

# Strategia turystyki

Uchwała Nr L/444/2010  
Rady Miasta Starogard Gdański  
z dnia 27 stycznia 2010 r.

w sprawie przyjęcia dokumentu „Wytworzenie markowych produktów turystycznych - strategia promocji i rozwoju turystyki miasta Starogard Gdański”.

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 6 ustawy o z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. z 2001 r. Nr 142, poz. 1591 z późniejszymi zmianami) uchwała się, co następuje:

## § 1

Uchwała się dokument pod nazwą „Wytworzenie markowych produktów turystycznych - strategia promocji i rozwoju turystyki miasta Starogard Gdański”, stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.

## § 2

Wykonanie uchwały powierza się Prezydentowi Miasta Starogard Gdański.

## § 16

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący Rady Miasta  
Starogard Gdański  
Piotr Cychnerski

## U Z A S A D N I E N I E

Przez turystykę rozumiemy zespół stosunków i zjawisk, które wynikają z podróży i pobytu osób przyjezdnych o ile nie występuje w związku z tym osiedlenie i podjęcie działalności zarobkowej. Turystyka to nie tylko podróż i pobyt w określonej miejscowości, ale również wszelkiego rodzaju następstwa takiego pobytu.

Turystyka masowa to całość zjawisk społecznych i gospodarczych wynikających z dobrowolnej i czasowej ograniczonej zmiany miejsca pobytu, która podejmowana jest przez obcych dla zaspokojenia potrzeb niematerialnych, przy czym użytkuje się przede wszystkim urządzenia przeznaczone dla dużej liczby ludzi.

Obowiązujące dokumenty dotyczące sektora turystycznego w Polsce i województwie pomorskim:

- „Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku”, dokument rządowy przyjęty przez Radę Ministrów w dniu 26 września 2008 r.,
- „Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015” przyjęta przez Radę Polskiej Organizacji Turystycznej w dniu 16 października 2008 roku,
- „Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Pomorskim na lata 2004-2013” przyjęta uchwałą nr 327/XXIII/04 Sejmiku Województwa Pomorskiego z dnia 17 maja 2004 roku ,
- „Program Rozwoju Produktów Turystycznych Województwa Pomorskiego na lata 2008-2013” przyjęty uchwałą Nr 65 /179 /09 Zarządu Województwa Pomorskiego z dnia 27 stycznia 2009 roku.

Dokument „Wytworzenie markowych produktów turystycznych - strategia promocji i rozwoju turystyki miasta Starogard Gdański” jest spójny ze Strategią budowy marki miasta Starogard Gdański, przyjętą Uchwałą Nr XLVII/410/2009 Rady Miasta Starogard Gdański z dnia 28 października 2009 r. oraz ze Strategią Rozwoju Społeczno - Gospodarczego Miasta Starogard Gdański 2008 - 2018 przyjętą Uchwałą nr XXIII/217/2008 Rady Miejskiej Starogardu Gdańskiego z dnia 14 maja 2008.

Celem strategicznym opracowania jest stworzenie produktów turystycznych, podnoszących atrakcyjność turystyczną Starogardu Gdańskiego i budujących dumę i tożsamość mieszkańców. Pozwoli to na wzmocnienie pozycji turystycznej miasta, a tym samym zwiększenie liczby turystów.

Strategia promocji i rozwoju turystyki Starogardu Gdańskiego jest zbiorem informacji dotyczących obszaru gminy miejskiej, niezbędnych przy podejmowaniu decyzji z nim związanych, wyznaczaniu i formułowaniu konkretnych zadań, a także przy poszukiwaniu środków finansowych na ich realizację.

W związku z powyższym podjęcie uchwały jest zasadne.

Starogard Gdański, listopad 2009 r.

pobierz [Strategię promocji i rozwoju turystyki miasta Starogard Gdański](#)  
(wielkość 461 Kb, .pdf)