012-2020	wskaźnik oparty na dwóch miernikach (łączna liczba umieszczonych materiałów w ciągu roku plus liczba odsłon czy wejść w te materiały) gdzie wartość za rok 2011 stanowiłaby wartość odniesienia (np.: 178 materiałów plus łączna liczba ich odsłon 234 578 zatem Wd ₁ 2012 = 178+3%=183,3 a Wd ₂ 2012 = 234 578+3% = 241615, przy czym można założyć że obie wartości powinny przyrastać o 3% rocznie stąd Wd ₁ 2013 = 188,8, Wd ₂ 2013 = 248863, itd. aż do Wd 2020=
	poszukiwanie nowych możliwości promocji powiatu poprzez osoby znane i lubiane zarówno z kraju jak i z zagranicy (celebryci) i zachęcenie ich by zainteresowały się powiatem kołobrzesckim jako miejscem ciekawego wypoczynku, kontaktów	działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych	2012-2020	wskaźnik oparty na wartości kwotowej z uwzględnieniem inflacji rocznej oraz liczbie wspieranych osób (celebrytów). Można przyjąć średnią z lat 2009-2011 jako wielkości bazowe i na ich bazie oprócz Wd ₁ 2012 = 5673 zł Wd ₂ = 7. W tym przypadku najważniejsze jest utrzymanie wielkości wskaźników, mając świadomość

	i prowadzenia działalności zawodowej czy hobbystycznej,			trudności w pozyskaniu takich osób oraz zróżnicowanej specyfiki ich działalności.
	wykorzystanie potencjału turystycznego, kulturalnego i naukowego MOP jako swoistego centrum informacji i promocji turystycznej dla powiatu kołobrzeskiego	bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa	2012-2020	wskaźnik oparty na liczbie imprez i liczbie ich bezpośrednich uczestników (w przedziałach 0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób ustalana na podstawie biletów lub szacunkowej wielkości grup) za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy Wd ₁ 2012 i Wd ₂ 2012 i kolejne Wd.... 2013 itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych, ewentualnie wzrost wartości o 3-5% rocznie.
gospodarka	wspieranie lokalnych wydarzeń społeczno-kulturalnych, rozrywkowych, konferencji biznesowych i naukowych, uroczystości państwowych, rocznic i wydarzeń cyklicznych i okolicznościowych poprzez przekazywanie drobnych upominków i gadżetów reklamowych, ustawianie banerów lub stojaków reklamowych powiatu kołobrzeskiego	bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa+ tradycyjne przenośne i stałe nośniki promocyjne i reklamowe	2012-2020	wskaźnik oparty na liczbie imprez oraz liczbie ich bezpośrednich uczestników (w przedziałach 0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) oraz wydatków na materiały reklamowe z uwzględnieniem inflacji za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy Wd ₁ 2012, Wd ₂ 2012, Wd ₃ 2012 i kolejne Wd.... 2013 itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości w latach następnych, ewentualnie wzrost wartości o 3% rocznie.
	śledzenie bieżących wydarzeń gospodarczych, społecznych i ekonomicznych - kreowanie ich wizerunku w oparciu symbole graficzne (flaga, logo, herb) powiatu kołobrzeskiego oraz monitoring mediów	bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa	2012-2020	wskaźnik oparty na ilości artykułów w mediach lokalnych i regionalnych za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy Wd 2012 i kolejne Wd.... 2013, i dalej kolejno aż do Wd 2020. Należy także przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych, ewentualnie niewielki wzrost w przyszłości (ok. 3%).

rozpoczęcie starań o lokalizację w powiecie kołobrzeskim strefy zorganizowanego zainwestowania lub podstrefy specjalnej strefy ekonomicznej np. w oparciu o port morski, bliskie sąsiedztwo dróg krajowych, lotnisko sportowo-turystyczne i sąsiedztwo realizowanych i planowanych innych inwestycji komunikacyjnych	bezpośrednie działania marketingowe pracowników starostwa	2012-2020	wskaźnik oparty na średniej liczbie wyjazdów i delegacji gdzie średnie za ostatnie trzy lata (2009-2011) stanowiłaby wartość odniesienia (np.: liczba wyjazdów za ten okres 17) wówczas wskaźnik docelowy kumulatywny gdzie coroczna wartość przyjęta jako Wd 2012=17 powinna rosnąć o 5%, zatem Wd 2013=17,85 Wd 2014=18,74 Wd 2015=19,68 itd. Wartość docelowa Wd 2020=.... Dotychczas działanie to nie było realizowane.
wykorzystanie możliwości promocji powiatu Kołobrzeg poprzez linki i odnośniki na stronach internetowych różnorodnych instytucji związanych z działalnością turystyczną, gospodarczą, samorządową, a także agencji i ministerstw szczebla regionalnego i ogólnopolskiego	promocja w tradycyjnych i nowych mediach elektronicznych	2012-2020	wskaźnik oparty na ilości umieszczonych materiałów w ciągu roku) gdzie wartość za rok 2011 stanowiłaby wartość odniesienia (np.: 178 materiałów zatem Wd 2012 = 178+3%=183,3 przy czym można założyć że obie wartości powinny przyrastać o 3% rocznie stąd Wd 2013 = 188,8 itd. aż do Wd 2020= 232
w celu pozyskania inwestorów-partnerów krajowych i zagranicznych możliwe jest wspieranie finansowe lub rzeczowe organizacji (organizatorów) konferencji biznesowych i naukowych, promocja w mediach organizowanych imprez (konferencji) oraz umieszczanie podczas ich trwania (organizacji) przenośnych nośników reklamowych starostwa powiatowego (banery, tablice, plansze reklamowe, ewentualnie flaga, logo, herb, itp.)	tradycyjne przenośne i stałe nośniki promocyjne i reklamowe + bezpośrednie działania marketingowe starostwa + promocja w tradycyjnych i nowych mediach elektronicznych	2012-2020	wskaźnik oparty na liczbie imprez, liczbie ich bezpośrednich uczestników w przedziałach (0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) oraz wydatków na materiały reklamowe z uwzględnieniem inflacji za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy Wd ₁ 2012, Wd ₂ 2012, Wd ₃ 2012 i kolejne Wd.... 2013 itd. Należy przyjąć utrzymywanie się wybranych wartości w latach następnych, ewentualnie wzrost wartości o 3% rocznie, np.; Wd ₁ 2012 = 8 konferencji Wd ₂ 2012 = 350 os Wd ₃ 2012 = 5500 zł Wd ₁ 2020 = 10 konferencji Wd ₂ 2020 = 444 os Wd ₃ 2020 = 6967 zł

Kultura i sport	wspieranie klubów sportowych poprzez dotacje, granty, stypendia, wsparcie organizacyjne lub zasoby techniczne (lokalowe) powiatu kołobrzeskiego	działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych	2012-2020	wskaźnik oparty na liczbie imprez (mecze ligowe, turnieje, konferencje prasowe), liczbie ich bezpośrednich uczestników (w przedziałach 0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) oraz wydatków na materiały i dokumenty reklamowe z uwzględnieniem inflacji za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych. Na tej bazie oprócz należy Wd ₁ 2012, Wd ₂ 2012, Wd ₃ 2012 i kolejne Wd.... 2013 itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych, ewentualnie wzrost wartości o 3% rocznie.
	wsparcie działalności sportowej poprzez wykorzystywanie projektowanego nowoczesnego stadionu lekkoatletycznego i jego zaplecza treningowego jako centrum sportowego o znaczeniu powiatowym (obok Regionalnego Centrum Sportu),	działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych	2012-2020	wskaźnik oparty na liczbie imprez, liczbie ich bezpośrednich uczestników (w przedziałach 0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) oraz wydatków na materiały reklamowe z uwzględnieniem inflacji. Wielkości bazowe dotyczyłyby pierwszego roku użytkowania obiektu. Na tej bazie oprócz należy późniejsze Wd ₁ 20xx, Wd ₂ 20xx, Wd ₃ 20xx i kolejne Wd.... 20xx itd. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych, ewentualnie wzrost wartości o 3% rocznie. Budowa projektowanego stadionu lekkoatletycznego to kluczowa inwestycja sportowa powiatu kołobrzeskiego, zatem możliwe tu jest uwzględnienie środków na projekt stadionu oraz część wydatków na budowę w ramach działań promocyjnych powiatu.
	wsparcie działalności kulturalnej i sportowej poprzez udostępnienie obiektów Ogniska Pracy Pozaszkolnej jako bazy lokalowej i organizacyjnej	działania promocyjne wspieranych osób fizycznych i prawnych	2012-2020	wskaźnik oparty na liczbie imprez, liczbie ich bezpośrednich uczestników w przedziałach (0-10, 11-50, 51-100, pow. 100 osób) oraz wydatków na materiały reklamowe z uwzględnieniem inflacji za ostatnie 3 lata (2009-2011) jako wielkościach bazowych.

				Na tej bazie oprócz należy Wd ₁ 2012, Wd ₂ 2012, Wd ₃ 2012 i kolejne Wd ₁ 2013, Wd ₂ 2013, Wd ₃ 2013, a docelowo Wd ₁ 2020, Wd ₂ 2020 i Wd ₃ 2020. Należy przyjąć utrzymywanie się obu wartości dotychczasowych w latach następnych, ewentualnie wzrost wartości o 3% rocznie.
	kontakt z mediami elektronicznymi jako forma atrakcyjnej promocji powiatu poprzez dotarcie do „pryjaciół powiatu” - Facebook, Twitter, You Tube, itp. najnowsze kanały do dystrybucji informacji o wydarzeniach np. kulturalnych i sportowych w przekazie bezpośrednim uwzględniając zagadnienia e-gospodarki, e-urząd, telekonferencje i internet w technologii LTE.	promocja w nowych mediach elektronicznych	2012-2020	wskaźnik oparty na dwóch miernikach (liczba umieszczonych materiałów w ciągu roku plus liczba odsłon czy wejść w te materiały) gdzie wartość za rok 2011 stanowiłaby wartość odniesienia (np.: 178 materiałów plus łączna liczba ich odsłon 234 578 zatem Wd ₁ 2012 = 178+3%=183,3 a Wd ₂ 2012 = 234 578+3% = 241615, przy czym można założyć że obie wartości powinny przyrastać o 3% rocznie stąd Wd ₁ 2013 = 188,8, Wd ₂ 2013 = 248863, itd. aż do Wd 2020= Dotychczasowe działania powiatu ograniczały się do tzw. e-urzędu (system EURIS, portal konsultacji społecznych) .

Powyższa tabela ewaluacyjna pozwala na przeprowadzenie szczegółowej analizy prowadzonych działań promocyjnych z uwzględnieniem kilkudziesięciu wskaźników docelowych jakie zostały zaproponowane dla poszczególnych działań promocyjnych powiatu kołobrzesckiego.

Metody kontroli, oceny i ewaluacji promocji powiatu kołobrzieskiego

Realizacja złożonej strategii obejmującej wiele działań wymaga cyklicznej kontroli i oceny. W związku z tym należy stworzyć mechanizm kontroli realizacji strategii, oraz efektywności wdrażania projektów. Systematyczna ocena działań zapewni pełną kontrolę, dzięki czemu będzie można uniknąć działań złych lub mało profesjonalnych.

Ocena realizacji Strategii może opierać się na arkuszach oceny działań promocyjnych wypełnianych systematycznie po realizacji danego celu szczegółowego w ramach obszaru promocyjnego, poddawanych analizie i ocenie w okresie rocznym. Umożliwi to dokonywanie bieżącej oceny działań promocyjnych i korygowanie realizowanych działań zgodnie z potrzebami i warunkami zewnętrznymi funkcjonowania powiatu. Możliwe będzie także uchwycenie rozbieżności między efektami zaplanowanymi a faktycznie osiągniętymi. Powinna być także możliwa modyfikacja działań promocyjnych w trakcie ich realizacji, a także kierowanie działań promocyjnych w stronę form efektywnych i dających najlepsze wyniki promocyjne.

Należy opracować wagi punktowe dla poszczególnych obszarów promocji oraz zadań realizowanych w poszczególnych działach. Do tego celu można wykorzystać bonitację punktową, uznając że jedno działania posiadają wagę punktową 5 a inne np. 3. Przydział punktów dla całego działu daje nam wartość siły promocji nie tylko dla poszczególnych składników promocyjnych, ale i całego działu. W dalszej kolejności należy ustalić wagę realizowanych działań promocyjnych według poszczególnych działów by uzyskać ogólną oczekiwaną wartość działań promocyjnych w danym okresie – czyli sumaryczną wagę efektu promocji (sumy wszystkich podjętych działań promocyjnych)

Okresy sprawozdawcze można podzielić na roczne, a sumy punktów uzyskane w danym okresie pozwolą uchwycić tendencje oraz kierunki efektywności działań promocyjnych na osi czasu. Działania najslabiej reprezentowane i najmniej wnoszące do ogólnej promocji powiatu można wówczas eliminować, natomiast działania najbardziej efektywne można dodatkowo wspierać i intensyfikować oraz tworzyć nowe działania pokrewne lub komplementarne. Tak uzyskujemy kontrolę jak i ocenę działań promocyjnych.

Ocena i kontrola poszczególnych działań może być prowadzona na podstawie ankiety indywidualnej dla danego celu szczegółowego, a suma ankiet dla poszczególnych celów szczegółowych i obszarów promocyjnych pozwoliłaby na wgląd w efektywność realizowanej strategii powiatu kołobrzieskiego. Do badania efektywności niezbędne zatem jest śledzenie efektów realizacji danego obszaru promocyjnego, jego szczegółowa ocena, następnie gromadzenie i ocena ankiet ocen działań promocyjnych, a następnie raz na kwartał lub półrocze ich sumaryczne zestawienie. Punkty tak uzyskane dałyby pogląd na jakość i efektywność działań promocyjnych w danym okresie. Ostatnim krokiem jest uchwycenie tendencji szczegółowych i ustalenie ich efektywności, a następnie ewaluacja prowadzonych działań promocyjnych.

Przykładowy arkusz oceny działań dla pojedynczego działania promocyjnego (Tab.13).

Tab.13

Arkusz oceny przedsięwzięcia promocyjnego (celu szczegółowego)

Kod obszaru promocyjnego* Kod celu *..... Numer przedsięwzięcia* Czas realizacji*

Charakterystyka grupy docelowej do której skierowane jest działanie promocyjne*	
Opis działania podejmowanego w ramach strategii*	
Opis i krótka charakterystyka przedsięwzięcia/wydarzenia w ramach którego realizowana jest promocja powiatu*	
Planowane efekty podjętych działań promocyjnych*	
Natychmiastowe efekty podjętego działania promocyjnego*	
Krótkotrwale efekty podjętego działania promocyjnego*	
Długotrwale efekty podjętego działania promocyjnego*	
Mierniki osiągnięcia celu (jakościowe - opisowe i ilościowe – punktowe wg celu szczegółowego i przydzielonych wskaźników Wd xx)*	
Rozbieżności między efektami zaplanowanymi a osiągniętymi*	
Problemy występujące w trakcie realizacji danego działania promocyjnego*	
Proponowana modyfikacja realizacji danego działania promocyjnego*	
Finansowanie danego działania promocyjnego*	
Ocena ogólna danego działania promocyjnego w skali punktowej*	

- elementy wymagające dokładnego przez jednostkę prowadzącą działania promocyjne powiatu (ustalenia własne w ramach podejmowanych działań promocyjnych)

Możliwe jest także wprowadzenie krótkiej ankiety promocji wypełnianej przy okazji danego wydarzenia promocyjnego w ramach danego celu szczegółowego i obszaru promocyjnego (ankietę wypełnia i dostarcza organizator lub uczestnik którego działanie promocyjne dotyczyło (sportowiec, organizator konferencji, organizator uroczystości, organizator wystawy, itp. – jako narzędzie pomiaru bezpośredniego (ankieta podobna lub tożsama z arkuszem oceny działania promocyjnego (tab.13.).

Założyć należy osiągnięcie pewnego ustalonego poziomu skali i jakości prowadzonych działań promocyjnych, gdzie pierwotnym punktem odniesienia (startu) będzie dotychczasowy poziom realizowanych działań promocyjnych oraz określenie preferowanego poziomu tzw. działań postulowanych (zgłaszanych) przez wnioskodawców lub bezpośrednio przez samo Starostwo Powiatowe (poziom ten jest uzależniony także od środków finansowych jakie mogą być przeznaczone na promocję w danym czasie)

Do oceny działań promocyjnych wykorzystany może być modyfikowany do potrzeb przykład arkusza zbiorczego (tab.14.) opracowany dla danego działu promocji (nazywanego grupą działań promocyjnych). Najważniejszą częścią tych arkuszy (5 arkuszy dla 5 obszarów działań promocyjnych) są wpisane wartości wskaźników Wd stosownie dla danego obszaru promocji i celu szczegółowego według ilości punktów planowanych i osiągniętych wraz z marginesem odchylenia i oceną czy dane działanie będzie czy nie będzie kontynuowane.

Tab. 14

Arkusz zbiorczy badania efektywności działań marketingowych dla przedsiębiorstw obszarze 1

ROK	2011			2012			2013			2014			2015						2020		
Numer wskaźnika Wd	1	2	...	1	2	...	1	2	...	1	2	...	1	2	...	1	2	...	1	2	...
Cel szczegółowy 1																					
Oczekiwane efekty (waga punktowa wg Wd _x)																					
Margines odchylenia																					
Osiągnięte efekty (waga punktowa wg Wd _x)																					
Kierunek działań T/N																					
Cel szczegółowy 2																					
Oczekiwane efekty (waga punktowa wg Wd _x)																					
Margines odchylenia																					
Osiągnięte efekty (waga punktowa)																					
Kierunek działań T/N																					
Cel szczegółowy 3 ...																					
Cel szczegółowy 4 ...																					
Cel szczegółowy 5 ...																					
Obszar promocji 1 ogółem																					
Łączne oczekiwane efekty (waga ogólna)																					
Margines odchylenia																					
Łączne osiągnięte efekty (waga ogólna)																					
Kierunek działań T/N																					

Liczba arkuszy może odpowiadać liczbie działów promocji powiatu (2,3 lub 4) ewentualnie możliwy jest jeden arkusz oceny i ewaluacji o charakterze pełnym.

Podsumowaniem realizacji Strategii promocji powiatu kołobrzeskiego powinna być ewaluacja okresowa (co rok) dotycząca zmian w realizowanych działaniach promocyjnych, oraz ewaluacja finalna (na przykład podsumowująca kadencję samorządu co 4 lata). Pozwala to analizować skuteczność prowadzonych działań promocyjnych, promować sukcesy oraz zapobiegać błędom jakie mogą wystąpić w przyszłości.

Konieczne będzie także uwzględnienie 4 kryteriów ewaluacyjnych:

- użyteczność danego działania promocyjnego w praktyce (czy promocja ma miejsce),
- efektywność danego działania promocyjnego (koszty a osiągnięty efekt promocyjny),
- skuteczność promocji czyli czy cel promocyjny został osiągnięty i w jakiej skali,
- trwałość skutków działań promocyjnych (na jak długo działania odnoszą swój efekt).

Oceny mogą wykazywać cechy pewnej subiektywności, jednak dzięki opracowaniu kryteriów efektów działań możliwe jest przeprowadzenie oceny skuteczności promocji powiatu kołobrzeskiego.

Podsumowanie

Niniejsze opracowanie pt. Strategia promocji powiatu kołobrzeskiego 2012-2020 jest dokumentem długookresowym przeznaczonym do zakreslenia ogólnych ram realizacji zadań za zakresu szeroko rozumianej promocji powiatu kołobrzeskiego. Szczegółowe analizy zamieszczone w tym opracowaniu pozwalają na poznanie stanu powiatu jako organizmu społeczno-gospodarczego a także umożliwiają rozpoznanie otoczenia w jakim powiat kołobrzeski funkcjonuje. Na bazie szczegółowej analizy stanu powiatu i jego otoczenia przeprowadzona została szczegółowa analiza SWOT samego powiatu w pięciu sferach jego funkcjonowania oraz dotychczasowych działań promocyjnych. Dalsza część opracowania wskazuje misję i cel promocji powiatu oraz narzędzia jakimi tę promocję można realizować z uwzględnieniem działań i celów szczegółowych realizowanych podczas prowadzenia promocji. Podsumowaniem niniejszego opracowania są opracowane metody kontroli, oceny i ewaluacji promocji powiatu z uwzględnieniem przykładowych arkuszy umożliwiających ich przeprowadzenie.

Mając na uwadze fakt iż opracowany dokument stanowi pewną ramę dla ogólnej oceny dotychczasowych działań promocyjnych starostwa autor zdaje sobie sprawę z pewnej subiektywności niektórych spostrzeżeń, wniosków czy zaproponowanych rozwiązań. Opracowana strategia powinna uporządkować i zwiększyć efektywność prowadzonych działań promocyjnych powiatu kołobrzeskiego i powinna pozwolić na realizację wieloletniej polityki promocji w sposób planowany i przewidywalny.

Literatura i materiały źródłowe

1. Badanie ewaluacyjne pn. „Ocena postępu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013”, raport końcowy, Szczecin, 2011,
2. Bezrobocie rejestrowane w województwie zachodniopomorskim w 2011 roku, GUS, Szczecin, 2012,
3. Ekspertyza na temat wpływu światowego kryzysu ekonomicznego na sytuację społeczno-gospodarczą województwa zachodniopomorskiego i jego konsekwencji dla zadań samorządu województwa, Uniwersytet Szczeciński, Szczecin, 2009,
4. Kierunki rozwoju powiatu kołobrzeskiego w pigułce, Kołobrzeg, 2005,
5. Kołobrzeg, czy już „Majorka Północy? – Badanie dotyczące opinii turystów przyjeżdżających do Kołobrzegu”, Poznań, 2011,
6. Komunikat o sytuacji społeczno-gospodarczej województwa zachodniopomorskiego, luty 2012, GUS, Szczecin,
7. Koncepcja Przestrzennego Zagospodarowania Kraju 2030, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa, 2012,
8. Krajowa strategia rozwoju regionalnego 2010-2020: Regiony, Miasta, Obszary wiejskie, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2012,
9. Meyer B., Milewski D. (red)., Strategie rozwoju turystyki w regionie, wyd PWN, Warszawa, 2009,
10. Middleton V.T.C (red)., Marketing w turystyce, wyd. PAPT, Warszawa, 1996,
11. Narodowe strategiczne ramy odniesienia (Narodowa Strategia Spójności), Warszawa, 2012,
12. Notka informacyjna, wyniki badań GUS – Wykorzystanie bazy noclegowej zbiorowego zakwaterowania w 2011 roku, Wydział Statystyki Turystyki i Sportu w Departamencie Badań Społecznych i warunków Życia GUS, GUS, Warszawa, 2012,
13. Opracowanie koncepcji funkcjonalnej klastra (inicjatywy klastrowej) w zakresie turystyki uzdrowiskowej, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk, 2011,
14. Plan rozwoju lokalnego powiatu kołobrzeskiego na lata 2004 – 2006 (fakultatywnie 2007-2013), Kołobrzeg, 2004,
15. Plan zagospodarowania przestrzennego województwa zachodniopomorskiego, Szczecin, 2010,
16. Raport o stanie województwa zachodniopomorskiego, Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego, Wydział Polityki Regionalnej, Szczecin, 2010,
17. Regionalny program operacyjny województwa zachodniopomorskiego na lata 2007-2013, Szczecin, 2012,

18. Strategia Rozwoju Kraju, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa, 2012,
19. Strategia rozwoju województwa zachodniopomorskiego do 2020 roku, Szczecin, 2010,
20. Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Zachodniopomorskiem do roku 2015, Szczecin, 2010,
21. Strategia województwa zachodniopomorskiego w zakresie polityki społecznej do roku 2015, szczecin, 2005,
22. Strategia zrównoważonego rozwoju gospodarczego powiatu kołobrzeskiego, Kołobrzeg, 2004,
23. Ustawa z dnia 5 czerwca 1998 o samorządzie powiatowym, Dz.U. 1998 Nr 91 poz. 578, Kancelaria Sejmu RP,
24. Województwo Zachodniopomorskie, podregiony, powiaty i gminy, WUS, Szczecin, 2011,
25. [www. e-region.wzp.pl](http://www.e-region.wzp.pl),
26. [www. GUS.gov.pl](http://www.GUS.gov.pl),