

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Warszawa,
styczeń 2009

Copyright by Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA, Warszawa 2009.

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego została opracowana przez zespół ekspertów Polskiej Agencji Rozwoju Turystyki SA w składzie:

1. Magdalena Ragus
2. Jacek Debis
3. Marta Wasiluk
4. Renata Konewecka
5. Monika Kamińska
6. Małgorzata Steckiewicz
7. Krystyna Czerniawska

Autorzy dokumentu pragną złożyć serdeczne podziękowania wszystkim osobom, których wiedza i doświadczenie przyczyniły się do jego powstania, przede wszystkim przedstawicielom Urzędu Marszałkowskiego Województwa Dolnośląskiego oraz Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej.

SPIS TREŚCI

1.	WPROWADZENIE.....	4
2.	METODOLOGIA.....	6
3.	OCENA STANU WDRAŻANIA PROGRAMU ROZWOJU TURYSTYKI DLA WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO.	8
4.	DIAGNOZA STANU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO.....	11
4.1.	Aktualne trendy i tendencje rynku turystycznego.....	11
4.2.	Analiza atrakcyjności turystycznej obszaru badawczego w ujęciu subregionalnym Województwa Dolnośląskiego.....	18
4.3.	Analiza wsparcia instytucjonalnego w odniesieniu do strategicznych dokumentów dotyczących rozwoju turystyki.56	
4.4.	Podsumowanie diagnozy.....	61
5.	AKTUALIZACJA KONCEPCJI ROZWOJU TURYSTYKI.....	67
5.1.	Drzewo problemów.....	69
5.2.	Turystyczna wizja Województwa Dolnośląskiego.....	70
5.3.	Drzewo celów i działań.....	71
5.4.	Obszary priorytetowe.....	71
5.5.	Wytyczne kierunkowe oraz plany operacyjne dla obszarów priorytetowych skorelowane z regionalnymi źródłami dotacji Unii Europejskiej.....	117
5.6.	Harmonogram wdrażania aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego skorelowany z dokumentami dotyczącymi rozwoju kraju oraz regionów.....	139
	SPIS TABEL, MAP I SCHEMATÓW.....	140
	WYKAZ ZAŁĄCZNIKÓW.....	142

1. WPROWADZENIE.

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego jest dokumentem kierunkowym wyznaczającym strategiczne kierunki rozwoju turystyki – jednego z najszybciej i najbardziej dynamicznie rozwijających się sektorów współczesnej gospodarki światowej.

Opracowany dokument jest zgodny z istniejącymi w regionie dokumentami strategicznymi, których realizacja ma wpływ na politykę w zakresie rozwoju turystyki. Kompatybilność z tymi dokumentami gwarantuje również, iż realizacja zapisów aktualizacji Programu przyczyniać się będzie do osiągnięcia celów zapisanych w tychże dokumentach. Zaktualizowany Program pozostaje również w zgodzie z dokumentami strategicznymi na poziomie kraju, w tym z Narodową Strategią Spójności 2007-2013, Kierunkami Rozwoju Turystyki do 2015 roku oraz Marketingową Strategią Polski w Sektorze Turystyki na lata 2008-2015.

Geneza i cel opracowania aktualizacji Programu

Konieczność opracowania dokumentu jest rezultatem kilku czynników. Województwo Dolnośląskie jako obszar destynacji turystycznej o bardzo wysokiej atrakcyjności turystycznej postrzega rozwój turystyki za jeden z priorytetów rozwoju społecznego-gospodarczego całego regionu, w związku z czym potrzebuje przemyślanego planu działania na najbliższe lata. Zapisy opracowanego w 2003 roku Programu w dużej mierze się zdezaktualizowały z uwagi na zmiany zachodzące na polskim rynku, co związane jest przede wszystkim z członkostwem Polski w Unii Europejskiej i wiążącej się z tym możliwości sięgania po środki unijne celem realizacji kompleksowych, nowoczesnych projektów turystycznych. Program został opracowany pod kątem finansowania działań w nim zapisanych ze środków UE w latach 2004-2006 (ze środków w ramach ZPORR i Sektorowych Programów Operacyjnych), a jego zapisy były zgodne z Rządową Strategią Rozwoju Turystyki w latach 2001-2006. Obecna perspektywa finansowa UE przyniosła duże zmiany dotyczące zasad podziału Funduszy Europejskich, które będą w Polsce w tym okresie wdrażane za pomocą programów operacyjnych: 16 programów regionalnych (w tym Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Dolnośląskiego) i programów krajowych – PO Innowacyjna Gospodarka, PO Kapitał Ludzki, PO Infrastruktura i Środowisko, PO Rozwój Polski Wschodniej, PO Zrównoważony rozwój sektora rybołówstwa i przybrzeżnych obszarów rybackich, Programy Europejskiej Współpracy Terytorialnej oraz Program Pomoc Techniczna. W latach 2007-2013 łączna wielkość środków finansowych zaangażowanych w realizację Narodowej Strategii Spójności 2007-2013 to blisko 85,6 mld euro, z czego 67,3 mld euro będzie pochodziło z Funduszy Europejskich. Środki te w dużej mierze mogą zostać wykorzystane na rozwój turystyki, zwłaszcza z uwagi na fakt, iż jest to dziedzina typowo interdyscyplinarna, a jej powiązania z innymi sektorami gospodarki są nie do przecenienia.

Województwo Dolnośląskie potrzebuje więc dokumentu, który w jasny i przejrzysty sposób zdefiniuje kierunki i plan działań w priorytetowych dla rozwoju turystyki obszarach oraz zaprezentuje możliwości sfinansowania tychże działań przy wykorzystaniu środków pochodzących z Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Dolnośląskiego na lata 2007-2013 oraz z programów krajowych. Ponadto niezbędny jest dokument sankcjonujący podział regionu na 13 Dolnośląskich Subregionów Turystycznych¹, które będą odgrywały główną rolę w kontekście realizowania projektów turystycznych, w tym budowania produktów turystycznych na bazie opracowanych *Koncepcji Subregionalnych Produktów Turystycznych (które powinny stanowić załączniki wdrożeniowe do niniejszego Programu, po ich formalnym przyjęciu przez Samorząd Województwa)*.

¹ Więcej informacji nt. podziału województwa na subregiony znajduje się w rozdziałach 3 i 4.2.

Takie właśnie założenia zostały postawione dla aktualizacji Programu i w ten sposób określono główny cel przygotowania opracowania.

Zakres dokumentu

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego została opracowana zgodnie ze standardami, jakie obowiązują w przypadku przygotowywania dokumentów o charakterze strategicznym. Z uwagi jednak na charakter opracowania (aktualizacja, a nie strategia), główny nacisk został położony na część koncepcyjną, zawierającą opis kierunków działań. Dodatkowo należy tutaj podkreślić, iż skoncentrowano się na pokazaniu ich korelacji ze źródłami finansowania (głównie RPO Województwa Dolnośląskiego). Warto również nadmienić, iż dokument powstał w nawiązaniu do podziału województwa na tzw. Dolnośląskie Subregiony Turystyczne, co przekłada się na fakt, iż zarówno krótka analiza stanu obecnego, jak i koncepcja rozwoju zostały opisane w odniesieniu do podziału subregionalnego.

Dokument składa się zasadniczo z 3 części:

- 1) Część wprowadzająca – pokazuje genezę projektu, jego cel, a także metody pracy. Zawiera ponadto krótką ocenę stanu wdrażania Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego.
- 2) Część analityczna – prezentuje krótką analizę Województwa Dolnośląskiego w kontekście możliwości rozwoju turystyki oraz wsparcia tego sektora.
- 3) Część strategiczna – opisująca kierunki rozwoju turystyki w województwie, cele i działania, a także plany operacyjne dotyczące ich realizacji w korelacji z dostępnymi źródłami finansowania.

2. METODOLOGIA.

Specyfika dokumentu, jakim jest aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego, przełożyła się na metodologię prac nad nim. Podstawowym jej założeniem było przyjęcie metody partycypacyjno-eksperckiej, czyli opracowywanie dokumentu we współpracy z podmiotami odpowiedzialnymi za rozwój turystyki w województwie, czyli Urzędem Marszałkowskim Województwa Dolnośląskiego oraz Dolnośląską Organizacją Turystyczną.

Zastosowanie takiej metodyki działania przy opracowaniu dokumentu strategicznego eliminuje na etapie przeprowadzania analizy możliwość popełnienia błędów oraz gwarantuje wysoki stopień wiarygodności i dokładności pozyskanych danych, a na etapie koncepcyjnym pozwala na stworzenie koncepcji zgodnej z oczekiwaniami podmiotów i osób, które będą ją wdrażały w życie.

Przystępując do prac nad aktualizacją Programu ustalono listę 5 zasad, których przestrzeganie zagwarantowało opracowanie dokumentu w pełni przygotowanego do procesu wdrożeniowego.

- Mierzymy siły na zamiary – kreowanie programów realnych, możliwych do wykonania i realizacji.
- Wykorzystujemy atuty regionu – położenie, uwarunkowania infrastrukturalne oraz potencjał ludzki i wartości zabytkowe stanowią między innymi silne strony dla generowania ruchu turystycznego.
- Sięgamy do źródeł – ogromne znaczenie dla atrakcyjności turystycznej stanowią dziedzictwo przeszłości oraz bogata i niekiedy burzliwa historia.
- Nie wyważamy otwartych drzwi – wykorzystujemy istniejącą ofertę turystyczną oraz sięgamy do ciekawych planów i pomysłów dotyczących turystyki.

Jeżeli chodzi o źródła wykorzystywanych danych, zostały one pozyskane w przeważającej większości ze źródeł wtórnych. Należy wśród nich wymienić przede wszystkim:

- dokumenty strategiczne, w tym:
 - Narodowa Strategia Spójności 2007-2013,
 - Kierunki Rozwoju Turystyki do 2015 roku,
 - Marketingowa Strategia Polski w Sektorze Turystyki na lata 2008-2015,
 - Narodowa Strategia Kultury na lata 2004-2013,
 - Regionalny Program Operacyjny dla Województwa Dolnośląskiego na lata 2007-2013,
 - Strategia rozwoju Województwa Dolnośląskiego,
- Opracowania Dolnośląskiej Organizacji Turystyki, w tym:
 - Raport z badań ruchu turystycznego na Dolnym Śląsku w 2007 roku,
 - Promocja turystyczna Dolnego Śląska – analizy,
- strony internetowe,
- materiały promocyjno-informacyjne,

- opracowania Instytutu Turystyki, Głównego Urzędu Statystycznego, Światowej Organizacji Turystyki (UN WTO), Światowej Rady Podróży i Turystyki (WTTC), Komisji Europejskiej, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego (EKES) oraz Europejskiej Komisji Turystyki (ETC).

Opisując metodologię prac nad dokumentem należy podkreślić, iż dokonana w nim analiza stanu obecnego Województwa Dolnośląskiego nie ma na celu przedstawienia inwentaryzacji walorów i elementów zagospodarowania. Z założenia ma ona bowiem stanowić swoistego rodzaju wprowadzenie do części koncepcyjnej. Została przygotowana w oparciu o dane zawarte w Programie Rozwoju Turystyki, jak również na bazie danych pozyskanych ze stron internetowych, materiałów promocyjno-informacyjnych, informacji otrzymanych z Urzędu Marszałkowskiego i Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej.

Jeżeli chodzi o metodykę prac stosowaną w czasie opracowania części strategicznej, jej założeniem było zaplanowanie etapów pracy w sposób umożliwiający opracowanie koncepcji opartej o główne wnioski wynikające z diagnozy strategicznej, odpowiadającej na problemy w zakresie rozwoju turystyki, spójnej z kierunkami rozwoju wynikającymi z dokumentów strategicznych oraz przygotowanej do bezpośredniego wdrażania ze środków unijnych w latach 2009-2015. Przyjęto tutaj wstępne założenie spójności dokumentu z Kierunkami rozwoju turystyki do 2015 roku. Stąd też w koncepcji rozwój turystyki zaprezentowany został przez pryzmat tzw. obszarów priorytetowych (produkt turystyczny, zasoby ludzkie, wsparcie marketingowe, przestrzeń turystyczna oraz – dodatkowo – wsparcie instytucjonalne) oraz w podziale województwa na Dolnośląskie Subregiony Turystyczne.

3. OCENA STANU WDRAŻANIA PROGRAMU ROZWOJU TURYSTYKI DLA WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO.

Zgodnie z zapisami Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego, podmiotami odpowiedzialnymi za jego wdrożenie są Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego wspólnie z Dolnośląską Organizacją Turystyczną. Kluczowym założeniem procesu wdrożenia dokumentu było finansowanie realizacji zapisanych w nim działań ze środków unijnych, głównie Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego oraz Sektorowych Programów Operacyjnych w latach 2004-2006. Działania te zostały zidentyfikowane w ramach 4 priorytetów Programu:

- 1) Markowe produkty turystyczne – priorytet skoncentrowany na działaniach dotyczących rozwoju markowych produktów turystycznych (turystyka aktywna, uzdrowskowa, kulturowa, biznesowa, na obszarach wiejskich i turystyka tranzytowa).
- 2) Rozwój lokalny turystyki – priorytet skoncentrowany na wspieraniu działań w zakresie rozwoju turystyki (przede wszystkim rozwój infrastruktury, formowanie LOT-ów, opracowywanie strategii rozwoju turystyki) na poziomie lokalnym, w tym na obszarach zagrożonych marginalizacją społeczną i gospodarczą.
- 3) Markowa infrastruktura turystyczna – priorytet dotyczący budowy i rozwoju infrastruktury turystycznej i paraturystycznej, umożliwiającej prawidłowe i efektywne wykorzystywanie walorów turystycznych, w zgodzie z zasadami zrównoważonego rozwoju.
- 4) System wsparcia sektora i produktów turystycznych – priorytet dotyczący szeroko pojętych działań z zakresu promocji i informacji oraz doskonalenia kadr na potrzeby turystyki.

Priorytety były zgodne z zapisami Rządowej Strategii Rozwoju Turystyki w latach 2001-2006, ZPORR i Sektorowych Programów Operacyjnych, co teoretycznie powinno przełożyć się na wysoką efektywność procesu wdrożeniowego. Niestety lata 2004-2006 to pierwsze lata członkostwa Polski w Unii Europejskiej, a więc również pierwszy okres budżetowy UE, w czasie którego Polska miała szansę uzyskania dofinansowania realizacji projektów. Bardzo wiele czynników zadecydowało o tym, iż we wspomnianym okresie zrealizowano małą ilość projektów z zakresu rozwoju turystyki, sektor ten nie został bowiem potraktowany jako priorytetowy. Gros z działań współfinansowanych ze środków unijnych stanowiły inwestycje w infrastrukturę drogową i techniczną (wodociągi, kanalizacja, etc.). Możliwości realizacji projektów turystycznych obniżone zostały również w związku z faktem nie wydzielenia specjalnego działania tylko i wyłącznie dla projektów turystycznych w ZPORR (w działaniu 1.4. turystyka została połączona z kulturą i stosunkowo duża pula środków została przeznaczona na realizację projektów z zakresu kultury, przy czym były to przede wszystkim projekty związane z rewitalizacją, restauracją obiektów zabytkowych).

Pomimo opisanych wyżej problemów udało się zrealizować kilka projektów w ramach wdrażania Programu. Co więcej, w ciągu minionych kilku lat, zdecydowanie wzrosła świadomość roli turystyki w rozwoju regionalnym, możliwości i zasad budowania produktów turystycznych oraz wysokiego poziomu interdyscyplinarności sektora. Najlepszym tego dowodem jest dokonany w 2008 roku podział Województwa Dolnośląskiego na tzw. Dolnośląskie Subregiony Turystyczne. Z inicjatywy Samorządu Województwa przy wsparciu merytorycznym Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej, 145 partnerów (głównie jednostek samorządu terytorialnego) podpisało porozumienia w tej sprawie, deklarując jednocześnie chęć i wolę współpracy w zakresie budowania sieciowych markowych produktów turystycznych (w oparciu o opracowane przez siebie Koncepcje Subregionalnych Produktów Turystycznych) i rozwijania w oparciu o nie subregionalnych rynków turystycznych oraz rynku turystycznego Województwa Dolnośląskiego. W ten sposób

powstało 13 subregionów², w których rozwijają się koncepcje rozwoju produktów, budowane są partnerstwa publiczno-prywatne dla wdrażania projektów liniowych i sieciowych (nie tylko w skali subregionalnej, ale również ponad-subregionalnej). Podziałem nie zostało objęte całe województwo, w związku z tym działania na rzecz subregionów obejmują także stymulowanie rozszerzenia podziału na cały regionu, przy czym należy dodać, iż będzie on polegał na włączaniu obszarów nie objętych podziałem do już istniejących subregionów, a nie tworzeniu kolejnych subregionów.

Podział subregionalny Województwa Dolnośląskiego uznać należy za wybitne osiągnięcie w skali Polski, w żadnym innym regionie bowiem, takiego podziału nie udało się wprowadzić. Warto jednak w tym miejscu podkreślić, iż podział sam w sobie nie przełoży się automatycznie na sukces turystyczny województwa, stanowi jednak bardzo ważny krok ku efektywnemu zarządzaniu rozwojem turystyki, tym bardziej, iż projekty subregionalne z założenia będą rekomendowane do wdrożenia w ramach RPO, a ***opracowywane przez subregiony Koncepcje Subregionalnych Produktów Turystycznych stanowią powinny załączniki wdrożeniowe do Programu Rozwoju Turystyki.***

Jeżeli chodzi o realizację działań sensu stricte turystycznych, w ramach wdrażania zapisów Programu, w latach 2004-2008 do kluczowych projektów zaliczyć należy:

- 1) Kampania promocyjna „Dolnośląskie Uzdrawiska – Źródła Zdrowia”
- 2) Kampania „Karkonosze” 2005
- 3) Kampania „Cystersi” 2006
- 4) Promocja Markowych Produktów Turystycznych Dolnego Śląska w latach 2006-2008 (PMPT) – kampania prowadzona przez Województwo Dolnośląskie współfinansowana ze środków EFRR w ramach działania 1.4. ZPORR, powszechnie znana ze spotów reklamowych i billboardów z hasłem „To je wyborne, Das ist super, Dolny Śląsk jest super”. Prowadzone w jej ramach działania skupiały się na promocji 8 markowych produktów turystycznych regionu:
 - a. Karkonosze i turystyka aktywna
 - b. Pałace, zamki i dziedzictwo kultury
 - c. Dolnośląskie Uzdrawiska
 - d. Agroturystyka i ekoturystyka
 - e. Szlak Cysterski i turystyka pielgrzymkowa
 - f. Dolnośląskie Podziemia i Fortyfikacje
 - g. Turystyka weekendowa
 - h. Turystyka biznesowa.
- 5) Badania ruchu turystycznego na Dolnym Śląsku i we Wrocławiu w 2007 roku – projekt zrealizowany przez Dolnośląską Organizację Turystyczną, współfinansowany przez Departament Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki. Celem przeprowadzenia tych największych badań ruchu turystycznego w województwie było dokonanie pełnej jego charakterystyki w 2007 roku w sezonie wiosenno-letnio-jesiennym, w tym zbadanie postrzegania przez turystów produktu turystycznego w bardzo szerokim aspekcie.

Przedstawiona w niniejszym rozdziale krótka ocena stanu wdrażania Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego jasno pokazuje, iż województwo musi zintensyfikować działania na rzecz rozwoju turystyki, w oparciu o nowe zasady wykorzystywania Funduszy Unijnych, biorąc pod uwagę zapisy Kierunków Rozwoju

² Dokładny opis subregionów wraz z rozmieszczeniem ich na mapie Województwa Dolnośląskiego znajduje się w rozdziale 4.2.

Turystyki do 2015, Marketingowej Strategii Polski w Sektorze Turystyki w latach 2008-2015 oraz przy uwzględnieniu subregionalnego podziału regionu. Raz jeszcze uzasadnia to konieczność opracowania aktualizacji Programu.

4. DIAGNOZA STANU WOJEWÓDZTWA DOLNOŚLĄSKIEGO.

4.1. Aktualne trendy i tendencje rynku turystycznego.

Zmiany społeczne następują w sposób ciągły, a trendy gospodarcze, społeczne związane ze stylem życia – wpływają na turystykę, gdyż stanowi ona nieodłączny element życia społecznego i gospodarczego. Z uwagi na swój interdyscyplinarny charakter i związane z nim wielosektorowe powiązania, jak również globalizację gospodarki światowej, turystyka stanowi swoistego rodzaju barometr zmian, które znajdują swoje odzwierciedlenie w obserwowanych na rynku trendach i tendencjach. Istotnym czynnikiem jest, aby sektor turystyczny zawczasu rozpoznawał te zmiany. Obecnie strategie związane z produktami, usługami, marketingiem i inwestycjami wymagają odpowiednich korekt w przypadkach, gdy preferencje lub zachowania klientów rozwijają się inaczej niż dotychczas. To samo dotyczy strony podażowej. W przeszłości podaż zawsze dyktowała popyt, natomiast obecnie sytuacja się odwróciła. Coraz większe nasycenie rynku oraz bardziej pewni siebie konsumenci, z większymi dochodami do dyspozycji oraz czasem wolnym kształtują dochodowość usługodawców w sektorze turystycznym. Konkurencja staje się coraz bardziej zmienna, co wymusza zmiany w strukturze i charakterze podaży. Mimo, iż niektóre trendy kreuje podaż, należy pamiętać o prognozowaniu trendów w popycie, gdyż to właśnie one stanowią podstawę do określenia czasu i środków niezbędnych do dokonania stosownych korekt. Jest to o tyle istotne, iż produkty i usługi, które mają szansę odnieść sukces na tak bardzo konkurencyjnym rynku, muszą być w pełni dostosowane do potrzeb konsumentów³.

Megatrendy

W odniesieniu do globalnego rynku, nie tylko turystycznego, można mówić o istnieniu tzw. megatrendów, związanych z wieloma zjawiskami i procesami społecznymi, które modyfikują model życia, zasady prowadzenia działalności gospodarczej oraz charakter konsumpcji. Są one związane przede wszystkim z powszechnym dążeniem współczesnych wysoko rozwiniętych społeczeństw do samorealizacji i czerpania radości z życia. Należą do nich podane poniżej czynniki, kształtujące zarówno stronę popytową, jak i podażową.

- Przesuwanie się społeczeństwa uprzemysłowionego ku społeczeństwu opartemu na tworzeniu i dystrybucji informacji.
- Nieprzydatność technologii nie biorącej pod uwagę czynnika ludzkiego.
- Globalna ekspansja gospodarki – gospodarka krajowa staje się częścią gospodarki światowej.
- Przystawienie się z działań opartych na krótkofalowych rozwiązaniach na podejmowanie problemów w szerszych ramach czasowych i przywiązywanie coraz większego znaczenia do spraw perspektywicznych.
- Szybka decentralizacja organizacji i hierarchii, rosnąca zdolność do działania innowacyjnego i osiągnięcia efektów poprzez inicjatywy oddolne.
- Poleganie na własnej zaradności we wszystkich dziedzinach życia, zamiast korzystania z pomocy zinstytucjonalizowanej.
- Narastająca potrzeba ludzi do brania udziału w podejmowaniu decyzji.

³ Rozdział został opracowany na podstawie danych Europejskiej Komisji Turystyki.

- Rozpadanie się struktur hierarchicznych i powstawanie sieci przetwarzania informacji, co staje się szczególnie ważne w odniesieniu do społeczności biznesu.
- Większe możliwości samodzielności wyborów stojące przed ludźmi, tworzenie się społeczeństwa wolnego, wieloopcyjnego.

Zjawiska trendów w odniesieniu do popytu

Trendy występujące po stronie popytu znajdują odzwierciedlenie w jego charakterze. Innymi słowy przekładają się bezpośrednio na oczekiwania i potrzeby turystów oraz kształtują cechy współczesnych turystów. Na rynku obserwuje się obecnie rozwój tzw. turystyki uczestniczącej, czyli wymagającej zaangażowania ze strony podróżujących. Do lamusa odszedł wypoczynek określany mianem 3S (turystyka bierna). Dzisiaj turyści, w pełni świadomi swoich potrzeb, jak również możliwości ich zaspokojenia, są bardzo wymagający wobec rynku, oczekując wysokiej jakości usług turystycznych, które zapewnią im niezapomniane przeżycia.

Cechy współczesnego turysty można zdefiniować następująco:

- Realistycznie ocenia swoją rolę, prezentując w stosunku do ludności miejscowej w swoim zachowaniu takie cechy, jak: otwartość, tolerancja, skromność, życzliwość, gotowość do nawiązywania kontaktów.
- Jest krytyczny względem siebie, przewiduje możliwe dla otoczenia skutki swojego zachowania, starannie wybiera mniej szkodliwą dla środowiska ofertę turystyczną, jest odpowiedzialny.
- Wyraża wolę przystosowywania się do miejscowych warunków. Jego potrzeby są proste i jest gotowy do rezygnacji z usług turystycznych o charakterze luksusowym.
- Ceni sobie jakość usług i regionalizm oferty turystycznej.
- Uwzględnia potrzeby miejscowej ludności, szanuje miejscowe zwyczaje, kulturę i religię.
- Próbuje w podróży odnaleźć siebie, szuka samorealizacji, przeznacza czas na refleksję, rezygnuje z pogoni za egzotyką, skrajnościami. Rezygnuje ze snobizmu.
- Jest zdolny do samoograniczenia swoich potrzeb, rezygnuje z poszukiwania coraz to nowych sensacji. Powraca w swoje stałe, ulubione miejsca wypoczynku, starając się przyczynić do ich upiększenia, wzbogacenia i rozwoju.
- Gotów jest do ponoszenia kosztów nowych eksperymentów, jest kreatywny, chce być aktywny.
- Traktuje wyjazd jako okazję do nauki. Poświęca dużo czasu na przygotowanie podróży, zapoznając się przed wyjazdem z historią i sytuacją obecną obszaru, do którego wyjeżdża.

Trendy po stronie popytu można podzielić na kilka kluczowych kategorii (zgodnie z terminologią zaproponowaną przez Europejską Komisję Turystyki).

Trendy demograficzne

Liczba osób w starszych kategoriach wiekowych gwałtownie się zwiększy. Seniorzy będą zdrowsi i będą dysponować wyższym dochodem do dyspozycji niż dotychczas. Wielu z nich skorzysta z wcześniejszych emerytur. W związku z tym liczba bardziej doświadczonych turystów w starszym wieku będzie wzrastać szybciej niż ogólny popyt na produkty sektora turystycznego (mimo że stopniowe zmniejszanie emerytur i trend do podwyższania wieku emerytalnego może spowolnić tę tendencję w dłuższej perspektywie). Oznacza to, iż jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się segmentów rynku, będzie segment seniorów.

Z drugiej strony należy sobie zdawać sprawę, iż ponad 20% społeczeństwa europejskiego to ludzie młodzi, zakładający rodziny w wieku późniejszym bądź w ogóle (model rodziny 2+1, duży udział tzw. singli oraz rodzin bezdzietnych). Średnia liczba osób przypadających na jedno gospodarstwo domowe będzie nadal malała, co będzie skutkowało wyższym dochodem do dyspozycji oraz większą siłą nabywczą. Oznacza, iż większa część dochodów będzie mogła być przeznaczana na podróże.

Podstawowe konsekwencje dla sektora turystycznego związane z trendami demograficznymi są wobec powyższego następujące:

- Wzrost popytu na jakość, wygodę i bezpieczeństwo.
- Wzrost popytu na łatwy transport.
- Wzrost popytu na spokojniejsze obiekty rozrywkowe (np. pola golfowe, itp.).
- Wzrost popytu na produkty dla osób podróżujących pojedynczo.
- Większy popyt w miesiącach przed i po sezonie.
- W marketingu należy mniej podkreślać wiek, a bardziej komfort.
- Zwiększenie popytu na luksus i tzw. małe przyjemności.
- Zwiększenie popytu na produkty specjalistyczne, często nabywane pod wpływem impulsu.
- W sferze turystyki wpłynie to na ogólny popyt, a w szczególności na podróże do dalekich krajów i krótkie pobyty.

Trendy zdrowotne

Będzie wzrastać świadomość zdrowotna. Mimo, iż nie wpłynie to na wielkość popytu, z całą pewnością zmieni kryteria podejmowania decyzji przy wyborze celu podróży oraz postępowanie klienta w czasie wyjazdu. Najważniejsze konsekwencje dla sektora turystycznego z tym związane to:

- Kierunki podróży, postrzegane jako mniej zdrowe będą rzadziej wybierane niż dotychczas.
- Popyt na wakacje oferujące wyłącznie kąpiele słoneczne będzie nadal malał.
- Coraz popularniejsze będą wakacje aktywne lub oferujące aktywny wypoczynek, a popyt na obiekty spełniające to zapotrzebowanie będzie nadal wzrastał.
- Popyt na produkty związane z odnową biologiczną (sanatoria i ośrodki fitness) będzie wzrastał.

Trendy związane ze świadomością i edukacją

Średni poziom wykształcenia będzie nadal się podnosił, co będzie skutkowało wyborem imprez, w których istotną rolę odgrywają sztuka, kultura i historia, tzn. imprez o większych walorach edukacyjnych i związanych z rozwojem duchowości. Najważniejsze konsekwencje dla sektora turystycznego to:

- Wzrost popytu na produkty specjalistyczne.
- Bardziej widoczne włączenie elementów sztuki, kultury i historii do imprez zorganizowanych i wakacji indywidualnych.

- Potrzeba lepszego i bardziej kreatywnego przekazywania informacji.

Trendy technologii informatycznej

Nadal będzie wzrastać znaczenie przeszukiwania Internetu oraz jego wykorzystania do zdobywania informacji oraz nabywania produktów i usług turystycznych. Rola Internetu, w tym nowych środków prezentacji wizualnej, będzie coraz większa, a w przyszłości okaże się najważniejsza. Znaczenia nabierać będą podróże wirtualne, jak również nowoczesne technologie w zakresie przepływu informacji. Kluczowe konsekwencje dla sektora turystycznego to:

- Dostępność informacji turystycznej o kierunkach podróży i produktach będzie sprzyjać porównywaniu ofert (pełna transparentność rynku) i w ten sposób będzie intensywniej wpływać na konkurencję.
- Doświadczeni turyści coraz częściej będą komponować własne wakacje z dostępnych modułów dokonując bezpośrednich rezerwacji.
- Rola biur podróży będzie malała, gdyż zakup imprez zorganizowanych coraz częściej odbywać się będzie przez Internet.
- Internet będzie coraz szybciej zmniejszać rolę krajowych organizacji turystycznych i izb turystyki. Marketing miejsc turystycznych (np. lepsze kreowanie marki przy wsparciu publicznym) zyska na znaczeniu, ponieważ to on będzie zachęcać do odwiedzania stron internetowych.
- Dostępność odpowiednich odnośników (linków) do usługodawców będzie coraz ważniejsza jako podstawowy, wstępny warunek sukcesu stron internetowych.
- Możliwość zakupów przez Internet będzie skutkować rezerwacjami dokonywanymi z mniejszym wyprzedzeniem.
- W związku z rosnącym znaczeniem bezpieczeństwa bardziej krytyczni turyści będą mieli większą potrzebę dokonywania bezpiecznych rezerwacji on-line.

Trendy dotyczące transportu

Rosnąca dostępność pociągów szybkobieżnych oraz tanich przewoźników będzie miała wpływ na dotychczasowy ruch turystyczny. Ruch drogowy będzie narażony na większe utrudnienia (zatory drogowe), aczkolwiek nadal będzie najważniejszy. Znaczenia nabierać będą jednak połączenia kolejowe oraz lotnicze (tanie linie lotnicze). Podstawowe konsekwencje dla sektora turystycznego są następujące:

- Częściej będą wybierane łatwo dostępne i niedrogie destynacje na krótkie pobyty, zwłaszcza, gdy większe imprezy będą organizowane poza głównym sezonem.
- Dzięki bezpośrednim połączeniom kolejowym i lotniczym popyt na krótkie pobyty na terenach wiejskich zmaleje na rzecz miast i regionów miejskich.
- Przejazdy szybkobieżną koleją na średnich odległościach zastąpią dużą część podróży obecnie odbywanych lotami rejsowymi.
- Zatory na drogach negatywnie wpłyną na transport samochodami prywatnymi – zwłaszcza w szczycie sezonu.
- Znaczenie wycieczek autobusowych będzie malało.
- Bariery wynikające z niedostosowanych rozkładów podróży będą mieć silniejszy, negatywny wpływ na wybór destynacji.

- Rejsy wycieczkowe, nie tylko te kosztowne, lecz również tańsze, zyskają na popularności. W szczególności u turystów po pięćdziesiątym roku życia.

Trendy dotyczące zrównoważonego rozwoju

Świadomość związana z ochroną środowiska będzie nadal wzrastać, co będzie skutkowało zwiększonym popytem na miejsca, w których rozwój jest zrównoważony i w których przyroda i lokalni mieszkańcy odgrywają coraz większą rolę. Jedynie destynacje czyste ekologicznie będą postrzegane jako bezpieczne. Konsekwencje dla sektora turystycznego to:

- Regionalny charakter destynacji zyska na znaczeniu.
- Turyści będą bardziej preferować miejsca, w których miejscowa ludność chętnie przyjmuje rosnącą liczbę gości.
- W celu zmniejszenia kosztów zrównoważonego rozwoju, jego koszty będą w coraz większym stopniu ponosić sami turyści.

Trendy dotyczące bezpieczeństwa

Działania terrorystyczne, regionalne wojny, zanieczyszczenia i inne kryzysy jako część rzeczywistości kreują potrzebę bezpieczeństwa, również w turystyce. Turyści unikają destynacji postrzeganych jako niebezpieczne. Konsekwencje dla sektora turystycznego są następujące:

- Jakość wody (w jeziorach i basenach, lecz również wody pitnej) będzie odgrywać coraz większą rolę przy wyborze destynacji, dlatego też wymaga ona większej ochrony.
- Bardziej krytyczni turyści będą szybciej zgłaszać reklamacje, jeżeli oferowany produkt nie spełnia oczekiwanych standardów.
- Koszty zagwarantowania bezpieczeństwa gwałtownie wzrosną.
- Branża turystyczna powinna być lepiej przygotowana na bardziej elastyczne zaspokajanie popytu w okresach kryzysowych.

Trendy czasu wolnego i wypoczynku

Współczesne społeczeństwo wywiera coraz większą presję na codzienne życie ludzi oraz coraz silniej pożąda większej ilości wolnego czasu i wypoczynku. Będzie to miało negatywny wpływ na wzrost wolnego dochodu do dyspozycji. Dlatego ta tendencja jest ze swej istoty niekorzystna – również z uwagi na to, że nie następuje już wzrost liczby dni płatnego urlopu wypoczynkowego. W związku z powyższym rodzi to następujące konsekwencje dla sektora turystycznego:

- Rosnąca potrzeba dostarczenia tanich produktów.
- Rosnąca potrzeba oferowania wypoczynku.
- Skrócenie jednego dłuższego urlopu na rzecz kilku krótszych.

Trendy dotyczące doznań

Coraz więcej konsumentów o wyrafinowanych gustach otwarcie wyrażać będzie swoje potrzeby i dochodzić swoich praw. W turystyce przekłada się to na bardziej krytyczne nastawienie do jakości i stosunku jakości do ceny i rodzi inne konsekwencje, takie, jak:

- Alternatywne sposoby wydawania pieniędzy i spędzania czasu będą konkurować z wyjazdami wakacyjnymi, a w ramach wyjazdów wakacyjnych będą ze sobą konkurować destynacje i standard zakwaterowania.
- Destynacje, które nie spełniają akceptowalnych standardów ucierpią znacznie bardziej i w dłuższej perspektywie.
- Bardzo zróżnicowane zachowanie klientów; w tym roku wakacje skromne, w przyszłym – luksusowe, w tym roku dalekie, w następnym – bliskie.
- Częstszy wybór krótszych imprez i mniejsza wierność wobec destynacji nasilą się.
- Bardziej doświadczeni turyści wpłyną na zmianę podejścia: sztuczność ustąpi miejsca większej autentyczności – w szczególności w odniesieniu do zadowolenia emocjonalnego oraz potrzeby indywidualizacji; podaż sztucznych atrakcji, które nie odróżniają się od innych (np. parki tematyczne), straci na znaczeniu, jeżeli nie będą one spełniać wyższych standardów.
- Doświadczenie oraz krytyczne nastawienie skłoni turystów do ponownych odwiedzin przyjemnych miejsc z przeszłości („powrót do podstaw”).
- Zwiększona mobilność turystów wpłynie korzystnie na wynajem środków transportu.
- Regiony oferujące pełną, zróżnicowaną i całkowicie zrównoważoną koncepcję będą coraz częściej wybierane i będą wymagać lepszego zarządzania.

Trendy dotyczące stylu życia

Styl życia w społeczeństwie stopniowo się zmienia, co ma wpływ na postrzeganie osobistych potrzeb i zachowanie turystów.

- Mniejsze zainteresowanie usługą typu nocleg ze śniadaniem, która będzie postrzegana za usługę niskiej jakości.
- Ponieważ „status” jest mniej ważny niż dawniej, zachowanie urlopowiczów staje się bardziej zindywidualizowane i prowadzi do większego popytu na mniejsze jednostki zakwaterowania.
- Zmiana w percepcji życia i stylu życia skutkuje spadkiem popytu na w pełni zorganizowane wycieczki.
- Usługodawcy skorzystają więcej, jeżeli będą w stanie stworzyć zupełnie nowe produkty, koncepcje i usługi, które odróżniają się od innych dzięki wartości dodanej.
- Rosnąca specjalizacja wśród usługodawców nastawiona na poszczególne zainteresowania i hobby stanie się ważniejsza i będzie częściej powiązana ze spędzaniem urlopu przez turystów.
- Coraz powszechniejsza potrzeba posiadania „przystani” stymuluje pragnienie posiadania drugiego domu.
- Trend „powrót do podstaw” skutkuje wyborem prostszych wakacji: z hotelu do bungalowu, z przyczepy turystycznej do namiotu.

Trendy a rozwój turystyki w Województwie Dolnośląskim

Trendy rynku turystycznego wyraźnie wskazują na zmiany zachodzące w profilu psychologicznym turystów, a co za tym idzie w ich oczekiwaniach i potrzebach. Najważniejszy wniosek płynący z przedstawionej analizy tychże zmian to konieczność stałej obserwacji rynku i modyfikowania oferty w sposób gwarantujący satysfakcję turystów. Wiąże się to m.in. z potrzebą:

- położenia nacisku na promocję i informację, zarówno analogową, jak i cyfrową, ogólną i sprofilowaną pod kątem konkretnych segmentów i produktów oraz konsekwencji w działaniach promocyjnych,
- położenia nacisku na doskonalenie kadr pracujących w turystyce,
- położenia nacisku na odpowiednie zagospodarowanie regionu pod kątem umożliwienia pełnego wykorzystania walorów i atrakcji przez turystów, co wiąże się także ze stałym dążeniem do zwiększania jego dostępności,
- konsolidowania sił (co odnosi się tak do branży turystycznej, jak i samorządów).

Poniżej w formule tabelarycznej zaprezentowano najważniejsze z punktu widzenia Dolnego Śląska trendy rynku turystycznego. Ich wybór związany jest przede wszystkim z potencjałem województwa, który przekłada się na formy turystyki, które rozwijają się w regionie.

Tabela nr 1. Znaczenie trendów w kontekście projektowania kierunków rozwoju turystyki dla Województwa Dolnośląskiego.

Trend	Znaczenie dla Województwa Dolnośląskiego
Zmiany demograficzne	<ul style="list-style-type: none"> • położenie nacisku na rozwój turystyki na terenach wiejskich • wprowadzanie udogodnień infrastrukturalnych dla osób starszych • rozwój oferty turystyki weekendowej • wprowadzanie oferty dla rodzin z dziećmi
Trendy zdrowotne	<ul style="list-style-type: none"> • położenie nacisku na rozwój turystyki uzdrowiskowej, spa&wellness • rozwijanie oferty aktywnego wypoczynku – inwestycje w infrastrukturę zapewniającą wysoki poziom bezpieczeństwa
Trendy związane ze świadomością i edukacją	<ul style="list-style-type: none"> • wykorzystanie dziedzictwa kultury na potrzeby rozwijania oferty turystycznej • łączenie aktywności fizycznej i kulturowej – położenie nacisku na rozwój szlaków tematycznych • przygotowanie oferty dla dzieci i młodzieży (przy wykorzystaniu walorów naturalnych i kulturowych) • położenie nacisku na budowanie systemu lojalnościowego z turystami odwiedzającymi województwo • położenie nacisku na oryginalność i unikalność koncepcji produktowych

Trend	Znaczenie dla Województwa Dolnośląskiego
Trendy dotyczące informacji	<ul style="list-style-type: none"> • konieczność stworzenia zintegrowanego systemu informacji turystycznej, w tym informacji elektronicznej • konieczność stosowania nowoczesnych technologii
Trendy dotyczące zarządzania turystyką	<ul style="list-style-type: none"> • konieczność położenia nacisku na inwestycje w kapitał ludzki • konieczność budowania wielopłaszczyznowej platformy współpracy

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

4.2. Analiza atrakcyjności turystycznej obszaru badawczego w ujęciu subregionalnym Województwa Dolnośląskiego.

Obszar badawczy – krótka charakterystyka

Województwo Dolnośląskie zlokalizowane jest w południowo – zachodniej części Polski i zajmuje 19 947 km²⁴, co stanowi 6,4% powierzchni całego kraju. Na jego terenie znajduje się 26 powiatów, 3 miasta na prawach powiatu oraz 169 gmin (36 miejskich, 79 wiejskich i 54 miejsko-wiejskie). Sieć osadniczą tworzy 90 miast, z których największe to: Wrocław, Wałbrzych, Legnica, Jelenia Góra, Lubin i Świdnica oraz 3580 miejscowości wiejskich. Na północy obszar graniczy z Województwem Lubuskim i Wielkopolskim, na wschodzie – z Opolskim, natomiast na południu i zachodzie przebiega granica Polski z Czechami i Niemcami. Strategiczne położenie województwa warunkuje odległość stolicy województwa, Wrocławia, od metropolii europejskich: Warszawy, Berlina, Pragi, Wiednia i Bratysławy, nie przekraczająca 400 km. Według stanu z dnia 31.12.2007 roku region zamieszkuje 2 882 300 osób⁵, co stanowiło 7,6% ludności Polski. Stolicą województwa jest jedno z najpiękniejszych miast w Polsce - Wrocław.

Dolny Śląsk jest obszarem o zróżnicowanym ukształtowaniu powierzchni. Znajdujące się na północy tereny niżowe oddziela od górzystego południa ciąg Wzgórz Wału Trzebnickiego. Za nim położone jest Przedgórze Sudeckie ze Wzgórzami Strzegomskimi, Masywem Ślęży i Raduni, Wzgórz Oleszeńskich i Wzgórz Niemczańsko – Strzelińskich oraz Sudety, które rozciągają się od Bramy Łużyckiej na zachodzie do Bramy Morawskiej – na wschodzie i dzielą się na zachodnie, środkowe i wschodnie. Najwyższym pasmem Sudetów są Karkonosze ze szczytem – Śnieżką (1602 m. n.p.m.).

Klimat Dolnego Śląska jest zmienny i nieregularny, co wynika ze znacznego zróżnicowania rzeźby terenu oraz ścierania się klimatów oceanicznego i kontynentalnego, a na południu występowania klimatu górskiego. Lato na nizinach jest ciepłe i długie, zimy zaś są łagodne i krótkie. Roczna suma opadów waha się między 550-700 mm, a czas zalegania pokrywy śnieżnej wynosi około 50 dni. Średnia roczna temperatura województwa to około 8,5 °C, gdy w kraju wynosi ona 7-8°C (poza obszarami górskimi). W górach klimat jest ostrzejszy. Okres wegetacji trwa w regionie od 180 do 220 dni.

Województwo Dolnośląskie niemal w całości należy do dorzecza Odry, a ono do zlewiska Morza Bałtyckiego. Najbardziej znanymi dopływami głównej rzeki są Widawa, Barycz, Nysa Kłodzka, Nysa Łużycka, Bystrzyca, Oława i Ślęza.

⁴ Na podstawie: <http://www.dolnyslask.pl> z dn. 29.12.2008 r.

⁵ Na podstawie Rocznika Statystycznego Województw 2007

Odra stanowi drogę tranzytową pomiędzy regionem a bałtyckimi portami morskimi oraz, dzięki sieci kanałów, całym systemem śródlądowych dróg wodnych Europy. Na terenie województwa krzyżują się ponadto odwieczne szlaki handlowe wschód - zachód oraz północ - południe. Dolny Śląsk jest ważnym węzłem kolejowym i lotniczym.

Dolnośląskie Subregiony Turystyczne – subregionalny podział Województwa Dolnośląskiego

Mając na względzie efektywny rozwój turystyki w Województwie Dolnośląskim dokonano podziału regionu na tzw. Dolnośląskie Subregiony Turystyczne. Doświadczenia wielu krajów wskazują, iż realizacja projektów turystycznych w podziale subregionalnym przynosi dużo lepsze efekty, przede wszystkim dzięki współpracy partnerów (jednostek samorządu terytorialnego, organizacji pozarządowych, przedstawicieli branży turystycznej).

Z założenia rozwój turystyki w województwie ma się więc odbywać w podziale subregionalnym poprzez tworzenie pakietów produktów turystycznych (subregionalnych produktów turystycznych) skierowanych do starannie wyselekcjonowanych grup odbiorców, i opartych o walory, atrakcje i elementy zagospodarowania charakterystyczne dla zidentyfikowanych obszarów recepcji turystycznej (subregionów). W związku z tym analizę atrakcyjności turystycznej przeprowadzono w podziale subregionalnym.

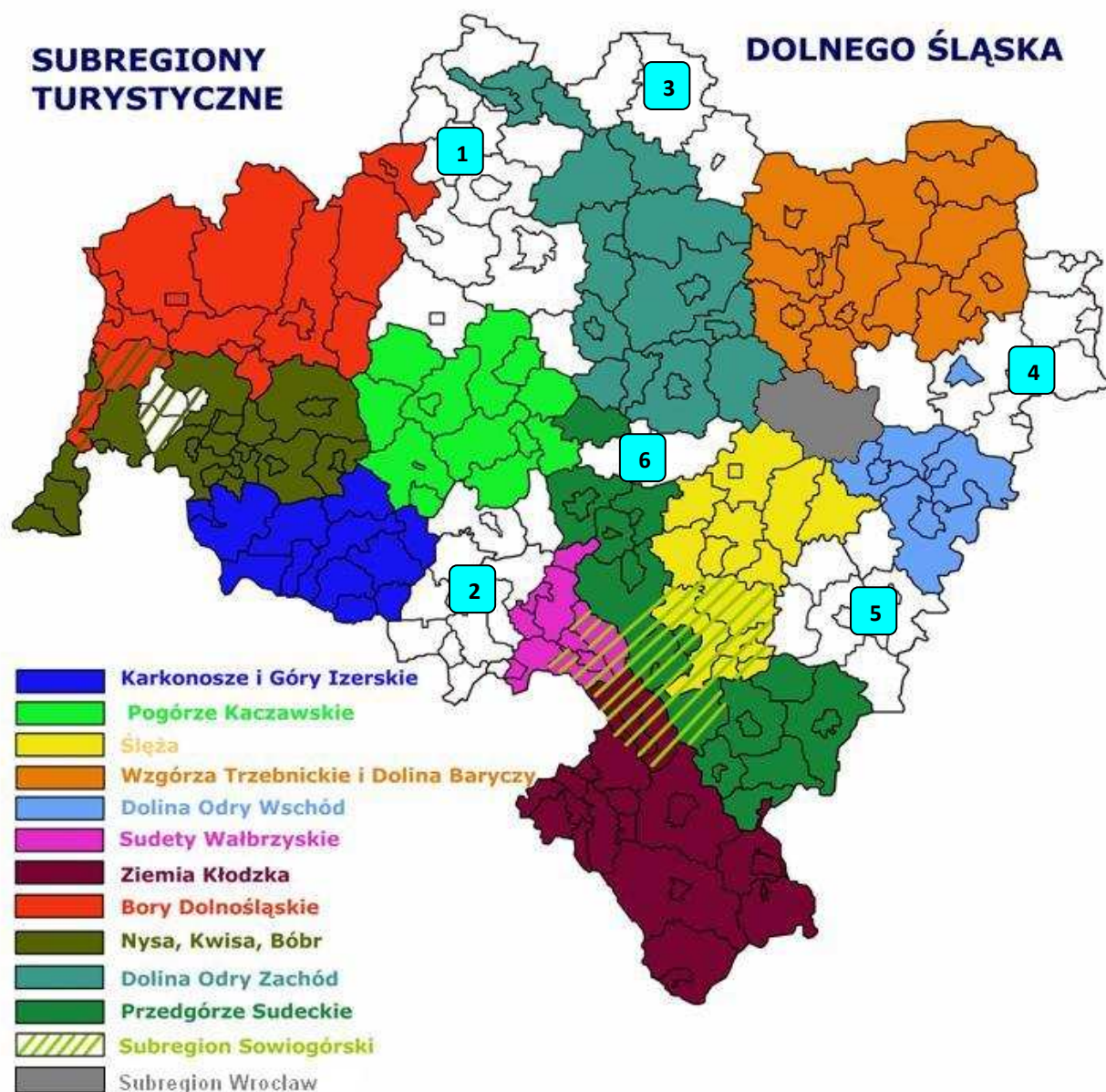
Województwo Dolnośląskie tworzy 13 Dolnośląskich Subregionów Turystycznych⁶. Zostały one pokazane na mapie nr 1. Subregiony zostały stworzone na podstawie porozumień zawartych pomiędzy jednostkami samorządu terytorialnego oraz innymi podmiotami. Opis każdego subregionu rozpoczyna lista partnerów.

Należy tutaj zaznaczyć, iż nie całe województwo zostało objęte podziałem subregionalnym. Obszary nie zakwalifikowane do żadnego subregionu (zaznaczone na mapie nr 1 numerami 1-6) zostały opisane osobno, na końcu analizy atrakcyjności. Rekomenduje się przyłączenie tych obszarów do istniejących 13 subregionów. Oddzielnie zaprezentowano również krótki opis atrakcyjności turystycznej Wrocławia.

Warto również dodać, iż niektóre obszary – decyzją ich władz - wchodzą w skład więcej niż jednego subregionu.

⁶ Podstawowe informacje o trybie powołania subregionów znajdują się w rozdziale 3.

Mapa nr 1. Dolnośląskie Subregiony Turystyczne.



Źródło: Dolnośląska Organizacja Turystyczna.

Atrakcyjność turystyczna Województwa Dolnośląskiego – schemat opisu

Atrakcyjność turystyczną Województwa Dolnośląskiego określi wypadkowa oddziaływania czterech składowych, które odgrywają kluczową rolę w rozwoju turystyki na tym terenie. Są to:

- walory naturalne,
- walory kulturowe,
- dostępność komunikacyjna,

- zagospodarowanie turystyczne.

Analiza atrakcyjności turystycznej ukaże wpływ wyżej wymienionych czynników na percepcję omawianego regionu przez turystów oraz uwypukli atuty, które generują bądź mogą generować największy ruch turystyczny. Wnioski z niej płynące stanowią podstawę do opracowania kierunków rozwoju oraz wyznaczenia konkretnych działań, w tym budowania produktów turystycznych. Należy jednak pamiętać, że analiza nie stanowi kompleksowej inwentaryzacji walorów, a zawiera jedynie te elementy, które są podstawą budowania wizerunku analizowanego obszaru na turystycznej mapie Polski i Europy. Uświadomienie tych potencjałów umożliwia w konsekwencji wyznaczenie najbardziej korzystnych kierunków rozwoju turystyki dla Województwa Dolnośląskiego. Pogłębione audyty subregionalne zawarte są w szczegółowych Koncepcjach Subregionalnych Produktów Turystycznych (opracowywanych, jak wspomniano wcześniej, w ramach realizacji porozumień subregionalnych i mających stanowić załączniki do niniejszego Programu).

Jak już zaznaczono to wcześniej, zakłada się, iż turystyka w Województwie Dolnośląskim rozwijać się będzie w oparciu o subregiony, na które podzielone zostało województwo. Stąd też analiza dokonana została w podziale subregionalnym. Dla każdego subregionu opracowano krótki opis atrakcyjności turystycznej oraz tabelaryczne podsumowanie zawierające następujące elementy:

- 1) hity turystyczne – wybrane przede wszystkim na podstawie wyników badań ruchu turystycznego na Dolnym Śląsku i we Wrocławiu w 2007 roku oraz wyników plebiscytu Gazety Wyborczej Polska The Times „Perły w Koronie”; są to przykłady najważniejszych walorów turystycznych i nie wyczerpują całego potencjału województwa (jak to już podkreślano wcześniej, analiza atrakcyjności nie stanowi inwentaryzacji),
- 2) segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne – w których, tam, gdzie było to możliwe, odwołano się do „Potencjału produktów turystycznych Dolnego Śląska” opracowanego przez Dolnośląską Organizację Turystyczną w ramach dokumentu „Promocja turystyczna Dolnego Śląska – analizy”, jak również do ośmiu markowych produktów turystycznych, na których koncentrowały się działania promocyjne Województwa Dolnośląskiego w latach 2006 – 2008; należy tutaj dodać, iż propozycje produktów turystycznych opisanych w Koncepcjach Subregionalnych Produktów Turystycznych winny być implementowane do zaktualizowanego Programu Rozwoju Turystyki i stanowić uzupełnienie / uszczegółowienie opisanych segmentów.

Atrakcyjność turystyczna Województwa Dolnośląskiego w podziale subregionalnym

Subregion Karkonosze i Góry Izerskie

Subregion Karkonosze i Góry Izerskie położony jest w zachodniej części Województwa Dolnośląskiego. Porozumienie w sprawie jego utworzenia podpisały gminy: Piechowice, Szklarska Poręba, Świeradów Zdrój, Mirsk, Stara Kamienica, Karpacz, Mysłakowice, Janowice Wielkie, Podgórzyn, Jeżów Sudecki, Kowary, miasto Jelenia Góra, powiat jeleniogórski oraz Związek Gmin Karkonoskich. Atrakcyjność turystyczna tego regionu wynika przede wszystkim z obecności Sudetów i Gór Izerskich, których różnorodne, powstałe w różnym czasie skały, budując niewielkie jednostki tektoniczne tworzą mozaikową budowę geologiczną. Dzięki występowaniu gór rozwinęły się na tym obszarze formy turystyki aktywnej, którą można z powodzeniem uprawiać np. w największym w Sudetach ośrodku sportów zimowych - Szklarskiej Porębie, w Karpaczu, gdzie są dwie skocznie narciarskie, czy w Świeradowie z koleją gondolową na Stóg Izerski i wyciągami narciarskimi. W Jakuszycach znajduje się międzynarodowy ośrodek narciarstwa biegowego, a latem uprawiane jest, bardzo tu popularne kolarstwo górskie.

W omawianym subregionie występuje wiele osobliwości przyrody ożywionej i nieożywionej, której przykładami są Wodospad Kamieńczyk w Szklarskiej Porębie i Wodospad Szklarki w Piechowicach, czy rezerwat krokusów w Piechowicach. Bijące tu ciepłe źródła wykorzystano tworząc pierwsze w Polsce uzdrowisko – Cieplice - będące dzisiaj dzielnicą Jeleniej Góry. Źródła o temperaturze dochodzącej do 90⁰C swoją skuteczność zawdzięczają czynnym związkom siarki i krzemu oraz zawartości fluoru. Te i inne miejsca występowania leczniczych wód (np. Świeradów Zdrój) z pomyślnością wykorzystuje się w turystyce uzdrowiskowej.

Latem popularne są piesze i rowerowe szlaki turystyczne, choćby Główny Szlak Sudecki im. Mieczysława Orłowicza, Szlak Zamków Piastowskich, ale też te bardziej lokalne w Mińsku, Starej Kamiennej czy Piechowicach. Zainteresowaniem turystów cieszą się obiekty materialne, ściśle związane z działalnością człowieka np. XIX-wieczne pensjonaty i dawna huta szkła w Szklarskiej Porębie (tradycje szklarskie kontynuuje do dzisiaj Huta Szkła Kryształowego Julia oraz prywatny zakład „Karkonoska Manufaktura” w Piechowicach), barokowe kamienice i zabytkowy park zdrojowy w Jeleniej Górze, drewniany kościółek - Świątynia Wang i Muzeum Sportu Zimowego w Karpaczu, Wieża z Lancelotem w Siedlęcinie, Zamek Chojnik i wiele innych. Dużą atrakcją subregionu jest Park Miniatur Zabytków Dolnego Śląska w Kowarach oraz Kopalnia Uranu w Kowarach - podziemna trasa turystyczna „Sztolnie Kowary”.

W związku z tak szeroką ofertą turystyczną w subregionie Karkonosze i Góry Izerskie odbywa się wiele imprez kulturalno – sportowych o charakterze zarówno lokalnym, jak i międzynarodowym, z których należy wymienić chociażby:

- Bieg Piastów - Mistrzostwa Polski - Szklarska Poręba, Jakuszyce,
- Międzynarodowy Wyścig Kolarski „Bałtyk Karkonosze Tour” - Jelenia Góra,
- Zawody Western Rodeo o Puchar Western City – Ściężny k. Karpacza,
- Międzynarodowy Festiwal Teatrów Ulicznych - Jelenia Góra,
- Mistrzostwa w Płukaniu Złota – Karpacz,
- Kryształowy Weekend – Piechowice,
- Bike Maraton - Piechowice.

Jeżeli chodzi o dostępność subregionu, to posiada on dogodne połączenia autobusowe oraz kolejowe. Przygraniczne usytuowanie Szklarskiej Poręby przy międzynarodowej drodze E65 prowadzącej do granicy z Czechami powoduje, że z łatwością można tu dojechać z każdego zakątka Europy. Najbliższy międzynarodowy port lotniczy znajduje się około 140 km stąd – we Wrocławiu, natomiast na terenie subregionu – w Jeleniej Górze - funkcjonuje lotnisko sportowe zarządzane przez Aeroklub Jeleniogórski, który oferuje krajowe i zagraniczne loty czarterowe oraz loty turystyczne.

Ze względu na korzystne walory przyrodnicze i kulturowe oraz stosunkowo dobrą dostępność komunikacyjną, baza noclegowa i gastronomiczna jest tu dobrze rozwinięta, ale koncentruje się głównie w miejscowościach będących centrami sportów zimowych oraz w miasteczkach uzdrowiskowych.

Podsumowanie

Tabela nr 2. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Karkonosze i Góry Izerskie.

Subregion Karkonosze i Góry Izerskie	
Wybrane hity turystyczne	
Znane miejscowości turystyczne	Szklarska Poręba, Karpacz, Świeradów Zdrój, Jakuszyce, Jelenia Góra
Uzdrowiska	Cieplice Zdrój, Świeradów Zdrój
Atrakcje punktowe - przykłady	Świątynia Wang, Śnieżka, Wodospad Kamieńczyka, Wodospad Szklarki, rezerwat krokusów, Wieża z Lancelotem w Siedlęcinie, Zamek Chojnik, Miasteczko Western City w Ściegnach k. Karpacza, Park Miniatur Zabytków Dolnego Śląska w Kowarach, Kopalnia Uranu w Kowarach - podziemna trasa turystyczna „Sztolnie Kowary”
Imprezy - przykłady	Zawody Western Rodeo o Puchar Western City – Ściegny k. Karpacza Międzynarodowy Festiwal Teatrów Ulicznych – Jelenia Góra Mistrzostwa w Płukaniu Złota – Karpacz Kryształowy Weekend - Piechowice
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne ⁷	Waga (*-****) ⁸
Turystyka aktywna i specjalistyczna (Karkonosze i turystyka aktywna) <ul style="list-style-type: none"> • Wypoczynek w górach • Turystyka piesza • Sporty zimowe: narciarstwo • Turystyka rowerowa • Sporty lotnicze • Turystyka jeździecka 	****
Turystyka kulturowa (Pałace, zamki i dziedzictwo kultury Dolnego Śląska)	***

⁷ W segmentacji odwołano się, tam gdzie było to możliwe, do „Potencjału produktów turystycznych Dolnego Śląska” opracowanego przez DOT w ramach dokumentu „Promocja turystyczna Dolnego Śląska – analizy”, jak również do ośmiu markowych produktów turystycznych, na których koncentrowały się działania promocyjne Województwa Dolnośląskiego latach 2006 – 2008.

⁸ Waga – im więcej gwiazdek, tym segment ważniejszy.

Subregion Karkonosze i Góry Izerskie	
Turystyka uzdrowiskowa (Dolnośląskie Uzdrowiska)	***
Turystyka tranzytowa / przygraniczna	*
Turystyka weekendowa	****

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Subregion Pogórze Kaczawskie

Subregion Pogórze Kaczawskie leży na północny wschód od Karkonoszy. Porozumienie w sprawie jego utworzenia podpisały gminy: Pielgrzymka, Męcinka, Świerzawa, Jawor (gmina miejska), Złotoryja (gmina miejska i wiejska), Mściwojów, Wojcieszów (gmina miejska), Krotoszyce, Zagrodno, Paszowice, miasto Legnica i powiaty: złotoryjski, jaworski.

Jest to jeden z najbardziej atrakcyjnych, a zarazem dziewiczych rejonów Pogórza Zachodniosudeckiego. Ze względu na ukształtowanie terenu idealnie nadaje się do uprawiania turystyki pieszej i rowerowej, gdyż przeważają tu stoki o niewielkim nachyleniu, a drogi są mało uczęszczane. W miejscowości Dziwiszów i na Łysej Górze można także pojeździć zimą na nartach.

Największe atrakcje turystyczne subregionu związane są z przyrodą. Jako, że Góry Kaczawskie są bardzo stare, zalega tu bardzo dużo minerałów szlachetnych i półszlachetnych, m.in. korund czy agat, jak również złoża złota. Tu występują najstarsze skały w Polsce: łupki radzimowickie oraz skały wapienne (m.in. w okolicach Wojcieszowa). Interesujące są wydrążane w nich przez naturę jaskinie i opuszczone już kamieniołomy (Wojcieszów). Stosunkowo łatwo spotkać rośliny objęte ochroną całkowitą, a w wąwozie Lipa występuje salamandra plamista – rzadki płaz ogoniasty.

Subregion Gór Kaczawskich to obszar posiadający liczne zabytki. Do najciekawszych z nich można zaliczyć wpisany na listę UNESCO Kościół Pokoju w Jaworze, kopalnię złota w Złotoryi, Kościół Jana Chrzciciela i Katarzyny Aleksandryjskiej w Świerzawie, górniczą osadę we wsi Leszczyna.

Sieć szlaków turystycznych nie jest tutaj zbyt gęsta. Najwięcej jest ich w Parku Krajobrazowym „Chełmy”. Góry przecina Szlak Zamków Piastowskich. Biegnie tędy także odcinek Europejskiego Długodystansowego Szlaku Pieszego E3 oraz 85-kilometrowy Szlak Wygasłych Wulkanów prowadzący z Legnickiego Pola m.in. przez związane z działalnością wulkaniczną wzniesienia.

Kalendarz imprez kulturalnych i sportowych, o charakterze od lokalnego po międzynarodowy, jest bardzo bogaty. Jednymi z najbardziej znanych są:

- „Dymarki kaczawskie” – Leszczyna,
- Międzynarodowe Mistrzostwa w Płukaniu Złota w Złotoryi,
- Mistrzostwa Polski w Technikach Jaskiniowych „Złoty Karabinek” – Wojcieszów,
- Czary-Mary w Miedomiary, Złot Kobiet Czarujących – Lubichowa (gm.Świerzawa),
- Międzynarodowe Targi Chleba – Jawor,

- Święto pieczonego ziemniaka – Gmina Paszowice,
- Międzynarodowe Warsztaty Rękodzieła – Świerzawa,
- Kaczawski Jarmark Bożonarodzeniowy – Jawor.

Komunikacyjnie region jest dobrze dostępny. Prowadzi przez niego szereg dróg wojewódzkich. Wschodnim i południowym skrajem przebiega droga nr 3, prowadząca do granicy z Czechami. Łączy się ona później z drogą nr 5, główną trasą łączącą Sudety Zachodnie z Wrocławiem. Ponadto, ze Złotoryi prowadzi uczęszczana droga nr 328 do Kaczorowa i dalej na południe. Lokalne szosy pozwalają dotrzeć do najciekawszych miejsc w subregionie.

Mimo dużego potencjału turystycznego subregionu baza gastronomiczna oraz noclegowa nie jest wystarczająco rozwinięta i koncentruje się w największych miastach.

Podsumowanie

Tabela nr 3. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Pogórze Kaczawskie.

Subregion Pogórze Kaczawskie	
Wybrane hity turystyczne	
Znane miejscowości turystyczne	Złotoryja, Wojcieszów, Jawor
Atrakcje punktowe - przykłady	Kościół Pokoju w Jaworze, kopalnia złota w Złotoryi, kamieniołomy i jaskinie w okolicach Wojcieszowa
Imprezy - przykłady	„Dymarki kaczawskie” – Leszczyna Międzynarodowe Mistrzostwa w Płukaniu Złota w Złotoryi
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne	Waga (*-****)
Turystyka aktywna i specjalistyczna <ul style="list-style-type: none"> • turystyka rowerowa • turystyka piesza • sporty zimowe: narciarstwo • wypoczynek w górach • turystyka speleologiczna • wypoczynek w obszarach przyrodniczych 	****
Turystyka kulturowa (Pałace, zamki i dziedzictwo kultury Dolnego Śląska)	***

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Subregion Nysa – Kwisa – Bóbr

Na północ od Karkonoszy leży Subregion Nysa – Kwisa – Bóbr. Porozumienie w sprawie jego utworzenia podpisały gminy: Lubań, Zgorzelec (gmina miejska i wiejska), Zawidów (gmina miejska), Gryfów Śląski (gmina miejsko-wiejska), Wleń gmina miejsko-wiejska), Leśna gmina miejsko-wiejska), Lubomierz, Sulików, Bogatynia, Lwówek Śląski (gmina miejsko-wiejska) oraz powiaty: lubański i lwówecki.

Walory przyrodniczo – krajobrazowe tego obszaru wynikają z położenia nad trzema rzekami: lewobrzeżnymi dopływami Odry - Nysą Łużycką i Bobrem oraz lewym dopływem Bobru – Kwisą. Są one osiami turystycznymi regionu, których górski charakter oddają malownicze przełomy, np.: przełom Bobru przez Rudawy Janowickie i Góry Kaczawskie, czy przełom Kwisy na Pogórze Izerskim. Na rzekach powstało kilka retencyjnych zbiorników wodnych, np. Jezioro Leśniańskie i Jezioro Złotnickie w okolicach miejscowości Leśna (oba na Kwisie - odpowiednio 10,5 i 15 mln m³). Takie warunki sprzyjają tworzeniu wielu obszarów chronionych, których przykładem jest Park Krajobrazowy Doliny Bobru, gdzie schronienie znajdują rzadkie gatunki zwierząt, takich jak tchórz czy kuna, oraz występują ciekawe okazy roślinne: goryczka orzęsiona, irga czarna. Czyste rzeki są rajem dla wędkarzy, a jeziora stanowią doskonałą bazę dla turystyki wodnej. W Świeradowie Zdrój występują ponadto lecznicze wody z obecnością radonu.

Opisywany subregion znajduje się w granicach Pogórza Izerskiego i Kaczawskiego, które charakteryzują się obecnością skał osadowych: piaskowców, wapieni, margli, gipsów i anhydrytów oraz skał wulkanicznych: porfirów, melafirów. W miejscowości Płóczki Górne, niedaleko Lwówka Śląskiego znajduje się tzw. Agatowe pole. W kilku miejscach starsze skały przebite są przez trzeciorzędowe bazalty, które wyróżniają się jako twarde. Ich wychodnie można podziwiać w Parku na Kamiennej Górze w okolicach Lubania. Starsze podłoże przykryte jest częściowo przez osady plejstoceńskie - gliny i piaski oraz lessy. W związku z występowaniem tak wielu kopalin część z nich zaczęto wydobywać. Szczególnie znanym na tych terenach było złoto, którego wydobyto tu w latach 1175-1240 około 50 ton. Powstały też kopalnie węgla brunatnego (Bogatynia – Turossów), glin biało wypalających się, kamionkowych i kaolinowych (Bolesławiec) i piaskowca (pozostałości kopalni można oglądać w Łaziskach).

Oprócz licznych walorów przyrodniczych region – dzięki swej bogatej historii – obfituje w liczne atrakcje kulturowe. Tradycja dotyczy przede wszystkim tkactwa i sukienictwa, które na tych terenach najlepiej rozwinęło się w Gryfowie i Lwówku Śląskim, oraz ceramiki, z której znany jest Bolesławiec. Ponadto swoją historię mają też targi gołębi w m. Wleń oraz wspomniany już Lwówek Śląski – znany od 1209 roku ośrodek piwowarski. Najpopularniejszymi zabytkami są: Zamek Czocho we wsi Czocho, kościół Wniebowzięcia NMP i św. Mikołaja w Bolesławcu, wiadukt kolejowy nad Bobrem, Dom Zdrojowy w Świeradowie Zdrój, układ średniowiecznych murów w m. Nowogrodziec. Warto odwiedzić Muzeum Ceramiki w Bolesławcu oraz Muzeum Górnictwa w Bogatyni, a także Miejski Dom Kultury w Zgorzelcu (mieści się w XIX-wiecznym pałacu, w którym podpisano dokumenty ustalające granicę na Nysie Łużyckiej) i Dom Jakuba Bohme.

Najwięcej szlaków turystycznych znajduje się w okolicach Świeradowa Zdrój. Tu zaczyna się, ciągnący się przez całe Sudety - Główny Szlak Sudecki im. Mieczysława Orłowicza. Stąd też wychodzą trasy w stronę: Szklarskiej Poręby i Karkonoszy; Karlowa i Gór Stołowych oraz bliższych - Stogu Izerskiego i Sępiej Góry.

Do najbardziej znanych w tym regionie imprez należą:

- Międzynarodowy Spływ Kajakowy im. Andrzeja Strycharczyka na rzece Bóbr,
- Ogólnopolskie Spotkania Amatorskich Teatrów Jednego Aktora w Zgorzelcu,

- Lwóweckie Lato Agatowe
- Festyn Staromiejski JAKUBY w Zgorzelcu,
- Święto ceramiki w Bolesławcu,
- Bogatyńskie Dni Węgla i Energii „KARBONALIA”,
- Europejski Festiwal Coverów w Leśnej,
- Międzynarodowe Spotkania z Muzyką Dawną – Świeradów Zdrój.

Dostępność komunikacyjna subregionu jest dobra. Prowadzą przez niego drogi krajowe (30) oraz kilka dróg wojewódzkich. W budowie znajduje się autostrada A4 stanowiąca polski odcinek drogi międzynarodowej E40. Dzięki lokalnym i dalekobieżnym połączeniom PKP i PKS dostępne są zarówno pobliskie, jak i dalsze miejscowości w Polsce i za granicą. Najbliższe międzynarodowe porty lotnicze znajdują się we Wrocławiu, Dreźnie i Pradze. W Görlitz i Jeleniej Górze znajdują się lokalne lotniska dla niewielkich samolotów sportowych i pasażerskich.

Baza noclegowa i gastronomiczna koncentruje się w miejscach częstego odwiedzania przez turystów, a więc w Świeradowie Zdrój, Zgorzelcu, Bogatyni czy Bolesławcu. Najpopularniejsze są pensjonaty, kempingi, pola namiotowe i kwatery prywatne. Brakuje miejsc hotelowych i restauracji o wyższym standardzie.

Podsumowanie

Tabela nr 4. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Nysa-Kwisa-Bóbr.

Subregion Nysa – Kwisa – Bóbr	
Wybrane hity turystyczne	
Znane miejscowości turystyczne	Bogatynia, Zgorzelec, Bolesławiec
Uzdrowiska	Świeradów Zdrój, dawny kurort uzdrowiskowy Opolno Zdrój (kiedyś Cieplice saskie)
Atrakcje punktowe – przykłady	Zamek Czocho, Wiadukt kolejowy nad rz. Bóbr, Dom Zdrojowy w Świeradowie Zdrój, Miejski Dom Kultury w Zgorzelcu, Cmentarz Żołnierzy II Armii Wojska Polskiego w Zgorzelcu, Stalag VIIIA – obóz jeńców wojennych w Zgorzelcu
Inne	Ceramika bolesławiecka, tradycje piwowarskie w Lwówku Śląskim, tradycje gołębiarskie w miejscowości Wleń, tradycje dotyczące tkactwa i sukiennictwa
Imprezy - przykłady	Święto Ceramiki w Bolesławcu Bogatyńskie Dni Węgla i Energii „KARBONALIA” Międzynarodowy Splyw Kajakowy im. Andrzeja Strycharczyka na rzece Bóbr

Subregion Nysa – Kwisa – Bóbr	
	Lwóweckie Lato Agatowe Festyn Staromiejski JAKUBY w Zgorzelcu
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne	Waga (*-****)
Turystyka aktywna i specjalistyczna <ul style="list-style-type: none"> • Wypoczynek – jeziora • Kajaki • Wypoczynek w obszarach przyrodniczych • Sporty lotnicze 	***
Turystyka uzdrowiskowa (Dolnośląskie Uzdrowiska)	**
Turystyka kulturowa (Pałace, zamki, dziedzictwo kultury Dolnego Śląska)	****
Turystyka przemysłowa	****

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Subregion Bory Dolnośląskie

Subregion obejmuje swoim zasięgiem północno - zachodnią część Województwa Dolnośląskiego. Porozumienie w sprawie jego utworzenia podpisały gminy: Węglińiec, Osiecznica, Przemków, Pieńsk, Bolesławiec (gmina miejska i wiejska), Nowogrodzic, Warta Bolesławiecka, Lubin, Chocianów, Zgorzelec (gmina miejska) oraz powiaty: zgorzelecki i bolesławiecki.

Bory Dolnośląskie, dawniej Puszcza Dolna, geograficznie rozciągają się pomiędzy Pogórzem Izerskim i Pogórzem Kaczawskim na południu, a morenowymi Wzniesieniami Żarskimi i Wzgórzami Dalkowskimi (Województwo Lubuskie) na północy. Leżą na pograniczu krain historycznych: Łużyc i Dolnego Śląska. Naturalną ich granicą jest rzeka Kwisa. Cechą charakterystyczną regionu jest znaczna liczba śródlęśnych stawów, a także torfowiska, bagna i wydmy śródlądowe. Występują tu złoża torfu, rudy darniowej i piasku szklarskiego, a na obrzeżach regionu – także węgla brunatnego (największe w rejonie Bogatyni Turoszowa).

Niespotykane w skali kraju (poza obszarami leśnymi Pomorza Zachodniego) jest nagromadzenie gatunków roślin atlantyckich, do których należą np. nawodnik sześciopręcikowy czy rosiczka pośrednia. Obszar ten stanowi ponadto ostoję wielu zwierząt takich, jak: wydra, popielica, gniewosz plamisty, żmija zygzakowata, żółw błotny, dudek, głuszc i cietrzew. W rzekach płynących przez Bory żyją pstrągi potokowe, trocie wędrowne, lipienie i głowacice. W Kwisie koło Osiecznicy i Kliczkowa miała swoje stanowisko skójką perforodna – małż wytwarzający szlachetne perły. W związku z tak wielką różnorodnością fauny i flory, powołano na tym obszarze szereg form ochrony przyrody,

z których do najważniejszych należą: Park Krajobrazowy Łuk Mużakowa – na północny wschód od Przewozu, Przemkowski Park Krajobrazowy, Zespół Przyrodniczo-Krajobrazowy Park Słowiański – Szprotawa oraz Obszar Chronionego Krajobrazu Dolina Czerwonej Wody.

Ze względu na mało urodzajne gleby Bory Dolnośląskie nie zostały zamienione w pola uprawne, a kolonizacja ograniczyła się do dolin rzecznych. Od XIV wieku pomyślnie w tych rejonach rozwijało się hutnictwo żelaza. Wiele miejscowości leżących w Borach Dolnośląskich (m.in. Jagodzin, Świętoszów, Stary Węgliniec) zawdzięcza swój początek dawnym kuźnikom żelaza (hamerniom), pracującym w oparciu o niskoprocentowe rudy darniowe. Bory Dolnośląskie odegrały ponadto ważną rolę w kształtowaniu się państwowości polskiej. Jednym z tego dowodów są pozostałości średniowiecznych fortyfikacji, zwanych Wałami Śląskimi. Różnorodność kultur i tradycji związanych z częstą zmianą granic Państwa Polskiego na tym terenie przez lata miała wpływ na kształtowanie się specyficznego charakteru obszaru. Najciekawszymi zabytkami w subregionie są zamek w Kliczkowie i Pałac w Lasowie (gmina Pieńsk) oraz kościół w Starym Węglińcu, a także kamienny wiadukt kolejowy w Bolesławcu.

Na terenie subregionu znajdują się przede wszystkim lokalne szlaki piesze, rowerowe i konne oraz ścieżki dydaktyczne, które składają się na sieć wzajemnie przenikających się szlaków w Borach Dolnośląskich. Na szczególną uwagę zasługuje sieć pięciu szlaków konnych: Kliczków – Bogumiłów, 2 pętle Kliczków – Kliczków (o długości 50 i 25 km), Kliczków – Zamek Grodzieniec, Czerwona Woda – Przewóz oraz dwóch planowanych szlaków konnych: Bielawa Górna – Osiecznica i Pieńsk – Bogumiłów. Szlaki te są zagospodarowane zgodnie z potrzebami turystów, a na ich trasie znajdują się wyspecjalizowane gospodarstwa agroturystyczne. Przez subregion przechodzi Szlak Parków i Ogrodów Fundacji Bory Dolnośląskie oraz szlak kulturowo-parkowy „Po obu stronach Nysy”. W planach jest łączenie sieci szlaków w Borach Dolnośląskich ze szlakami występującymi po stronie niemieckiej.

W regionie odbywają się ciekawe imprezy kulturalne, głównie o charakterze lokalnym i ponadlokalnym. Najciekawsze z nich to: Festiwal Kulturalny w Lubinie, Festiwal Kultur w Zgorzelcu, Piknik Reggae w Chocianowie, czy Mistrzostwa Europy w zbieraniu grzybów w czasie święta grzybów w Węglińcu.

Na terenie Borów, w okolicach wsi Krzyżowa, zaprojektowano lokalizację węzła dwóch polskich autostrad A4 i A18. Ponadto przez Bory Dolnośląskie prowadzą cztery drogi krajowe i osiem dróg wojewódzkich. Zlokalizowane są tu też ważne węzły kolejowe: Bolesławiec, Węgliniec, czy Zgorzelec.

Baza noclegowa i gastronomiczna od strony Województwa Dolnośląskiego nie jest zbyt rozbudowana. Najwięcej obiektów zbiorowego zakwaterowania znajduje się w Kliczkowie i okolicach Węglińca.

Podsumowanie

Tabela nr 5. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Bory Dolnośląskie.

Subregion Bory Dolnośląskie	
Wybrane hity turystyczne	
Znane miejscowości turystyczne	Bolesławiec, Zgorzelec, Węgliniec, Kliczków
Atrakcje punktowe – przykłady	Zamek w Kliczkowie, pałac w Lasowie, kościół w Węglińcu, kamienny wiadukt kolejowy w Bolesławcu, Miejski Dom Kultury w Zgorzelcu, Cmentarz Żołnierzy II Armii Wojska

Subregion Bory Dolnośląskie	
	Polskiego w Zgorzelcu, Stalag VIIIA – obóz jeńców wojennych w Zgorzelcu
Inne	Ceramika bolesławiecka, sieć szlaków konnych
Imprezy – przykłady	Piknik Reggae w Chocianowie Święto Grzybów w Węglińcu
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne	Waga (*-****)
Turystyka aktywna i specjalistyczna <ul style="list-style-type: none"> • Wypoczynek w obszarach przyrodniczych • Turystyka piesza • Turystyka rowerowa • Turystyka jeździecka 	***
Turystyka miejska i kulturowa (Pałace, zamki i dziedzictwo kultury Dolnego Śląska)	***
Turystyka weekendowa	****

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Subregion Dolina Odry Zachód

Subregion ten zajmuje obszar północno-środkowej części Województwa Dolnośląskiego. Porozumienie w sprawie jego utworzenia podpisały gminy: Głogów, Pęcław, Rudna, Ścinawa (gmina miejsko-wiejska), Prochowice (gmina miejsko-wiejska), Jemielno, Wińsko, Brzeg Dolny (gmina miejsko-wiejska), Wołów (gmina miejsko-wiejska), Malczyce, Miękinia i Niechlów oraz miasto Środa Śląska.

Krajobraz subregionu ma urozmaiconą rzeźbę, która cechuje się licznymi wzgórzami poprzecinanymi malowniczymi, rzeczными dolinkami. Główne atrakcje przyrodnicze tych terenów to: bory, lasy liściaste i mieszane, sędziwe pomnikowe drzewa, liczne głazy narzutowe (np. Głaz Homera w okolicach Brzegu Dolnego) oraz oczywiście rzeka Odra. Płyynie ona w ogólnym kierunku północno-zachodnim, chociaż w okolicach Głogowa przybiera kierunek równoleżnikowy. Jest to jedna z większych rzek Europy Środkowej. Dostatecznie żyzne gleby warunkują rozwój rolnictwa na tych terenach.

Największym bogactwem tych ziem są złoża rudy miedzionośnej, które jednak zalegają na dość dużej głębokości. Zasoby rudy miedzi w Zagłębiu Lubińskim zaliczane są do najbogatszych w Europie i zajmują jedno z czołowych miejsc w świecie. W związku z ich występowaniem utworzono Lubińsko - Głogowskie Zagłębie Miedziowe,

wchodzące w skład większego Legnicko-Głogowskiego Okręgu Miedziowego, a w niektórych miejscowościach powstały huty (Głogów, Wróblin).

W związku z przemysłem, który jest domeną subregionu (dziś w Środzie Śląskiej znajduje się wytwórnia Coca-Coli, a np. Brzeg Dolny jest ośrodkiem przemysłu chemicznego), życie kwitło tu już w średniowieczu. Pozostałości historycznych zabudowań można podziwiać w Głogowie (średniowieczny gród), miejscowości Wołów (zamek z XIV wieku), Środzie Śląskiej (wrzecionowaty, typowy dla osad handlowych rynek z zabytkowymi budynkami), która słynie również z tradycji winiarskich. W mniejszych miejscowościach zachowały się podworskie parki zabytkowe oraz liczne zabytki architektury - kościoły, pałace, zabudowania folwarczne, domy.

Większość imprez sportowo – kulturalnych ma w tym subregionie charakter lokalny i organizują je tutejsze ośrodki kultury, jednak jest również kilka imprez o zasięgu międzynarodowym. Do najciekawszych zaliczyć można Międzynarodowe Głogowskie Spotkania Jazzowe, Święto Wina w Środzie Śląskiej, Dolnośląski Festiwal Chórów SILESIA CANTAT w Głogowie.

Przez subregion przebiega kilka ciekawych szlaków turystycznych, np. „Mała pętla po Wzgórzach Dalkowskich” - trasa o długości 35,1 km, czy rowerowy „Szlak Odry” o łącznej długości 313 km (wraz z tzw. pętlami lokalnymi), który rozpoczyna się we Wrocławiu w Leśnicy, a kończy w Głogowie. Ponadto występują liczne piesze i rowerowe szlaki lokalne.

Subregion posiada bezpośrednie połączenia kolejowe z Warszawą, Krakowem, Górnym Śląskiem, Szczecinem i Berlinem, a także wszystkimi bliższymi centrami regionalnymi. Przebiega tędy międzynarodowa droga E65 ze Świnoujścia do Jakuszyc i dalej do Pragi, oraz droga krajowa nr 34 czy 94. Dogodne są również połączenia kolejowe, którymi można dostać się bezpośrednio do Szczecina, Krakowa, Berlina, Drezna czy Wrocławia. Ważny jest również odrzański szlak wodny floty śródlądowej z Gliwic do Szczecina.

Jako subregion głównie przemysłowy okolice te nie posiadają wystarczającej bazy noclegowej i gastronomicznej. Kilka hoteli, moteli czy restauracji można spotkać w największych miejscowościach, ale i tam ich ilość i standard nie są wystarczające.

Podsumowanie

Tabela nr 6. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Dolina Odry Zachód.

Subregion Dolina Odry Zachód	
Wybrane hity turystyczne	
Znane miejscowości turystyczne	Środa Śląska, Głogów, Brzeg Dolny
Atrakcje punktowe – przykłady	Głogów – pozostałości średniowiecznych zabudowań, rynek w Środzie Śląskiej
Inne	Tradycje winiarskie w Środzie Śląskiej
Imprezy – przykłady	Święto Wina w Środzie Śląskiej

Subregion Dolina Odry Zachód	
	Dolnośląski Festiwal Chórów SILESIA CANTAT w Głogowie Międzynarodowe Głogowskie Spotkania Jazzowe
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne	Waga (*-****)
Turystyka miejska i kulturowa (Pałace, zamki i dziedzictwo kultury Dolnego Śląska)	***
Turystyka aktywna <ul style="list-style-type: none"> • Kajaki • Żeglarsstwo i motolotniarstwo 	***
Turystyka weekendowa	****

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Subregion Wzgórza Trzebnickie i Dolina Baryczy

Subregion ten położony jest w północno-wschodniej części Województwa Dolnośląskiego. Porozumienie w sprawie jego stworzenia podpisały gminy: Twardogóra, Cieszków, Oborniki Śląskie, Krośnice, Trzebnica, Prusice, Wisznia Mała, Zawonia, miasto Żmigród, powiat milicki oraz Dolnośląska Fundacja Ekorozwoju, Fundacja Doliny Baryczy i Dolnośląska Organizacja Turystyczna.

Ukształtowane podczas zlodowacenia środkowopolskiego Wzgórza Trzebnickie są pozostałością zwałów piasku pchanego przez czoło lodowca. Zapewnia to urozmaiconą konfigurację terenu, a przy okazji rozległe widoki sięgające nawet Karkonoszy. Jest to również jeden z najcieplejszych rejonów w Polsce. W związku z takim ukształtowaniem powierzchni teren ten jest idealny dla rozwoju turystyki pieszej i rowerowej, co wykorzystują głównie mieszkańcy Wrocławia. Okolice Trzebnicy są urodzajne w gleby, przez co rozwinęło się tam sadownictwo i warzywnictwo. Występują tu ponadto źródła siarczane oraz szczyawy żelaziste, co sprawiło, że miasto jest znanym w regionie ośrodkiem uzdrowiskowym. Znany jest także rezerwat jodeł „Jodłowce” niedaleko Obornik - bogatej w zieleń miejscowości wypoczynkowej, której okolice porastają również bory sosnowe. Dolina Baryczy natomiast to teren słabiej zaludniony, kraina lasów i stawów rybnych pochodzących nawet ze średniowiecza i wyglądających jak naturalne jeziora. Najstłynniejsze znajdują się w okolicach Milicza, gdzie położony jest również jeden z największych w Europie rezerwatów ornitologicznych „Stawy Milickie”. Stanowią one największy i jeden z najstarszych kompleksów stawów w Europie. Oferują połączenie walorów przyrodniczych (ptasi raj) z trwającą do dziś tradycją rybacką zapoczątkowaną przez Cystersów w XIII wieku. Zróżnicowana konfiguracja terenu, mokradła, czyste środowisko przyrodnicze, bogata flora i fauna, były podstawą utworzenia na tym terenie Parku Krajobrazowego Doliny Baryczy oraz obszaru NATURA 2000.

Oprócz wysokiej bioróżnorodności, subregion ten prezentuje także wysokie walory historyczno-kulturowe. W rejonie Wzgórz Trzebnickich znajdują się najwyższej klasy zabytki architektury, do których należy pocysterski klasztor SS Boromeuszek, należący do największych budynków klasztornych w Europie Środkowej, Bazylika św. Jadwigi i Międzynarodowe Sanktuarium św. Jadwigi Śląskiej, będące najstarszym sanktuarium na Śląsku i jedną z ważniejszych nekropolii Piastów Śląskich oraz miejscem kultu św. Jadwigi, pałace w Bagnie i Miliczu, zabytkowe układy miast

w Prusicach i Sułowie, uzdrowisko w Obornikach Śląskich, zamek w Żmigrodzie oraz drewniany kościół w Trzebicku. W okolicach Trzebnicy, w odkrywkowej kopalni gliny na zachodnim stoku Winnej Góry (zwanej też Kocią Górą), w 1987 roku odkryto również ślady pobytu człowieka (homo erectus) datowane na około 500 tysięcy lat p.n.e. Wykopaliska na Winnej Górze stały się sensacją naukową, ponieważ dzięki nim dwukrotnie wydłużył się okres zasiedlenia ziem polskich i są one jednym z najstarszych dowodów pojawienia się pierwszych ludzi w Europie Środkowej.

Do najciekawszych imprez kulturalnych subregionie należą:

- Dni Doliny Baryczy - Święto Karpia Milickiego,
- Trzebnickie Święto Sadów,
- Międzynarodowy Festiwal Muzyki Kameralnej i Organowej w Trzebnicy,
- Międzynarodowy Bieg Sylwestrowy w Trzebnicy,
- Parada Konstytucji 3 Maja w Miliczu,
- Koncerty muzyki kameralnej i organowej w Żmigrodzie,
- Dni Ziemi Cieszkowskiej.

W związku z licznymi walorami turystycznymi powstało na tym obszarze wiele ścieżek przyrodniczych, szlaków rowerowych, pieszych, konnych, a nawet wodnych, które, oprócz tego, że są dobrze oznakowane, to również prowadzą najciekawszymi trasami. Przykładami mogą być „Szlak Zamkowy” „Szlak Archeologiczny”, „Szlak Rezerwatowy” – w rejonie Doliny Baryczy czy „Szlak Rowerowy Gór Kocich”. Przez region prowadzi także rowerowy szlak bursztynowy, czyli międzynarodowa trasa rowerowa Eurovelo R-9.

Mimo, że subregion położony jest w niewielkiej odległości od Wrocławia, jedną z przyczyn, dla których nie jest on często odwiedzany przez turystów, jest niezbyt dobra dostępność komunikacyjna. Linie kolejowe obsługują głównie trasy lokalne. Nieco lepszy jest połączenie drogowe. Przebiega tędy m.in. droga krajowa nr 5 Poznań – Wrocław, stanowiąca jednocześnie trasę drogi międzynarodowej E261, droga krajowa nr 15, droga wojewódzka nr 340. Dostępność komunikacyjną podwyższa sąsiedztwo Wrocławia, który jest dużym węzłem komunikacji drogowej i kolejowej oraz posiada port lotniczy mający bezpośrednie połączenia krajowe z Warszawą, a także międzynarodowe np. z Frankfurtem nad Menem, Kolonią, Paryżem, czy Monachium.

W infrastrukturze paraturystycznej – bazie noclegowej i gastronomicznej - występują braki. Dostępne są przede wszystkim, latem mocno zatłoczone, noclegi w domkach kempingowych bądź na polu namiotowym. Sytuację zmienia ostatnio pojawianie się nowych gospodarstw agroturystycznych, ale brakuje zaplecza o wyższym standardzie. Podobnie sytuacja ma się z gastronomią – choć oferta w większych miejscowościach jest wystarczająca.

Podsumowanie

Tabela nr 7. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Wzgórza Trzebnickie i Dolina Baryczy.

Subregion Wzgórza Trzebnickie i Dolina Baryczy

Wybrane hity turystyczne

Subregion Wzgórza Trzebnickie i Dolina Baryczy	
Znane miejscowości turystyczne	Oborniki Śląskie, Żmigród, Milicz, Trzebnica
Uzdrowiska	Oborniki Śląskie
Atrakcje punktowe – przykłady	pocysterski klasztor w Trzebnicy, Międzynarodowe Sanktuarium św. Jadwigi Śląskiej, zamek w Żmigrodzie, zabytkowe układy miast w Prusicach i Sułowie, rezerwat „Stawy Milickie”
Imprezy – przykłady	Dni Doliny Baryczy - Święto Karpią Milickiego Trzebnickie Święto Sadów
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne	Waga (*-****)
Turystyka aktywna i specjalistyczna <ul style="list-style-type: none"> • Turystyka piesza • Turystyka rowerowa • Wypoczynek w obszarach przyrodniczych • Kajaki • Wędkarstwo, birdwatching 	***
Turystyka na terenach wiejskich <ul style="list-style-type: none"> • Agro- i ekoturystyka 	****
Turystyka kulturowa (Pałace, dziedzictwo kultury Dolnego Śląska, Szlak Cysterski)	***
Turystyka weekendowa	****

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Subregion Sudety Wałbrzyskie

W centralnej części Sudetów na terytorium dwóch regionów: Pogórza Zachodniosudeckiego i wschodniej części Sudetów Środkowych znajduje się subregion Sudety Wałbrzyskie. Porozumienie w sprawie jego utworzenia podpisały gminy: Świebodzice, Boguszów-Gorce, Szczawno Zdrój, Jedlina Zdrój, Mieroszów, Walim, Głuszyca, Czarny Bór, Wałbrzych, powiat wałbrzyski oraz Uzdrowisko Jedlina Zdrój SA i Przedsiębiorstwo Zamek Książ Sp. z o.o.

Ukształtowanie terenu subregionu sprzyja aktywnym formom wypoczynku. Jednym z największych walorów tych okolic jest występowanie wód mineralnych, a co za tym idzie charakterystycznego klimatu uzdrowiskowego. W związku z tym na terenie subregionu znajdują się uzdrowiska znane w skali europejskiej – Jedlina Zdrój oraz Szczawno

Zdrój, gdzie dominują wody bogate w wodorowęglany, sód, wapń i magnez. Ponadto w Górach Wałbrzyskich istniały do niedawna kopalnie węgla, które dziś zamieniają się w nowe atrakcje turystyczne - w Wałbrzychu na terenie dawnej kopalni znajduje się Park Wielokulturowy Stara Kopalnia ukazujący tradycje górnicze regionu oraz urządzenia wykorzystywane w czasie wydobywania złóż węgla kamiennego. Jest on również ważny z uwagi na tradycje ceramiczne – znajduje się tutaj Europejskie Centrum Ceramiki Unikatowej. Szczególnym miejscem jest też Kompleks Osówka – tajemnicze podziemne sztolnie i hale hitlerowskiej fabryki zbrojeniowej.

Upadek górnictwa węglowego spowodował problemy natury ekonomicznej, ale poprawił warunki ekologiczne, dzięki czemu w lasach i na łąkach można spotkać sarny i dziki, a czasami stado muflonów. Dziś niewielką część Gór Wałbrzyskich obejmuje Park Krajobrazowy Sudetów Wałbrzyskich oraz Książański Park Krajobrazowy, w których szczególnie licznie występują bezkręgowce, mchy i porosty.

Region wałbrzyski to także różnorodność zabytków od zamków piastowskich po zabytki industrializacji, jak na przykład w m. Boguszów-Gorce, która powstała jako osada górnicza rud ołowiu i srebra, a w XX wieku działały tu kopalnie barytu, czy Głuszycza – niegdyś ośrodek przemysłu bawełnianego, w pobliżu której znajdowały się też kamieniołomy melachirów. Znane z fabryki czekolady oraz zegarków i zapalniczek są Świebodzice, a u podnóża Gór Sowich znajduje się ośrodek przemysłu Iniańskiego – Walim.

Ważne obiekty to między innymi Zamek Książ, ruiny zamku Cisy, Zamek Grodno w Zagórzcu Śląskim, zespół urbanistyczny Wałbrzycha, a także zabytkowa zabudowa uzdrowska wraz z pijalniami wód w miejscowościach uzdrowskich subregionu i wiele innych.

Kalendarz imprez kulturalnych i sportowych, o charakterze od lokalnego po międzynarodowy, jest bardzo bogaty. Do najciekawszych należą:

- Bieg Gwarków przy Schronisku Andrzejkówka k. Wałbrzycha,
- Festiwal Kwiatów i Sztuki, Zamek Książ,
- Ogólnopolska Giełda Kabaretowa „Przewalka”,
- Międzynarodowy Festiwal Kameralistyki Ensemble im. Księżnej Disy,
- Sudecka Setka w Boguszowie-Gorcach,
- Mistrzostwa Polski MTB,
- Ogólnopolskie Zimowe Warsztaty Fletowe w Szczawnie Zdrój,
- Ogólnopolski Bieg Szlakiem Uzdrowskim w Jedlinie Zdrój,
- Międzynarodowy Festiwal Teatrów Ulicznych w Jedlinie Zdrój,
- Dolnośląski Festiwal Zupy Skansen Folkloru i Tradycji Śląskiego Pogranicza

W subregionie znajduje się dość liczna sieć szlaków turystycznych, zwłaszcza w okolicach Wałbrzycha, uzdrowskich i w parkach krajobrazowych. Przez Rybnicki Grzbiet przechodzi Główny Szlak Sudecki im. dr Mieczysława Orłowicza. Przebiega tędy również fragment Europejskiego Szlaku Długodystansowego E3. Warto polecić jest odcinek Szlaku Zamków Piastowskich oraz Szlak Ułanów Legii Nadwiślańskiej. W okolicach Jedliny Zdroju wyznaczony został ciekawy szlak spacerowy po najciekawszych miejscach, prowadzący również po okolicznych wzniesieniach i punktach widokowych. Na szczególną uwagę zasługują trasy rowerowe - większość gmin w subregionie posiada dobrze rozbudowaną sieć tras kolarstwa górskiego. Powszechnie znane są projekty: „Wałbrzych Miasto MTB” i „Strefa MTB”

w Głuszyca. Tutejsze trasy są areną wielu ogólnopolskich imprez, w tym również Mistrzostw Polski w kolarstwie górskim.

Wczesne uprzemysłowienie tych rejonów skutkowało budową licznych dróg, umożliwiających transport węgla i innych produktów. Ta sieć dróg zachowała się do dnia dzisiejszego, ale ich stan często pozostawia wiele do życzenia. Przebiegająca przez Wałbrzych droga krajowa nr 35 pozwala na dotarcie m.in. do Wrocławia oraz do przejścia granicznego z Czechami w Golińsku. Drogi wojewódzkimi i lokalnymi można dotrzeć do każdej miejscowości, a najczęściej wykorzystywane przez turystów są szosy prowadzące do Jedliny Zdroju, m. Boguszów-Gorce i Czarnego Boru przez Szczawno Zdrój. Silnie rozwinięta jest komunikacja autobusowa, zwłaszcza prywatna. Popularnymi „busami” można z Wałbrzycha dotrzeć do wielu miejscowości w Górach Sowich, a także do Kamiennej Góry, Świebodzic, Świdnicy, Jedliny Zdroju, Zagórza Śląskiego czy m. Boguszów-Gorce. Ponadto, w związku organizacją przez Polskę EURO 2012, priorytetem wśród zadań subregionu jest modernizacja linii kolejowych oraz budowa kolejnych połączeń drogowych.

Baza noclegowa i gastronomiczna jest raczej dobrze rozwinięta. Jej zagęszczenie największe jest w miejscowościach atrakcyjnych turystycznie, szczególnie w uzdrowiskach. Może jedynie brakować miejsc o lepszym, wyższym standardzie.

Podsumowanie

Tabela nr 8. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Sudety Wałbrzyskie.

Subregion Sudety Wałbrzyskie	
Wybrane hity turystyczne	
Znane miejscowości turystyczne	Wałbrzych, Boguszów-Gorce
Uzdrowiska	Jedlina Zdrój, Szczawno Zdrój
Atrakcje punktowe - przykłady	Zamek Książ, Park Wielokulturowy Stara Kopalnia w Wałbrzychu, Kompleks Sztolni „Osówka”, ruiny zamku „Cisy”, Zamek Grodno w Zagórzu Śląskim, Park Zdrojowy w Szczawnie Zdrój
Imprezy - przykłady	Bieg Gwarków przy Schronisku Andrzejkówka k. Wałbrzycha Festiwal Kwiatów i Sztuki, Zamek Książ Ogólnopolska Giełda Kabaretowa „Przewałka” Międzynarodowy Festiwal Kameralistyki Ensemble im. Księżnej Disy
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne	Waga (*-****)

Subregion Sudety Wałbrzyskie	
Turystyka uzdrowiskowa (Dolnośląskie Uzdrowiska)	***
Turystyka aktywna i specjalistyczna <ul style="list-style-type: none"> • Turystyka rowerowa (kolarstwo górskie) • Turystyka piesza 	***
Turystyka miejska i kulturowa (Pałace, zamki i dziedzictwo kultury Dolnego Śląska)	****
Turystyka przemysłowa	****
Turystyka weekendowa	***

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Subregion Przedgórze Sudeckie

Subregion Przedgórze Sudeckie znajduje się w środkowej części Województwa Dolnośląskiego. Porozumienie w sprawie jego utworzenia podpisały 3 powiaty: dzierzoniowski, świdnicki i ząbkowicki.

Obszar Przedgórze jest silnie pofałdowany. Mimo niewielkich wysokości deniwelacje sięgają nawet 500 m, dzięki czemu panują tu dobre warunki dla narciarstwa biegowego oraz turystyki rowerowej. Kształtowany przez morskie masy powietrza klimat jest tutaj ciepły i wilgotny, co w połączeniu z dobrymi glebami sprawia, że w subregionie dosyć dobrze rozwinęło się rolnictwo. Zbiorowiska leśne to głównie bory mieszane i grądy. W okolicach Ząbkowic Śląskich istnieje kilka rezerwatów przyrody („Skałki Stoleckie”, „Muszkowicki Las Bukowy”), niedaleko Świdnicy Parki Krajobrazowe: Książański, Ślężański i Gór Sowich, a w Wojśławicach – Arboretum.

W związku z obecnością w podłożu licznych surowców mineralnych: węgla kamiennego, brunatnego, surowców skalnych, barytu i fluorytu, teren ten to głównie obszar przemysłowy, a więc jego walory turystyczne dotyczą przede wszystkim pozostałości antropologicznych (tak jak Kopalnia Żłota w Żłotym Stoku). Dzięki wczesnemu osadnictwu, jakie miało miejsce na tym obszarze, niemal w każdej miejscowości zachowały się cenne zabytki, czasami swą metryką sięgające XII i XIII wieku (Ziębice). Warto wspomnieć o Świdnicy, gdzie znajduje się wpisany na listę UNESCO Kościół Pokoju oraz XVI w. ratusz, w którego wieży mieści się jedyne w Europie Muzeum Dawnego Kupiectwa. Godne uwagi są również świdnickie fortyfikacje. Miasto słynęło ponadto z tradycji piwowarskich. Niedaleko Świdnicy – w Jaworzynie Śląskiej, znajduje się Muzeum Przemysłu i Kolejnictwa na Śląsku. W Dzierżoniowie zachowały się mury obronne, liczne kamienice z XVIII/XIX wieku, ciekawe kościoły oraz ratusz, a w Ząbkowicach jest tzw. Krzywa Wieża, czyli gotycka strażnica o wysokości 34 m, która przechyliła się na skutek wstrząsu tektonicznego. Ponadto jest to dawna osada handlowa na szlaku z Czech, przez którą przebiegał szlak bursztynowy. W pobliskim Henrykowie przebywali Cystersi, a niedaleko znajduje się też Twierdza Srebrnogórska. Do najciekawszych imprez w regionie można zaliczyć:

- Świdnickie Noce Jazzowe w Świdnicy,
- Festiwal Piosenki lat 60. i 70. w Świdnicy,

- Weekend z Frankensteinem w Ząbkowicach,
- FOLKovaFIESTA w Ząbkowicach,
- Tolk-Folk – festiwal Tolkiena w Bielawie,
- StreetFighter Festival (SFF) – impreza motocyklowa w Bielawie,
- TRAKT-Terenowy Rajd Amatorów Kolarstwa i Turystyki w Dzierżoniowie.

W subregionie istnieje kilka szlaków turystycznych, które przebiegają przez najpiękniejsze jego tereny. Najbardziej znana i uczęszczana część Głównego Szlaku Sudeckiego im. dr. Mieczysława Orłowicza. Ponadto przechodzi tędy odcinek Europejskiego Szlaku Długodystansowego.

Subregion Przedgórze Sudeckie leży na skrzyżowaniu ważnych tras wojewódzkich i krajowych, co ułatwia dojazd do większości dużych ośrodków województwa i kraju. Najważniejsza trasa to droga krajowa nr 35. Oprócz niej z subregionu biegnie kilka dróg wojewódzkich i lokalnych. Z dalekobieżnych połączeń kolejowych można skorzystać w Jaworzynie Śląskiej, czy Dzierżoniowie, a najbliższe lotnisko pasażerskie znajduje się w oddalonym o 55 km Wrocławiu. W pobliskich Świebodzicach znajduje się lądowisko dla awionetek, które może przyjmować niewielkie samoloty.

Zagospodarowanie turystyczne tych rejonów pod względem noclegowym i gastronomicznym jest słabe i koncentruje się głównie w miejscowościach najczęściej odwiedzanych przez turystów, przy czym jego standard nie jest zbyt dobry.

Podsumowanie

Tabela nr 9. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Przedgórze Sudeckie.

Subregion Przedgórze Sudeckie	
Wybrane hity turystyczne	
Znane miejscowości turystyczne	Świdnica, Ząbkowice Śląskie, Dzierżoniów, Ziębice, Srebrna Góra, Henryków
Atrakcje punktowe – przykłady	Krzywa Wieża w Ząbkowicach Śląskich, Kopalnia Złota w Złotym Stoku, Kościół Pokoju w Świdnicy, Muzeum Przemysłu i Kolejnictwa w Jaworzynie Śląskiej, forty w Srebrnej Górze, klasztor Cystersów w Henrykowie, Arboretum w Wojsławicach, zabudowa Ziębic, Pałac w Krzyżowej
Inne	Tradycje piwowarskie w Świdnicy
Imprezy – przykłady	Weekend z Frankensteinem w Ząbkowicach TRAKT-Terenowy Rajd Amatorów Kolarstwa i Turystyki w Dzierżoniowie

Subregion Przedgórze Sudeckie	
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne	Waga (*-****)
Turystyka aktywna i specjalistyczna <ul style="list-style-type: none"> • Turystyka rowerowa • Sporty zimowe /narciarstwo biegowe/ 	**
Turystyka miejska i kulturowa (Pałace, zamki, dziedzictwo kultury Dolnego Śląska, Szlak Cysterski)	****
Turystyka przemysłowa (Dolnośląskie podziemia i fortyfikacje militarne)	****

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Subregion Ślęza

Ślęza to zbudowana z granitu i gabra grupa wyniesień niecałe 40 km na południowy-zachód od Wrocławia, koło miasteczka Sobótka. Jest to także najwyższe wzniesienie Przedgórze Sudeckiego (szczyt Ślęży ma wysokość 718 m n.p.m.). Porozumienie w sprawie utworzenia subregionu Ślęza podpisało Stowarzyszenie Gmin Ślęzańskich, w skład którego wchodzi gminy: Dzierżoniów, Jordanów Śląski, Łagiewniki, Marcinowice, Mietków, Niemcza i Sobótka, Kąty Wrocławskie, Kobierzyce, Żórawina oraz powiat wrocławski i Dolnośląski Zespół Parków Krajobrazowych.

Subregion Ślęza wraz ze swoimi osobliwościami, zabytkami, warunkami przyrodniczymi, stanowi dogodnie miejsce wypoczynku dla mieszkańców Wrocławia, Świdnicy, Bielawy czy Dzierżoniowa. Pokrywający powierzchnię niemal całej gminy Sobótka Ślęzański Park Krajobrazowy chroni naturalny krajobraz wraz z urozmaiconą rzeźbą terenu, zróżnicowaną budową geologiczną, osobliwościami flory (25 gatunków chronionych, w tym lilia złotogłów i wawrzynem wilczełyko), oraz fauny, wśród której występują rzadkie płazy (traszka górską), ptaki (świstunka) i ssaki (ryjówka malutka oraz nietoperze - nocek duży czy gacek brunatny). W drzewostanie lasu zajmującego właściwie cały obszar Masywu przeważają świerki. Dużo jest drzew liściastych, głównie dęby i buki podchodzących pod sam bezleśny szczyt. U podnóża znajdują się kopalnie eksploatujące złoża granitu, serpentynitu i magnezytu. Kiedyś wydobywano tu kwarc oraz chromit. Niezwykle ważny dla subregionu jest Park Krajobrazowy Doliny Bystrzycy i położony na jego obszarze Zbiornik Mietkowski, ustanowiony obszarem Natura 2000. Jest to największy akwen w Województwie Dolnośląskim (prawie 1000 ha lustra wody) i stanowi ważne miejsce aktywności wędkarskiej, wodniackiej (w tym żeglarskiej), a także – w okresie jesienno-zimowym – myśliwskiej (polowania na gęsi). Na terenie subregionu znajduje się również Park Krajobrazowy Gór Sowich, a w Wojsławicach, niedaleko Niemczy – okazałe arboretum.

Ślęza zajmują szczególne miejsce w historii i kulturze Śląska i Europy Środkowej. Wśród wielu zabytków i znalezisk archeologicznych na uwagę zasługują, pochodzące jeszcze z czasów neolitu, puchary lejcowate, nieco młodsze od nich amfory kuliste oraz fragmenty naczyń glinianych, toporki, siekierki i motyki. Na Ślęży istniał kiedyś warowny gród z czasów kultury łużyckiej. Najbardziej znaną miejscowością regionu jest Sobótka - niegdyś osada targowa, w której zachował się gotycko – ceglany kościół, a przy nim kamienne rzeźby oraz Niemcza – z cennymi

zabytkami – basztą, kościołami Św. Wojciecha i Św. Piotra i Pawła, czy murami obronnymi. Obok, w Mirosławicach, zlokalizowany jest ośrodek sportów lotniczych, a w Będkowicach – rezerwat archeologiczny.

Najciekawsze imprezy kulturalne, jakie odbywają się w tych okolicach to: Otwarte Mistrzostwa w Biegu Górskim na Ślężę, Sabat Czarownic, Festiwal Słowian, Ogólnopolskie Otwarcie Sezonu Kolarskiego w Sobótce, Półmaraton Ślęzański, Dożynki Gminne w Kobierzycach i Dni Kątów Wrocławskich.

Teren subregionu jest stosunkowo dobrze zagospodarowany pod względem szlaków turystycznych. Istnieje wiele wyznaczonych i oznakowanych szlaków pieszych, w tym dwa szlaki archeologiczne (oznakowane stylizowanymi niedźwiedziami ślęzańskimi), a także ścieżki rowerowe. Ponadto część ciekawych dróg i ścieżek nie jest oznakowana. Ślęza razem z pobliskimi Wzgórzami Oleszyńskimi i Kiełczyńskimi oferują wiele możliwości rozwoju dla turystyki rowerowej.

Subregion jest dobrze skomunikowany z najbliższymi ośrodkami miejskimi – Wrocławie, Świdnicą i Dzierżoniowem. Jego atrakcyjność można zwiększyć poprzez reaktywowanie połączeń kolejowych oraz poprawę stanu dróg lokalnych, które to działania przyczyniłyby się do zwiększenia dostępności komunikacyjnej.

Jeżeli chodzi o bazę noclegową i gastronomiczną, na Ślęży działa schronisko, a u podnóża masywu można przenocować w Sobótce i w Sulistrowicach. Ponadto na terenie subregionu funkcjonują obiekty pałacowo-zamkowe z ofertą noclegowo-gastronomiczną o wysokim standardzie – m.in. w Krobielowicach, Kraskowie oraz Zamku Górka.

Podsumowanie

Tabela nr 10. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Masyw Ślęży.

Subregion Ślęza	
Wybrane hity turystyczne	
Znane miejscowości turystyczne	Sobótka, Mirosławice, Sulistrowice, Krobielowice, Niemcza
Uzdrowiska	Przerzeczyn Zdrój, Sobótka (wody z zawartością radonu)
Atrakcje punktowe - przykłady	Ślęza, kościół i kamienne rzeźby w Sobótce, rezerwat archeologiczny w Będkowicach, Zbiornik Mietkowski, Arboretum w Wojślawicach, Kamienne Rzeźby i Wały Kultowe w Masywie Ślęży, Pałac w Krobielowicach, zagroda turystyczna Ślęzański Młyn, Kościół Św. Trójcy w Żórawinie, Arboretum w Wojślawicach
Imprezy - przykłady	Festiwal Słowian Sabat Czarownic
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne	Waga (*-****)

Subregion Ślęza	
Turystyka uzdrowiskowa (Dolnośląskie Uzdrowiska)	*
Turystyka aktywna i specjalistyczna <ul style="list-style-type: none"> • Wypoczynek w obszarach przyrodniczych • Turystyka rowerowa • Sporty lotnicze • Wypoczynek w górach • Wypoczynek – jeziora (również żeglarstwo) • Kajaki 	***
Turystyka na terenach wiejskich <ul style="list-style-type: none"> • Agro- i ekoturystyka 	****
Turystyka miejska i kulturowa (Pałace, zamki, dziedzictwo kultury Dolnego Śląska)	***
Turystyka weekendowa	****

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Subregion Dolina Odry Wschód

Subregion ten położony jest we wschodniej części Województwa Dolnośląskiego, a porozumienie w sprawie jego utworzenia podpisały gminy: Oława (gmina miejska), Oleśnica (gmina miejska), Czernica, Święta Katarzyna, Jelcz-Laskowice (gmina miejsko-wiejska) oraz powiaty: oławski i wrocławski, a także Fundacja Partnerstwo Środkowej Odry oraz Dolnośląska Fundacja Ekorozwoju.

Teren ten uważa się za jeden z najcieplejszych w Polsce i można go podzielić na dwa odmienne obszary przyrodnicze: dolinę Odry, z dużą ilością wód powierzchniowych oraz zwarte kompleksy lasów liściastych nadające się do uprawiania turystyki rowerowej, konnej i pieszej. Są one bogate w dziką zwierzynę a czysta woda w rzece zapewnia znakomite warunki wędkarskie, co umożliwia rozwijanie oferty turystyki wędkarskiej. Utworzono tu wiele obszarów chronionych, takich jak rezerwat przyrody: „Kanigóra”, w którym występują 400 letnie dęby, „Grodzisko Ryczyńskie”, „Zwierzyniec”, „Leśna Woda” czy „Łacha Jelcz”. Udokumentowano na ich obszarze występowanie rzadkich gatunków roślin i zwierząt (np. koza złotawa - znajdująca się na liście zwierząt zagrożonych wyginięciem, krwawodziób, gacek brunatny, gronostaj, czy łasica łaska). Na terenie gminy Czernica, we wsi Nadolice Wielkie, znajduje się jedyny w Polsce i jeden z trzech w Europie Parków Pokoju (pozostałe: pod Paryżem i Budapesztem).

Znajdują się tu również liczne walory kulturowe. Oława w XII wieku była grodem i osadą targową. Zachowały się tu fragmenty murów miejskich z XIV wieku, zabytkowy zamek i ratusz z XVII-wieczną wieżą i unikatowym zegarem

figuralnym, a w Oleśnicy Małej - kompleks pałacowy po templariuszach i joannitach. W Oleśnicy znajduje się renesansowy Zamek Książąt Oleśnickich. Miasto wyróżniają również XIII-wieczne mury, rynek i biblioteka łańcuchowa dawnego kościoła Zamkowego pw. św. Jana (dziś bazylika mniejsza), w której znajduje się około 800 starodruków oprawionych w 239 woluminach. Na terenie subregionu jest też wiele starych kościołów, kapliczek przydrożnych i krzyży pokutnych.

Odbywające się tutaj imprezy mają głównie charakter lokalny i należą do nich na przykład: Wiosenne Biegi przełajowe w Bystrzycy, Ręką Dzieło – galeria twórców ludowych w Świętej Katarzynie, Święto Miasta Oława – Dni Koguta czy Radwanicka Jesień.

Proponowane szlaki turystyczne wytyczane są głównie z myślą o mieszkańcach Wrocławia i okolic. Trasy rowerowe mają profile rekreacyjne, wyczynowe oraz turystyczne i są częścią projektowanego spójnego systemu tras rowerowych, który jest od dłuższego czasu intensywnie i systematycznie przygotowywany dla okolic Wrocławia.

Subregion integralnie związany jest z aglomeracją wrocławską. Przebiega tędy główny drogowy szlak komunikacyjny prowadzący z Wrocławia do Krakowa i Lwowa, oraz kolejowy z Wrocławia do Berlina oraz z Wrocławia przez Katowice do Budapesztu.

Baza noclegowa jest stosunkowo uboga, choć istnieją dogodne warunki do rozwoju tych usług, szczególnie w formie gospodarstw agroturystycznych. Podobne wskazania dotyczą bazy gastronomicznej.

Podsumowanie

Tabela nr 11. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Dolina Odry Wschód.

Subregion Dolina Odry Wschód	
Wybrane hity turystyczne	
Znane miejscowości turystyczne	Święta Katarzyna, Jelcz – Laskowice, Oleśnica
Atrakcje punktowe - przykłady	Park Pokoju w Czernicy, fragmenty historycznych zabudowań w Oławie, kompleks pałacowy po Templariuszach i Joannitach w Oleśnicy Małej, Zamek Książąt Oleśnickich, Grodziska Ryczyńskie, Ratusz w Oławie
Imprezy - przykłady	Wiosenne Biegi przełajowe w Bystrzycy Ręką Dzieło – galeria twórców ludowych w Świętej Katarzynie Radwanicka Jesień Święto Miasta Oława – Dni Koguta
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne	Waga (*-****)

Subregion Dolina Odry Wschód	
Turystyka aktywna i specjalistyczna <ul style="list-style-type: none"> • Turystyka rowerowa • Turystyka jeździecka • Turystyka piesza • Kajaki • Wypoczynek w obszarach przyrodniczych 	***
Turystyka na terenach wiejskich <ul style="list-style-type: none"> • Agro- i ekoturystyka 	****
Turystyka kulturowa (Pałace, zamki, dziedzictwo kulturowe Dolnego Śląska)	***

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Subregion Ziemia Kłodzka

Ostatni opisywany subregion położony jest w południowej części Województwa Dolnośląskiego granicząc również z Niemcami i Czechami. Porozumienie o jego utworzeniu zawarł powiat kłodzki wraz ze Stowarzyszeniem Gmin Ziemi Kłodzkiej, w którego skład wchodzi gminy: Bystrzyca Kłodzka, Kłodzko (miasto i gmina), Lewin Kłodzki, Nowa Ruda (miasto i gmina), Szczytna (miasto i gmina), Lądek Zdrój (miasto i gmina), Radków (miasto i gmina) oraz miasta: Duszniki Zdrój, Kudowa Zdrój, Międzyzlesie, Polanica Zdrój, Stronie Śląskie, Złoty Stok.

Subregion Ziemia Kłodzka to jeden z najlepiej rozwiniętych turystycznie i najbardziej ciekawych obszarów w tej części Polski. Wynika to przede wszystkim z bardzo atrakcyjnego położenia geograficznego. Urozmaicona rzeźba tworzy niezapomniane krajobrazy (np. panorama Szczelińca, Wzgórza Orlickie), tzw. skalne miasta, skalne formy i labirynty (Błędné Skąły, Skalne Grzyby, Szczeliniec). Ciekawe widoki podziwiać można również z obniżeń np. z Kotliny Kłodzkiej. Nie mniej malowniczy jest przełom Nysy Kłodzkiej w Górach Bardzkich, której koryto starsze jest od gór. Tak zróżnicowane środowisko jest miejscem występowania wielu rzadkich gatunków roślin i zwierząt. Na przykład w Solnej Jamie - jaskini o długości ok. 40 m w soczewie marmuru na zboczach Czerńca, koło Gniewoszowa znajduje się jeziorko, w którym żyje endemiczny gatunek ślepego raczka. Aby chronić unikatowe i cenne osobliwości natury utworzono tu wiele obszarów chronionych, w tym Park Narodowy Gór Stołowych oraz liczne rezerваты, z których do najciekawszych należą: rezerwat przyrody bagiennej – Topielisko koło Dusznik Zdrój, czy rezerwat - Wodospad „Wilczki” w Międzygórzu. Dużymi wartościami poznawczymi odznacza się dydaktyczna ścieżka Skalnej Rzeźby z Karłowa przez Szczeliniec Wielki do Radkowa, będąca pierwszą tego typu trasą w Polsce.

Spośród znajdujących się na tym obszarze cennych walorów kulturowych na czoło wysuwają się zamki, pałace i dwory - między innymi w Międzyzlesiu, kościoły gotyckie (Bystrzyca Kłodzka) i barokowe (Duszniki Zdrój). Niesamowite są też potężne późnobarokowe twierdze w Kłodzku, czy Muzeum Górnictwa w Nowej Rudzie. Relikty ludowego budownictwa drewnianego, w którym można doszukać się cech kultury słowiańskiej, obejrzeć można w podgórskich wsiach. Dużą osobliwością są również: Kudowa Zdrój - jedno z najstarszych uzdrowisk w Europie, Lądek Zdrój

z zabytkowym Zakładem Przyrodolecznictwa „Wojciech” i pobliski kryty most nad Białą Łądecką, a także Lewin Kłodzki z wiaduktem kolejowym, Radków, Wambierzyce z kościołem Nawiedzenia NPM, Kaplica Czaszek w Cermnej oraz niewielkie, drewniane kościółki rozsiane po całym subregionie.

Znane na skalę międzynarodową są tutejsze, cenione już w czasach średniowiecza, wody mineralne. Ich źródła wypływają z głębokich spekań, uskoków w starych skałach krystalicznych oraz młodszych osadowych, w trzech miejscach: na granicy gór Bystrzyckich i Stołowych, w Długopolu Zdrój. Posiadają one podobne właściwości lecznicze i są bogate w związki żelaza, wapnia i sodu przy obecności domieszek arsenu (Kudowa Zdrój), miedzi i tytanu (Polanica Zdrój) i inne. Na pienistość i smak wpływa obecność dwutlenku węgla, ponadto niektóre (np. w Kudowie Zdrój) charakteryzują się niewielkim stopniem radoczynności. Z tego względu region jest też bogaty w oferty spa i wellness.

Z wielu propozycji corocznych imprez kulturalnych na szczególną uwagę zasługują festiwale muzyczne: Chopinowski w Dusznikach – Zdrój, Moniuszkowski w Kudowie Zdrój. Ponadto godne polecenia są odbywające się w Polanicy – Zdrój Ogólnopolski Festiwal Filmów Amatorskich Pol-8 i Międzynarodowy Memoriał Szachowy im. A. Rubinsteina oraz Kłodzka Wiosna Poetycka.

Poznaniu opisywanego subregionu sprzyja gęsta sieć szlaków turystycznych, których najwięcej jest w okolicach Radkowa, Wambierzyc, Kłodzka i Bystrzycy Kłodzkiej. Najbardziej znanym jest Główny Szlak Sudecki im. Mieczysława Orłowicza. Optymalne nachylenie terenu oraz liczne dukty i ścieżki sprzyjają turystyce rowerowej.

Z Ziemi Kłodzkiej do największych miast w Polsce można się dostać komunikacją kolejową, natomiast głównym samochodowym szlakiem komunikacyjnym jest Międzynarodowa Droga E67, czyli krajowa „8” z Wrocławia do granicy w Kudowie. Gęsta sieć komunikacyjna o dużych walorach widokowych, decyduje nie tylko o dostępności tego regionu, lecz stanowi także podstawowy czynnik bazy komunikacyjnej.

Subregion Ziemia Kłodzka to jeden z najlepiej zagospodarowanych turystycznie regionów województwa również pod względem bazy noclegowej i gastronomicznej, co wynika z jego bogatych tradycji w tej branży. Istnienie obok siebie tak wielu atrakcji turystycznych, a przede wszystkim miejscowości uzdrowiskowych – sprzyja ich turystycznemu rozwojowi. W związku z tym skupiają one większość ofert noclegowych i gastronomicznych średniej wielkości. Dużo jest również schronisk górskich, natomiast relatywnie niska jest ilość kempingów i pól namiotowych.

Podsumowanie

Tabela nr 12. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Ziemia Kłodzka.

Subregion Ziemia Kłodzka	
Wybrane hity turystyczne	
Znane miejscowości turystyczne	Bystrzyca Kłodzka, Kłodzko, Lewin Kłodzki, Nowa Ruda Szczytna, Radków, Międzylesie, Stronie Śląskie, Złoty Stok
Uzdrowiska	Duszniki Zdrój, Kudowa Zdrój, Polanica Zdrój, Łądek Zdrój, Długopole Zdrój
Atrakcje punktowe - przykłady	Zabytkowa papirnia z 1605 roku w Dusznikach Zdroju, rezerwat „Szczeliniec Wielki”, „Błędne Skały”, Twierdza

Subregion Ziemia Kłodzka	
	Kłodzko, kościół w Wambierzycach, Kryty most nad Białą Łądecką, Zakład Przyrodolecznicy „Wojciech” w Łądku Zdroju, Góry Stołowe, Kaplica Czaszek w Cermnej, Muzeum Górnictwa w Nowej Rudzie, Wieża Widokowa na Górze Wszystkich Świętych i Wieża na Górze Świętej Anny
Imprezy - przykłady	Festiwal Chopinowski w Dusznikach Zdrój Festiwal Moniuszkowski w Kudowie Zdrój Kłodzka Wiosna Poetycka Międzynarodowy Memoriał Szachowy im. A. Rubinsteina
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne	Waga (*-****)
Turystyka uzdrowiskowa (Dolnośląskie Uzdrowiska)	****
Turystyka aktywna i specjalistyczna <ul style="list-style-type: none"> • Turystyka w obszarach przyrodniczych • Turystyka piesza • Wspinaczka skałkowa • Wypoczynek w górach 	***
Turystyka pielgrzymkowa	**
Turystyka miejska i kulturowa (Pałace, zamki, dziedzictwo kulturowe Dolnego Śląska)	****
Turystyka przemysłowa (Dolnośląskie podziemia i fortyfikacje militarne)	***
Turystyka weekendowa	****

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Subregion Sowiogórski

Subregion Sowiogórski znajduje się w południowej części Województwa Dolnośląskiego, na terenie Gór Sowich. Porozumienie w sprawie jego utworzenia podpisały gminy: Bielawa (gmina miejska), Pieszyce (gmina miejska), Piława

Górna (gmina miejska), Dzierżonów (gmina miejska i wiejska), Stoszowice, Walim, Nowa Ruda (gmina miejska), Głuszyca (gmina miejsko-wiejska) oraz powiat dzierżonowski.

Ze względu na niedużą odległość od Wrocławia (około 80 km), subregion stanowi szczególnie atrakcyjne miejsce na wyjazdy jednodniowe dla mieszkańców stolicy Dolnego Śląska. Jest to obszar górzysty, cechujący się płaskimi grzbietami szczytów (z których najwyższy to Wielka Sowa 1015 m n.p.m.) i ich wyraźną asymetrią - zbocza południowe mają raczej łagodne nachylenie, północne zaś są bardziej strome. Od głównych grzbietów odchodzą krótkie, pooddzielane dolinami potoków (np. Kamionki, Bielawicy, Walimianki, Młynówki, Piekielnicy) - grzbiety boczne. Rozciągają się z nich panoramy na okoliczne miejscowości i oddalone pasma górskie. Najbardziej znanymi punktami widokowymi są Wielka Sowa, Kalenica, Mała Sowa, stok Kokota, Polana Jugowska. Na obszarze tym znajduje się również kilka zbiorników wodnych, np. Zalew Lubachowski na rzece Bystrzycy na którym z powodzeniem można uprawiać sporty wodne.

Z różnorodną formą terenu związany jest też klimat. Góry Sowie stanowią naturalną przeszkodę dla frontów atmosferycznych, stąd występują tutaj większe opady, dobre warunki śniegowe w wyższych partiach regionu oraz wyższe temperatury w kotlinach (średnia roczna temperatura jest jednak niższa w porównaniu do pozostałej części województwa). Taki klimat sprzyja rozwojowi przyrody typu arktyczno-alpejskiego. Na terenie Gór Sowich - od przełęczy Woliborskiej po przełęcz Walimską - rozciąga się Park Krajobrazowy Gór Sowich. Utworzona została tu również strefa chronionego krajobrazu. W okolicach szczytowych Kalenicy znajduje się rezerwat „Bukowa Kalenica”, a w okolicach Zamku Grodno rezerwat „Zamkowa Góra”. Na nizinach występuje typowy las nizinny oraz tereny uprawne, zaś w górach - sadzony sztucznie i selektywnie las świerkowy z domieszką buka, jawora, jarzębiny i jodły. Pogórze i przedgórze gór w dużej mierze wykorzystywane jest rolniczo. W lasach Gór Sowich żyją też liczni przedstawiciele fauny, głównie jeleniowate i małe drapieżniki. W sztolniach, szczelinach skalnych i wyrobiskach kamieniołomów występują nietoperze. Bardzo dobrze zaaklimatyzował się tutaj muflon. Przyrodę nieożywioną Gór Sowich stanowią ciekawe skały i skałki: występujące na obszarze niemal całego Pasma – gnejsowe, oraz wapienne w rejonie Wapiennej w okolicy Dzikowca.

Do najciekawszych kulturowych atrakcji turystycznych w regionie należy przede wszystkim tajemniczy zespół podziemnych kompleksów „Olbrzym” – „Kriese”, których rozmiar i przeznaczenie tak na prawdę do dziś nie zostały poznane. Ciekawymi zabytkami są również forty ponapoleońskie w Srebrnej Górze, ponemieckie bunkry na Wzgórzach Wyrębińskich, stara kopalnia srebra w Walimiu oraz dziedzictwo sakralne - drewniany kościółek w Sierpnicy, Sanktuarium Matki Boskiej Bolesnej na Górze Wszystkich Świętych, Barokowy kościół pw. Św. Katarzyny w Jugowie i wiele innych. O tradycjach górniczych przypomina Muzeum Górnictwa z podziemną kolejką w Nowej Rudzie. Warto odwiedzić Góry Sowie również ze względu na malownicze ruiny, zamki i pałace, jak np. kompleksy pałacowo-parkowe w Bożkowie, Pieszycach, czy Zamek Grodno w Zagórzu Śląskim. Niepowtarzalne widoki można podziwiać z wieży widokowej na Kalenicy i na Wielkiej Sowie.

Do najciekawszych imprez w regionie należą m. in. Festiwal Polskich Filmów Dokumentalnych „MAMONIOWA JESIEŃ” czy Polsko-Czeskie Dni Kultury Chrześcijańskiej w Nowej Rudzie.

Góry Sowie pokrywa gęsta sieć szlaków turystycznych. Najbardziej znane to: E-3 - europejski szlak turystyczny znad Atlantyku do Morza Czarnego oraz szlak szczytowy - czerwony, stanowiący część Głównego Szlaku Sudeckiego im. Orłowicza. Przez subregion przebiega również czarny szlak martyrologii (Głuszyca- Jugowice-Walim- Rzeczka) i dwa szlaki zamków piastowskich. Ze względu na sieć dróg leśnych na wysokości od 700 do 1000 m n.p.m., oraz długo zalegającą pokrywą śnieżną występują tu doskonałe warunki do uprawiania narciarstwa biegowego. Latem te same drogi wykorzystywane są przez rowerzystów.

Na dobrą dostępność komunikacyjną omawianego regionu wpływa bliskość Wrocławia. Ze stolicy Dolnego Śląska najłatwiej jest tu dotrzeć przez Świdnicę lub Wałbrzych. Komunikacja publiczna, w tym prywatna, kursuje ze Świdnicy, Wałbrzycha i Nowej Rudy, docierając do większości miejscowości.

Usługodawcy bazy noclegowej (hotele, pensjonaty, schroniska oraz kwatery agroturystyczne) i gastronomicznej w dużej części zrzeszeni są w Stowarzyszeniu „Góry Sowie”. Do dyspozycji Stowarzyszenia pozostaje około 700 miejsc noclegowych o zróżnicowanym standardzie i poziomach cenowych. Dobrze rozwinięta baza gastronomiczna sprosta wymaganiom wszystkich przyjezdnych.

Podsumowanie

Tabela nr 13. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Sowiogórski.

Subregion Sowiogórski	
Wybrane hity turystyczne	
Znane miejscowości turystyczne	Dzierżonów, Nowa Ruda, Głuszycza, Walim, Srebrna Góra
Atrakcje punktowe - przykłady	Zespół podziemnych kompleksów „Olbrzym” – „Kriese”, Twierdza Srebrnogórska, poniemieckie bunkry na Wzgórzach Wyrębińskich, Muzeum Górnictwa w Nowej Rudzie, Zamek Grodno w Zagórzcu Śląskim, wieże widokowe na Kalenicy i na Wielkiej Sowie, kompleksy pałacowo-parkowe w Bożkowie, Pieszycach, drewniany kościół w Sierpnicy, Sanktuarium Matki Boskiej Bolesnej na Górze Wszystkich Świętych, Barokowy kościół pw. Św. Katarzyny w Jugowie, Wieża Widokowa na Górze Wszystkich Świętych i Wieża na Górze Świętej Anny
Imprezy - przykłady	Festiwal Polskich Filmów Dokumentalnych „MAMONIOWA JESIEŃ” Polsko-Czeskie Dni Kultury Chrześcijańskiej w Nowej Rudzie
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne	Waga (*-****)
Turystyka aktywna i specjalistyczna <ul style="list-style-type: none"> • Turystyka w obszarach przyrodniczych • Turystyka piesza • Turystyka rowerowa • Wypoczynek – jeziora 	***

Subregion Sowiogórski	
<ul style="list-style-type: none"> Wypoczynek w górach Sporty zimowe /narciarstwo biegowe/ 	
Turystyka miejska i kulturowa (Pałace, zamki, dziedzictwo kulturowe Dolnego Śląska)	****
Turystyka przemysłowa (Dolnośląskie podziemia i fortyfikacje militarne)	***
Turystyka na terenach wiejskich <ul style="list-style-type: none"> Agro- i ekoturystyka 	****
Turystyka weekendowa	****

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Subregion Wrocław

Wrocław to czwarte, co do wielkości miasto w Polsce, położone w centrum Niziny Śląskiej, na Równinie Wrocławskiej, nad rzeką Odrą. Jego powierzchnia wynosi niemal 300 km² a liczba mieszkańców to około 640 tysięcy.

Mimo, że o atrakcyjności turystycznej miasta decydują przede wszystkim walory antropogeniczne, wpływ na jego turystyczne postrzeganie mają również atrakcje przyrodnicze. Jako, że aż 64,5%⁹ z wypoczywających na Dolnym Śląsku wybiera na miejsce rekreacji tereny leśne, stanowią one ważny element potencjału turystycznego województwa. W granicach administracyjnych Wrocławia znajduje się 14 obszarów leśnych (które zajmują obszar 16,5 km², czyli około 5,6%) oraz 19 parków miejskich i ogrodów. Są to: Park Grabiszyński, Park Brochowski, Park im. Kopernika, Park Leśnicki, Park Nowowiejski, Park Polana Popowicka, Park Południowy, Park Strachowicki, Park Szczytnicki, Park Wschodni, Park Zachodni, Park Złotnicki, Promenady Staromiejskie, Ogród Botaniczny Uniwersytetu Wrocławskiego, Ogród Japoński, Ogród Roślin Leczniczych, Ogród Zoologiczny. Posiadają one ciekawe walory kompozycyjne. Niektóre, jak np. Park Szczytnicki, czy Park Południowy – to parki krajobrazowe. Wszystkie bogate są w pomniki przyrody, cenne okazy florystyczne i faunistyczne, a w części znajdują się również pozostałości archeologiczne (np. w Parku Złotnickim – grodziska średniowieczne), oraz tereny sportowo – rekreacyjne (Park Grabiszyński, Park Złotnicki). Ogród Zoologiczny jest największym (pod względem liczby wystawianych zwierząt) ogrodem w Polsce. Powierzchnia ogrodu to 30 ha. Mieszka tu 7 095 przedstawicieli kręgowców należących do 565 gatunków¹⁰.

Nie licząc zieleni osiedlowej, na jednego mieszkańca przypada we Wrocławiu 25m² zieleni, co stawia miasto na pierwszym pod tym względem miejscu w kraju. Ważną rolę w aktywnej rekreacji spełniają również zielone tereny nadrzeczne okolic Odry i Bystrzycy. W granicach tych ostatnich znajduje się fragment Parku Krajobrazowego Doliny Bystrzycy.

⁹ Na podstawie raportu z badań ruchu turystycznego na Dolnym Śląsku i we Wrocławiu w 2007 roku.

¹⁰ Na podstawie: <http://www.zoo.wroclaw.pl> z dn. 07.01.2009 r.

Niezaprzeczalnym walorem przyrodniczym metropolii jest rzeka Odra – druga, co do wielkości rzeka w Polsce. Jej długość w granicach miasta wynosi 26 km. Niestety stopień wykorzystania Odry dla celów turystycznych jest znikomy. Ponadto przez Wrocław przepływają: Bystrzyca, Oława, Ślęza oraz Widawa. Część parków miejskich posiada na swoim terenie stawy. Łącznie obszar miasta w 9,6 km² (czyli 3,3% ogólnej jego powierzchni) zajmują wody.

Wrocław to także miasto o szczególnie wielkich i niepowtarzalnych walorach kulturowych, godnych pokazania zarówno turystom krajowym, jak i zagranicznym. Bogata historia, perły dziedzictwa kulturowego rozsiane po całym obszarze oraz placówki muzealne stanowią o jego znaczeniu w skali Europy i kraju. Znajdują się tu zabytkowe obiekty sakralne i świeckie, ciekawe układy urbanistyczne, skanseny, galerie. Miasto jest też miejscem spotkań z folklorem oraz kulturą i sztuką ludową. Można tu także uczestniczyć w widowiskach i inscenizacjach historycznych.

Wśród największych atrakcji turystycznych we Wrocławiu należy wyróżnić przede wszystkim:

- Obiekty sakralne – jest ich niemal 70. Najwięcej w okolicach Ostrowa Tumskiego. Charakteryzują je wysokie wartości historyczno – artystyczne, a przeważa architektura gotycka, częściowo z barokowymi wnętrzami.
- Pałace i dwory – dziś pełniące głównie funkcje muzealne.
- Zabytki militarne – pochodzą z czasów średniowiecznych oraz z okresu II wojny światowej i koncentrują się głównie na Starym Mieście.
- Zabytki techniki – Wrocław posiada 117 mostów¹¹, z których część ma bardzo ciekawe formy konstrukcyjne i architektoniczne – np. Most Grunwaldzki czy Most Tumski. Inne zabytki techniki zlokalizowane są w pobliżu Odry i wiążą się z jej zagospodarowaniem (np. Kładka Bielarska, wieża ciśnień, Śluza Piaskowa).
- Muzea – często nawet budynki, w których się znajdują, są zabytkami. Najciekawsze znajdują się na Ostrowie Tumskim.
- Zespoły kamienic mieszczańskich – te o najciekawszej historii, formie czy funkcji, zlokalizowane są w zachodniej części Rynku Głównego.
- Budynki użyteczności publicznej – są nie tylko piękne, ale też służą miastu i jego mieszkańcom. Większość, jak Gmach Główny Uniwersytetu czy Opera Wrocławska, znajduje się w obrębie Starego Miasta. Należy ponadto wymienić wpisaną na listę UNESCO Halę Ludową oraz jeden z najpiękniejszych w Polsce dworców.

Obiekty o znaczeniu europejskim to również Ostrów Tumski z kościołem katedralnym św. Jana Chrzyciela, kościołem kolegiackim św. Krzyża i z kościołem dolnym greko-katolickim św. Bartłomieja, Ostrów Piaskowy (zespół poaugustiański, kościół NMP i budynek klasztorny), ratusz na Starym Mieście oraz dawne kolegium Jezuitów (obecnie Uniwersytet). Do zabytków o znaczeniu ogólnokrajowym zalicza się m.in. Dom kapituły na Ostrowie Tumskim oraz na Starym Mieście: katedrę kościoła polsko-katolickiego św. Marii Magdaleny, kościół Garnizonowy św. Elżbiety, klasztor krzyżowców z Czerwoną Gwiazdą (obecnie biblioteka Ossolineum), kościół Franciszkanów św. Stanisława, św. Wacława i św. Doroty, D. Starą Giełdę, kamienice w rynku: Pod Gryfami, Pod Złotym Słońcem, Siedmiu Elektorów - Pod Srebrnym Hełmem, pl. Solny nr 4. Wśród obiektów muzealnych najczęściej odwiedzane są Panorama Racławicka, Muzeum Narodowe, Muzeum Historyczne w zabytkowym ratuszu i Muzeum Przyrodnicze.

¹¹ Z uwagi na ilość mostów oraz akwenów wodnych Wrocław niekiedy określany jest mianem „Polskiej Wenecji”.

Szczególnym elementem walorów kulturowych są odbywające się licznie imprezy sportowe i kulturalne, których we Wrocławiu nie brak. Do najważniejszych wydarzeń należą więc m.in.:

- Przegląd Piosenki Aktorskiej,
- Festiwal Kina Niezależnego i Amatorskiego,
- Wroclavia Cantans – Międzynarodowy Festiwal „Muzyka i Sztuki Piękne”,
- Międzynarodowy Festiwal Jazz nad Odrą,
- Międzynarodowy Festiwal Filmowy Era Nowe Horyzonty,
- Prix Visionica,
- Dolnośląski Festiwal Nauki,
- Wroclavia – Wrocławskie Spotkania Teatrów Jednego Aktora i Małych Form Teatralnych,
- Szanty we Wrocławiu,
- Międzynarodowy Festiwal Teatralny DIALOG,
- Wrocławska Wiosna Filmowa,
- Krajowa Wystawa Malarstwa Młodych,
- Maraton Wrocławia.

Biznesmenów do odwiedzenia miasta zachęcają liczne imprezy wystawiennicze i targowe, krajowe i zagraniczne. Do największych z nich należą:

- Międzynarodowe Targi Inwestycji Nieruchomości i Finansów REFE,
- Targi Nowej Technologii i Produkcji PROTECH,
- Międzynarodowe Targi Kamienia i Maszyn Kamieniarskich KAMIENŃ,
- Targi Budownictwa TARBUD,
- Dolnośląskie Prezentacje Edukacyjne TARED.

Na terenie miasta i w jego okolicach istnieje wiele ścieżek rowerowych i szlaków. Popularne są ciągnące się kilometrami, przystosowane do rowerowych spacerów trasy na wałach Odry, Widawy czy Oławy. Szlaki rowerowe prowadzące poza miasto to m.in.:

- Wrocław - Sułów (50 km)
- Wrocław - Lutyń - Wrocław (40 km)
- Wrocław - Smolec - Wrocław (25 km)
- Wrocław - Trzebnica (50 km)
- Wrocław - Lubiąż - Wrocław (155 km)
- Przez Odrę i Dolinę Jezierzycy (65 km)
- Spacerowy szlak dookoła Wrocławia (135 km)
- Wrocław - Milicz - Wrocław (160 km)
- Wrocław - Sobótka doliną rzeki Ślęzy (50 km)
- Wrocław - Sobótka - Tapadła - Wrocław (130 km)
- Wrocław - Lubiąż - Wrocław (125 km)
- Janowice Wielkie - Wałbrzych (120 km)

Większość znakowanych tras pieszych znajduje się w parkach krajobrazowych lub na terenach lasów miejskich. Dużą ofertę komercyjną spacerów po mieście mają wrocławscy przewodnicy. Do najpiękniejszych terenów Poza miastem prowadzą szlaki PTTK np. w Ślęza, czy do Doliny Baryczy. Ponadto Polskie Towarzystwo Turystyczno Krajoznawcze organizuje ciekawe rajdy, wędrowniki i obozy.

Wrocław jest największym węzłem komunikacyjnym na Dolnym Śląsku. Przez miasto przebiegają drogi międzynarodowe E40, E67 i E261, autostrada A4 (E40) prowadząca do granicy z Ukrainą, drogi krajowe do Krakowa, Poznania, Warszawy, Zielonej Góry oraz kilka o znaczeniu lokalnym. Ponadto miasto przecina 9 linii kolejowych, a na jego terenie znajdują się dwa główne dworce i ponad 20 stacji i przystanków. Dworzec Główny ma bezpośrednie połączenia z największymi miastami w Polsce, a także z niektórymi w Europie (Berlin, Hamburg, Görlitz). Do Europy Zachodniej można dojechać też autobusami PKS. Oprócz połączeń naziemnych Wrocław dysponuje położonym 12 km od centrum lotniskiem w Strachowicach. Port Lotniczy posiada obecnie 12 połączeń do Warszawy, a także regularne, bezpośrednie połączenia międzynarodowe z Frankfurtem, Monachium, Dortmundem, Dublinem, Kopenhagą, Brukselą, Barceloną, Londynem i kilkoma innymi lotniskami w Wielkiej Brytanii. Lotnisko obsługuje również wiele międzynarodowych linii czarterowych.

We Wrocławiu znajdują się 3 schroniska młodzieżowe, dwa kempingi oraz niemal 60 hoteli. Większość tych ostatnich usytuowana jest w centrum miasta i są to obiekty o wyższym standardzie. Tańsze – motele, znajdują się często w pobliżu autostrady i tras do Krakowa, Jeleniej Góry czy Kudowy Zdrój, oraz Zielonej Góry, Poznania i Warszawy. W mieście brakuje bazy noclegowej średniej klasy, na przykład pensjonatów. W lecie funkcjonuje kilka hoteli studenckich w domach akademickich. Oferta gastronomiczna jest wystarczająca, ale koncentruje się głównie w pobliżu Starego Miasta.

Podsumowanie

Tabela nr 14. Atrakcyjność turystyczna – Wrocław.

Subregion Wrocław	
Wybrane hity turystyczne	
Atrakcje punktowe - przykłady	Ostrów Tumski, Ostrów Piaskowy, Stary Rynek i jego zabudowania, Muzeum Narodowe, Panorama Racławicka, Hala Ludowa, gmach główny Uniwersytetu Wrocławskiego z Aulą Leopoldina, Ogród japoński, Wrocławskie Zoo, Muzeum Przyrodnicze, Dworzec Główny
Imprezy - przykłady	Przeгляд Piosenki Aktorskiej Festiwal Kina Niezależnego i Amatorskiego Wratislavia Cantans – Międzynarodowy Festiwal „Muzyka i Sztuki Piękne” Międzynarodowy Festiwal Jazz nad Odrą Międzynarodowy Festiwal Filmowy Era Nowe Horyzonty Dolnośląski Festiwal Nauki Szanty we Wrocławiu Międzynarodowy Festiwal Teatralny DIALOG

Subregion Wrocław	
	Wrocławska Wiosna Filmowa Maraton Wrocławia Międzynarodowe Targi Inwestycji Nieruchomości i inansów REFE Targi Nowej Technologii i Produkcji PROTECH Targi Budownictwa TARBUD
Segmenty rynku turystycznego / markowe produkty turystyczne	Waga (*-****)
Turystyka biznesowa i konferencyjno - kongresowa <ul style="list-style-type: none"> • Turystyka kongresowa • Podróże służbowe 	****
Turystyka miejska i kulturowa (Pałace, zamki, dziedzictwo kultury Dolnego Śląska)	****
Turystyka weekendowa	****
Turystyka rzeczna ¹²	***

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Obszary nie zakwalifikowane na żadnego z subregionów

Poniżej znajduje się krótka charakterystyka 5 obszarów nie należących do żadnego z 13 opisanych wyżej subregionów. Jak już wspomniano wcześniej, rekomenduje się ich przyłączenie do subregionów, w zależności od przyjętych kierunków rozwoju turystyki oraz położenia geograficznego (w tym podziału administracyjnego województwa).

Obszar nr 1	
Jednostki	gminy Kotła, Żukowice, Jerzmanowa – powiat głogowski, gminy: Gaworzycy, Radwanice, Grębocice, Polkowice – powiat polkowicki, gminy: Chojnów, Miłkowice, Kunice, Legnickie

¹² Segment związany z wykorzystaniem Odry jako elementu oferty turystycznej Wrocławia (i całego województwa).

Obszar nr 1	
	Pole i Ruja - powiat legnicki
Walory turystyczne	<p>przyrodnicze: obszar pagórkowaty z rozległymi dnami licznych dolin rzecznych; tereny chronione np. Łęgi źródliskowe k. Przemkowa, Uroczysko Obiszów, rezerwat ornitologiczny „Stawy Przemkowskie”; tereny rekreacyjne, np. fragment Borów Dolnośląskich</p> <p>antropogeniczne: występowanie parków podworskich i pałacowych, zabytkowych cmentarzy oraz kościołów i krzyży, np. pałac i krzyż pokutny w Kotli; zabytki Chojnowa: zamek, baszta, rynek, mury miejskie</p>
Zagospodarowanie i dostępność turystyczna	<p>rejon usytuowany jest w polu oddziaływania głównych szlaków komunikacyjnych drogowych i kolejowych</p> <p>występują lokalne i powiatowe szlaki rowerowe i piesze, Szlak Cystersów, szlak dookoła Legnicy oraz Szlak Tatarski</p>
Inne, ważne	<p>zagłębie miedziowe</p> <p>zagłębie minerałów: kobalt, molibden, nikiel, ołów, wanad i sól kamienna</p> <p>złoża kruszyw naturalnych</p>

Obszar nr 2	
Jednostki	Gminy Kamienna Góra, Lubawka – powiat kamiennogórski
Walory turystyczne	<p>przyrodnicze: teren górzysty i pagórkowaty, liczne osobliwości natury, obszary chronione np. Rudawski Parka Krajobrazowy, czy rezerwy: Kruczy Kamień i Głazy Krasnoludków; sztuczny zbiornik wodny w okolicach Bukówki gdzie można żeglować i pływać kajakami, Kolorowe Jeziorka w okolicach Wieściszowic, dobre warunki do uprawiania narciarstwa biegowego.</p> <p>antropogeniczne: kościoły, np. perła barokowej architektury – klasztor pocysterski w Krzeszowie; Domki Tkaczy w Chełmsku Śląskim, ratusz i rynek w Kamiennej Górze i w Lubawce, ruiny Zamku Grodzko, skocznia narciarska w Lubawce.</p>
Zagospodarowanie i dostępność turystyczna	<p>połączenia regionalne, krajowe i międzynarodowe (np. Świnoujście – Czechy)</p> <p>kilka szlaków pieszych i rowerowych okolic obszaru Karkonoszy</p> <p>baza noclegowa i gastronomiczna dobrze rozwinięta; przeważnie gospodarstwa agroturystyczne i tzw. mała gastronomia</p>
Inne, ważne	oferty produktów regionalnych, lokalnych specjałów

Obszar nr 3

Jednostki	gminy: Góra, Wąsosz
Walory turystyczne	<p>przyrodnicze: duże powierzchnie lasów i terenów rzecznych tereny nad Odrą, Baryczą, Orlą, osobliwości fauny i flory, obszary chronione np. Obszar Chroniony Krajobrazu Doliny Baryczy; zbiorniki retencyjne na Baryczy w Ryczeniu (gmina Góra)</p> <p>antropogeniczne: historyczna zabudowa, kościoły, parki dworskie, zamek z parkiem w Wąsoczu, Wieża Głogowska i Mury Obronne w Górze</p>
Zagospodarowanie i dostępność turystyczna	<p>obszar dostępny komunikacyjnie; istnieje sześć dróg wojewódzkich, jedna drogę krajową oraz dwie linie kolejowe</p> <p>szlaki głównie rowerowe</p>
Inne, ważne	bogactwo złóż surowców naturalnych, a przede wszystkim gazu ziemnego – jedna trzecia wydobycia krajowego

Obszar nr 4

Jednostki	gminy: Bierutów, Międzybórz, Dziadowa, Kłoda, Syców, Dobroszyce - powiat oleśnicki oraz Wrocław (opisany osobno)
Walory turystyczne	<p>przyrodnicze: teren falisty i pagórkowaty, rezerваты i pomniki przyrody (np. Rezerwat przyrody „GOLA” w gminie Międzybórz; Arboretum Leśne (ogród roślin) im. prof. Stefana Białobłoka, malowniczo położone pod Stradomią Dolną na północny zachód od Dziadowej i Kłody w dorzeczu Widawy</p> <p>antropogeniczne: dwory, np. dawny dwór obronny we wsi Dobra; XV-wieczna wieża w Sycowie, wieża zamkowa w Bierutowie, renesansowy zamek w Dobroszycach</p>
Zagospodarowanie i dostępność turystyczna	<p>duże węzły drogowe są w Sycowie; przez obszar przebiega droga krajowa Kudowa Zdrój - Wrocław - Syców - Warszawa (nr 8)</p> <p>niewielka ilość lokalnych szlaków pieszych rowerowych</p>
Inne, ważne	bezpośrednie sąsiedztwo Wrocławia

Obszar nr 5

Jednostki	gminy: Borów, Wiązów, Strzelin, Kondratowice, Przeworno – powiat strzeliński
Walory turystyczne	przyrodnicze: wzgórza Strzelińskie ze szczytem Gromnic; Dolina Krynki i Wzgórza

	Niemczańskie; sztuczny zbiornik wodny w Białym Kościele antropogeniczne: stare kamieniołomy i wyrobiska (np. kopalnia granitu w Strzelinie i kopalnia łupków kwarcytowych w Jegłowej), wyrobiska kwarcu w Krzywiniu; zabytki takie jak: Rotunda św. Gotarda w Strzelinie, XVII-wieczny Dom Księżąt Brzeskich w Strzelinie, zamek w Przewornie, kościoły w stylu gotyckim w Borowie, Borku Strzelińskim, Ludowie Śląskim i Zielenicach, krzyże pokutne w okolicach Borowa, unikalna kolekcja w epitafiów kościele w Żelowicach, tablice nagrobne Templariuszy w Zielenicach
Zagospodarowanie i dostępność turystyczna	gęsta sieć znakowanych szlaków turystycznych pieszych i rowerowych w okolicach Wzgórz Strzelińskich w tym Strzeliński Szlak Kamieniołomów i Minerałów
Inne, ważne	bliskość Wrocławia i granicy czeskiej

Obszar nr 6

Jednostki	gminy: Kostomłoty i Udanin
Walory turystyczne	przyrodnicze: zabytkowe parki i założenia parkowe z cennym drzewostanem parkowym takim jak platany, miłorząb, sosny wejmutki, tulipanowce; sztuczne zbiorniki wodne – doskonałe dla wędkarzy, antropogeniczne: układ urbanistyczny miasta Kostomłoty, zespół pałacowy w Jarząbkowicach, i Piotrowicach, Pałac w Sambórze, liczne kościoły np. MB anielskiej w Bogdanowie czy kościół św. Urszuli w Udaninie.
Zagospodarowanie i dostępność turystyczna	Autostrada A-4, stanowiąca część międzynarodowego szlaku komunikacyjnego Berlin-(Drezno) – Wrocław – Opole – Katowice – Kraków - Lwów oraz droga krajowa nr 5, łącząca Kostomłoty ze Strzegomiem i prowadząca dalej do przejścia granicznego w Lubawce.
Inne, ważne	usytuowanie w bliskiej odległości od dużych ośrodków miejskich (Wrocław, Legnica, Świdnica) Na tym terenie występują czwartorzędowe piaski i żwiry, zlokalizowane pod cienką warstwą pyłów, eksploatowane do niedawna w Osieku oraz w Piersnie, oraz złoża glin ogniotrwałych i węgla brunatnego.

4.3. Analiza wsparcia instytucjonalnego w odniesieniu do strategicznych dokumentów dotyczących rozwoju turystyki.

Dla celów aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego istotne znaczenie mają uwarunkowania wynikające z istniejących dokumentów strategicznych na szczeblu krajowym i wojewódzkim, Aktualizacja bowiem musi być wynikiem zapisów już istniejących dokumentów i musi być z nimi zgodna.

Dokumenty krajowe

Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007-2013 (Narodowa Strategia Spójności) to dokument, który został przyjęty przez Radę Ministrów i zaakceptowany przez Komisję Europejską 9 maja 2007 roku. Pełnią funkcję strategicznych ram do realizacji polityki spójności Unii Europejskiej na terytorium Polski.

Dokument określa kierunki wsparcia realizacji NSRO ze środków finansowych dostępnych z budżetu UE w okresie 2007-2013 w ramach funduszy strukturalnych UE: Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności. NSRO wdrażane są poprzez krajowa i regionalne programy operacyjne, programy w ramach Europejskiej Współpracy Terytorialnej oraz Program Pomoc Techniczna.

Cel strategiczny NSRO został określony jako „tworzenie warunków dla wzrostu konkurencyjności gospodarki opartej na wiedzy i przedsiębiorczości zapewniającej wzrost zatrudnienia oraz wzrost poziomu spójności społecznej, gospodarczej i przestrzennej”. Jego realizacja będzie osiągnięta poprzez cele horyzontalne, tj.:

- 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.

Szczególnie istotnym dla rozwoju turystyki są:

- cel 3, w którym wskazano na konieczność zwiększenia nakładów inwestycyjnych w branży turystycznej,
- cel 4 – w ramach którego realizowane mają być m.in. przedsięwzięcia związane z rozwojem usług turystycznych,
- cel 5 – w opisie którego mówi się o tym, iż rozwój turystyki jest szansą na wzmocnienie pozycji ośrodków metropolitalnych, a równocześnie nadanie nowej dynamiki rozwoju ośrodkom mniejszym, peryferyjnym oraz ośrodkom o wyczerpanych dotychczas potencjałach rozwojowych. Zaznaczono

jednocześnie, iż turystyka jest aktywnością spinającą regiony, łączącą obszary miejskie z wiejskimi, aktywizującą wieś dziedziną przyczyniającą się do rewitalizacji obszarów zdegradowanych, nadającą nowy sens obszarom podmiejskim z funkcjami turystyczno-rekreacyjnymi.

Warto podkreślić również, iż w NSRO dużo uwagi poświęca się zastosowaniu nowych technologii i budowaniu społeczeństwa informacyjnego.

Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku zakłada, że nowoczesny, konkurencyjny i wysokiej jakości produkt turystyczny zachęci turystów krajowych do podróży po Polsce oraz przyciągnie do Polski turystów zagranicznych. Autorzy dokumentu uważają, że w tworzeniu polskiego produktu turystycznego warto wykorzystać zmieniające się na rynku trendy, modę na zdrowy styl życia, nowe formy spędzania wolnego czasu, organizację wyjazdowych konferencji i kongresów dla firm. Dokument oparty jest o zasadę zrównoważonego rozwoju. Wyznacza on główne kierunki rozwoju polskiej turystyki w postaci obszarów priorytetowych, tj.:

- 1) Produkt turystyczny o wysokiej konkurencyjności.
- 2) Rozwój zasobów ludzkich na rzecz rozwoju turystyki.
- 3) Wsparcie marketingowe.
- 4) Kształtowanie przestrzeni turystycznej.

W zakresie produktu turystycznego rekomendowane są działania ukierunkowane na kreowanie i rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych, rozwój Infrastruktury turystycznej, integrację produktów i oferty turystycznej regionów, rozwój przedsiębiorczości i działalności organizacji w dziedzinie turystyki, rozwój wiodących typów turystyki.

W zakresie zasobów ludzkich rekomendowane są działania ukierunkowane na przygotowanie kadr operacyjnych gospodarki turystycznej, rozwój edukacji turystycznej i turystyki społecznej oraz monitorowanie potrzeb branży turystycznej w zakresie kadr zawodowych.

W zakresie wsparcia marketingowego rekomendowane są działania ukierunkowane na usprawnienie systemu informacji turystycznej oraz zwiększenie efektywności działań marketingowych w turystyce, zwłaszcza w promocji.

W zakresie kształtowania przestrzeni turystycznej rekomendowane są działania ukierunkowane na kształtowanie rozwoju turystyki w sposób zachowujący i podnoszące wartość przestrzeni oraz zwiększanie dostępności turystycznej regionu poprzez rozwój transportu.

Marketingowa Strategia Polski w sektorze Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015 przyjęta przez Radę Polskiej Organizacji Turystycznej w dniu 16.10.2008 roku.

Misję strategii sformułowano jako „tworzenie i wzmocnienie wizerunku Polski jako kraju atrakcyjnego i gościnnego dla turystów i posiadającego konkurencyjne produkty turystyczne o wysokiej jakości”.

Celem strategicznym dokumentu jest zwiększenie skuteczności i efektywności działań marketingowych, tak aby zdecydowanie poprawić rozpoznawalność Polski jako kraju atrakcyjnego dla turystów i posiadającego konkurencyjne produkty turystyczne o wysokiej jakości. Realizacja celu strategicznego będzie się odbywać poprzez osiągnięcie czterech celów operacyjnych:

- 1) Poprawa pozycji konkurencyjnej na rynkach zagranicznych i krajowym.
- 2) Rozszerzenie atrakcyjnego wizerunku produktów turystycznych poprzez działania marketingowe.
- 3) Stworzenie sprawnego i efektywnego systemu informacji turystycznej dla poprawy jakości komunikacji i obsługi turystów.
- 4) Transfer wiedzy.

Warto zaznaczyć, iż w ramach części analitycznej Strategii wyznaczono potencjał produktowy Polski w postaci macierzy potencjału produktów turystycznych dla każdego województwa. Dla Dolnego Śląska wskazano 4 produkty o znaczeniu priorytetowym, tj.:

- wypoczynek w górach w ramach turystyki rekreacyjnej(wypoczynkowej),
- turystyka miejska i kulturowa,
- konferencje i kongresy w ramach turystyki biznesowej,
- podróże służbowe w ramach turystyki biznesowej.

Za produkty o znaczeniu podstawowym w Województwa Dolnośląskiego uznano:

- turystykę pieszą oraz wypoczynek w obszarach przyrodniczych w ramach turystyki rekreacyjnej (wypoczynkowej),
- sporty zimowe narciarstwo oraz turystykę rowerową w ramach turystyki aktywnej i specjalistycznej,
- turystykę uzdrowską w ramach turystyki zdrowotnej,
- turystykę przygraniczną i tranzytową.

Z kolei jako produkty drugorzędne wskazano: żeglarstwo, kajaki, wind i kite surfing, turystykę jeździecką, turystykę pielgrzymkową, agroturystykę, ekoturystykę, wellness spa oraz turystyka – zakupy.

Ponadto w części strategicznej wyznaczono kampanie promocyjne w Polsce i za granicą które będą realizowane w oparciu m.in. o największe wydarzenia w latach 2008-2014 (tzw. „kotwice” medialne): Rok Polski w Wielkiej Brytanii (2009), Rok Chopinowski (2010), Polska Prezydencja w Unii Europejskiej (2011), Mistrzostwa Europy w Piłce Nożnej w Polsce i Ukrainie (2012). Dla Dolnego Śląska szczególnie duże znaczenie będzie miał Rok Chopinowski w 2010 roku oraz oczywiście Euro 2012.

Wśród czternastu imprez cyklicznych o zasięgu międzynarodowym wyróżniono „Międzynarodowy Festiwal Wroclavia Cantas” we Wrocławiu. Jest to festiwal, w którego ramach od ponad 40 lat w najpiękniejszych zabytkach Wrocławia i Dolnego Śląska odbywają się koncerty muzyczne.

Narodowa Strategia Rozwoju Kultury na lata 2004-2013

Narodowa Strategia Rozwoju Kultury na lata 2004-2013 została przyjęta przez Radę Ministrów 21 września 2004 roku. Jest to dokument tworzący ramy dla polityki kulturalnej państwa w warunkach rynkowych oraz dla nowoczesnego mecenatu państwa w sferze kultury. Generalnym przesłaniem Strategii jest wzmocnienie infrastruktury kulturalnej i zwiększenie dostępu do kultury, między innymi przez subsydiowanie jej oferty, a przede wszystkim wyrównywanie dysproporcji rozwojowych pomiędzy województwami w Polsce oraz pomiędzy obszarami miejskimi i wiejskimi.

Cel strategiczny został określony jako „zrównoważenie rozwoju kultury w regionach”. Realizacja celu strategicznego odbywać się będzie poprzez osiągnięcie celów częściowych:

- 1) Wzrost efektywności zarządzania sferą kultury.
- 2) Wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań w systemie organizacji działalności kulturalnej i w systemie upowszechniania kultury.
- 3) Zmniejszenie dysproporcji regionalnych w rozwoju kultury.
- 4) Wzrost uczestnictwa i wyrównanie szans w dostępie do szkolnictwa artystycznego, dóbr i usług kultury.
- 5) Poprawa warunków działalności artystycznej.
- 6) Efektywna promocja twórczości.
- 7) Zachowanie dziedzictwa kulturowego i aktywna ochrona zabytków.
- 8) Zmniejszenie luki cywilizacyjnej poprzez modernizację i rozbudowę infrastruktury kultury.

Za najważniejsze obszary w okresie programowania wybrano: rozwój czytelnictwa i wzrost znaczenia książki, dbałość o rozwój sztuki współczesnej, wspieranie roli szkół artystycznych w kształtowaniu kadr współczesnej kultury, rozwój instytucji kultury oraz kulturowego dziedzictwa narodowego.

W dokumencie podkreślono, iż potencjał turystyczny Polski jest duży, tymczasem ruch turystyczny, zwłaszcza zagraniczny, i związane z nim efekty gospodarcze są nieadekwatnie niskie. Niezbędna jest poprawa i coraz wyższa jakość standardu zagospodarowania turystycznego. Istotną rolę w tym procesie powinny odgrywać także inwestycje w celu urozmaicenia oferty turystycznej, dla której znaczące są atrakcje o charakterze kulturalnym. W centrach wysokiej koncentracji ruchu turystycznego potrzebne są odpowiednio dobrane imprezy i instytucje kultury.

Dokumenty regionalne

Strategia Rozwoju Województwa Dolnośląskiego do 2020 roku została uchwalona 30.11.2005 roku przez Sejmik Województwa Dolnośląskiego. Dokument wyznacza cele i priorytety polityki rozwoju gospodarczego i infrastrukturalnego, prowadzonej na terenie regionu oraz ma stanowić narzędzie do poprawy warunków życia mieszkańców.

Cel nadrzędny Strategii Województwa Dolnośląskiego został sformułowany jako „podniesienie poziomu życia mieszkańców Dolnego Śląska oraz poprawa konkurencyjności regionu przy respektowaniu zasad zrównoważonego rozwoju”.

W Strategii określono trzy sfery, w których koncentrować się będą zasoby organizacyjne i finansowe województwa oraz określono w danych sferach tzw. obszary priorytetowe:

- Strefa gospodarcza – zbudowanie konkurencyjnej i innowacyjnej gospodarki Dolnego Śląska:
 - Priorytet 1. Podniesienie atrakcyjności inwestycyjnej Dolnego Śląska
 - Priorytet 2. Budowa gospodarki opartej na wiedzy

- Priorytet 3. Wspieranie aktywności gospodarczej na Dolnym Śląsku
- Strefa przestrzenna – zwiększenie spójności przestrzennej i infrastrukturalnej regionu i jego integracja z europejskimi obszarami wzrostu:
 - Priorytet 1. Poprawa spójności przestrzennej regionu
 - Priorytet 2. Zrównoważony rozwój obszarów wiejskich
 - Priorytet 3. Poprawa ładu przestrzennego, harmonijności struktur przestrzennych
 - Priorytet 4. Zapewnienie bezpieczeństwa ekologicznego społeczeństwa i gospodarki
 - Priorytet 5. Zapewnienie bezpieczeństwa energetycznego regionu
- Strefa społeczna – rozwijanie solidarności społecznej oraz postaw obywatelskich twórczych i otwartych na świat
 - Priorytet 1. Integracja społeczna i przeciwdziałanie wykluczeniu społecznemu.
 - Priorytet 2. Umacnianie społeczeństwa obywatelskiego, rozwój kultury.
 - Priorytet 3. Poprawa jakości i efektywności systemu edukacji i badań naukowych.
 - Priorytet 4. Stałe podnoszenie stanu bezpieczeństwa i zdrowia mieszkańców województwa.
 - Priorytet 5. Aktywna polityka rynku pracy oraz wzmocnienie rozwoju zasobów ludzkich.

W wyniku analizy celu nadrzędnego, stref, priorytetów i działań w Strategii Rozwoju Województwa Dolnośląskiego można stwierdzić, iż zagadnienia związane ze wsparciem rozwoju turystyki są szeroko rozpisane, zarówno w formie bezpośredniej, jak i pośredniej.

Regionalny Program Operacyjny dla Województwa Dolnośląskiego na lata 2007-2013 jest głównym instrumentem służącym realizacji celów Strategii Rozwoju Województwa Dolnośląskiego do 2020 roku i wyznaczającym działania, jakie organy samorządu województwa dolnośląskiego mają podjąć na rzecz wspierania rozwoju województwa. Jest to dokument stanowiący element systemu wdrażania NRSO przy wykorzystaniu środków z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach polityki spójności Unii Europejskiej.

Głównym celem RPO jest „podniesienie poziomu życia mieszkańców Dolnego Śląska oraz poprawa konkurencyjności regionu przy respektowaniu zasad zrównoważonego rozwoju. Będzie on realizowany za pomocą celów szczegółowych:

- 1) Wzrost aktywności gospodarczej opartej o wiedzę i innowacyjność.
- 2) Rozwój infrastruktury służącej poprawie jakości środowiska, warunków inwestowania i prowadzenia działalności gospodarczej.
- 3) Poprawa bytu mieszkańców i wzrost konkurencyjności regionu poprzez modernizację i rozbudowę infrastruktury.

RPO określa dziesięć priorytetów:

- 1) Wzrost konkurencyjności dolnośląskich przedsiębiorstw („Przedsiębiorstwa I innowacyjność”)
- 2) Rozwój społeczeństwa informacyjnego na Dolnym Śląsku („Społeczeństwo informacyjne”)
- 3) Rozwój infrastruktury transportowej na Dolnym Śląsku („Transport”)
- 4) Poprawa stanu środowiska naturalnego oraz bezpieczeństwa ekologicznego i przeciwpowodziowego Dolnego Śląska („Środowisko i bezpieczeństwo ekologiczne”)
- 5) Regionalna infrastruktura energetyczna przyjazna środowisku („Energetyka”)
- 6) Wykorzystanie i promocja potencjału turystycznego i kulturowego Dolnego Śląska („Turystyka i Kultura”)
- 7) Rozbudowa i modernizacja infrastruktury edukacyjnej na Dolnym Śląsku („Edukacja”)
- 8) Modernizacja infrastruktury ochrony zdrowia na Dolnym Śląsku („Zdrowie”)
- 9) Odnowa zdegradowanych obszarów miejskich na terenie Dolnego Śląska („Miasta”)
- 10) Pomoc Techniczna.

Warunki środowiska przyrodniczego i zasoby kulturowe powodują, że turystyka na Dolnym Śląsku jest jedną z podstawowych sfer działalności. Dlatego też RPO bezpośrednio odwołuje się do turystyki w priorytecie 6, którego głównym celem jest wzrost konkurencyjności oferty turystycznej Dolnego Śląska oraz wykorzystanie potencjału kultury i dziedzictwa przeszłości dla podniesienia atrakcyjności regionu na rynku krajowym i międzynarodowym. Cel ten będzie realizowany dzięki działaniom wspierającym najważniejsze regionalne produkty turystyczne, tj.: turystyka uzdrowiskowa, turystyka aktywna, turystyka biznesowa i turystyka kulturowa oraz działania wzmacniające infrastrukturę turystyczną i kulturową.

4.4. Podsumowanie diagnozy.

Podsumowanie diagnozy strategicznej Województwa Dolnośląskiego zostało przedstawione w podziale na 3 grupy: wyróżniki województwa – największe atrakcje turystyczne, segmentacja rynku wraz z priorytetyzacją segmentów oraz wnioski ogólne.

Wyróżniki województwa

Przeprowadzona analiza atrakcyjności turystycznej województwa pozwala na wyłonienie kluczowych atrakcji, na bazie których winny być budowane markowe produkty turystyczne, zarówno o zasięgu regionalnym, jak i subregionalnym. Zestawienie wybranych wyróżników województwa pokazuje tabela poniżej.

Tabela nr 15. Wybrane wyróżniki Województwa Dolnośląskiego.

Wybrane wyróżniki Województwa Dolnośląskiego	
Przyrodnicze	Kulturowe
<ul style="list-style-type: none"> • Sudety • Góry Stołowe • Góry Sowie (podziemia) • Śnieżka • Rzeka Odra • Wodospad Kamieńczyka • Walory uzdrowiskowe • Stawy Milickie • Obszary Natura 2000 	<ul style="list-style-type: none"> • Wrocław <ul style="list-style-type: none"> ○ w tym: Rynek, Ostrów Tumski, Panorama Raclawicka, Zoo, zabytki sakralne, znaczące instytucje kultury), Hala Ludowa • Obiekty sakralne <ul style="list-style-type: none"> ○ Świątynia Wang, Kościół Pokoju w Jaworze (UNESCO), Kaplica Czaszek w Cermnej, obiekty cysterskie, Sanktuarium w Wambierzycach • Obiekty przemysłowe <ul style="list-style-type: none"> ○ Kopalnia Złota w Złotoryi, kompleks sztolni „Osówka”, Park Wielokulturowy Stara Kopalnia w Wałbrzychu, Kopalnia Złota w Złotym Stoku, Muzeum Przemysłu i Kolejnictwa w Jaworzynie Śląskiej, tradycje piwowarskie w Świdnicy, zabytkowa papiernia w Dusznikach Zdrój, Kopalnia Uran w Kowarach - podziemna trasa turystyczna „Sztolnie Kowary”, tradycje związane z hutami szkła, Muzeum Górnictwa w Nowej Rudzie • Fortyfikacje <ul style="list-style-type: none"> ○ Twierdza Kłodzko, Twierdza w Srebrnej Górze • Zamki i pałace <ul style="list-style-type: none"> ○ Kliczków, Książ, Bolków, Czocho, Chojnik, Pałace Kotliny Jeleniogórskiej, Zamek Książąt Oleśnickich w Oleśnicy • Tradycje rzemieślnicze i przemysłowe <ul style="list-style-type: none"> ○ ceramika bolesławiecka i wałbrzyska, tradycje winiarskie w Środzie Śląskiej, tradycje piwowarskie w Świdnicy i Lwówku Śląskim, tkactwo i sukiennictwo, rękodzieło w Świętej Katarzynie, szklarstwo w Szklarskiej Porębie i Piechowicach • Imprezy <ul style="list-style-type: none"> ○ Noc Świętojańska – Ślęza, Międzynarodowe Mistrzostwa w Płukaniu Złota - Złotoryja, Wratislavia Cantans, Przegląd Piosenki Aktorskiej, Western City – Ściegny k. Karpacza, Festiwal Chopinowski w Dusznikach Zdrój, Festiwal Moniuszkowski w Kudowie Zdrój.

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Segmentacja

Opracowując segmentację rynku należy wziąć pod uwagę zarówno wyniki analizy atrakcyjności turystycznej, jak i podejmowane do tej pory działania w zakresie promocji. Rodzaje segmentów wraz z przypisanymi im wagami zawiera

tabela nr 16. Priorytetyzację segmentów traktować należy w kontekście planowania działań w zakresie ich rozwoju. Wyjątkiem jest tutaj turystyka biznesowa, której wysoka waga (****) jest wynikiem znaczenia segmentu dla rozwoju turystyki w województwie, obecnie i w przyszłości, przede wszystkim z uwagi na możliwość jej wykorzystania dla rozwijania pozostałych segmentów rynku.

Tabela nr 16. Segmentacja rynku turystycznego dla Województwa Dolnośląskiego.

Segmentacja rynku turystycznego dla Województwa Dolnośląskiego	
Segment	Waga (*-****) ¹³
Turystyka miejska i kulturowa, w tym również: <ul style="list-style-type: none"> o turystyka przemysłowa o turystyka związana z dziedzictwem cysterskim 	****
Turystyka aktywna i specjalistyczna	****
Turystyka uzdrowiskowa, w tym wellness & spa	***
Turystyka biznesowa	****
Turystyka na terenach wiejskich	***
Turystyka weekendowa	****
Turystyka tranzytowa	*

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

W kontekście działań, które będą podejmowane w celu dalszego rozwijania ww. segmentów niezwykle ważne jest skorelowanie działań z rynkami docelowymi. W związku z tym poniżej podano gradację wartości produktów turystycznych Dolnego Śląska na różnych rynkach, która jest skorelowana z zapisami Marketingowej Strategii Polski w Sektorze Turystyki na lata 2008-2015.

¹³ Waga – im więcej gwiazdek, tym segment ważniejszy.

Tabela nr 17. Gradacja wartości produktów turystycznych Dolnego Śląska na różnych rynkach.

Priorytety produktowe	PRODUKT																					Priorytety produktowe				
		Niemcy	Wielka Brytania	USA	Włochy	Francja	Belgia	Hiszpania	Holandia	Austria	Czechy	Węgry	Rosja	Japonia	Szwecja	Norwegia	Dania	Ukraina	Chiny	Indie	Kraje arabskie	Izrael	POLSKA			
22	City break- stolica regionu	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	21	1	-
12	Wydarzenia muzyczne	1	2	1	0	1	0	0	0	2	2	2	2	1	0	3	0	0	1	0	0	0	1	6	5	1
7	Pielgrzymki/ turystyka pielgrzymkowa /	2	0	0	3	3	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	4	2
5	Podróże etniczne i sentymtalne	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1	0	2	-	3
7	Obiekty poprzemysłowe	0	2	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	3	0	3	0	0	3	1	1	2	4
11	MICE (meetings, incentives, conferences, events)	2	2	1	0	2	2	0	2	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	6	5	-	
3	Wizyty jednodniowe	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	-	3	-
16	Objazdy grupowe	1	1	3	0	1	2	3	0	0	0	2	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	1	10	4	2
14	Agroturystyka	3	0	0	0	2	1	1	1	3	3	3	2	0	3	3	3	3	0	0	0	0	1	4	2	8
14	Ekoturystyka	2	0	0	0	2	1	1	1	3	3	3	2	0	3	3	3	3	0	0	1	0	1	4	3	7
13	Uzdrowiska	1	0	2	0	0	3	0	0	0	0	1	2	0	2	2	2	3	0	3	1	2	1	4	6	3
13	Med-tour: Spa i wellness	2	0	1	0	0	3	0	0	0	0	2	1	2	2	2	2	3	0	3	1	2	2	3	8	2
11	Wędrowki piesze	2	2	0	0	2	3	0	1	3	1	0	0	0	3	3	3	0	0	0	0	0	1	3	3	5
12	Turystyka rowerowa	1	2	0	0	2	3	0	1	3	1	2	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1	4	6	2
2	Turystyka kajakowa	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	-	-	2
8	Turystyka konna	2	3	0	0	0	0	2	2	0	0	2	3	0	3	0	0	0	0	0	0	0	2	-	5	3
-	Turystyka żeglarska	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-
10	Sporty zimowe / narciarstwo /	1	2	0	0	0	3	0	1	0	1	1	1	0	0	0	3	1	0	0	0	0	1	7	1	2
6	Sporty lotnicze / szybowce, paraglajty /	2	0	2	0	0	0	0	2	0	2	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	-	5	1
4	Wspinaczka skałkowa	2	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	-	4	-
20	Wypoczynek na obszarach chronionych	1	1	2	3	2	2	1	2	0	2	2	2	0	2	2	2	1	3	3	1	3	1	6	10	4
19	Pobyty-góry	1	2	3	0	0	2	1	1	3	1	1	1	0	3	3	1	1	3	3	3	3	1	9	2	8
-	Pobyty-jeziora	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Priorytety produktowe	PRODUKT	Niemcy	Wielka Brytania	USA	Włochy	Francja	Belgia	Hiszpania	Holandia	Austria	Czechy	Węgry	Rosja	Japonia	Szwecja	Norwegia	Dania	Ukraina	Chiny	Indie	Kraje arabskie	Izrael	POLSKA	Priorytety produktowe			
-	Pobyty-morze	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-	-
10	Trasa tematyczna: <i>Szlak Cystersów</i>	2	0	2	2	1	2	2	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	3	7	-	
8	Trasa tematyczna: <i>Szlak Benedyktynów</i>	3	0	0	3	1	3	2	3	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	3	4	
7	Trasa tematyczna: <i>Szlak Św. Jakuba</i>	3	0	0	3	1	3	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	2	-	5	
14	Trasa tematyczna: <i>Szlak Zamków Piastowskich</i>	0	3	1	3	2	3	2	2	0	3	0	2	1	2	2	2	0	1	0	0	0	1	4	7	3	
7	Trasa tematyczna: <i>Szlak Zabytków Dziedzictwa Przemysłowego</i>	0	2	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3	2	0	0	0	0	3	0	0	3	2	-	3	4	
9	Trasa tematyczna: <i>Szlak Obiektów Podziemnych</i>	0	3	2	2	0	0	0	3	0	3	0	0	2	0	0	0	0	3	0	0	2	1	1	4	4	
15	Trasa tematyczna: <i>Dolina Pałaców i Ogrodów</i>	1	1	1	0	0	0	0	1	0	2	3	2	2	2	2	2	0	3	0	3	3	1	5	6	4	
2	Trasa tematyczna: <i>Szlak Odry</i>	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	-	2	-	
Suma produktów na rynku																											
Produkt I kategorii		10	4	6	1	6	3	7	8	1	5	3	6	5	1	1	2	5	6	3	3	3	17				
Produkt II kategorii		11	8	5	2	7	5	4	7	1	6	8	7	6	7	7	6	0	0	0	0	4	9				
Produkt III kategorii		4	3	3	5	1	9	1	3	5	6	3	4	0	5	5	5	5	6	4	2	5	2				
Wartość rynku / liczba produktów /																											
Rynki priorytetowe	25	15	14	8	14	17	13	18	7	17	14	17	11	13	13	13	10	12	7	5	12	28					

Źródło: Dolnośląska Organizacja Turystyczna.

Wnioski ogólne

- Województwo Dolnośląskie jest niewątpliwie jednym z najbardziej atrakcyjnych pod względem turystycznym obszarów i pomimo wielu braków w zagospodarowaniu turystycznym, jego poziom pozwala na przedstawienie na rynku ciekawej i konkurencyjnej oferty.
- Analiza atrakcyjności Województwa Dolnośląskiego pokazuje, iż segmenty turystyki, które charakteryzują się największym potencjałem rozwojowym, są zgodne z trendami rynku turystycznego.
- Podstawowe problemy w kontekście rozwoju turystyki są następujące: brak zintegrowanego systemu informacji i promocji, niedoskonałość kadr turystycznych, problemy komunikacji wewnątrzregionalnej, niedobory w bazie turystycznej i infrastrukturze, mała ilość skomercjalizowanych produktów turystycznych, konkurencja ze strony innych regionów (Śląsk, Małopolska) oraz Czech i Niemiec.
- Kierunki rozwoju turystyki w województwie będą bezpośrednio wynikały z drzewa problemów zaprezentowanego w następnym rozdziale.

5. AKTUALIZACJA KONCEPCJI ROZWOJU TURYSTYKI.

Koncepcja rozwoju turystyki w Województwie Dolnośląskim została zbudowana w oparciu o 5 obszarów priorytetowych dotyczących: produktu turystycznego, zasobów ludzkich, wsparcia marketingowego, przestrzeni turystycznej oraz wsparcia instytucjonalnego. Podział taki odwołuje się bezpośrednio do dokumentu pt. „Kierunki rozwoju turystyki w Polsce do 2015 roku”, aczkolwiek zawiera w sobie dodatkowy obszar priorytetowy związany ze wsparciem instytucjonalnym. Priorytet ten został uwzględniony w koncepcji z uwagi na bardzo ważną rolę podziału subregionalnego województwa na Dolnośląskie Subregiony Turystyczne, które z założenia mają odgrywać kluczową rolę w tworzeniu oferty turystycznej.

Obszary priorytetowe, w oparciu o które zbudowana została koncepcja, różnią się w swoich założeniach od priorytetów zawartych w Programie Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego z 2003 roku. Jak pokazano w rozdziale 3 opierał się on o 4 priorytety: Markowe produkty turystyczne, Rozwój lokalny turystyki, Markowa infrastruktura turystyczna oraz System wsparcia sektora i produktów turystycznych, a jego założenia wynikały ze spójności z Rządową Strategią Rozwoju Turystyki w latach 2001-2006, Narodowym Planem Rozwoju oraz kierunkami działań ZPORR 2004-2006, z którego miały być w większości finansowane działania. Zmiany, jakie zostały dokonane w dokumentach strategicznych na szczeblu krajowym w związku z nowym okresem budżetowym Unii Europejskiej, wymusiły na autorach niniejszego opracowania wprowadzenie modyfikacji priorytetów rozwoju turystyki w Województwie Dolnośląskim. Nie oznacza to jednak, iż nowe priorytety nie są zgodne, czy też nie wynikają z Programu Rozwoju Turystyki. Zostały one uaktualnione, a planowane działania zostały w większym stopniu ukierunkowane na konkretne obszary wsparcia rozwoju turystyki, co związane jest również z tym, iż zaktualizowany Program w większym stopniu uwzględnia interdyscyplinarny charakter tego sektora gospodarki, jak również kładzie dużo większy nacisk na działania promocyjne. Jednocześnie wprowadzone zmiany gwarantują lepsze uwzględnienie potrzeb rynku turystycznego regionu oraz łatwiejszą identyfikację źródeł finansowania.

Wytyczne wdrożeniowe

Koncepcja rozwoju turystyki w Województwie Dolnośląskim została przedstawiona w sposób ogólny, tak, by w ramach Programu Rozwoju Turystyki można było finansować szeroki zakres działań, nie zamykając drzwi ciekawym inicjatywom. Przystępując do wdrażania dokumentu należy jednak pamiętać o kilku kluczowych zasadach, które zwiększą efektywność samego procesu wdrożeniowego, a przede wszystkim zwiększą stopień wykorzystania potencjału turystycznego całego województwa w kontekście rozwijania funkcji turystycznych. Stanowią one wynik zarówno trendów rynku turystycznego, jak i odwołują się bezpośrednio do szczególnych uwarunkowań regionalnych.

- 1) *Zrównoważony rozwój Województwa Dolnośląskiego* – założeniem Programu Rozwoju Turystyki jest równomierny rozwój turystyki w regionie, co przekłada się na konieczność koncentrowania działań na obszarach obecnie rzadziej odwiedzanych przez turystów. Działania winny być podejmowane w sposób umożliwiający skierowanie części ruchu turystycznego do takich właśnie miejsc, przy wykorzystaniu ruchu generowanego przez najważniejsze atrakcje turystyczne województwa. W tym kontekście kluczowym jest umiejętne rozwijanie produktów liniowych i sieciowych, integrujących obszary koncentracji ruchu turystycznego z obszarami obecnie mniej popularnymi, a także prowadzenie efektywnej i zintegrowanej polityki promocyjnej, w tym rozwój regionalnego systemu informacji turystycznej.
- 2) *Wrocław* – stolica województwa stanowi jeden z jego najcenniejszych atutów, nie tylko z uwagi na dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze, ale również z uwagi na ruch turystyczny, który obecnie generuje. Należy tak kreować

ofertę, aby efektywnie zachęcać turystów przyjeżdżających do Wrocławia, do odwiedzenia pozostałych obszarów w regionie. Ogromne znaczenie w tym kontekście będzie miała również efektywna polityka promocyjna, w tym system informacji turystycznej.

- 3) *Turystyka wewnątrzregionalna* – w dokumencie przedstawiono segmentację z uwagi na motywy podróżowania, dlatego też nie została bezpośrednio wymieniona turystyka wewnątrzregionalna. Należy jednak pamiętać, iż mieszkańcy Województwa Dolnośląskiego stanowią niezwykle ważny segment rynku turystycznego. Pod ich kątem warto rozwijać przede wszystkim ciekawą ofertę turystyki weekendowej, łączącej w sobie różne motywy podróżowania. Bardzo ważnym w tym kontekście jest również system informacji turystycznej, który umożliwi wymianę danych pomiędzy poszczególnymi subregionami oraz Wrocławiem.
- 4) *Turystyka biznesowa* – obecnie związana przede wszystkim z Wrocławiem, w dużo mniejszym stopniu z pozostałą częścią województwa (który posiada ogromny potencjał w zakresie tzw. turystyki motywacyjnej). Stanowi niezwykle ważny segment rynku z punktu widzenia możliwości jego wpływu na rozwój pozostałych segmentów (wypełnianie czasu wolnego turystów biznesowych, zachęcenie do spędzania urlopu w regionie), a także z punktu widzenia efektywnej promocji (zadowolony turysta biznesowy stanowi nieocenione źródło informacji o destynacji turystycznej, mające duże i wpływowe grono odbiorców). Wagę przypisaną turystyce biznesowej w segmentacji rynku (****) należy traktować nie jako wytyczną co do koncentrowania działań i środków finansowych, a jako wytyczną co do wykorzystywania potencjału tkwiącego w tej grupie przyjeżdżających na Dolny Śląsk turystów (która z roku na rok będzie coraz większa).
- 5) *Znaczenie turystyki na terenach wiejskich, w tym agroturystyki* - w kontekście rozwijania turystyki na terenach wiejskich ogromnego znaczenia nabiera stymulowanie rozwoju agroturystyki, przy czym podkreślić należy iż Województwo Dolnośląskie dysponuje doskonałym ku temu potencjałem. Ponadto, segment ten stanowi bardzo ważny element rozwijania turystyki w sposób zrównoważony, co z kolei jest wytyczną priorytetową.
- 6) *EURO 2012* – organizacja Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej w 2012 roku to przede wszystkim potencjalnie niezwykle efektywne narzędzie promocji. Wszelkie działania związane z EURO 2012 winny koncentrować się na przygotowaniu ciekawej, oryginalnej kampanii promocyjnej, przedstawiającej całe Województwo Dolnośląskie oraz na zbudowaniu zintegrowanego systemu informacji turystycznej i obsługi turystów, którzy przyjadą do Polski w związku z tym wydarzeniem.
- 7) *Natura 2000* – znaczna część obszarów atrakcyjnych przyrodniczo na terenie Województwa Dolnośląskiego jest objęta ochroną w ramach europejskiej sieci Natura 2000. Są to tereny o dużym, choć obecnie słabo wykorzystanym potencjale i co również ważne – rozpoznawalne przez kraje Unii Europejskiej jako ciekawe destynacje turystyczne. W kontekście aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki należy zwrócić uwagę na dwa aspekty. Po pierwsze – wymiar promocyjny sieci: marka Natura 2000 jest w Europie marką rozpoznawalną i należy ten potencjał bezwzględnie wykorzystywać w polityce promocyjnej. Po drugie – wymiar środowiskowy związany z zasadami ochrony obszarów objętych siecią, co z jednej strony powoduje konieczność uwzględniania wytycznych w tym zakresie przy planowaniu przedsięwzięć turystycznych, a z drugiej daje szansę pozyskania dodatkowych środków finansowych na realizację projektów.
- 8) *Rzeka Odra* – jako oś łącząca dużą część województwa, stanowi niezwykle ważny walor turystyczny w kontekście rozwijania tzw. turystyki rzecznej, łączącej w sobie elementy turystyki aktywnej (Odra jako akwen, zagospodarowanie w infrastrukturę umożliwiającą jego pełne wykorzystywanie, w tym stymulowanie ruchu turystycznego na rzece) oraz turystyki miejskiej i kulturowej (zagospodarowanie nadbrzeży rzeki w miastach, w tym we Wrocławiu).

5.1. Drzewo problemów.

Drzewo problemów odzwierciedla wnioski sformułowane w trakcie prowadzenia analizy Województwa Dolnośląskiego w kontekście możliwości rozwoju turystyki. Stanowi swoistego rodzaju syntetyczne podsumowanie, definiując bezpośrednio kluczowe problemy, które mają zostać rozwiązane poprzez wdrażanie zaktualizowanego Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego, przedstawiając również ich hierarchizację oraz proces przyczynowo-skutkowy. Stanowi więc punkt wyjścia do budowania drzewa celów, które bezpośrednio musi się odwoływać do istniejących problemów.

Drzewo problemów zostało przedstawione na schemacie nr 1.

Schemat nr 1. Drzewo problemów.

5.2. Turystyczna wizja Województwa Dolnośląskiego.

Wizja jest definicją stanu pożądanego, który zostanie osiągnięty dzięki wdrożeniu zaktualizowanego Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego. Stanowi opis przyszłości, charakterystykę województwa jako obszaru recepcji turystycznej w 2015 roku.

Województwo Dolnośląskie to „Europa w Pigułce”, oferująca turystom szerokie możliwości spędzania czasu wolnego. Zróżnicowany krajobraz poprzecinany siecią rzek i kanałów przenika się z niezwykle atmosferą miast i miasteczek, które przyciągają nie tylko licznymi zabytkami, ale również bogatą ofertą różnorodnych imprez. Są wśród nich perły polskich uzdrowisk, unikalne w skali Polski z uwagi na architekturę oraz klimat i wieloletnie tradycje.

To region, w którym wolny czas spędzają zarówno ludzie młodzi, osoby starsze, turyści indywidualni, jak i grupy zorganizowane, którzy z satysfakcją powracają na Dolny Śląsk, bo zawsze ma on coś nowego do zaoferowania. Zaskakuje nowymi wydarzeniami, udoskonaloną infrastrukturą i wysoką jakością obsługi.

Rozwój turystyki odbywa się przede wszystkim na poziomie subregionalnym, co gwarantuje zachowanie równowagi i równomierne rozłożenie ruchu turystycznego. Oferta turystyczna jest zintegrowana dzięki istnieniu rozwiniętej sieci szlaków tematycznych, łączących całe województwo. Podejmowane inwestycje odpowiadają dokładnie lokalnym potrzebom rynku, a dzięki zbudowanemu wielopłaszczyznowemu partnerstwu, realizowane są w formule PPP.

Dzięki prowadzonej działalności promocyjnej i informacyjnej wizerunek Dolnego Śląska oraz 13 Dolnośląskich Subregionów Turystycznych jest jasny i czytelny, a turyści bezbłędnie identyfikują wyróżniki województwa oraz jego subregionów.

Sukces turystyczny Województwa Dolnośląskiego jest wynikiem działania jego mieszkańców, którzy – świadomi znaczenia rozwoju turystyki – wspólnie realizują zaplanowane działania oraz budują niezwykle atmosferę miejsca.

5.3. Drzewo celów i działań.

W strukturze celów i działań wyróżnia się: cel nadrzędny, cele główne (po jednym dla każdego z obszarów priorytetowych) oraz cele operacyjne przyporządkowane celowi głównemu. Działania realizują bezpośrednio cele operacyjne, zostały im wobec tego podporządkowane.

Cel nadrzędny (CN) – kluczowy cel Programu, podstawa wyznaczania pozostałych celów i działań, ściśle podporządkowanych osiągnięciu celu nadrzędnego. Odpowiada na pytanie: co chcemy osiągnąć rozwijając turystykę w Województwie Dolnośląskim?

Cele główne (CG) – główne cele określone w 5 obszarach priorytetowych. Stanowią odpowiedź na kluczowe problemy zidentyfikowane w obszarach. Pokazują jednocześnie, jakie problemy w obszarach priorytetowych muszą zostać rozwiązane, aby osiągnąć cel nadrzędny.

Cele operacyjne (CO) – wyznaczane dla celów głównych, operacjonalizują zapisy celów głównych. Ich liczba nie jest z góry określona.

Działania – identyfikowane dla celów operacyjnych, pokazują szczegółowe zadania, jakie muszą zostać wykonane, by osiągnąć cele (operacyjne, główne, przyczyniając się do osiągnięcia celu nadrzędnego). Ich liczba nie jest z góry określona.

CEL NADRZĘDNY: Rozwój społeczno-gospodarczy Województwa Dolnośląskiego poprzez rozwój turystyki na poziomie regionalnym i subregionalnym

Drzewo celów głównych, operacyjnych i działań, w podziale na poszczególne obszary priorytetowe, przedstawia schemat nr 2.

Schemat nr 2. Drzewo celów i działań.

5.4. Obszary priorytetowe.

Priorytet 1. ROZWÓJ PRODUKTÓW

Podstawowe problemy

- 1) słabo rozwinięta oferta turystyczna regionu,
- 2) brak zintegrowanych pakietów ofert turystycznych i kompleksowych produktów turystycznych,
- 3) nienowoczesność infrastruktury i sposobu działania instytucji kultury,
- 4) brak zróżnicowania produktów na skalę europejską,

- 5) niekorzystny stosunek ceny do jakości świadczonych usług.

Kluczowe założenia

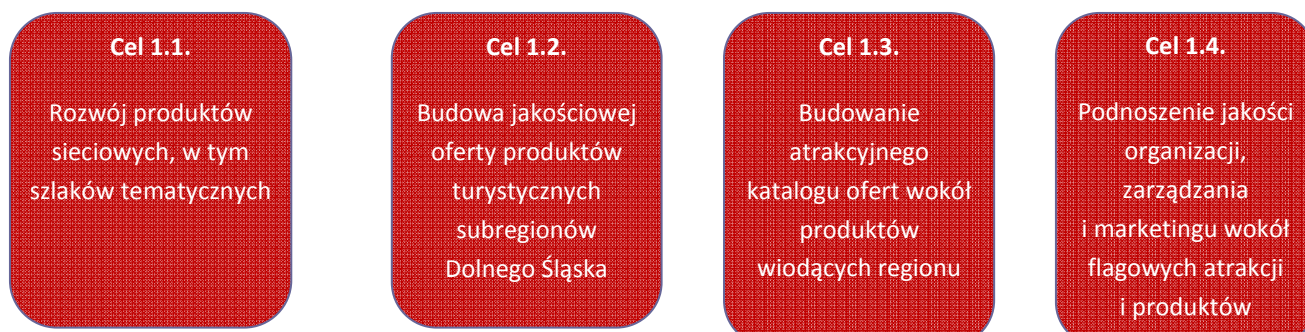
- 1) wyjście od koncepcji produktowych (przygotowywanych przez subregiony) i tworzenie na ich bazie ofert oraz katalogów ofert, a następnie sprzedaż,
- 2) położenie nacisku na wszechstronną analizę stanowiącą podstawę budowy produktów,
- 3) położenie nacisku na zasady wdrażania - budowanie partnerstwa,
- 4) położenie nacisku na jakość stanowiącą obecnie czynnik konkurencyjności ofert na rynku,
- 5) położenie nacisku na marketing i informację,
- 6) rozwój turystyki w oparciu o subregiony i przygotowywane przez nie Koncepcje Subregionalnych Produktów Turystycznych, które powinny stanowić załączniki do zaktualizowanego Programu Rozwoju Turystyki (po ich formalnym przyjęciu przez Samorząd Województwa).

Z punktu widzenia budowania produktów przyjęto zasadę koncentracji działań na produktach sieciowych i liniowych, w tym szlakach tematycznych oraz produktach na granicach subregionów. Dominuje w związku z tym „myślenie systemowe” przez pryzmat subregionalnego podziału województwa.

Cel główny

Budowa i rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych Województwa Dolnośląskiego

Cele operacyjne



Działania wg celów operacyjnych

Cel 1.1

Rozwój produktów sieciowych,
w tym szlaków tematycznych

- 1.1.1. Opracowanie kompleksowych koncepcji produktów szlaków tematycznych regionu wraz z Katalogiem Marki (SIWiW) oraz programem wdrażania
- 1.1.2. Rozwój markowych, sieciowych produktów turystyki wiejskiej, agro i ekoturystyki, w tym gospodarstw tradycyjnych, edukacyjnych, tematycznych Dolnego Śląska wraz z systemem ich komercjalizacji on-line
- 1.1.3. Opracowanie koncepcji oraz wdrożenie produktu sieciowego „Era miast – dusza miast”
- 1.1.4. Rozwój produktów regionalnych i ponadregionalnych szlaków tematycznych wraz z programem ich promocji
- 1.1.5. Opracowanie katalogu szlaków regionalnych / centralnej kartoteki – w tym rozwiązań w obszarze implementacji, organizacji, marketingu, wizualizacji

Cel 1.2

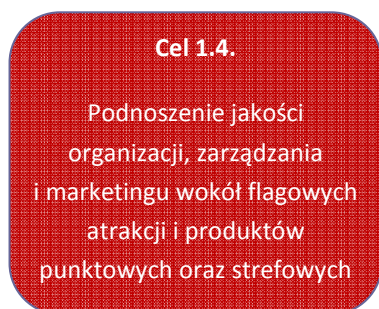
Budowa jakościowej oferty
produktów turystycznych
subregionów Dolnego Śląska

- 1.2.1. Opracowanie koncepcji produktów w poszczególnych subregionach (idea rynkowa, zasoby, marketing, wdrażanie, zarządzanie) wraz z dokumentacją
- 1.2.2. Budowanie platform organizacji, wdrażania i marketingu produktów w subregionach, w tym w formule PPP
- 1.2.3. Implementacja i rozwój koncepcji produktowych w subregionach według opracowanych programów i studiów wykonalności, przy strategicznym wsparciu finansowym ze strony Samorządu Województwa

Cel 1.3

Budowanie atrakcyjnego
katalogu ofert wokół
produktów wiodących regionu

- 1.3.1. Zbudowanie wzorcowego katalogu ofert w układzie subregionów, wiodących form turystyki, produktów punktowych i liniowych, pół roku, przy strategicznym wsparciu finansowym ze strony Samorządu Województwa
- 1.3.2. Zbudowanie katalogu ofert specjalnych, w tym na istotne wydarzenia w okresie 2009-2012, w korelacji z kotwicami medialnymi określonymi w Marketingowej Strategii Polski
- 1.3.3. Wdrożenie programu aktywizacji kreacji ofert na styku instytucje kultury – NGO-sy – branża turystyczna – operatorzy (m.in. regionalne konkursy dot. rynku ofert turystyki przyjazdowej, w tym „innovacja”, „jakość”, „lojalność” „lider – operator”)
- 1.3.4. Stworzenie skutecznej platformy implementacji, aktualizacji oraz weryfikacji rynkowej nowych ofert



- 1.4.1. Program rozwoju oferty turystycznej i kulturalnej wokół wiodących produktów punktowych oraz liniowych
- 1.4.2. Rozwój dedykowanej infrastruktury produktów wpływającej na wzrost oceny oferty w relacji jakości do ceny
- 1.4.3. Wdrożenie systemu kilkustopniowej certyfikacji menadżera marki dla wiodących produktów oraz atrakcji Dolnego Śląska
- 1.4.4. Wdrożenie systemu certyfikacji regionalnych produktów i ofert turystycznych Dolnego Śląska oraz powiązanych z nimi usług (w tym monitoring jakości kluczowej grupy produktów i atrakcji, w tym „mystery client” oraz system „opinii zwrotnych” (tzw. feedbacks))
- 1.4.5. Wdrożenie systemu certyfikatów marki turystycznej dla podmiotów rynku turystycznego jako składowej Systemu Marki Regionu (wraz z wypracowaniem jednolitego systemu identyfikacji wizualnej)

CO 1.1 Rozwój produktów sieciowych, w tym szlaków tematycznych

Działanie 1.1.1.

➔ Opracowanie kompleksowych koncepcji produktów szlaków tematycznych regionu wraz z Katalogiem Marki (SIWiW) oraz programem wdrażania

Szlaki tematyczne, rozwijane jako kompleksowe produkty, mają w założeniu stać się jednym z filarów rozwoju oraz marketingu oferty turystyki kulturowej Dolnego Śląska. Zaletami rozwijania kulturowych szlaków tematycznych są m.in.: tematyczne scalanie rozproszonego potencjału dziedzictwa kulturowego w regionie, synergia działań w obszarze marketingu, rozwoju infrastruktury, czy współpracy z branżą, a także stymulowanie aktywności turystycznej na obszarach do tej pory marginalizowanych lub wykluczonych w ofercie turystycznej regionu.

Podstawę dobrze przygotowanych do wdrożenia projektów powinny stanowić profesjonalne, kompleksowe koncepcje rozwoju produktów polegające m.in. na:

- Określeniu i zbadaniu potencjału walorów turystycznych, w tym kulturowych związanych z tematyką danego szlaku (inwentaryzacja oraz ocena wartości zachowanego dziedzictwa, także pod kątem atrakcyjności turystycznej i jego dostępności, potrzeb związanych z renowacją zabytkowej substancji).
- Zbudowanie platformy współpracy wokół projektu, w tym samorządów, prywatnych i społecznych właścicieli oraz gestorów bazy turystycznej oraz uzupełniającej.
- Określenie docelowych segmentów odbiorców.
- Analiza potencjału bazy turystycznej oraz potrzeb w zakresie modernizacji i rozwoju, w tym pod kątem potrzeb osób starszych oraz rodzin z dziećmi.
- Idea produktu, w tym koncepcja przestrzenna i tematyczna, sposób współpracy – sieciowania atrakcji.
- Marketing szlaku, w tym koncepcja marki (identyfikacja wizualna i werbalna, księga marki), komunikacji marketingowej (USP, kanały i formy komunikacji), produkt mix.
- Program wdrażania i zarządzania produktem.

- Wymagana dokumentacja techniczna i projektowa.

Koncepcje rozwoju produktów szlaków powinny powstawać według nowoczesnej metodologii prac oraz z wykorzystaniem dobrych praktyk dotyczących podobnych projektów m.in. w Hiszpanii, Portugalii, Austrii czy Francji. Część z wymienionych elementów dotyczących analizy i koncepcji szlaków została już zrealizowana dzięki m.in. działaniom Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej oraz Urzędu Marszałkowskiego Województwa Dolnośląskiego.

Działanie 1.1.2

➤ Rozwój markowych, sieciowych produktów turystyki wiejskiej, agro i ekoturystyki, w tym gospodarstw tradycyjnych, edukacyjnych, tematycznych Dolnego Śląska wraz z systemem ich komercjalizacji on-line

Potencjał turystyki wiejskiej oraz agro, i ekoturystyki Dolnego Śląska jest wciąż niedostatecznie wykorzystany. Brak jednolitej strategii wyróżnienia na rynku utrudnia promocję oraz implementację oferty turystyki wiejskiej.

Działanie w związku z tym polega na stworzeniu odpowiedniej strategii oraz platformy marketingowej dla sieciowania już istniejących turystycznych gospodarstw wiejskich, agro i ekoturystycznych, a także lokalnych atrakcji. Działanie zakłada m.in. wykorzystanie nowoczesnych narzędzi promocji i sprzedaży on-line dla efektywnej implementacji rynkowej koncepcji.

Dzięki działaniu powstaną markowe, tematyczne produkty skupione wokół gospodarstw turystycznych Dolnego Śląska. Produkty będą rozpoznawalne na rynku krajowym i europejskim.

Działanie umożliwi atrakcyjne pozycjonowanie rynkowe istniejących gospodarstw turystycznych, zwiększy ich konkurencyjność oraz wpłynie na jakość oferty i świadczonych usług.

Działanie jest kompatybilne z projektem systemu wsparcia dla agroturystyki zgłoszonym do Ministerstwa Sportu i Turystyki przez Dolnośląską Organizację Turystyczną.

Działanie 1.1.3

➤ Opracowanie koncepcji oraz wdrożenie produktu sieciowego „Era miast – dusza miast”

Projekt dający impuls dla turystycznego rozwoju małych i średnich miast regionu poprzez kreowanie tematycznych ofert typu „miasta sztuki” – „miasta baroku” 7 dni – 7 miast.

Dolny Śląsk to skarbnica miast z duszą, charakterem oraz klimatem, na który składa się zarówno dziedzictwo historyczne, jak i współczesna oferta kulturalna, handlowa czy gastronomiczna.

Inne możliwe tematy „wiązań miast” w kompozycję ofert turystycznych:

- Era miast - „dusza miast – sztuka miast” (np. Legnica, Świdnica, Zgorzelec, Bolesławiec, Lwówek Śląski, Gryfów Śląski, Jelenia Góra, Duszniki Zdrój)
- Era miast - „miasta muzyki – miasta festiwali” 5 dni – 5 miast i 7 wydarzeń („2009 - Rok Chopinowski” – np. Duszniki Zdrój, Polanica Zdrój, Świdnica, Jelenia Góra, Wałbrzych)
- Era miast - „Uzdrowiska Dolnego Śląska – miasta zdrowia i kultury” 7 dni – 7 miast (Duszniki Zdrój, Polanica Zdrój, Lądek Zdrój, Szczawno Zdrój, Kudowa Zdrój, Świeradów Zdrój, Jedlina Zdrój)

- Era miast - „miasta twierdze – miasta kopalnie” (np. Kłodzko, Złotoryja, Złoty Stok, Srebrna Góra (obecnie wieś), Radków, Lubin, Nowa Ruda)
- Era miast - „miasta magiczne – miasta tajemnic” (np. Kowary, Ząbkowice Śląskie, Kudowa Zdrój (Czermna), Bystrzyca Kłodzka, Lądek Zdrój, Trzebnica, Głogów)

Celem projektu jest mobilizacja turystyczna grupy atrakcyjnych, choć stosunkowo rzadko odwiedzanych miast i miasteczek Dolnego Śląska. Niestety nie wszystkie te miejscowości są położone na promowanych przez region szlakach tematycznych, stąd istnieje zagrożenie ich marginalizacji. Projekt przyczyni się do wdrożenia skutecznych i jakościowych narzędzi marketingu miast (e-marketingu, promocji krzyżowej), w tym wydawnictw w postaci drukowanej i elektronicznej, przewodników mp3 i GPS, serii pamiątek czy kolekcjonerskich plaketek z wybitym herbem oraz puncami wybranych cechów miejskich.

Działanie 1.1.4

➤ Rozwój produktów regionalnych i ponadregionalnych szlaków tematycznych wraz z programem ich promocji

Rozwój szlaków tematycznych Dolnego Śląska zakłada implementację założeń koncepcji rozwoju produktów markowych, mających charakter regionalny lub ponadregionalny.

Działanie zakłada kompleksowe wdrożenie założeń koncepcji, w tym w obszarze niezbędnej infrastruktury, renowacji oraz udostępnienia kluczowej dla atrakcyjności szlaków substancji zabytkowej oraz działań w obszarze marketingu produktów. Działanie zakłada oparcie wdrożenia na sieciowej współpracy partnerów, w tym gestorów bazy turystycznej, atrakcji oraz organizatorów turystyki na szlakach. Informacja i promocja produktów zostanie także wpisana w założenia rozwoju e-turystyki regionu Dolnego Śląska, zwiększając m.in. możliwości sprzedaży produktu w systemie on-line oraz dotarcia do klientów.

Jednym z głównych założeń implementacji będzie adekwatna do rangi markowych szlaków kulturowych Dolnego Śląska jakość marketingu, w tym ofert tematycznych na szlakach (dostosowanych do potrzeb różnych grup turystów), publikacji i wydawnictw drukowanych oraz elektronicznych (atrakcyjna strona graficzna i werbalna – wciągająca narracja), stoisk targowych czy prezentacji i marketingu bezpośredniego .

Działanie dotyczy w dużym stopniu szlaków tematycznych o znaczeniu regionalnym: Szlaku Zamków Piastowskich, Szlaku Historii i Tradycji Wrocławia, Szlaku Obiektów Dziedzictwa Techniki Przemysłowej, Szlaku Cysterskiego, Szlaku Dolnośląskich Zamków i Pałaców, Głównego Szlaku Sudeckiego im. Mieczysława Orłowicza, Szlaku Doliny Pałaców i Ogrodów Kotliny Jeleniogórskiej, Szlaku Marianny Orańskiej, Szlaku Sanktuariów i Ośrodków Pielgrzymkowych.

Działanie 1.1.5

➤ Opracowanie katalogu szlaków regionalnych / centralnej kartoteki – w tym rozwiązań w obszarze implementacji, organizacji, marketingu, wizualizacji

Opracowanie narzędzi udostępniania dobrych praktyk oraz wzorców marketingowych, w tym baza danych dostępna on line oraz wydawnictwo cykliczne dotyczące stanu zaawansowania oraz analizy case study dotyczące szlaków tematycznych regionu. Do „kartoteki” szlaków Dolnego Śląska zostaną dołączone Księgi Marek oraz banki wizerunku (tzw. stock-i zdjęć atrakcji i oferty na szlakach).

CO 1.2 Budowa jakościowej oferty produktów turystycznych subregionów Dolnego Śląska

Działanie 1.2.1

➔ Opracowanie koncepcji produktów w poszczególnych subregionach (idea rynkowa, zasoby, marketing, wdrażanie, zarządzanie) wraz z dokumentacją

Działanie ma na celu opracowanie idei oraz koncepcji produktów turystycznych, na podstawie założeń Koncepcji Subregionalnych Produktów Turystycznych opracowywanych przez subregiony oraz przeprowadzonych analizy opcji, wraz z niezbędną do ich wdrażania dokumentacją (m.in. inwentaryzacją, koncepcją marki, produktu mix, komunikacji marketingowej). W odróżnieniu od produktów wiodących regionu (regionalne szlaki tematyczne czy „Uzdrowiska Dolnośląskie”), koncepcje opracowywane w ramach subregionów będą bardziej koncentrowały się na produktach niszowych, wykorzystaniu okazji, w tym nowych oraz modyfikowanych potrzebach i preferencjach rynku, związanych m.in. z trendami w stylach życia czy demografii.

Prace nad koncepcjami powinny być realizowane przy udziale zespołów projektowych utworzonych przez przedstawicieli samorządów poszczególnych subregionów, branży turystycznej, kluczowych organizacji i instytucji typu NGO-s czy PPP. Zakłada się wsparcie prac nad koncepcjami produktów w subregionach przez profesjonalne firmy marketingu turystycznego i terytorialnego oraz konsultacje m.in. z Dolnośląską Organizacją Turystyczną czy Urzędem Marszałkowskim Województwa Dolnośląskiego.

Działanie obejmie także procesy doskonalenia oraz modernizacji już istniejących, wdrożonych produktów lub wcześniej wypracowanych koncepcji m.in. w trakcie programów Leader+ czy „Turystyka Wspólna Sprawa” współfinansowanych ze środków unijnych w okresie 2005-2007.

Główną intencją działania jest profesjonalizacja produktów rozwijanych na obszarze subregionów turystycznych Województwa Dolnośląskiego oraz zapewnienie odpowiednich podstaw do ich skutecznej implementacji i zarządzania na rynku. Obejmuje w związku z powyższym również wprowadzenie przez Samorząd Województwa do procedur RPO wskaźników dla priorytetowego traktowania projektów zgłaszanych przez jednostki samorządu terytorialnego w ramach Koncepcji Subregionalnych Produktów Turystycznych. Działania w subregionach województwa powinny istotnie wzmocnić i rozszerzyć ofertę turystyczną Dolnego Śląska oraz zapewnić większą elastyczność produktu mix w relacji do potrzeb i trendów rynkowych.

Działanie 1.2.2

➔ Budowanie platform organizacji, wdrażania i marketingu produktów w subregionach, w tym w formule PPP

Istotnym elementem działań w subregionach turystycznych Dolnego Śląska powinno być stworzenie skutecznych platform organizacji, wdrażania i marketingu produktów, które przyjmować winny formułę PPP. Odpowiedni model tego typu platformy działań powinien uwzględniać specyfikę poszczególnych subregionów oraz kluczowych partnerów wdrożenia. Proces działania powinien uwzględniać zarówno koncepcje produktów w subregionach, jak i subregionalne plany rozwoju turystyki.

W ramach działania zakłada się wsparcie merytoryczne, wiedzowe oraz profesjonalne doradztwo w zakresie wyboru oraz implementację optymalnego dla subregionu modelu organizacji wdrożenia i późniejszego zarządzania ofertą produktów.

Działanie 1.2.3

➤ Implementacja i rozwój koncepcji produktowych w subregionach według opracowanych programów i studiów wykonalności, przy strategicznym wsparciu finansowym ze strony Samorządu Województwa

Kompleksowe działanie zakładające proces implementacji koncepcji produktowych w zależności od potrzeb i uwarunkowań subregionów i projektowanej oferty może obejmować zarówno działania dotyczące infrastruktury (rozwoju, modernizacji, rewaloryzacji), atrakcji (renowacji, budowy, podnoszenia jakości) czy marketingu produktów (działania promocyjne, systemy sprzedaży, dystrybucja ofert). Istotnym elementem implementacji będą także procesy szkoleń (menedżerów, kadry bezpośredniej obsługi) oraz edukacji społecznej na obszarach wdrażania produktów. Projekty wynikające z Koncepcji Subregionalnych Produktów Turystycznych winny być traktowane priorytetowo w kontekście przyznawania środków finansowanych z RPO z uwagi na fakt, iż są to projekty o znaczeniu strategicznym dla rozwoju turystyki w województwie.

Działanie zakłada szerokie wsparcie samorządów, które zgłosiły akces do udziału oraz wykorzystywanie doświadczeń - dobrych praktyk międzynarodowych oraz krajowych poprzez m.in. projekty komplementarne w obszarze priorytetu 4 „Kapitał ludzki”.

CO 1.3. Budowanie atrakcyjnego katalogu ofert wokół produktów wiodących regionu

Działanie 1.3.1

➤ Zbudowanie wzorcowego katalogu ofert w układzie subregionów, wiodących form turystyki, produktów punktowych i liniowych, pór roku, przy strategicznym wsparciu finansowym ze strony Samorządu Województwa

Działanie zapewni wysoką jakość generowanych ofert na obszarze Dolnego Śląska oraz pozwoli na spójny przekaz w procesach w komunikacji marketingowej w relacjach b2b, w tym na etapie sprzedaży oraz dystrybucji oferty. Kanony jakości marketingu ofert produktów, w tym określone w zestawieniu do potrzeb rynkowych, strategii pozycjonowania, powinny powstawać przy udziale wiodących podmiotów oraz instytucji realizujących cele programu rozwoju turystyki w regionie. Praca nad wzorcowym katalogiem ofert to także potrzeba zaangażowania profesjonalnych podmiotów w zakresie marketingu terytorialnego oraz docelowych rynków konsumenckich (turystycznych). Katalog powinien obejmować zarówno prezentacje ofert w układzie subregionów, wiodących form turystyki regionu, jak i podziału według strategicznych typów produktów Dolnego Śląska m.in. kulturowych szlaków tematycznych czy punktowych produktów flagowych.

Dla powodzenia tego działania niezbędne będzie współdziałanie operatorów produktów, usługodawców, kreatorów oraz integratorów oferty subregionalnej i regionalnej z liderami procesów zintegrowanej komunikacji marketingu turystycznego regionu (Dolnośląska Organizacja Turystyczna, Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego – docelowo Dolnośląskie Centrum Promocji oraz Informacji Turystycznej Regionu).

Działanie 1.3.2

➤ Zbudowanie katalogu ofert specjalnych, w tym na istotne wydarzenia w okresie 2009-2012, w korelacji z kotwicami medialnymi określonymi w Marketingowej Strategii Polski

Oferta turystyczna Dolnego Śląska powinna uwzględniać kalendarz kluczowych dla regionu oraz Polski wydarzeń, w tym w obszarze sportu i kultury – przykładowo:

- 2009 - Eurobasket w Polsce, w tym mecze polskiej reprezentacji we Wrocławiu, w Hali Ludowej, co stwarza znakomitą okazję do promocji turystycznej regionu,
- 2009 - mistrzostwa Europy w siatkówce kobiet (Wrocław – Hala Ludowa), bez wątpienia święto piłki siatkowej dla całego regionu oraz kraju,
- 2009 – 5-lecie przystąpienie do Unii Europejskiej,
- 2010 - Rok Chopinowski w działaniach promocyjnych Polski (POT) i kreowania ofert,
- 2012 - Piłkarskie Euro; głównie Wrocław – mecze grupowe w nowym obiekcie, choć baza treningowa, sparingowa oraz noclegowa obejmie znacznie szerszy teren.

Katalog ofert specjalnych nie powinien zamykać się tylko na wymienionych powyżej wydarzeniach. Podana lista to imprezy czy projekty już obecnie dobrze w mediach nagłośnione, w tym poza krajem. Część z nich to tzw. kotwice medialne opisane w Marketingowej Strategii Polski na lata 2008-2015, które stanowią swoistego rodzaju furtkę do podejmowania wspólnych z Polską Organizacją Turystyczną, szeroko zakrojonych działań marketingowych. Katalog ofert specjalnych powinien jednak stanowić narzędzie „otwarte”, oparte na dynamicznych mechanizmach komunikacji zarówno cyfrowych (turystyka), jak i bezpośrednich – osobistych. Działanie będzie impulsem do kształtowania dobrych praktyk w zakresie wymiany doświadczeń liderów branżowych oraz sieciowej współpracy przy budowaniu i kreacji konkurencyjnych rynkowo ofert regionu.

Działanie 1.3.3

- **Wdrożenie programu aktywizacji kreacji ofert na styku instytucje kultury – NGO – branża turystyczna – operatorzy (m.in. regionalne konkursy dotyczące rynku ofert turystyki przyjazdowej, w tym „innovacja”, „jakość”, „lojalność” „lider – operator”)**

Działanie którego celem jest pobudzenie do kreowania atrakcyjnych ofert turystyki przyjazdowej, w tym z wykorzystaniem potencjału różnych partnerów i ze zwróceniem szczególnej uwagi na jakość oraz innowacyjność rozwiązań. Głównymi narzędziami w ramach działania będą regionalne konkursy, certyfikowane przez Dolnośląską Organizację Turystyczną i Polską Organizację Turystyczną (docelowo wskazane także starania o certyfikaty europejskich i światowych organizacji np. Światowej Organizacji Turystyki - UN WTO czy UNESCO). Wyróżnione oferty otrzymają środki finansowe na prowadzenie działań marketingowych oraz bezpośrednie wsparcie promocyjne. Dodatkowo otrzymają przywilej posługiwania się certyfikatem regionalnym jakości usług oraz szansę na certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej.

Działanie 1.3.4

- **Stworzenie skutecznej platformy implementacji, aktualizacji oraz weryfikacji rynkowej nowych ofert**

Platforma powinna być powiązana z systemem e-turystyki Dolnego Śląska. Jej budowa powinna zostać ściśle skoordynowana z potrzebami biur turystyki przyjazdowej, lokalnymi i regionalnymi organizatorami turystyki, firmami obsługującymi i zarządzającymi sieciowymi produktami regionu, ośrodkami i hotelami oferującymi pakiety przyjazdowe

czy Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi, w tym jednostkami wdrażającymi Koncepcje Subregionalnych Produktów Turystycznych.

Platforma, oprócz portalu sprzedaży bezpośredniej typu e-commerce, może także zawierać system aukcyjny ofert, w tym mający swoje „lustrzane” oferty na aukcjach allegro.pl, czy ebay.pl (reprezentowany przez wybrany – certyfikowany podmiot, gwarantujący jakość i rzetelność podawanych w ofercie informacji). Sprzedawca certyfikowany, posiadający znaczącą liczbę pozytywnych rekomendacji, jest zdecydowanie bardziej zaufanym i wiarygodnym partnerem niż dopiero startująca na rynku, nikomu nieznana firma czy operator turystyczny.

Przed wystawieniem ofert w systemie aukcyjnym, każda oferta będzie wcześniej sprawdzona według określonych procedur jakościowych.

W zakresie systemu budowania platformy będą także uwzględnione narzędzia ułatwiające komercjalizację na wybranych rynkach zagranicznych, w tym możliwość prezentowania oferty na targach i giełdach turystycznych czy wsparcie przy organizacji wizyt studyjnych dziennikarzy oraz zagranicznych touroperatorów. System powinien także uwzględniać weryfikację ofert na podstawie analizy eksperckiej oraz jakościowych badań marketingowych (współfinansowanych w tym przypadku przez operatorów produktów).

CO 1.4. Podnoszenie jakości organizacji, zarządzania i marketingu wokół flagowych atrakcji i produktów

Działanie 1.4.1

➤ Program rozwoju oferty turystycznej i kulturalnej wokół wiodących produktów punktowych oraz liniowych

Wiodące produkty regionalne, w tym mające zdolność generowania ruchu przyjazdowego w skali ponad 100 tysięcy turystów i odwiedzających, są najczęściej jednym z kół napędowych powodzenia rynkowego oferty Dolnego Śląska. Flagowe produkty stanowią zarówno istotny czynnik konkurencyjności turystycznej regionu, jak i wpływają na atrakcyjność Polski w oczach turystów zagranicznych. Ruch turystyczny generowany przez najpopularniejsze produkty stymuluje powstawanie bazy turystycznej, rozwój oferty komplementarnej i uzupełniającej. Znacznie łatwiej zachęcić turystów do przyjazdu np. weekendowego do określonego miejsca (miasta czy wsi), jeśli w pobliżu znajduje się znana w Polsce atrakcja np. Panorama Raclawicka oraz Rynek we Wrocławiu, Świątynia Wang koło Karpacza w Karkonoszach, Twierdza Kłodzka, czy zamki np. Książ w Wałbrzychu czy w Bolkowie.

Odpowiednie zdyskontowanie „magnetycznej siły” tego typu atrakcji i produktów pozwala na rozwój wielu produktom niszowym, np. ofercie wypoczynkowej górskiej, kulturalnej miejskiej, czy agroturystycznej. Niniejsze działanie ma na celu dobudowywanie i rozwijanie oferty wokół produktów flagowych dla zwiększania i utrzymania ich atrakcyjności, a tym samym wpływające na wydłużanie ich rynkowego cyklu życia. Żaden produkt na rynku nie może „czuć się w pełni bezpieczny”, spadki popularności mogą przyjść w bardzo niespodziewanych momentach, stąd aktywna polityka zarządzania produktem czy atrakcją będzie stanowiła swoistą polisę ubezpieczeniową na wypadek tego typu zjawisk. Wśród działań wokół produktów punktowych i liniowych wyróżnić można:

- rozszerzanie podstawowej oferty atrakcji (np. zwiedzanie zamku, kopalni, twierdzy) ofertą kulturalną np. koncerty, wystawy, warsztaty artystyczne,
- komponowanie i kreacja ofert angażujących odbiorcę, np. scenariuszowa gra przygodowa lub program edukacyjno-wiedzowy (zamki, twierdze, kopalnie),

- rozszerzenie docelowych segmentów rynku, np. dla uzdrowisk – komponowanie specjalnych ofert dla grupy turystów biznesowych (SPA, incentive),
- tworzenie tematycznych ofert wokół głównej atrakcji, tzw. wiązki produktów, np. Złoty Stok – podróż „kraią podziemnego świata” – miejscami wydobywania szlachetnych kruszców i kamieni, m.in. złota, srebra, agatu.

Działanie powinno być wdrażane poprzez zintegrowany regionalnie program lub kilka programów na poziomie subregionalnym, a także z uwzględnieniem możliwości wykorzystania platformy e-turystyki.

Działanie 1.4.2

➤ Rozwój dedykowanej infrastruktury produktów wpływającej na wzrost oceny oferty w relacji cena-jakość

Działanie, które ma na celu rozwijanie oraz modernizowanie już funkcjonujących produktów turystycznych regionu, w kierunku ich doskonalenia oraz poprawy konkurencyjności rynkowej. Rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych wymaga często stworzenia odpowiedniej infrastruktury, w tym udogodnień dla turystów czy bazy infrastrukturalnej przyczyniającej się bezpośrednio do poprawy jakości oferty. Istotnym kryterium przy projektowaniu działania będzie ocena wpływu planowanych modernizacji produktu na współczynnik ceny do oferowanej jakości.

W ramach tego działania priorytetowo będą traktowane produkty o potwierdzonej pozycji na rynku (mierzonej m.in. liczbą turystów i nabywców usług), które wciąż wykazują potencjał wzrostowy lub w wyniku zużycia bazy infrastrukturalnej ich konkurencyjność rynkowa jest mocno zagrożona.

Działanie 1.4.3

➤ Wdrożenie systemu kilkustopniowej certyfikacji menadżera marki dla wiodących produktów oraz atrakcji Dolnego Śląska

Działanie mające na celu podnoszenie jakości oraz konkurencyjności wiodących produktów i atrakcji turystycznych poprzez szkolenie i doskonalenie tzw. menedżerów marki. Marketing produktów i atrakcji, w tym kluczowych dla obecnej i przyszłej atrakcyjności oferty Dolnego Śląska, wymaga kompetentnych i doświadczonych liderów, stale podnoszących swoje kwalifikacje – zdobywających najnowszą wiedzę nt. rynku, trendów czy metod zarządzania. System kilkustopniowego certyfikowania kadry menedżerów, wzorowany na sprawdzonych irlandzkich doświadczeniach, wsparty programem szkoleń, warsztatów i praktyk, będzie ważnym instrumentem budowania zintegrowanego systemu podnoszenia jakości turystycznej Dolnego Śląska.

Działanie 1.4.4

➤ Wdrożenie systemu certyfikacji regionalnych produktów i ofert turystycznych Dolnego Śląska oraz powiązanych z nimi usług (w tym monitoring jakości kluczowej grupy produktów i atrakcji, np. „mystery client” oraz system „opinii zwrotnych” (tzw. feedbacks))

Opracowanie oraz wdrożenie systemu certyfikacji produktów, oferty, atrakcji turystycznych Dolnego Śląska to element działań mający na celu stałe podnoszenie jakości oraz doskonalenie oferty turystycznej regionu. Wdrażanie tego działania na poziomie regionalnym oraz subregionalnym pozwoli na dopasowanie standardów i wymagań w zakresie nadawania certyfikatów do specyfiki oferty Dolnego Śląska i potrzeb jej odbiorców.

W ramach działania powstaną specjalne przewodniki określające pożądane wzorce, opisujące dobre praktyki oraz możliwości ich implementacji w regionie wraz z przedstawieniem zbioru przykładów na konkretnych produktach i usługach Dolnego Śląska. Kolejny etap to komunikacja wewnętrzna, m.in. cykl konferencji, szkoleń, warsztatów oraz uruchomienie specjalnej podstrony internetowej (zapytaj eksperta, doskonal swój produkt, zdobądź certyfikat!, zgłoś swój akces) promującej ideę certyfikacji regionalnej. W działania oprócz Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej i Urzędu Marszałkowskiego, będą zaangażowane uczelnie wyższe regionu oraz wybrane partnerskie ośrodki badawczo-jakościowe z Polski i z zagranicy.

Działanie będzie uwzględniało także aspekt monitoringu ofert zgłoszonych do nadania certyfikatu oraz cyklicznej weryfikacji produktów już wyróżnionych.

Działanie 1.4.5

➔ Wdrożenie systemu certyfikatów marki turystycznej dla podmiotów rynku turystycznego jako składowej Systemu Marki Regionu (wraz z wypracowaniem jednolitego systemu identyfikacji wizualnej)

Opracowanie i wdrożenie systemu certyfikatów marki turystycznej dla podmiotów rynku turystycznego to kolejny element działań mający na celu podnoszenie jakości oraz budowania poczucia lojalności wobec dolnośląskich marek. System będzie nagradzał podmioty branży turystycznej, które sprzedają na rynku ofertę wysokiej jakości, dopasowaną do potrzeb turystów i jednocześnie cieszącą się dużą popularnością. W ramach działania, oprócz zasad nadawania certyfikatów, powstanie jednolity system identyfikacji wizualnej, która będzie stosowana przez nagrodzone podmioty. Podobnie, jak w przypadku certyfikacji produktów, działanie musi zostać wzbogacone o działania promocyjno-informacyjne, które będą miały na celu rozpropagowanie idei systemu certyfikowania marek, zarówno wśród podmiotów turystycznych, jak i samych turystów.

Działanie jest kompatybilne z projektem koncepcji i pilotażowego wdrożenia systemu certyfikacji marki turystycznej złożonym przez Dolnośląską Organizację Turystyczną do Ministerstwa Sportu i Turystyki.

PRIORYTET 2. WSPARCIE MARKETINGOWE

Podstawowe problemy:

- 1) zaburzenia przekazu marketingowego,
- 2) słabo rozwinięta komunikacja z odbiorcami oferty turystycznej,
- 3) słabo rozpoznawalny konkurencyjnie wizerunek Województwa Dolnośląskiego komponujący się z wizerunkiem Polski,
- 4) brak sprawnego regionalnego i lokalnego systemu informacji turystycznej, w tym systemu e-turystyki.

Kluczowe założenia

- 1) kontynuacja kierunków działań promocyjnych podejmowanych w ostatnich latach,
- 2) promowanie produktów subregionalnych,
- 3) oparcie działań marketingowych na rzetelnych i cyklicznych badaniach rynku,

- 4) położenie nacisku na zintegrowany system informacji turystycznej.

Cel główny

Stworzenie nowoczesnego i efektywnego systemu marketingu produktów, atrakcji, usług oraz wizerunku regionu i subregionów.

Cele operacyjne

Cel 2.1

Wdrożenie kompleksowego systemu badań marketingowych oraz monitoringu ruchu w regionie

Cel 2.2

Budowa systemu e-turystyki Dolnego Śląska

Cel 2.3

Prowadzenie kampanii promujących ofertę turystyczną regionu

Cel 2.4

Wspieranie niekonwencjonalnych sposobów działań w obszarze marketingu terytorialnego

Działania wg celów operacyjnych

Cel 2.1

Wdrożenie kompleksowego systemu badań marketingowych oraz monitoringu ruchu w regionie

- 2.1.1 Opracowanie koncepcji kompleksowego programu badań konsumenckich oraz badań monitoringu ruchu turystycznego w regionie
- 2.1.2 Przeprowadzenie pilotażowych badań (ilościowych i jakościowych) w regionie obejmujących założenia koncepcji
- 2.1.3 Wdrożenie systemu stałego monitorowania ruchu turystycznego w regionie, finansowanego przez Samorząd Województwa
- 2.1.4 Opracowanie i wdrożenie sieciowego systemu badań w subregionach oraz w kluczowych centrach turystycznych (oferta, badanie satysfakcji)

Cel 2.2

Budowa systemu e-turystyki Dolnego Śląska

- 2.2.1 Opracowanie koncepcji systemów informacji analogowej i cyfrowej z uwzględnieniem uwarunkowań lokalnych oraz subregionalnych
- 2.2.2 Opracowanie i wdrożenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej dedykowanego na potrzeby Dolnego Śląska, współpracującego z systemem krajowym POT, w tym utworzenie Dolnośląskiego Centrum Informacji Turystycznej i Promocji we Wrocławiu
- 2.2.3 Integracja i implementacja systemów na poziomie lokalnym, regionalnym oraz w subregionach
- 2.2.4 Wdrożenie narzędzi wsparcia, takich jak 24 h hot-line turystyczny, WLAN turystyczny, Turystyczne Call Center, darmowe mapy GPS (samochodowe, rowerowe)

Cel 2.3

Prowadzenie kampanii promujących ofertę turystyczną regionu

- 2.3.1. Opracowanie strategii promocji regionu oraz koncepcji identyfikacji Dolnego Śląska (wizualnych i werbalnych) z uwzględnieniem kluczowej roli promocji wizerunku turystycznego (w tym określenie USP turystycznego regionu)
- 2.3.2. Prowadzenie kampanii promujących ofertę markowych produktów Dolnego Śląska, stanowiącą kontynuację kampanii z okresie 2006-2008
- 2.3.3. Prowadzenie specjalnych kampanii skupionych na określonych obszarach oraz produktach, w tym obejmujących działania transgraniczne oraz włączanie się (w tym finansowe) w zintegrowane działania promocyjne na poziomie krajowym i międzyregionalnym
- 2.3.4. Promocja subregionalnych produktów turystycznych przy wsparciu finansowym Samorządu Województwa

Cel 2.4

Wspieranie niekonwencjonalnych pomysłów i koncepcji działań w obszarze marketingu

- 2.4.1. Wspieranie oddolnych inicjatyw marketingowych o wysokiej jakości oraz istotnej wartości dla wizerunku turystycznego i kulturowego regionu
- 2.4.2. Wspieranie nowatorskich projektów i koncepcji marketingowych wpływających na reputację marki regionu oraz jakość i efektywność promocji turystycznej
- 2.4.3. Wspieranie działań o charakterze „krzyżowym”, w tym m.in. promujących produkty, rozwiązania sieciowe lub rozproszoną ofertę tematyczną

CO 2.1. Wdrożenie kompleksowego systemu badań marketingowych oraz monitoringu ruchu w regionie

Działanie 2.1.1

- ➔ **Opracowanie koncepcji kompleksowego programu badań konsumenckich oraz badań monitoringu ruchu turystycznego w regionie**

W ramach działania powstanie regionalna koncepcja kompleksowych badań oraz monitoringu ruchu turystycznego, pozwalająca na uruchomienie programu stałych badań marketingowych w regionie Dolnego Śląska, w tym dotyczących ruchu turystycznego.

W ramach koncepcji zostanie zdefiniowany zakres badań, metodologie, narzędzia, system gromadzenia danych, ich udostępniania (publikacji oraz prezentacji w postaci cyfrowej – płyta CD, via Internet) oraz formy raportowania. Koncepcja wykorzysta zarówno dotychczasowe doświadczenia Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej i Urzędu Marszałkowskiego Województwa Dolnośląskiego w tym obszarze, jak i potrzeby porównawcze w skali ogólnopolskiej – rekomendacje Polskiej Organizacji Turystycznej i wytyczne Głównego Urzędu Statystycznego. Ponadto zostanie przeprowadzona analiza potrzeb w zakresie danych i analiz w obszarze badań turystycznych, w tym wśród branży turystycznej, departamentów oraz jednostek podległych Samorządowi Województwa czy regionalnych instytucji finansowych (wspierających rozwój turystyki oraz inwestycji okołoturystycznych).

Wśród problemów badawczych, które ujmie koncepcja znajdują się m.in.:

- monitoring ruchu turystycznego – w ujęciu rocznym oraz kwartalnym i miesięcznym, w tym miejsca koncentracji ruchu, miejsca pochodzenia turystów (skąd turysta przyjeżdża?), forma podróżowania, długość pobytu, średnie wydatki, podstawowe preferencje (noclegi, wyżywienie, atrakcje),
- wizerunek turystyczny regionu oraz głównych produktów, atrakcji, obszarów turystycznych – w tym także w porównaniu do innych regionów, skłonność do polecenia, co zapamiętano?, główne – rekomendowane badanie na próbie ogólnopolskiej (np. metodą CATI lub CAPI), w przypadku rynków zagranicznych – badanie we współpracy z Polską Organizacją Turystyczną, Polskimi Ośrodkami Informacji Turystycznej oraz Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych,
- ocena satysfakcji – marketingu oraz informacji (źródła informacji o regionie i produktach, jakość folderów, informacji via Internet), a także usług i produktów turystycznych,
- ocena jakości – system opinii zwrotnych oraz tzw. mystery shopping (na losowej grupie usług i produktów).

Część badań będzie przeprowadzona w formie badań jakościowych, w tym dokonana zostanie ocena satysfakcji oraz wybranych narzędzi promocji czy marketingu. Monitoring ruchu oprócz badań bezpośrednich osobistych w wybranych punktach regionu powinien być wspomagany przez specjalne narzędzia typu barometr ruchu turystycznego (stały pomiar ruchu w wybranych kilkudziesięciu „gorących punktach” – atrakcjach turystycznych, w tym muzeach, wyciągach górskich, innych atrakcjach biletowanych).

Działanie 2.1.2

➤ Przeprowadzenie badań pilotażowych (ilościowych i jakościowych) w regionie wraz z analizą – raportem otwarcia dotyczącym wizerunku regionu oraz produktów, ruchu turystycznego, barometru satysfakcji, konkurencyjności oferty (relacja jakość do ceny)

Działanie dotyczy pilotażowej realizacji procesu badań marketingowych (w tym ruchu turystycznego), który posłuży do weryfikacji założeń koncepcji oraz wypracowania ostatecznego, optymalnego do potrzeb analitycznych oraz możliwości finansowych Samorządu Województwa, kompleksowego programu stałych badań turystycznych Dolnego Śląska. Istotnym elementem weryfikacji modelu będą formy i narzędzia dedykowane do gromadzenia i przetwarzania danych oraz informacji, a także formy raportowania i udostępniania danych do różnych instytucji oraz podmiotów z branży turystycznej. W zależności od rodzaju grup podmiotów, należy opracować inny schemat raportu oraz formę prezentacji elektronicznej. Część danych powinna być także dostępna na ogólnodostępnym portalu regionu, a także wybranym

portalu ogólnopolskim, z porównawczymi zestawieniami z badań innych regionów (prowadzonym np. przez Polską Organizację Turystyczną czy PART).

Należy wziąć pod uwagę także inne badania, które będą realizowane w regionie, a także możliwość kooperacji, w tym montażu finansowego poprzez formułę PPP, np. we współpracy z bankami, ubezpieczycielami, kasami pożyczkowymi, czy funduszami emerytalnymi (podobna formuła kooperacji działa z powodzeniem w niektórych landach niemieckich).

Działanie 2.1.3

➔ Wdrożenie systemu stałego monitorowania ruchu turystycznego w regionie, finansowanego przez Samorząd Województwa

Działanie zakłada wdrożenie metodologii stałego monitoringu ruchu turystycznego, która pozwoli na ocenę wpływu zarówno zjawisk bieżących (np. nagłych sytuacji kryzysowych, anomalii pogodowych, czy skuteczności prowadzonych działań marketingowych – efektu bezpośredniego kampanii promocyjnych), jak i nakreśli mapę przepływu ruchu turystycznego w regionie. W tym aspekcie powinno dojść do trwałej współpracy z innymi regionami Polski Południowej (w tym opolskie, śląskie i małopolskie) oraz regionami „ściany zachodniej” (lubuskie, zachodniopomorskie i wielkopolskie). Monitoring ruchu oprócz systemu pomiaru w „gorących punktach” oraz bezpośrednich badań osobistych, powinien zakładać także otwarcie na inne, nowe metody pomiaru i oceny, w tym np. wspomagane komputerowo skanowanie rejestracji pojazdów na trasach wlotowych i wylotowych z regionu czy analizy prowadzone w porozumieniu z operatorami telefonii komórkowej (bez ujawniania szczegółowej identyfikacji klientów sieci).

Tego typu działania powinny być wdrażane przy udziale Samorządu Województwa, Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej oraz wybranych partnerów merytorycznych – uczelni wyższych z regionu lub Polski, ekspertów ds. badań z rynków zagranicznych, wyspecjalizowanych agencji badawczych.

Informacja nt. zjawisk w ruchu turystycznym może być także niezwykle użyteczna dla wielu innych instytucji i podmiotów, a także departamentów i jednostek Samorządu Województwa, w tym np. przewoźników lotniczych, zarządców autostrad, Generalnej Dyrekcji Dróg Krajowych i Autostrad, Ministerstwa Transportu, itp.

Działanie 2.1.4

➔ Opracowanie i wdrożenie sieciowego systemu badań w subregionach oraz kluczowych centrach turystycznych (oferta, badanie satysfakcji)

Działanie dotyczy wsparcia procesów badań w subregionach, wspierających program badań regionalnych, w tym pozwalających na szczegółowe poznanie profilu klientów odwiedzających poszczególne subregiony oraz ich flagowe atrakcje. Ważnym aspektem badań w subregionach będzie także aspekt satysfakcji, wizerunku oraz jakości. Badania powinny dać m.in. odpowiedź, na ile sensowne jest budowanie wizerunku w oparciu o walory i charakter subregionów, a na ile w oparciu np. o wiodące produkty czy formy turystyki. Wiele atrakcji i produktów regionu posiada zdecydowanie lepszy wizerunek tzw. indukowany (stworzony na podstawie osobistych doświadczeń) niż subiektywny – powstały tylko na podstawie wyobrażeń oraz informacji ze źródeł wtórnych.

CO 2.2. Budowa systemu e-turystyki Dolnego Śląska**Działanie 2.2.1****➤ Opracowanie koncepcji systemów informacji analogowej i cyfrowej z uwzględnieniem uwarunkowań lokalnych oraz subregionalnych**

Działanie będzie stanowiło jeden z kroków stworzenia profesjonalnego systemu e-turystyki na Dolnym Śląsku, obejmującego m.in. profesjonalizację lokalnych systemów informacji oraz możliwość ich integracji na poziomie subregionów oraz regionu. W ramach działania będą wspierane procesy modernizacji lub kompletnej realizacji od podstaw, cyfrowych i analogowych systemów informacji na poziomie miast, gmin oraz subregionów turystycznych. Niektóre z tych rozwiązań będą uwzględniały specyficzne potrzeby poszczególnych produktów punktowych, strefowych czy liniowych. Dlatego zakłada się możliwość opracowywania nawet indywidualnych rozwiązań, choć uwzględniających potrzebę sieciowania, zbierania określonych informacji w formule systemu regionalnego oraz systemu krajowego POT. Tego typu procesy zostaną docelowo zautomatyzowane, czyli nie będzie zachodziła potrzeba ponownego wpisywania tych samych informacji do różnych systemów (np. oddzielnie do produktowego w subregionach, oddzielnie do regionalnego).

Warunkiem wsparcia realizacji takich rozwiązań będzie m.in. spełnienie założeń bezproblemowej integracji lokalnych systemów oraz subregionalnych z systemem regionalnym, a także zapewnienie kompatybilności systemu e-turystyki z projektem E-Wrota Dolnego Śląska wdrażanym przez Samorząd Województwa. Tego typu rozwiązanie udoskonali zbieranie informacji, ich aktualizację oraz ułatwi pracę punktom IT, w tym obsługę specyficznych grup turystów. Ważnym aspektem działania będzie także ułatwienie dostępu do profesjonalnych zbiorów, w tym baz danych z badań marketingowych, wizualizacji (banków zdjęć), czy wzorów treści – komunikatów werbalnych dotyczących markowych produktów i form turystyki regionu (elementy Księgi Marki).

Działanie 2.2.2**➤ Opracowanie i wdrożenie zintegrowanego systemu informacji turystycznej dedykowanego na potrzeby Dolnego Śląska, współpracującego z systemem krajowym POT, w tym utworzenie Dolnośląskiego Centrum Informacji Turystycznej i Promocji we Wrocławiu**

Działanie polega na opracowaniu i wdrożeniu nowoczesnego regionalnego systemu informacji turystycznej, zakładającego integrację systemów lokalnych oraz współpracę z krajowym systemem Polskiej Organizacji Turystycznej. Jako komplementarny projekt powstanie Dolnośląskie Centrum Informacji Turystycznej i Promocji we Wrocławiu, którego zadaniem będzie obsługa i szkolenia dotyczące sieciowej współpracy systemów oraz wymiana doświadczeń z ośrodkami lokalnymi oraz subregionalnymi. Sercem systemu regionalnego będzie portal turystyczny regionu „z silnikiem e-commerce” pozwalającym na bezpieczną rezerwację, np. noclegów, wypożyczenie środków transportu, zakup biletów na wydarzenia, imprezy czy nabycie pakietów i usług on-line.

Regionalny system informacji będzie stanowił kluczowe narzędzie również dla wspierania marketingowego, w tym dając możliwość korzystania z baz danych oraz zbiorów dotyczących wizualizacji, materiałów promocyjnych w postaci cyfrowej (np. pdf, ppt, avi, cdr, ai, doc), ułatwiających opracowanie profesjonalnych materiałów informacyjnych (także przez prywatnych gestorów bazy turystycznej czy operatorów, biura turystyki przyjazdowej) oraz przeprowadzenie działań i akcji promocyjnych z zachowaniem pożądaných standardów jakości oraz spójności komunikacji marketingowej na poziomie regionu.

System, w powiązaniu z informacjami dostarczanymi z badań marketingowych, utworzy profesjonalne i wielofunkcyjne narzędzie, użyteczne nie tylko dla turystów i operatorów turystycznych, ale także dla pracowników naukowych,

studentów, instytucji badawczych, itp.

Działanie 2.2.3

➤ Integracja i implementacja systemów informacji na poziomie lokalnym, regionalnym oraz w subregionach

Jest to proces integrowania i wdrożenia założeń kompleksowego systemu e-turystyki regionu Dolnego Śląska, który bazuje zarówno na kadrze już pracującej w jednostkach IT regionu oraz dodatkowych kadrach, przeszkolonych od podstaw do obsługi nowych narzędzi i rozwiązań.

Proces implementacji będzie przebiegał równoległe na poziomie lokalnym, regionalnym oraz w subregionach. Istotnym parametrem skuteczności wdrożenia będzie dynamiczna aktualizacja danych, w tym dotyczących bazy noclegowej (dostępność miejsc noclegowych w danej miejscowości, subregionie), atrakcji (godziny otwarcia obiektów, harmonogram imprez), innych ważnych informacji dotyczących np. promocji specjalnych, sprzedaży ofert pakietowych, wypożyczalni rowerów, nart, usług przewozowych.

Działanie 2.2.4

➤ Wdrożenie narzędzi wsparcia, takich jak 24 h hot-line turystyczny, WLAN turystyczny, Turystyczne Call Center, darmowe mapy GPS (samochodowe, rowerowe, wodne – dedykowane określonych produktom)

W ramach działania zostaną stworzone profesjonalne narzędzia wsparcia e-turystyki regionu, istotne m.in. dla jakości obsługi turystów oraz usług działalności turystycznych w regionie. Działanie jest rekomendowane do wdrożenia na poziomie regionalnym (horyzontalnym), w tym z możliwością włączenia się w szerszą inicjatywę ponadregionalną czy międzynarodową (poziom krajowy, euroregionów lub współpraca międzynarodowa w ramach Unii Europejskiej).

Opracowanie listy rekomendowanych do wdrożenia narzędzi będzie stanowiło przedmiot konsultacji regionalnych oraz eksperckich (poziom krajowy i międzynarodowy), a także analizy ofert różnych dostawców oraz wariantów rozwiązań technicznych. Rozwój telefonii komórkowej, w tym 3 i 4 generacji, z ultra szybkim Internetem oraz nawigacją satelitarną GPS, stwarza okazję rynkową dla opracowania i upowszechniania aplikacji dedykowanych na potrzeby promocji atrakcji, usług czy produktów turystycznych regionu. Tego typu rozwiązania, jak mapy GPS wraz z prezentacjami atrakcji, gotowymi scenariuszami podróżowania i zwiedzania, przewodnikiem mp3, stanowią ogromne ułatwienie dla turystów oraz element wzbogacający ofertę miejsca.

Ważnym elementem jakości zintegrowanego systemu informacji turystycznej, będzie uruchomienie tzw. hot-line – 24 godzinnego, komputerowo wspomaganego, telefonicznego centrum informacji turystycznej. Centrum będzie bazowało na regionalnym, zintegrowanym systemie informacji, mając także dostęp do systemów subregionalnych i lokalnych.

CO 2.3. Prowadzenie kampanii promujących ofertę turystyczną regionu

Działanie 2.3.1

- **Opracowanie strategii promocji regionu oraz koncepcji identyfikacji Dolnego Śląska (wizualnych i werbalnych) z uwzględnieniem kluczowej roli promocji wizerunku turystycznego, (w tym określenie USP turystycznego regionu)**

Podstawę działań promocyjnych regionu Dolnego Śląska w okresie 2009-2013 powinna stanowić strategia komunikacji marketingowej województwa, ze specjalnym planem komunikacji w obszarze turystyki oraz koncepcjami kampanii promocyjnych, powstałych w oparciu o subregionalne markowe produkty turystyczne. Na wizerunek turystyczny regionu wpłyną także działania na poziomie krajowym, euroregionalnym, subregionalnym czy produktowym. Strategia komunikacji marketingowej Dolnego Śląska w obszarze turystyki powinna określić możliwe synergie oraz zasady kooperacji na polu działań promocyjnych i wizerunkowych z różnymi grupami partnerów. Wybrane aspekty promocji turystyki regionu powinny być potraktowane bardzo indywidualnie, uwypuklając turystyczne USP Dolnego Śląska oraz potrzebę dyferencjacji flagowych produktów regionu.

Strategia określi także założenia budowania marki regionu, w tym również jej stronę wizualną (logo, system identyfikacji wizualnej), werbalną (księga komunikatów w obszarze turystyki), które złożą się w tzw. księgę marki regionu.

Dokument powinien jasno określić cele wizerunkowe w obszarze turystyki oraz preferowane formy i kanały marketingu na rynkach strategicznych.

Działanie 2.3.2

- **Prowadzenie kampanii promujących ofertę markowych produktów Dolnego Śląska, stanowiących kontynuację kampanii w okresie 2006-2008**

Działania mające na celu budowanie wizerunku określonych linii i grup produktów turystycznych, a także utrzymania lub zwiększenia ruchu turystycznego, w tym przyjazdów turystów zagranicznych. Działanie realizowane przez Samorząd Województwa i Dolnośląską Organizację Turystyczną z uwzględnieniem przede wszystkim potrzeb regionalnych.

Cykliczne kampanie powinny uwzględnić potrzebę promowania nie tylko markowych produktów regionu, ale także wybranych niszowych ofert turystycznych oraz oferty w subregionach. Założeniem kampanii powinno być także promowanie nowych koncepcji wypoczynku, w tym aktywnego, czy łączącego elementy kultury i edukacji. Kampanie powinny koncentrować się na głównych segmentach rynku, określonych na etapie budowania strategii komunikacji oraz analizy profilu turystów na podstawie badań ruchu turystycznego.

Planowane kampanie powinny brać pod uwagę zarówno ważne wydarzenia, jak i plany działań marketingowych Polskiej Organizacji Turystycznej (np. Eurobasket 2009, Rok Chopinowski 2010, Rok Marianny Oriańskiej 2010, czy Euro2012).

Działanie 2.3.3

- **Prowadzenie specjalnych kampanii skupionych na określonych obszarach oraz produktach, w tym obejmujących działania transgraniczne oraz włączanie się (w tym finansowe) w zintegrowane działania promocyjne na poziomie krajowym i międzyregionalnym**

Działanie dotyczy planowania i wspierania cyklicznych kampanii promocyjnych skupionych na określonych obszarach geograficznych regionu oraz produktach turystycznych. Kampanie będą prowadzone przy wsparciu regionu, choć liderem działania mogą być np. Lokalne Organizacje Turystyczne, miasta i gminy działające w porozumieniu (subregion,

produkt sieciowy, szlak tematyczny) czy stowarzyszenia oraz organizacje zrzeszające określone podmioty branży turystycznej np. zdrowotnej (ośrodki SPA, uzdrowiska, pensjonaty z ofertą zdrowotną), agroturystyki i turystyki wiejskiej czy turystyki biznesowej.

Działanie 2.3.4

➤ Promocja subregionalnych produktów turystycznych przy wsparciu finansowym Samorządu Województwa

Działanie wyodrębnione z uwagi na ogromną rolę, jaką w rozwoju turystyki na Dolnym Śląsku będą odgrywać subregiony turystyczne i produkty powstające w ich ramach. Kampanie promocyjne winny dotyczyć nie tylko oferty i atrakcyjności całego regionu, ale także winny być prowadzone w podziale subregionalnym, z położeniem specjalnego nacisku na produkty subregionalne. Promocja subregionalnych produktów powinna odbywać się przy strategicznym wsparciu finansowym Samorządu Województwa, w tym w ramach projektów dofinansowanych w ramach RPO (w tym przypadku projekty te należy traktować priorytetowo).

CO 2.4. Wspieranie niekonwencjonalnych sposobów działań w obszarze marketingu terytorialnego

Działanie 2.4.1

➤ Wspieranie oddolnych inicjatyw marketingowych o wysokiej jakości oraz istotnej wartości dla wizerunku turystycznego i kulturowego regionu

Marketing turystyczny Dolnego Śląska powinien zdobywać swój indywidualny, jakościowy charakter, dając impuls do działań podejmowanych oddolnie, w tym kreowania koncepcji i pomysłów promocyjnych kojarzonych właśnie z tym regionem.

Na autorskie, specyficzne regionalne działania marketingowe, mogą złożyć się przykładowo projekty i pomysły w zakresie:

- jakościowych pamiątek regionalnych i lokalnych,
- działań artystycznych, promujących miejsca, obszary turystyczne, np. happeningi, spektakle, koncerty w plenerze,
- personalizacji produktów, miejsc przez wydarzenia, festiwale o oryginalnej formule, wpisujące się w tematykę np. szlaków kulturowych, produktów miejsca,
- współczesnych dzieł sztuki np. rzeźb, instalacji plenerowych, multimedialnych, w tym odnoszących się do szerszego kontekstu regionu czy subregionu, budujących spójną całość (np. parki sztuki, parki edukacji),
- nagrań fonograficznych charakteryzujących dany obszar lub markujących atrakcję, produkt – realizowanych przy udziale uznanych twórców z regionu,
- realizacji multimedialnych form promocji typu grafiki komputerowe, filmy animowane, prezentacje filmów.

Działanie powinno być wdrażane w formie programu obejmującego m.in. cykliczny konkurs oraz system mini grantów przyznawanych przez kapitułę programu po ich wcześniejszej ocenie i weryfikacji. Działanie można także inkorporować do planowanych kampanii promocyjnych regionu jako element marketingu bezpośredniego oraz komunikacji wewnętrznej.

Działanie 2.4.2

➤ Wspieranie nowatorskich projektów i koncepcji marketingowych wpływających na reputację marki regionu oraz jakość i efektywność promocji turystycznej

Działanie ma na celu wspieranie złożonych projektów promocyjnych o charakterze innowacyjnym wpływających na estetykę, jakość oraz/lub skuteczność marketingu terytorialnego regionu.

Tego typu wsparcie mogłoby być przyznawane niezależnie od realizacji projektów prowadzonych według planu komunikacji marketingowej regionu, w tym kampanii promocyjnych. W przypadku tego działania miarą sukcesu będzie m.in. wysoka efektywność działania, jego „nośność medialna”, w tym liczba artykułów prasowych i publikacji w kontekście określonego miejsca, wydarzenia czy produktu turystycznego / subregionu Dolnego Śląska.

Działanie 2.4.3

➤ Wspieranie działań o charakterze „krzyżowym”, w tym m.in. promujących produkty, rozwiązania sieciowe lub rozproszoną ofertę tematyczną

Działanie mające na celu wspieranie i stymulowanie ekonomicznych form marketingu, w tym z wykorzystaniem własnych zasobów liderów projektów oraz ich partnerów. Jedną z popularnych form takich działań jest promocja krzyżowa, która w przypadku dobrze zorganizowanego systemu, okazuje się niezwykle skuteczna, zwiększając m.in. zainteresowanie turysty innymi miejscami czy usługami. Przykładowo bardzo skutecznie taki system wprowadzono w Czechach (system wizytówek promocyjnych umieszczanych na specjalnie montowanych półkach), w wybranej sieci miast i atrakcji, a także w setkach obiektów samej Pragi, począwszy od sklepów, księgarni, muzeów po restauracje, piwiarnie i winiarnie.

Możliwości tego typu promocji są zdecydowanie większe np. udostępnianie przestrzeni społecznych miast do działań promujących określone wydarzenia, rekonstrukcje historyczne czy produkty turystyczne. Kolejną formą „ekonomicznej” promocji jest wykorzystanie przestrzeni publicznych oraz partnerów prywatnych uczestniczących w projekcie do umieszczenia nośników reklamowych zaprojektowanych według spójnej identyfikacji np. wiodącego produktu danego obszaru. Istotnym potencjałem są także zasoby cyfrowe, w tym internetowe miast oraz organizacji promujących turystykę. Impulsem do podejmowania tego typu inicjatyw może być rozwój produktów o charakterze sieciowym, w tym tematycznych szlaków kulturowych, których marketing może np. wspierać sieć miast – samorządów zaangażowanych w projekt.

Stymulowanie oraz inicjowanie tego typu inicjatyw to zadanie zarówno Samorządu Województwa, Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej, jak i wyznaczonych jednostek/podmiotów do prowadzenia działań i aktywizowania działań marketingowych regionu.

PRIORYTET 3 ROZBUDOWA JAKOŚCIOWEJ INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ REGIONU

Podstawowe problemy:

- 1) niedostosowanie przestrzeni do potrzeb ruchu turystycznego,
- 2) duży stopień wyeksploatowania bazy turystycznej, w tym w szczególności uzdrowiskowej,
- 3) niski poziom bezpieczeństwa turystów,

- 4) niedostateczne zagospodarowanie szlaków turystycznych.

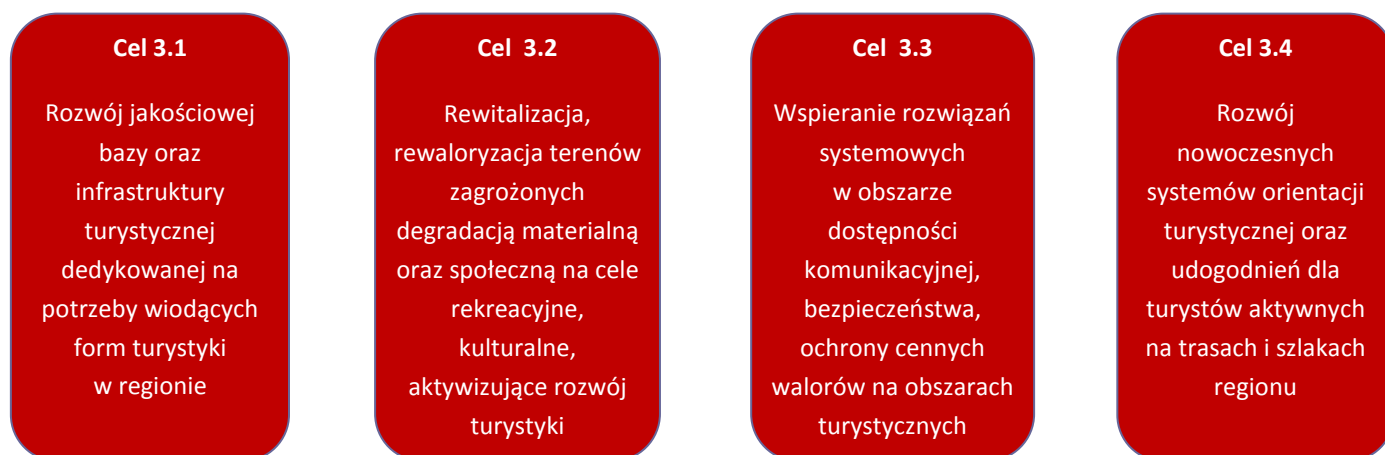
Kluczowe założenia:

- 1) budowa i rozbudowa infrastruktury na potrzeby wiodących form turystyki (koncentracja działań),
- 2) rewitalizacja obszarów zagrożonych i zdegradowanych – wykorzystanie szansy, jaką jest dla nich rozwój turystyki
- 3) zwiększenie stopnia dostępności turystycznej regionu, w tym dla osób niepełnosprawnych.

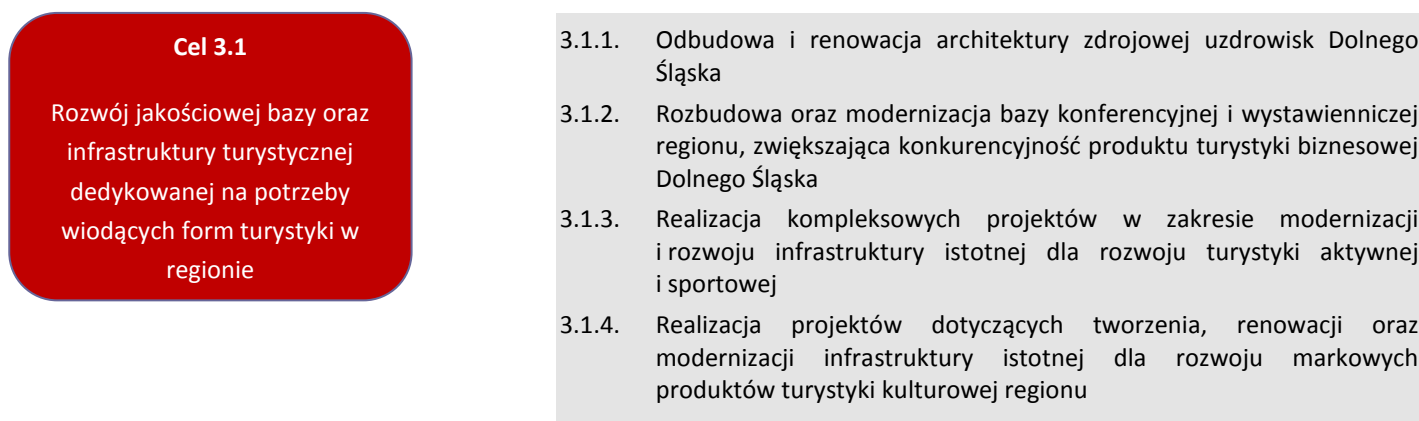
Cel główny

Stworzenie impulsów dla rozwoju wysokiej jakości infrastruktury turystycznej regionu, uwzględniającej specyfikę i uwarunkowania terytorialne oraz rynkowe.

Cele operacyjne



Działania wg celów operacyjnych



Cel 3.2

Rewitalizacja, rewaloryzacja terenów zagrożonych degradacją materialną oraz społeczną na cele rekreacyjne, kulturalne, aktywizujące rozwój turystyki

- 3.2.1. Projektowanie nowych, atrakcyjnych społecznie i turystycznie, przestrzeni miejskich na obszarach zdegradowanych, w tym o rosnącej skali negatywnych zjawisk społecznych.
- 3.2.2. Wdrażanie rozwiązań wzbogacających miejską i regionalną infrastrukturę informacji turystycznej oraz bazy uzupełniającej w oparciu o procesy rewitalizacji oraz rewaloryzacji obiektów przemysłowych
- 3.2.3. Realizacja projektów dających istotny impuls do zwiększania atrakcyjności przestrzennej miast i wsi

Cel 3.3

Wspieranie rozwiązań systemowych w obszarze dostępności komunikacyjnej, bezpieczeństwa, ochrony cennych walorów na obszarach turystycznych

- 3.3.1. Opracowanie programów dot. kompleksowych rozwiązań w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa turystom z uwzględnieniem potrzeb rozwoju bazy oraz infrastruktury specjalistycznej służb ratowniczych
- 3.3.2. Wdrażanie programów dot. zwiększenia bezpieczeństwa turystów poprzez m.in. modernizację i wzbogacanie bazy infrastrukturalnej służb ratowniczych
- 3.3.3. Projektowanie i wdrażanie nowoczesnych, pro-ekologicznych rozwiązań w zakresie infrastruktury turystycznej i edukacyjnej na obszarach przyrodniczo cennych
- 3.3.4. Wspieranie procesu zwiększania dostępności turystycznej regionu

Cel 3.4

Rozwój nowoczesnych systemów orientacji turystycznej oraz udogodnień dla turystów aktywnych na trasach i szlakach regionu

- 3.4.1. Stworzenie regionalnego systemu tablic informacyjno-promocyjnych uzupełniających system drogowego oznakowania atrakcji, w tym z wykorzystaniem systemów identyfikacji wizualnej subregionów
- 3.4.2. Wsparcie projektowania indywidualnych systemów orientacji przestrzennej na obszarach rozwoju zintegrowanych produktów turystycznych, w tym z wykorzystaniem systemów identyfikacji wizualnej subregionów
- 3.4.3. Rozwój infrastruktury szlaków turystyki kwalifikowanej – udogodnień dedykowanych dla turystów aktywnych, w tym także osób niepełnosprawnych i rodzin z dziećmi

CO 3.1. Rozwój jakościowej bazy oraz infrastruktury turystycznej dedykowanej na potrzeby wiodących form turystyki w regionie

Działanie 3.1.1

➔ Odbudowa i renowacja architektury zdrojowej uzdrowisk Dolnego Śląska

Turystyka zdrowotna i uzdrowiskowa stanowią kluczowy element konkurencyjności turystycznej Dolnego Śląska, koncentrujący się głównie wokół statutowych uzdrowisk regionu, w tym w obszarze Kotliny Kłodzkiej. Oferta zdrowotna oraz uzdrowiskowa, a także turystyczna uzdrowisk dolnośląskich, pozwala na komponowanie i rozwijanie oferty całosezonowej. Warunkiem konkurencyjnego produktu uzdrowisk jest renowacja oraz odbudowa zabytkowej architektury zdrojowej, stanowiącej wizytówkę ich oferty, a także kulturową atrakcję turystyczną miejscowości uzdrowisk regionu.

Do istotnych elementów architektury zdrojowej uzdrowisk regionu należą m.in.:

- zabytkowe pijalnie wód,
- parki zdrojowe wraz z małą architekturą,
- zabytkowe obiekty domów zdrojowych, sanatoriów oraz zakładów przyrodoleczniczych,
- baseny solankowe i termalne,
- inne, np. oranżerie, ogrody, muszle koncertowe, sale taneczne oraz inne obiekty związane z historyczną materią uzdrowisk Dolnego Śląska.

Działanie będzie silnie powiązane z RPO dla Województwa Dolnośląskiego (priorytet 6), który przewiduje realizację projektów infrastrukturalnych z zakresu turystyki, w tym uzdrowiskowej. Warto dodać, iż priorytetowo winny być traktowane w tym kontekście projekty składane do RPO przez subregiony, które w swoich koncepcjach produktowych zakładają również rozwój infrastruktury.

Działanie 3.1.2

➤ Rozbudowa oraz modernizacja bazy konferencyjnej i wystawienniczej regionu, zwiększająca konkurencyjność produktu turystyki biznesowej Dolnego Śląska

Działanie obejmie zarówno realizację nowych obiektów typu centra wystawiennicze, szkoleniowe, konferencyjno-kongresowe o znaczeniu przynajmniej regionalnym. Turystyka biznesowa, w tym tzw. oferta MICE (z ang. meetings incentives conferences oraz events), stanowi bardzo atrakcyjny obszar rozwoju turystyki w kraju, w tym w regionie Dolnego Śląska. Wpływ na taką ocenę mają m.in. czynniki otoczenia, w tym wzrost gospodarczy stymulowany funduszami UE, dynamiczny rozwój rynku spotkań oraz oferty usług edukacyjnych czy utrzymujący się trend inwestowania w kapitał ludzki.

Dolny Śląsk ze względu na doskonałe położenie (bliskość najbardziej rozwiniętych krajów europejskich, znanych atrakcji kulturalnych), zaplecza akademickiego (m.in. Wrocław, Jelenia Góra), gospodarczego i kulturalnego jest jednym z najbardziej predestynowanych obszarów europejskich dla rozwoju oferty turystyki biznesowej, w tym konferencyjnej i szkoleniowej. Działanie powinno przyczynić się także do wykorzystania innych usług i produktów turystycznych regionu, jako elementów składowych oferty rynku spotkań, w tym np. oferty kulturalnej czy uzdrowiskowej.

Działanie będzie silnie powiązane z RPO dla Województwa Dolnośląskiego (priorytet 6), który przewiduje realizację projektów infrastrukturalnych z zakresu turystyki, w tym biznesowej. Warto dodać, iż priorytetowo winny być traktowane w tym kontekście projekty składane do RPO przez subregiony, które w swoich koncepcjach produktowych zakładają również rozwój infrastruktury.

Działanie 3.1.3

➤ Realizacja kompleksowych projektów w zakresie modernizacji i rozwoju infrastruktury istotnej dla rozwoju turystyki aktywnej i sportowej

Działanie ma na celu wsparcie realizacji kompleksowych projektów w zakresie budowy oraz modernizacji infrastruktury dedykowanej dla rozwoju turystyki aktywnej i sportowej. Projekty powinny wpisywać się zarówno w założenia dotyczące rozwoju produktów markowych Województwa Dolnośląskiego oraz Koncepcje Subregionalnych Produktów Turystycznych.

Projekty powinny mieć oddziaływanie przynajmniej subregionalne oraz stanowić ważny czynnik rozwoju zarówno turystyki aktywnej, jak i sportu na danym obszarze. Ich realizacja powinna uwzględniać planowaną w regionie sieć szlaków turystycznych, w tym tematycznych kulturowych, wodnych, rowerowych czy kombinowanych.

Ważnym kryterium będzie także ocena przydatności projektów pod kątem możliwości wykorzystania bazy na cele treningowe i szkoleniowe, dla różnych dyscyplin sportu, w tym np. piłki nożnej (Euro 2012).

Działanie będzie silnie powiązane z RPO dla Województwa Dolnośląskiego (priorytet 6), który przewiduje realizację projektów infrastrukturalnych z zakresu turystyki, w tym aktywnej. Warto dodać, iż priorytetowo winny być traktowane w tym kontekście projekty składane do RPO przez subregiony, które w swoich koncepcjach produktowych zakładają również rozwój infrastruktury.

Działanie 3.1.4

➔ Realizacja projektów dotyczących tworzenia, renowacji oraz modernizacji infrastruktury istotnej dla rozwoju markowych produktów turystyki kulturowej regionu

Realizacja działania przyczyni się do zwiększenia konkurencyjności markowych produktów turystyki kulturowej regionu, w tym szlaków tematycznych, produktów strefowych oraz produktów miejsca. Dolny Śląsk to najbardziej atrakcyjny w Polsce obszar ze względu na koncentrację zabytkowych i chronionych obiektów. Często jednak ich stan uniemożliwia ich udostępnianie czy pełne wykorzystanie do celów turystyczno-edukacyjnych.

Działanie zakłada poprawę stanu technicznego obiektów zabytkowych istotnych dla oferty turystycznej regionu. Ponadto działanie przyczyni się do integracji oferty kulturalnej regionu, w tym wpisywania materii dziedzictwa kulturalnego w system oferty turystycznej m.in. z wykorzystaniem koncepcji sieciowania atrakcji oraz produktów. Oprócz wzmacniania już budowanych produktów (szlaki turystyczne o znaczeniu regionalnym: Szlak Zamków Piastowskich, Szlak Historii i Tradycji Wrocławia, Szlak Obiektów Dziedzictwa Techniki Przemysłowej, Szlak Cysterski, Szlak Dolnośląskich Zamków i Pałaców, Główny Szlak Sudecki im. Mieczysława Orłowicza, Szlak Doliny Pałaców i Ogrodów Kotliny Jeleniogórskiej, Szlak Marianny Orańskiej, Szlak Sanktuariów i Ośrodków Pielgrzymkowych), realizowane działania będą także stanowiły impuls dla kreowania nowych produktów tematycznych o zasięgu ponadregionalnym.

Ważnym czynnikiem weryfikacji projektów będzie ich wpływ na zintegrowaną atrakcyjność turystyczną wspólnie z innymi komplementarnymi działaniami z zakresu kultury i turystyki planowanymi na danym obszarze. Wśród działań komplementarnych znajdą się festiwale, wystawy, plenery, przeglądy artystyczne, stymulujące ruch przyjazdowy oraz rozwój bazy usług noclegowych i gastronomicznych. Preferowane będą kompleksowe programy i działania, w tym angażujące lokalną społeczność oraz dające silny impuls do współpracy pomiędzy ośrodkami miejskimi regionu oraz z Partnerami z Polski i Europy.

Działanie będzie silnie powiązane z RPO dla Województwa Dolnośląskiego (priorytet 6), który przewiduje realizację projektów infrastrukturalnych z zakresu turystyki, w tym kulturowej. Warto dodać, iż priorytetowo winny być traktowane w tym kontekście projekty składane do RPO przez subregiony, które w swoich koncepcjach produktowych zakładają również rozwój infrastruktury. Działanie jest również powiązane z PO Innowacyjna Gospodarka, działanie 6.4. (dotyczy Szlaku Cysterskiego).

CO 3.2. Rewitalizacja, rewaloryzacja terenów zagrożonych degradacją materialną oraz społeczną na cele rekreacyjne, kulturalne, aktywizujące rozwój

Działanie 3.2.1

➔ Projektowanie nowych, atrakcyjnych społecznie i turystycznie przestrzeni miejskich na obszarach zdegradowanych, w tym o rosnącej skali negatywnych zjawisk społecznych

Działanie zakłada realizację od projektów wariantowych (architektoniczno-funkcjonalnych), etapu konsultacji społecznych, pilotażu, po realizację nowych „twarzy” miast, w dzielnicach i obszarach zdegradowanych (m.in. przemysłowych, czy o rosnącej skali negatywnych zjawisk społecznych). W ramach projektu mogą powstawać np. parki sztuki, parki edukacji i nauki czy place sportu i rekreacji, skwery oraz „miejskie dotleniacze”, a także np. miejskie „strefy sztuki” (amfiteatry, plenerowe miejsca pracy twórczej, pawilony sztuki). Postuluje się otwarty – elastyczny charakter odnawianych „stref miejskich” oraz uwzględnianie udogodnień turystycznych. m.in. stelaże na rowery, uwzględnianie potrzeb osób niepełnosprawnych, miejsca na kawiarnie i restauracje czy pracy twórczej oraz miejsca prezentacji i ekspozycji sztuki (w tym nurtów off-owych).

Rozwój nowych, estetycznych przestrzeni w miastach i miasteczkach regionu zwiększy ich atrakcyjność, stanowiąc impuls do wewnętrznych zmian społecznych oraz rozwoju potencjału oferty turystycznej i kulturalnej.

Działanie 3.2.2

➔ Wdrażanie rozwiązań wzbogacających miejską infrastrukturę informacji turystycznej oraz bazy uzupełniającej w oparciu o procesy rewitalizacji oraz rewaloryzacji obiektów przemysłowych

Działanie zakłada rewaloryzację oraz renowację obiektów przemysłowych w kierunku stworzenia nowoczesnego zaplecza turystycznego, warunkującego lokalny rozwój turystyki, przyczyniającego się do budowania atrakcyjnych produktów regionalnych i subregionalnych.

Obok realizacji wielofunkcyjnych centrów informacji turystycznej (np. infokioski, galeria, sklep, prysznic, kawiarnia, wypożyczalnia sprzętu turystycznego), działanie przyczyni się także do rozwoju obiektów typu:

- wypożyczalnie sprzętu sportowego, turystycznego oraz obsługi,
- hostele – pensjonaty z ekonomiczną ofertą usług noclegowych,
- centra wystawowe oraz aktywności kulturalnej, przyczyniające się do rozwoju produktów turystycznych.

Działanie 3.2.3

➔ Realizacja projektów dających istotny impuls do zwiększania atrakcyjności przestrzennej miast i wsi

Działanie ukierunkowane na oddolne inicjatywy społeczne, które mogą przyczynić się do poprawy obrazu wsi czy miasteczek regionu, w tym zwiększenia ich atrakcyjności turystycznej.

Inicjatywy dotyczące poprawy atrakcyjności przestrzeni miast i wsi będą wspierane poprzez zapewnienie dostępu do specjalistów m.in. architektów, projektantów (dizajnerów), artystów, finansowanie jakościowych opracowań koncepcyjnych i budowlanych, a także wspieranie procesu prac wykonawczych. Warunkiem wsparcia jest wysokie

zaangażowanie środowisk społecznych, w tym mieszkańców oraz umowy społeczne warunkujące utrzymanie nowych realizacji.

Projekty powinny wpisywać się w założenia lokalnej polityki przestrzennej oraz regionalnej, a także przeciwdziałać patologiom społecznej poprzez m.in. edukację oraz bezpośrednie angażowanie w działania mieszkańców.

Zgłaszane inicjatywy powinny uwzględniać również potrzeby programów o szerszym zasięgu, w tym wpisywać się m.in. w turystyczne inicjatywy ponadlokalne, przyczyniając się do zwiększania atrakcyjności produktów o znaczeniu regionalnym czy subregionalnym.

CO 3.3. Wspieranie rozwiązań systemowych w obszarze dostępności komunikacyjnej, bezpieczeństwa, ochrony cennych walorów na obszarach chronionych

Działanie 3.3.1

➔ Opracowanie programów dotyczących kompleksowych rozwiązań w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa turystom z uwzględnieniem potrzeb rozwoju bazy oraz infrastruktury specjalistycznej służb ratowniczych

Opracowanie zintegrowanych programów w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa turystycznego wydaje się niezbędne ze względu na wagę czynnika bezpieczeństwa w budowaniu konkurencyjnej oferty oraz konieczności koordynacji działań różnych komórek i służb regionu.

Jak pokazują analizy i badania europejskich i światowych organizacji turystycznych (Światowa Organizacja Turystyki – UN WTO, Europejska Komisja Turystyki – European Travel Commission) rola czynnika bezpieczeństwa przy wyborze miejsca wyjazdu turystycznego będzie stale rosła. Tworzone i wdrażane programy bezpieczeństwa turystycznego będą miały charakter kompleksowy, uwzględniając specyficzne uwarunkowania subregionów, specyfikę dominujących form turystyki oraz potrzeby branżowych środowisk regionu.

Programy będą zawierać listę niezbędnych działań operacyjnych w zakresie dostosowania obecnej infrastruktury turystycznej i okołoturystycznej do wymogów „bezpiecznej turystyki” w regionie.

Działanie będzie silnie powiązane z RPO dla Województwa Dolnośląskiego, priorytetem 6 „Turystyka i kultura” oraz priorytetem 4 „Środowisko i bezpieczeństwo ekologiczne” („Poprawa stanu środowiska naturalnego oraz bezpieczeństwa ekologicznego i przeciwpowodziowego Dolnego Śląska”). Należy tutaj zaznaczyć, iż priorytetowo winny być traktowane projekty składane do RPO przez subregiony.

Działanie 3.3.2

➔ Wdrażanie programów dotyczących zwiększenia bezpieczeństwa turystów poprzez m.in. modernizację i wzbogacanie bazy infrastrukturalnej służb ratowniczych

W ramach niniejszego działania nastąpi realizacja kompleksowych programów bezpieczeństwa turystycznego, obejmujących m.in. dominujące formy turystyki w regionie, wybrane produkty markowe oraz specyficzne przestrzenie – obszary geograficzne Dolnego Śląska, w tym transgraniczne strefy turystyczne, np. obszar Karkonoszy.

Działanie pozwoli na odpowiednią modernizację, nowocześnieńie oraz wzbogacenie bazy infrastrukturalnej służb ratowniczych, z uwzględnieniem uwarunkowań turystycznych regionu.

Innym aspektem będzie wprowadzenie polityki wczesnego ostrzegania oraz informowania o bieżących oraz potencjalnych zagrożeniach, a także wprowadzanie zintegrowanych procedur reagowania i współdziałania służb ratowniczych z pracownikami firm i przedsiębiorstw turystycznych.

Działanie 3.3.3

➔ Projektowanie i wdrażanie nowoczesnych, pro-ekologicznych rozwiązań w zakresie infrastruktury turystycznej i edukacyjnej na obszarach przyrodniczo cennych

W tym działaniu szczególnie ważne będzie wsparcie realizacji projektów modelowych oraz pilotażowych na terenach przyrodniczo cennych, pozwalających na zrównoważony rozwój tych przestrzeni z uwzględnieniem proekologicznych rozwiązań i koncepcji w zakresie infrastruktury turystycznej i edukacji przyrodniczej. Projekty powinny dać impuls do rozwoju m.in. wędkarstwa, turystyki przyrodniczej (w tym edukacyjnej), ptasiej, wodnej (kajakowej), rowerowej oraz pieszej.

Działanie może także objąć promowanie tworzenia eksperymentalnych, proekologicznych środków komunikacji, np. zasilanych energią elektryczną (częściowo uzyskiwaną z energii wytwarzanej przez panele słoneczne) czy paliwem wodorowym.

Działanie 3.3.4

➔ Wspieranie procesu zwiększania dostępności turystycznej regionu

Działanie zakłada wsparcie procesu zwiększania dostępności turystycznej regionu, w tym dostępności oferty turystycznej oraz dostępności komunikacyjnej, przede wszystkim wewnątrzregionalnej. Realizacja działania ma zagwarantować turystom łatwość poruszania się i przemieszczania, bezproblemowe korzystanie z atrakcji województwa, a także zwiększenie ruchu turystycznego dzięki szybkim i bezpiecznym połączeniom komunikacyjnym (na trasach łączących duże miasta regionu z obszarami koncentracji ruchu turystycznego). Działanie polegać będzie przede wszystkim na lobbowaniu na rzecz dostosowywania rozkładów jazdy do potrzeb ruchu turystycznego, zwiększania liczby połączeń kolejowych i autobusowych wewnątrz regionu (zwłaszcza w okresie wzmożonego ruchu turystycznego), dostosowywania dni i godzin otwarcia instytucji kultury do potrzeb ruchu turystycznego. Działanie winno być realizowane na szczeblu Samorządu Województwa oraz samorządów lokalnych.

CO 3.4. Rozwój nowoczesnych systemów orientacji turystycznej oraz udogodnień dla turystów aktywnych na trasach i szlakach regionu

Działanie 3.4.1

➔ Stworzenie regionalnego systemu tablic informacyjno-promocyjnych uzupełniających system drogowego oznakowania atrakcji, w tym z wykorzystaniem systemów identyfikacji wizualnej subregionów turystycznych

Działanie mające na celu poprawę orientacji oraz informacji w przestrzeniach turystycznych regionu przy szlakach komunikacyjnych, w tym rowerowych, pieszych, wodnych oraz samochodowych. System tablic regionalnych doskonale sprawdza się np. w województwie pomorskim, gdzie stanowi uzupełnienie standardu tablic oznakowania atrakcji przy drogach (tablice E-22a, E-22b i E-22c), a także pozwala na promocję oraz informację dotyczącą wybranych produktów turystycznych, usług i atrakcji. Tablice w systemie regionalnym mogą także być instalowane np. centrach handlowych,

przy parkingach, Miejscach Obsługi Pasażera (tzw. MOP-y), czyli w miejscach przepływu dużej liczby ludzi, w tym turystów.

System oznakowania turystycznego powinien uwzględniać systemy identyfikacji wizualnej wypracowane w subregionach turystycznych, co stanowić będzie nie tylko element informacji, ale również element budowania marki subregionów i produktów turystycznych.

W zakresie oznakowania drogowego (znaki z grupy E-22) działanie dotyczy przejmowania na siebie odpowiedzialności za utrzymywanie znaków przez jednostki podległe Samorządowi Województwa, co będzie przeciwdziałać obecnej sytuacji, w której występuje brak podmiotów odpowiedzialnych za utrzymywanie oznakowania.

Działanie 3.4.2

➔ Wsparcie projektowania indywidualnych systemów orientacji przestrzennej na obszarach rozwoju zintegrowanych produktów turystycznych, w tym z wykorzystaniem systemów identyfikacji wizualnej subregionów turystycznych

Indywidualne systemy orientacji przestrzennej oraz informacji powinny być dedykowane tylko dla wybranych produktów, w tym o charakterze ponadregionalnym oraz posiadających wyjątkową – oryginalną tożsamość, którą tego typu identyfikacja przestrzenna będzie dodatkowo uwypuklała.

Tego rodzaju wyjątki, można także dopuszczać w miejscach i obszarach o bardzo indywidualnych, unikalnych cechach, składających się wyjątkową tożsamość zintegrowanych stref turystycznych (np. „Podziemny Świat Dolnego Śląska” czy „Skalne Miasto”).

W przypadkach indywidualnych systemów tablic i orientacji przestrzennej, należy uwzględnić lokalizację miejsc dla umieszczenia tablic w systemie regionalnym, informujących np. w bliskiej okolicy funkcjonowania produktu o charakterze atrakcji, szlaku oraz specyficznym systemie oznakowania.

Systemy powinny opierać się przede wszystkim o systemy identyfikacji wizualnej wypracowane w subregionach turystycznych, co stanowić będzie nie tylko element informacji, ale również element budowania marki subregionów i produktów turystycznych.

Działanie 3.4.3

➔ Rozwój infrastruktury szlaków turystyki kwalifikowanej – udogodnień dedykowanych dla turystów aktywnych, w tym także osób niepełnosprawnych i rodzin z dziećmi

Działanie mające na celu wzbogacanie szlaków turystyki kwalifikowanej infrastrukturą dedykowaną na potrzeby osób uprawiających aktywny wypoczynek, w tym także niepełnosprawnych oraz rodzin z dziećmi. Działanie pozwoli na stworzenie odpowiednich udogodnień oraz likwidację barier – elementów które często decydują o korzystaniu z oferty turystycznej czy infrastruktury szlaków turystycznych przez potencjalnych turystów aktywnych. W ramach działania powstaną projekty koncepcyjne oraz programy obszarowe dotyczące dostosowania już istniejących szlaków do potrzeb turystyki kwalifikowanej (np. kajakowej, wędkarstwa, rowerowej, kombinowanej), wyposażenia nowo projektowanych szlaków w niezbędne urządzenia oraz infrastrukturę. Oprócz elementów bazy infrastrukturalnej na szlakach, takich jak węzły sanitarne, centra obsługi turystów, istotnym elementem będą także usługi związane z wypożyczaniem sprzętu sportowego i turystycznego.

Przykładowo ważnym elementem jest możliwość wypożyczania sprzętu do nordic walking, stelaży z nosidełkiem dziecięcym, przyczepek rowerowych z siedziskiem dla dzieci czy specjalnych wózków (dla małych dzieci czy niepełnosprawnych)

Priorytet 4. KAPITAŁ LUDZKI

Podstawowe problemy:

- 1) niewystarczająca ilość i słabe przygotowanie kadry do obsługi ruchu turystycznego,
- 2) brak badań potrzeb szkoleniowych,
- 3) niska świadomość znaczenia rozwoju turystyki wśród mieszkańców województwa.

Kluczowe założenia:

- 1) wdrożenie systemu szkoleń obejmującego zarówno kadry obsługi ruchu turystycznego, jak i służby publiczne, pracowników sektora usług okołoturystycznych, a także mieszkańców,
- 2) stworzenie Regionalnego Centrum Szkolenia Kadr Turystycznych.

Cel główny

Wzmocnienie potencjału ludzkiego regionu na potrzeby turystyki oraz przygotowanie kadr do recepcji ruchu turystycznego

Cele operacyjne

Cel operacyjny 4.1.

Rozwój
wykwalifikowanych
kadr gospodarki
turystycznej

Cel operacyjny 4.2.

Przygotowanie służb
publicznych oraz
pracowników sektora
usług
okołoturystycznych do
obsługi ruchu
turystycznego

Cel operacyjny 4.3.

Przygotowanie
mieszkańców
województwa do
recepcji turystów

Cel operacyjny 4.4.

Rozwój badań na
rzecz kształtowania
profesjonalnych
kadr dla turystyki

Działania wg celów operacyjnych

Cel operacyjny 4.1.

Rozwój wykwalifikowanych kadr gospodarki turystycznej

- 4.1.1 Opracowanie i wdrożenie skutecznego systemu szkoleń podnoszących kwalifikacje zawodowe pracowników związanych z sektorem turystyki
- 4.1.2 Wsparcie tworzenia Regionalnego Centrum Szkolenia Kadr Turystycznych wraz z zapleczem infrastruktury szkoleniowej

Cel operacyjny 4.2.

Przygotowanie służb publicznych oraz pracowników sektora usług okołoturystycznych do obsługi

- 4.2.1 Wdrożenie zintegrowanego systemu szkoleń dla różnych grup zawodowych świadczących usługi w sferze około-turystycznej oraz dla służb publicznych
- 4.2.2 Propagowanie i upowszechnianie wiedzy o roli i korzyściach płynących z rozwoju turystyki w Regionie
- 4.2.3 Realizacja projektów recepcyjnych podnoszących jakość usług
- 4.2.4 Stworzenie systemu wsparcia kadr turystycznych

Cel operacyjny 4.3.

Przygotowanie mieszkańców województwa do recepcji turystów

- 4.3.1. Wdrożenie programu budowania lokalnej tożsamości na poziomie szkół podstawowych, gimnazjalnych oraz średnich – podniesienie poziomu wiedzy o Regionie wśród mieszkańców
- 4.3.2. Stymulowanie zainteresowania lokalnej społeczności podejmowaniem działalności w sferze turystycznej
- 4.3.3. Kształtowanie postaw proturystycznych wśród mieszkańców

Cel operacyjny 4.4.

Rozwój badań na rzecz kształtowania profesjonalnych kadr dla turystyki

- 4.4.1. Prowadzenie badań rynku pracy w turystyce i dystrybucja ich wyników
- 4.4.2. Prowadzenie badań potrzeb szkoleniowych wśród pracodawców i pracowników
- 4.4.3. Monitorowanie efektywności programów szkoleniowych

CO 4.1. Rozwój wykwalifikowanych kadr gospodarki turystycznej

Działanie 4.1.1.

➔ Opracowanie i wdrożenie skutecznego systemu szkoleń podnoszących kwalifikacje zawodowe pracowników związanych z sektorem turystyki

Spójny system szkoleń podnoszących kwalifikacje zawodowe będzie kluczowym czynnikiem osiągnięcia wysokiej jakości usług w Województwie Dolnośląskim. Działanie dotyczy przygotowania osobnych programów szkoleniowych dla poszczególnych sekcji sektora turystyki, uczestniczących w szeroko pojętym procesie obsługi ruchu turystycznego oraz jego organizowaniu. System szkoleniowy dotyczy pracujących w turystyce, chcących podnieść swoje umiejętności i kwalifikacje zawodowe oraz osób podejmujących pracę w ww. branży. Są to zarówno pracownicy operacyjni, jak i szczebel zarządzający, przy czym zakres szkoleń będzie dostosowany do pełnionych funkcji.

Podstawowa zawartość programów szkoleniowych to (w zależności od pełnionej funkcji):

- moduły umiejętności – w zakresie standardów obsługi klienta,
- wiedza o regionie, naturalne i kulturowe walory turystyczne Województwa Dolnośląskiego,
- zagadnienia organizacji turystyki w regionie w systemie e-turystyki,
- nauka języków obcych: angielski, czeski, słowacki, niemiecki, francuski w zależności od ruchu turystycznego w danej części województwa.

Podczas opracowywania i realizowania programów szkoleniowych należy wziąć pod uwagę specyfikę produktów turystycznych Województwa Dolnośląskiego oraz spełnianych przez nie funkcji. Programy szkoleniowe obejmują:

- Pracowników bazy noclegowej (hotele, pensjonaty, motele, hotele, kempingi, schroniska młodzieżowe, agroturystyka) – podniesienie kwalifikacji oraz wdrożenie standardów obsługi odpowiadających światowym normom oraz podniesienie poziomu wiedzy o regionie. Istotnym elementem szkoleń będzie również promowanie regionalizacji oferty turystycznej Województwa Dolnośląskiego (architektura obiektów, wystrój wnętrz). W kontekście bazy noclegowej programy powinny być także różnicowane zgodnie ze specyfiką obiektów (schroniska, agroturystyka, pensjonaty, motele) oraz profilem obsługiwanych klientów.
- Pracowników bazy gastronomicznej (restauracje, puby, bary, karczmy, gospody, etc.) – konieczne podniesienie poziomu umiejętności zawodowych. W odniesieniu do tej grupy zawodowej kluczowe znaczenie będą miały również szkolenia językowe, a także poszerzenie zakresu wiedzy o regionie.
- Pilotów wycieczek i przewodników turystycznych (miejskich, terenowych, lokalnych) – jest to jedno z najistotniejszych ogniw w procesie obsługi turystów w kontekście dystrybuowania ruchu turystycznego na teren całego województwa. Problemem jest stopień znajomości języków obcych (szczególnie wśród przewodników), stąd duży nacisk należy położyć na szkolenia językowe, nie ograniczając ich tylko do języka niemieckiego.
- Biura podróży i touroperatorzy – podniesienie poziomu wiedzy o regionie i jego ofercie turystycznej, szkolenia te powinny być połączone z praktycznymi wyjazdami studyjnymi, w celu zapoznania się z produktami in situ. Od pracowników w biurach podróży i tour operatorów i ich wiedzy zależy (w dużym zakresie) stopień komercjalizacji produktów turystycznych województwa oraz jej sprzedaży, szczególnie w kontekście spełniania przez region funkcji recepcyjnej. Walory turystyczne i potencjał województwa dają ogromne możliwości uzupełniania podstawowego zakresu zamawianych produktów i usług.
- Kadre specjalistyczną – agromenedżerów, animatorów turystyki, instruktorów turystyki konnej, teleinformatyków 1, 2, i 3 stopnia z certyfikatem call center IT z elementami zagadnień organizacji turystyki w regionie w systemie e-turystyki na Dolnym Śląsku.

Właściwie przygotowane i sprofilowane programy szkoleniowe pozwolą na stałe podnoszenie profesjonalizmu kadr, a tym samym jakości obsługi. Należą do nich:

- specjalne programy dla menedżerów z zakresu zarządzania: marketing, zasoby ludzkie, finanse, pozyskiwanie środków finansowych UE, etc.,
- specjalne programy szkoleniowe dla trenerów, pozwalające na wyszkolenie regionalnej kadry trenerskiej,

- kilkustopniowe programy podnoszenia umiejętności w poszczególnych grupach zawodowych: kucharze, kelnerzy, barmani, służba pięter, recepcja.
- szkolenia językowe.

Certyfikacja szkoleń przyczyni się również do wyeliminowania występujących w branży różnic umiejętności wśród pracowników przemysłu turystycznego.

Niektóre z powyższych stanowisk mogą być obsługiwane przez osoby niepełnosprawne (np. telemarketerzy), o czym nie należy zapominać przy ogłaszaniu naborów na szkolenia i na stanowiska pracy.

Działanie 4.1.2.

➔ Wsparcie tworzenia Regionalnego Centrum Szkolenia Kadr Turystycznych wraz z zapleczem infrastruktury szkoleniowej

Działanie dotyczy podnoszenia jakości usług oraz organizowania na terenie Województwa Dolnośląskiego profesjonalnej bazy szkoleniowej, umożliwiającej odbywanie kursów w środowisku zbliżonym do miejsca pracy. Turystyka jest, bowiem przede wszystkim nauką umiejętności, które należy kształcić w praktyce. Warto w tym miejscu zaznaczyć, iż programy szkoleniowe dla pracowników operacyjnych powinny charakteryzować się przewagą zajęć praktycznych nad teoretycznymi.

Działanie będzie realizowane poprzez:

- ułatwianie pozyskiwania środków finansowych na modernizację i wyposażenie obiektów, mogących spełniać funkcję ośrodków szkoleniowych,
- organizowanie wyjazdów studyjnych umożliwiających zapoznanie się z funkcjonującymi na świecie obiektami szkoleniowymi,
- nawiązanie kontaktów z międzynarodowymi instytucjami szkoleniowymi w celu realizowania wspólnych projektów,
- podjęcie szeroko zakrojonej współpracy z uczelniami wyższymi i szkołami kształcącymi na kierunkach turystycznych, celem dostosowania programów nauczania do potrzeb rynku oraz celem realizowania wspólnych projektów.

CO 4.2. Przygotowanie służb publicznych oraz pracowników sektora usług okołoturystycznych do obsługi

Działanie 4.2.1.

➔ Wdrożenie zintegrowanego systemu szkoleń dla różnych grup zawodowych świadczących usługi w sferze okołoturystycznej oraz dla służb publicznych

Służby publiczne i osoby pracujące w usługach okołoturystycznych mają ogromne znaczenie dla postrzegania kraju. Wynika to z faktu, iż jest to kontakt bardziej naturalny, zwykle w sytuacjach codziennych, w związku z czym nie jest tak wyreżyserowany, jak kontakt z pracownikami hoteli i pensjonatów, kwater prywatnych i moteli, restauracji i pizzerii, karczem i barów. W związku z tym jest on bardziej wiarygodny i bardziej odzwierciedlający charakter regionu.

Działanie dotyczy opracowania i wdrożenia zintegrowanego systemu szkoleniowego obejmującego następujące grupy i zagadnienia:

1) służby publiczne – Straż Graniczna, Straż Celna, policja, straż miejska:

- szkolenia językowe,
- szkolenia w zakresie procedur obsługi klienta.

2) pracownicy sektora usług około-turystycznych – obsługa dworców PKP i PKS, taksówkarze, pracownicy wypożyczalni samochodów, pracownicy większych stacji benzynowych, pracownicy instytucji kultury (kina, teatry, muzea, etc.), pracownicy obiektów sportowych i rekreacyjnych, animatorzy kultury i turystyki, informacja turystyczna:

- szkolenia językowe,
- szkolenia w zakresie procedur obsługi klienta,
- szkolenia w zakresie wiedzy o ofercie turystycznej regionu/subregionu/miasta.

Systemowi szkoleń powinny towarzyszyć opracowane i rozdyskrebowane podręczniki procedur obsługi klienta-turysty, które powinny być kompatybilne z programami szkoleniowymi. Opracowanie podręczników powinno również uwzględniać specyfikę ruchu turystycznego w Województwie Dolnośląskim.

Działanie 4.2.2.

➔ Propagowanie i upowszechnianie wiedzy o roli i korzyściach płynących z rozwoju turystyki w regionie

Doświadczenia krajów turystycznego sukcesu wskazują, że kluczowe znaczenie w kontekście przygotowania społeczeństwa do recepcji ruchu turystycznego ma jego przekonanie o znaczeniu turystyki, jej specyfice, a także o korzyściach płynących z jej rozwoju w kontekście regionalnym i lokalnym oraz konkretnych ludzi.

Szczególny nacisk należy położyć na uświadomienie wszystkim uczestnikom procesu obsługi ruchu turystycznego, że jedno źle funkcjonujące ogniwo skutkuje nieprawidłowym funkcjonowaniem całego systemu. Innymi słowy należy zwrócić szczególną uwagę na interdyscyplinarność turystyki oraz na konieczność realizowania spójnej polityki proturystycznej w całym regionie.

Działanie będzie realizowane poprzez:

- organizowanie spotkań, konferencji i seminariów służących wymianie doświadczeń pomiędzy poszczególnymi regionami oraz krajami,
- publikację materiałów promocyjnych i informacyjnych dystrybuowanych wśród służb publicznych oraz pracowników sektora usług około-turystycznych,
- organizowanie oraz wspieranie organizowania wyjazdów studyjnych w celu zapoznania się z doświadczeniami oraz rozwiązaniami stosowanymi w innych krajach,
- organizowanie imprez i konkursów propagujących interdyscyplinarność turystyki i jej znaczenie dla rozwoju społecznego i gospodarczego,
- kampania medialna skierowana do mieszkańców regionu uświadamiająca im, jak ważną gałęzią rozwoju społeczno-gospodarczego może być turystyka.

Działanie 4.2.3.

➔ Realizacja projektów recepcyjnych podnoszących jakość usług

Ważnym elementem budowania jakości usług są różnego rodzaju programy łączące uczestników procesu obsługi, tj. „usługodawców” (służby publiczne oraz pracownicy sektora usług około-turystycznych) oraz „usługobiorców” (turystów i odwiedzających). Przewagą tych programów polega na motywowaniu usługodawców na rzecz świadczenia usług o lepszej jakości oraz budowaniu w usługobiorcach przekonania o tym, że cały region działa na rzecz świadczenia usług o najwyższej jakości.

Chodzi tu o realizowanie programów, które będą koncentrowały się wokół sposobów przyjęcia turystów w regionie. Przykładem takiego programu może być ten, w ramach którego turyści i odwiedzający wybierają osobę/instytucję, najlepiej, ich zdaniem spełniającą rolę gospodarza regionu. Goście oceniają sposób przyjęcia, życzliwość, serdeczność, uprzejmość, chęć pomocy oraz profesjonalizm.

Działanie 4.2.4

➔ Stworzenie systemu wsparcia szkolenia kadr turystycznych

Działanie dotyczy stworzenia preferencyjnych warunków dla projektów szkoleniowych, które mogą otrzymać dofinansowanie w ramach PO Kapitał Ludzki. Konieczne jest wprowadzenie zmian systemowych w Dolnośląskim Wojewódzkim Urzędzie Pracy, które pozwolą na stosowanie prawidłowych mechanizmów oceny projektów szkoleniowych z zakresu turystyki, tak, by miały one równe szanse na otrzymanie dofinansowania. Działanie obejmuje więc:

- wdrożenie procedury powołania asesorów i ekspertów w dziedzinie turystyki do oceny wniosków,
- usprawnienie systemu właściwej informacji dla beneficjentów (stały punkt informacji),
- podjęcie działań, w tym szkoleń, dla asesorów w kierunku właściwego stosowania kryteriów oceny wniosków i maksymalnego wykorzystania środków Europejskiego Funduszu Społecznego przyznanych dla Województwa Dolnośląskiego w wyznaczonych terminach.

CO 4.3. Przygotowanie mieszkańców województwa do recepcji turystów

Działanie 4.3.1.

➔ Wdrożenie programu budowania lokalnej tożsamości na poziomie szkół podstawowych, gimnazjalnych oraz średnich – podniesienie poziomu wiedzy o regionie wśród mieszkańców

Wiedza społeczeństwa lokalnego na temat atrakcji turystycznych, produktów turystycznych, a także historii, tradycji, obyczajowości świadczy o przywiązaniu do obszaru oraz wzbudza pozytywne emocje odwiedzających, którzy poznają region poznając jego mieszkańców. Wrażenia tym lepsze, im większa możliwość nawiązania kontaktu.

Budowanie lokalnej tożsamości jest procesem długotrwałym, dlatego też musi rozpocząć się już na poziomie wychowania przedszkolnego i szkolnego. Dzięki odpowiednio zrealizowanemu programowi możliwe będzie zbudowanie

społeczeństwa, które nie tylko będzie identyfikować się z Dolnym Śląskiem, ale z dumą i przekonaniem będzie przekazywać informacje o nim.

W ramach programu edukacji regionalnej dla młodzieży szkolnej powinny znaleźć się:

- lekcje i imprezy krajoznawcze, wydarzenia kulturalne – odwołujące się do lokalnych tradycji i folkloru,
- spotkania z twórcami, lokalnymi artystami,
- konkursy wiedzy o regionie – zarówno w formie konkurencji indywidualnych, jak i zawodów międzyszkolnych,
- programy szkolenia przewodnickiego dla dzieci, prowadzone przez dzieci,
- konkursy fotograficzne, literackie, etc., z nagrodami w postaci m.in. profesjonalnych publikacji.

Opracowanie i realizacja programu powinna odbywać się we współpracy Samorządu Województwa, samorządów lokalnych, lokalnych organizacji zajmujących się krzewieniem kultury, hobbystów, pedagogów szkolnych oraz specjalistów – kulturoznawców, krajoznawców (przede wszystkim przewodników turystycznych Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego), itp.

Mieszkańcy świadomi atutów swojego obszaru lepiej spełniać będą rolę promotorów i ambasadorów jego atrakcyjności. Odgrywać to będzie ogromną rolę w kontekście dystrybuowania ruchu turystycznego na teren całego województwa oraz zachęcania mieszkańców regionu do spędzania wolnego czasu w jego granicach. Dotyczy to przede wszystkim historii, walorów naturalnych i ich lokalizacji, walorów kulturowych i ich lokalizacji, bazy noclegowej i gastronomicznej oraz obiektów rekreacyjnych i sportowych.

Niezwykle istotnym efektem prowadzonych działań będzie pogłębienie poczucia przynależności do regionu i subregionu oraz stymulowanie świadomego patriotyzmu, opartego na wiedzy.

Działanie będzie realizowane poprzez:

- organizowanie imprez krajoznawczych, folklorystycznych, kulturalnych, przede wszystkim o charakterze plenerowym, podczas których prezentowane będzie dziedzictwo przyrodnicze, historyczne, kulturowe, kulinarne etc. ,
- cykliczne spotkania lokalnej społeczności zarówno na szczeblach lokalnych, jak i na poziomie regionalnym poświęcone historii, literaturze, sztuce, obyczajowości, kulturze ludowej, a także poszukiwaniu wyróżników,
- kultywowanie tradycji, obyczajów, obrzędów, sztuki kulinarnej poprzez wydawnictwa, imprezy, konkursy, wspieranie twórców ludowych, kółek zainteresowań, zespołów ludowych i folklorystycznych, etc.,
- organizowanie podróży studyjnych dla liderów lokalnych społeczności oraz interesariuszy rynku turystycznego po całym województwie, umożliwiających poznanie ogromnego bogactwa przyrodniczego i antropogenicznego regionu.

Działanie 4.3.2.

➤ Stymulowanie zainteresowania lokalnej społeczności podejmowaniem działalności w sferze turystycznej

Specyfika turystyki i jej interdyscyplinarność powodują, że istnieje bardzo dużo możliwości prowadzenia działalności gospodarczej, np. w usługach noclegowych (hotele, motele, pensjonaty, agroturystyka, kwatery prywatne, pola namiotowe, etc.), gastronomicznych (restauracje, karczmy, gospody, zajazdy), rekreacyjnych (np. wypożyczalnie sprzętu sportowego, obiekty rekreacyjne).

Województwo Dolnośląskie posiada ogromny potencjał turystyczny, natomiast stopień jego wykorzystania jest niewystarczający. Wynika to m.in. z niewystarczającego zainteresowania lokalnej społeczności prowadzeniem własnej działalności o charakterze turystycznym oraz braku świadomości wynikających z tego korzyści, a tam, gdzie jest ona prowadzona ogranicza się do podstawowych usług, nie dywersyfikując oferty.

Działanie to będzie realizowane poprzez m.in.:

- organizowanie szkoleń w zakresie procedur formalno-prawnych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej,
- organizowanie podróży studyjnych krajowych i zagranicznych w celu zapoznania się z dobrymi praktykami,
- wspieranie pozyskiwania źródeł finansowania, umożliwiających rozpoczęcie działalności gospodarczej (szkolenia, ulgi podatkowe),
- ułatwienie dostępu do wiedzy na temat prowadzenia działalności gospodarczej (usługi doradcze, dostęp do publikacji, platforma wymiany doświadczeń).

Działanie dotyczy wspierania przede wszystkim:

- osób rozpoczynających działalność agroturystyczną,
- osób zakładających pensjonaty oraz obiekty taniej bazy noclegowej (motele, kempingi, schroniska młodzieżowe,
- osób rozpoczynających działalność gastronomiczną deklarujących chęć regionalizacji oferty.

Działanie 4.3.3.

➤ Kształtowanie postaw proturystycznych wśród mieszkańców

Region musi przyciągać jakością usług, ale także przychylnym turyście klimatem. Warto pamiętać, że doznanie jest integralną częścią produktu turystycznego, będąc, z kolei, wprost zależne od doświadczanej w regionie atmosfery. W tym zakresie działania promocyjne i szkoleniowe dotyczą całej lokalnej społeczności. Do wykorzystania, a czasem do odbudowania pozostaje tradycyjna serdeczność, gościnność i otwartość na przybyszy. Przez setki lat, jak świadczy historia, pokojowo współistniały na tym terenie różne narodowości i wyznania, ziemia ta sprzyjała rozwojowi wielu talentów, dających świadectwo wielkości różnych kultur.

Działanie to będzie realizowane poprzez projekty szkoleniowe i promocyjne, a jego równorzędnym skutkiem będzie kształtowanie lokalnych liderów, zainteresowanych kreatywnym i innowacyjnym rozwojem rynku turystycznego w województwie.

CO 4.4. Rozwój badań na rzecz kształtowania profesjonalnych kadr dla turystyki

Działanie 4.4.1.

➔ Prowadzenie badań rynku pracy w turystyce i dystrybucja ich wyników

Badania rynku pracy powinny być realizowane na poziomie regionalnym w kooperacji z jednostkami naukowo-badawczymi. Warto zadbać, aby nie zostały one przejęte przez przypadkowe podmioty nie rozumiejące specyfiki regionu ani jego turystycznych funkcji. Ich efektem powinna być wiedza o dostępnych miejscach pracy. Zgodnie z tą wiedzą powinna być kształtowana polityka szkoleniowa w całym województwie. W tym kontekście ogromne znaczenie ma przemyślana i szeroka dystrybucja wyników badań, przez co stymulować się będzie jednocześnie rynek pracy.

Działanie 4.4.2.

➔ Prowadzenie badań potrzeb szkoleniowych wśród pracodawców i pracowników

Równie istotne znaczenie mają badania potrzeb szkoleniowych przeprowadzane wśród pracodawców i pracowników, które umożliwią optymalne przygotowanie programów szkoleniowych. Liczy się w tym zakresie przede wszystkim kontekst produktowy, bowiem potrzeby szkoleniowe, w długofalowej perspektywie, będą zależały właśnie od rodzaju i specyfiki sprzedawanych produktów turystycznych. Należy zaznaczyć, że działaniem będą objęte w szerszym zakresie kadry turystyczne, w mniejszym kadry około-turystyczne.

W pierwszym etapie wdrażania Programu w kontekście opracowanej koncepcji produktowej badaniu powinny zostać poddane następujące grupy:

- hotelarstwo i gastronomia,
- biura podróży i tour operatorzy,
- agroturystyka i turystyka wiejska,
- przewodnicy turystyczni i piloci.

Działanie 4.4.3.

➔ Monitorowanie efektywności programów szkoleniowych

Monitoring efektywności programów szkoleniowych jest instrumentem podnoszącym ich jakość, a jednocześnie umożliwiającym bieżące modyfikowanie zawartości programów i reagowanie na tendencje i trendy występujące na rynku usług turystycznych. Monitoring ten, podobnie jak badanie potrzeb szkoleniowych, powinien być prowadzony zarówno wśród pracodawców, jak i pracowników. Realizacja działania wymaga opracowania szczegółowych standardów, w wyniku, czego zostanie pozyskana wiedza, na ile pracodawcy zauważają zmiany u pracowników po odbyciu szkolenia, a z drugiej strony, jak pracownicy oceniają przydatność szkolenia w pracy zawodowej.

Priorytet 5. WSPARCIE INSTYTUCJONALNE W SUBREGIONACH TURYSTYCZNYCH

Podstawowe problemy:

- 1) brak koordynacji działań na rynku turystycznym,
- 2) brak wypracowanego partnerstwa w formule PPP.

Kluczowe założenia:

- 1) zorganizowanie zarządzania turystyką w subregionach i w województwie,
- 2) zbudowanie platformy współpracy, która umożliwi realizację wspólnych projektów,
- 3) wspieranie finansowe, merytoryczne i techniczne dla organizacji działających na rzecz rozwoju turystyki w regionie.

Cel główny

Stworzenie silnego otoczenia instytucjonalnego wspierającego rozwój turystyki w regionie poprzez działania na szczeblu subregionalnym

Cele operacyjne

Cel operacyjny 5.1.

Wzmacnianie organizacyjne rozwoju turystyki w subregionach

Cel operacyjny 5.2.

Wspieranie tworzenia platform współpracy na linii PPP

Cel operacyjny 5.3.

Wspieranie wdrażania nowoczesnych standardów jakościowych w zarządzaniu produktami

Działania wg celów operacyjnych

Cel operacyjny 5.1.

Wzmacnianie organizacyjne rozwoju turystyki w subregionach

- 5.1.1 Wzmocnienie turystyki w strukturach jednostek samorządu terytorialnego
- 5.1.2 Stymulowanie rozwoju sektora pozarządowego i branży turystycznej
- 5.1.3 Wzmocnienie zasobów organizacyjnych, technicznych i ludzkich wszystkich partnerów rynku turystycznego
- 5.1.4 Rozwijanie kontaktów międzynarodowych i międzyregionalnych

Cel operacyjny 5.2.

Wspieranie tworzenia platform współpracy na linii PPP

- 5.2.1 Wypracowanie i wdrożenie zasad współpracy
- 5.2.2 Stymulowanie rozwoju inwestycji turystycznych i realizacja projektów w formule PPP
- 5.2.3 Koordynowanie planów oraz programów strategicznych i operacyjnych na wszystkich szczeblach zarządzania rozwojem turystyki

Cel operacyjny 5.3.

Wspieranie wdrażania nowoczesnych standardów jakościowych w zarządzaniu produktami

- 5.3.1. Doposażenie w sprzęt niezbędny do prawidłowego funkcjonowania instytucji kultury i turystyki
- 5.3.2. Stymulowanie i wspomaganie działania platformy wymiany informacji i doświadczeń branży turystycznej, doradztwo
- 5.3.3. Konferencje, fora i szkolenia dla władarzy jednostek samorządu terytorialnego

CO 5.1. Wzmacnianie organizacyjne rozwoju turystyki w subregionach

Działanie 5.1.1.

➔ Wzmocnienie turystyki w strukturach jednostek samorządu terytorialnego

Rola władz samorządowych w rozwoju turystyki jest nie do przecenienia. Samorzady odpowiadają nie tylko za kształtowanie kierunków rozwoju i wytyczanie celów na poziomie regionalnym i lokalnym, ale również w dużym stopniu są odpowiedzialne za promocję (wydają materiały promocyjno-informacyjne, administrują lokalnymi serwisami www, współorganizują imprezy, prowadzą jednostki świadczące usługi IT, etc.).

Kwestią niezwykle ważną w tym aspekcie jest struktura organizacyjna urzędów i umiejscowienie wydziałów zajmujących się turystyką i promocją. Zdecydowanie zbyt często turystyka i promocja regionu/obszaru jako atrakcyjnego turystycznie łączona jest z takimi sprawami, jak opieka społeczna, edukacja czy sport. Dzieje się to dużym kosztem spraw dotyczących turystyki. Dlatego należy bezwzględnie dążyć do poprawy tej sytuacji wprowadzając zmiany w strukturach organizacyjnych i regulaminach pracy poszczególnych urzędów poprzez tworzenie wydziałów/departamentów turystycznych. Sytuacja, w której turystyka konkuruje z innymi, również ważnymi sprawami jest niedopuszczalna, zwłaszcza, gdy z punktu widzenia gospodarki jest ona priorytetem i motorem rozwoju. Istnienie wydziałów turystyki ma także ogromne znaczenie z punktu widzenia budowania platformy współpracy i poszukiwania partnerów do realizacji wspólnych przedsięwzięć.

Wzmocnienie struktur turystycznych władz lokalnych i regionalnych odpowiedzialnych za turystykę skutkować będzie zwiększeniem stopnia efektywności ich działania w zakresie tworzenia i wdrażania planów rozwoju turystyki, skuteczności polityki promocji i marketingu, współpracy z branżą i sektorem pozarządowym, jak również podniesieniem jakości i profesjonalizmu obsługi interesantów. Należy powołać komisje eksperckie w radach turystycznych samorządów terytorialnych, które będą czuwały nad właściwym i terminowym wdrażaniem przyjętych planów rozwojowych, ukierunkowanych na turystykę.

Działanie 5.1.2.

➤ Stymulowanie rozwoju sektora pozarządowego i branży turystycznej

W kontekście analizy sektora pozarządowego i branży turystycznej, działanie to koncentruje się na następujących aspektach:

- konsolidowanie sił małych organizacji pozarządowych, dzięki czemu efektywność ich pracy i możliwości aktywnego zaangażowania się w rozwój turystyki znacznie wzrosną,
- tworzenie nowych organizacji pozarządowych, zwłaszcza w dziedzinie agroturystyki, celem m.in. integrowania ich oferty i poszerzania obszarów współpracy,
- doradztwo i konsulting, m.in. tworzenie ośrodków doradztwa dla branży turystycznej – punktem wyjścia jest tutaj interdyscyplinarność turystyki i specyfika inwestycji turystycznych, stąd tematyka obejmować powinna: obszar finansowy, prawny, podatkowy, trendy, produkt turystyczny i jego specyfika, etc.,
- nawiązywanie ścisłej współpracy samorządów z branżą,
- zwiększanie dostępu do informacji o planowanych inwestycjach, kierunkach rozwoju, wynikach prowadzonych analiz i badań: udostępnianie informacji on-line na regionalnym portalu turystycznym (np. e-turystyka, w zakładce branżowej), interaktywne fora dyskusyjne, wysyłka newsletterów, publikacja broszur, ulotek, etc.,
- tworzenie i wspieranie lokalnych organizacji turystycznych zarówno według klucza obszarowego, jak i wokół istniejących i planowanych produktów turystycznych,
- wspieranie rozwoju Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej (zwiększenie potencjału kadrowego, poprawa wyposażenia technicznego, współpraca z Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi, Urzędem Marszałkowskim, władzami samorządowymi powiatów i gmin, podmiotami odpowiedzialnymi za prowadzenie informacji turystycznej, etc.),
- budowanie regionalnego systemu zatrudnienia na podstawie zapotrzebowań przedsiębiorstw turystycznych oraz tworzenie miejsc pracy wpływających na poprawę stanu środowiska naturalnego, zwiększenie oferty turystycznej przez produkcję wyrobów lokalnych i regionalnych, w tym tworzenie zielonych miejsc pracy (rolnictwo ekologiczne, eko- i agroturystyka),
- poprawa dostępu branży do kapitału (rekomendacje inwestycyjne, przykładowe biznesplany i studia wykonalności, dostęp do wyników badań rynkowych),
- tworzenie systemu zachęt inwestycyjnych.

Działanie 5.1.3.

➤ Wzmocnienie zasobów organizacyjnych, technicznych i ludzkich wszystkich partnerów rynku turystycznego w subregionach

Wzmocnienie zasobów organizacyjnych, technicznych i ludzkich partnerów rynku turystycznego w subregionach jest ważnym wsparciem ułatwiającym wyzwalamie aktywności przez grupy społeczne, które wykazują własną inicjatywę.

Formami wsparcia organizacyjnego i technicznego mogą być:

- pomoc techniczna w pozyskiwaniu środków na finansowanie wyposażenia i działalności partnerów rynku turystycznego,
- pomoc techniczna w organizowaniu kontaktów i spotkań,
- udostępnianie przestrzeni biurowej i konferencyjnej,
- udostępnianie baz danych i zasobów informacyjnych,
- zlecenie wykonania zadań własnych,
- wspieranie budżetowe,
- ułatwianie kontaktów z przedstawicielami władzy publicznej,

Formami wzmocnienia zasobów ludzkich powinny być:

- szkolenia (o tematyce związanej z rolą turystyki w rozwoju regionalnym, możliwościami pozyskiwania środków UE na projekty turystyczne, promocją i marketingiem, obsługą procesów inwestycyjnych, jak również dotyczące technik szkoleniowych i warsztatowych),
- warsztaty kreatywności i innowacyjności (dotyczące przede wszystkim produktów turystycznych oraz polityki promocji i marketingu, mające na celu wspólne wypracowanie pomysłów i kierunków działania),
- seminaria, zjazdy, konferencje (umożliwiające nawiązanie kontaktów ze specjalistami i ekspertami oraz innymi regionami/ subregionami, które również stawiają na rozwój turystyki i dzielą się swoimi doświadczeniami i dobrymi praktykami),
- podróże studyjne (organizowane przede wszystkim dla branży turystycznej, wyjazdy do innych regionów Polski i za granicę, celem zapoznania się z ofertą, metodologią jej tworzenia, zasadami współpracy przy tworzeniu produktów sieciowych, etc.),
- wszelkie spotkania, które służą nawiązywaniu szerokich kontaktów i konsolidowaniu sił,
- konkursy i programy promocyjne (przeprowadzanie konkursów dotyczących opracowań innowacyjnych w zadanej tematyce, wprowadzanie promocyjnych programów tematycznych mających na celu aktywizowanie procesów kreacji i innowacyjności),
- wprowadzanie programów umożliwiających odbywanie praktyk, szkoleń i staży za granicą dla przyszłej kadry ekspertów krajowych i regionalnych oraz lokalnych animatorów w obszarze kreacji produktów oraz zarządzania projektami).

Obok rozwijania kompetencji zawodowych, bardzo ważne jest wzmocnienie więzi i konsolidacja ludzi wokół wspólnego celu, jakim jest rozwój turystyki.

Działanie 5.1.4.

🔄 Rozwijanie kontaktów międzynarodowych i międzyregionalnych

Działanie to dotyczy wszystkich interesariuszy rynku turystycznego. Kluczowym jest utrzymywanie i rozwijanie kontaktów z partnerami, zwłaszcza z Czech, celem organizowania m.in. wymiany kulturalnej, zapoznawania się z dobrymi praktykami, wymiany doświadczeń, jak również realizacji wspólnych projektów w dziedzinie turystyki. Kooperacja jest warunkiem wstępnym dla wdrażania przedsięwzięć transgranicznych, zarówno miękkich, jak i twardych.

Najważniejsze obszary tej współpracy to:

- wymiana kulturalna,
- wspólne organizowanie imprez,
- tworzenie transgranicznych produktów turystycznych (szlaki),
- współpraca na rzecz wprowadzania ułatwień i podnoszenia stopnia przepustowości przejść granicznych oraz budowy nowych przejść granicznych, również turystycznych,
- organizowanie międzynarodowych warsztatów, spotkań, seminariów,
- współpraca przy tworzeniu transgranicznej oferty turystycznej (pomiędzy touroperatorami),
- organizowanie study tours,
- współpraca pomiędzy mediami celem wzajemnego promowania atrakcji turystycznych,
- wspólne składanie wniosków o dofinansowanie projektów ze środków UE lub innych źródeł finansowania,
- organizowanie staży i praktyk zawodowych.

CO 5.2. Wspieranie tworzenia platform współpracy na linii PPP

Działanie 5.2.1.

🔄 Wypracowanie i wdrożenie zasad współpracy

Wypracowanie i wdrożenie zasad współpracy warunkuje możliwości współdziałania uczestników rynku turystycznego. Ogólne zasady powinny uwzględniać: transparentność, otwartość, jasność, wzajemną lojalność i wspólną korzyść.

Zasady współpracy powinny obejmować swoim zakresem następujące zagadnienia:

- stworzenie instytucjonalnych podstaw partnerstwa w postaci wspólnych programów i funkcjonowania instytucji, będących platformą realizacji wspólnych zadań i stałej współpracy, przy pełnym poszanowaniu autonomii instytucji, jako warunku niezbędnego powodzenia tej współpracy
- zapewnienie ciągłości i determinacji w planowaniu i realizacji projektów w długim dystansie czasu
- zapewnienie równoległości realizacji przez wszystkie zainteresowane podmioty własnych zadań, których wyniki przyczynią się w różnych etapach do realizacji Programu

- podjęcie przez partnerów rynku turystycznego wspólnych zadań służących projektowi, których rezultaty zostaną wykorzystane do tworzenia, rozwijania i udoskonalania produktu turystycznego
- koordynację działań mających na celu stałą promocję zróżnicowanych i wspólnie realizowanych składników oferty turystycznej.

Do opracowania zasad współpracy należy włączyć przedstawicieli wszystkich interesariuszy i zapewnić możliwości szerszej konsultacji przy okazji bezpośrednich spotkań i drogą internetową.

Działanie 5.2.2.

➤ Stymulowanie rozwoju inwestycji turystycznych i realizacja projektów w formule PPP

Wspólne przedsięwzięcia są szczególnie pożądanym rozwiązaniem w przypadkach gdy:

- skala przedsięwzięcia jest zbyt duża, przekracza możliwości finansowe, techniczne i ludzkie jednego lub wielu podmiotów,
- ryzyko projektu jest wysokie na tyle, że staje się barierą dla jednego podmiotu; działanie wspólne pozwala rozkładać to ryzyko na wielu partnerów i przez to realnie je zmniejszyć,
- brakuje know-how.

Partnerstwo trójsektorowe (publiczno-społeczno-prywatne) jest efektywną formą realizowania projektów turystycznych, co wynika z interdyscyplinarności sektora. Prywatni partnerzy zyskują w ten sposób nowe szanse na rynku, w ich interesie jest bowiem osiągnięcie zysku, natomiast samorząd realizuje zadania własne, możliwie tanio i na wysokim poziomie jakości. Stwarzanie warunków sprzyjających budowaniu platformy współpracy trójsektorowej to przede wszystkim:

- wypracowanie modelowych, zadaniowych zasad współpracy pomiędzy wszystkimi interesariuszami, zarówno w układzie pionowym, jak i poziomym,
- cykliczne spotkania związane z monitorowaniem rozwoju produktów turystycznych w Regionie oraz nowymi pomysłami w nawiązaniu do sytuacji rynkowej, stopniem efektywności akcji promocyjnych, etc. (co jest związane również z monitorowaniem i ewaluacją stanu wdrażania zaktualizowanego Programu),
- wypracowanie systemu dystrybucji informacji pomiędzy partnerami,
- doradztwo dla firm z sektora turystycznego (w zakresie budowania jakościowych produktów, infrastruktury turystycznej, prowadzenia działalności gospodarczej, zwiększenia skuteczności w pozyskiwaniu środków na rozwój turystyki i wysoka efektywność ich wydatkowania),
- tworzenie procedur prawnych umożliwiających tworzenie PPP (modelowe umowy, specjalne usługi i porady prawne, system doradztwa, system badania wiarygodności partnerów, baza danych zawierająca przykłady projektów realizowanych w formule PPP w Polsce i na świecie w zakresie turystyki).

Istotnym elementem powyższej współpracy będą działania prowadzone na linii jednostki naukowe – NGO-sy – inicjatywy prywatne. Włączenie jednostek naukowych w działania publiczno-prywatne w obszarze kadr, jakości czy oferty będzie przyczyniać się (np. poprzez badania) do lepszego, bardziej trafnego rozpoznawania rynku, tworzenia

markowych, jakościowych produktów turystycznych oraz kształcenia kadr w pożądanym aktualnie specjalnościach obsługi sektora turystyki w Regionie.

Działanie 5.2.3.

➔ Koordynowanie planów oraz programów strategicznych i operacyjnych na wszystkich szczeblach zarządzania rozwojem turystyki

Zarządzanie nie jest możliwe bez planowania (niezależnie od tego w jakiej formie jest dokonywane), natomiast planowanie nie jest możliwe bez rzetelnej informacji o aktualnym stanie.

Słabą stroną jest ciągły niedostatek wiedzy o stanie i potencjale zmieniającego się rynku turystycznego.

Przeprowadzanie badań jest bardzo czasochłonne i bardzo kosztowne. Dlatego też wymaga to konsolidacji potrzeb i środków przeznaczanych na ten cel.

Planowanie jako proces ciągły wymaga również ciągłości monitorowania.

Istotą każdego zarządzania jest osiągnięcie uzgodnionych celów przy określonych zasobach i środkach. Zarządzanie zajmuje się przechodzeniem od stanu „jest” do stanu „ma być”. Określanie stanu „jak ma być” dokonywane jest w ramach planowania rozwoju w instytucjach/podmiotach uczestniczących w rynku turystycznym. Nie wszyscy uczestnicy planują w sposób systematyczny i wykorzystują odpowiednie narzędzia planistyczne. Wielu uczestników w swoich planach nie wychodzi poza „własne podwórko”, nie wychodzi z otwartą strategią współpracy z otoczeniem. Uniemożliwia to uzyskanie efektu synergii.

W przypadku planowania rozwoju na obszarze takim jak Województwo Dolnośląskie, gdzie o sukcesie w rozwoju turystyki decydują działania kilkuset głównych i tysiące pozostałych drobnych interesariuszy, koordynowanie planów oraz programów strategicznych i operacyjnych na wszystkich szczeblach zarządzania rozwojem turystyki jest wymogiem niezbędnym. Polityka i warunki korzystania z pomocy UE wspierają i przymuszają do działania na rzecz systematyczności, ciągłości i komplementarności planowania. Wymogiem praktycznym w takim planowaniu jest określanie mierników oceny dla poszczególnych celów oraz konsolidowanie celów w taki sposób, aby były one spójne i niekonfliktowe.

Proces planowania jest również formą dialogu społecznego, a opracowane plany są formą konsensusu społecznego. Dochodzenie poprzez dialog do takiego konsensusu jest bardzo trudne i tym trudniejsze im liczniejsze i bardziej zróżnicowane są grupy interesariuszy rynku turystycznego. Wymaga to jednak prowadzenia przez władze samorządowe polityki otwartej komunikacji i partycypacji społecznej w dochodzeniu do konsolidacji i koordynacji planów rozwoju. Ważne jest również rozwijanie u uczestników rynku turystycznego świadomości ograniczeń w koordynowaniu planowania. Oznacza to, że nie jest możliwe, aby każdy robił co chce i często należy się dostosować ze swoimi planami w imię wyższych celów wspólnych i korzyści możliwych do osiągnięcia w dłuższym okresie czasu.

Koordynacja winna obejmować więc zapewnienie kompatybilności powstających dokumentów z istniejącymi. W związku z tym wszelkie dokumenty strategiczne winny być łatwo dostępne. Dobrym rozwiązaniem w tym zakresie jest udostępnianie ich np. na regionalnym portalu informacyjnym, czy – wspomianej już w niniejszym opracowaniu – zakładce dla branży turystycznej w serwisie e-turystyka, a także organizowanie konferencji / spotkań poświęconych istniejącym planom rozwoju.

CO 5.3. Wspieranie wdrażania nowoczesnych standardów jakościowych w zarządzaniu produktami

Działanie 5.3.1.

➔ **Doposażenie w sprzęt niezbędny do prawidłowego funkcjonowania instytucji kultury i turystyki**

Istotne znaczenie dla prawidłowego funkcjonowania instytucji kultury i turystyki ma fakt wyposażenia ich w niezbędny sprzęt i narzędzia oraz procedury usprawniające prowadzenie działalności statutowej ww. instytucji. Dotyczy to zwłaszcza poniższych obszarów:

- Informacji i promocji turystyki regionu i subregionów, w tym, m.in.: budowy i modernizacji punktów informacji turystycznej wraz z niezbędnym wyposażeniem (z włączeniem do regionalnego systemu informacji turystycznej i systemu e-turystyki), przygotowania i rozpowszechniania materiałów promujących produkty turystyczne regionu oraz przygotowania i realizacji kampanii promocyjnych.
- Organizacji imprez/wydarzeń kulturalnych o znaczeniu co najmniej regionalnym.
- Przedsięwzięć z zakresu współpracy międzynarodowej i międzyregionalnej (seminaria, konferencje) w celu zapewnienia wymiany dobrych praktyk oraz doświadczeń.
- Obiektów dziedzictwa historycznego: konserwacji, restauracji bądź adaptacji i wykorzystania zabytków do pełnienia nowych funkcji wraz z zakupem niezbędnego sprzętu; dostosowania infrastruktury do potrzeb osób niepełnosprawnych; adaptacji i zastosowania środków ochrony (np. przeciwłamaniowej i przeciwpożarowej) w w/w obiektach; przedsięwzięcia dotyczące drogowej infrastruktury towarzyszącej (np. parkingi, toalety) przy obiektach atrakcyjnych turystycznie.
- Obiektów instytucji kultury: modernizacji obiektów zajmowanych przez te instytucje (wraz z zakupem niezbędnego sprzętu), doposażenia w sprzęt informatyczny, niezbędny do prawidłowego funkcjonowania instytucji kultury, w tym także oprogramowania komputerowego ułatwiającego ich wewnętrzne zarządzanie.
- Upowszechniania informacji o dziedzictwie przeszłości oraz o przedsięwzięciach jednostek kultury poprzez: tworzenie i upowszechnianie baz danych dotyczących twórców, wybitnych dzieł kultury, wydarzeń kulturalnych, digitalizację i upowszechnianie istniejących zasobów, szczególnie związanych z zabytkami.

Działanie 5.3.2.

➔ **Stymulowanie i wspomaganie działania platformy wymiany informacji i doświadczeń branży turystycznej, doradztwo**

Korzystanie z doświadczeń, sprawdzonych pomysłów, dobrych praktyk jest jedną z podstawowych form rozwijania działalności również w dziedzinie turystyki. Prowadzi nie tylko do minimalizacji błędnych rozwiązań, ale także do rozwoju współpracy pomiędzy uczestnikami rynku turystycznego.

Istotnym elementem rozwoju turystyki na Dolnym Śląsku staje się więc doradztwo zorganizowane m.in. na zasadzie elektronicznej platformy wymiany informacji (np. nt. tworzenia katalogu imprez kulturalnych i koordynacji ich terminów, know how, etc.) i doświadczeń branży jako kodowany tylko dla branży element systemu e-turystyki. Działaniem stymulującym i wzmacniającym będą konkursy i programy jakościowe oraz ich certyfikacja.

Działanie 5.3.3.

➔ Konferencje, fora i szkolenia dla władarzy jednostek samorządu terytorialnego

Dla prawidłowego rozwoju turystyki w regionie oraz czerpania korzyści społeczno-ekonomicznych przez jego mieszkańców, ważne jest budowanie świadomości na każdym szczeblu zarządzania turystyką w województwie. Stąd potrzeba organizacji konferencji, forów, czy szkoleń dla władarzy jednostek samorządu terytorialnego (wójtów, burmistrzów) w Województwie Dolnośląskim w zakresie budowania gospodarki turystycznej, w tym m.in. wspierania innowacyjności w sektorze turystyki. Podnoszenie świadomości rangi tej gałęzi gospodarki wśród lokalnych decydentów może mieć tylko pozytywne skutki dla rozwoju produktów turystycznych, lokalnych inicjatyw w zakresie budowania elementów oferty turystycznej, a także, w wymiarze społecznym przeciwdziałać bezrobociu i podnosić statut ekonomiczno-społeczny gospodarstw domowych.

5.5. Wytyczne kierunkowe oraz plany operacyjne dla obszarów priorytetowych skorelowane z regionalnymi źródłami dotacji Unii Europejskiej.

Jak już to wielokrotnie podkreślono, aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego ma m.in. na celu pokazanie źródeł finansowania poszczególnych działań z funduszy zewnętrznych. Koncepcja została stworzona w taki sposób, aby z jednej strony zakres zadań do realizacji odpowiadał potrzebom województwa zidentyfikowanym w czasie prowadzenia analizy, a z drugiej był skorelowany z dostępnymi w obecnym okresie budżetowym Unii Europejskiej środkami finansowymi.

W niniejszym rozdziale w formule tabelarycznej przedstawione zostały plany operacyjne zawierające zestawienie działań według priorytetów skorelowane z dostępnymi dla Województwa Dolnośląskiego źródłami finansowania. Określone w nich zostały konkretne programy (z podaniem priorytetów i działań), z których można sfinansować realizację zaktualizowanego Programu, maksymalny poziom dofinansowania, typu beneficjentów oraz – tam, gdzie na dzień opracowywania dokumentu było to możliwe – terminy naboru wniosków.

Z uwagi na kluczowe znaczenie Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Dolnośląskiego na lata 2007-2013, plany operacyjne podzielono na 2 rodzaje, z uwagi na źródła finansowania. Pierwszy prezentuje korelację obszarów priorytetowych z RPO, a drugi z innymi źródłami finansowania:

- 1) Programy operacyjne 2007-2013: PO Infrastruktura i Środowisko, PO Kapitał Ludzki, PO Innowacyjna Gospodarka,
- 2) Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007-2013
- 3) Programy Współpracy Transgranicznej: PWT Republika Czeska – Rzeczpospolita Polska 2007-2013, PWT Polska – Saksonia 2007-2013,
- 4) Programy współpracy transnarodowej i międzyregionalnej: Europejska Współpraca Terytorialna 2007-2013 – Program Współpracy Międzyregionalnej Interreg IVC, Europejska Współpraca Terytorialna 2007-2013 – Program Operacyjny Europa Środkowa oraz Program Operacyjny Południowy Bałtyk,
- 5) Inne: Szwajcarsko-Polski Program Współpracy oraz Norweski Mechanizm Finansowy i Mechanizm Finansowy Europejskiego Obszaru Gospodarczego – Fundusz Organizacji Pozarządowych.

Tabela nr 18. Finansowanie działań z RPO dla Województwa Dolnośląskiego.

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
1.1. Inwestycje dla przedsiębiorstw – dotacje inwestycyjne dla przedsiębiorstw zlokalizowanych w miejscowościach uzdrowiskowych	50% -średnie przedsiębiorstwa, 60% - małe i mikro-przedsiębiorstwa, 40% - dla dużych przedsiębiorstw oraz MŚP prowadzące działalność gospodarczą w sektorze transportu	<ul style="list-style-type: none"> ▫ przedsiębiorstwa, w tym w szczególności MŚP15; ▫ duże przedsiębiorstwa (nie spełniające kryteriów MŚP) 	06.2009	3.1. Rozwój jakościowej bazy oraz infrastruktury turystycznej dedykowanej na potrzeby wiodących form turystyki w regionie	3.1.1. Odbudowa i renowacja architektury zdrojowej uzdrowisk Dolnego Śląska
1.1. Inwestycje dla przedsiębiorstw – dotacje inwestycyjne zwiększające atrakcyjność turystyczną regionu	50% - średnie przedsiębiorstwa, 60% - małe i mikro-przedsiębiorstwa	<ul style="list-style-type: none"> ▫ przedsiębiorstwa, w tym w szczególności MŚP 	08.2009	1.1. Rozwój produktów sieciowych, w tym szlaków tematycznych	1.1.2. Rozwój markowych, sieciowych produktów turystyki wiejskiej, agro i ekoturystyki, w tym gospodarstw tradycyjnych, edukacyjnych, tematycznych Dolnego Śląska
6.1. Turystyka uzdrowiskowa – projekty dotyczące modernizacji architektury zdrojowej	70%	<ul style="list-style-type: none"> ▫ jednostki samorządu terytorialnego, ich związki i stowarzyszenia; ▫ PGL Lasy Państwowe i jego jednostki organizacyjne; ▫ kościoły i związki wyznaniowe oraz osoby prawne kościołów i związków wyznaniowych ▫ organizacje pozarządowe, w tym regionalne i lokalne organizacje turystyczne; 	03.2009	1.2. Budowa jakościowej oferty turystycznej subregionów Dolnego Śląska	1.2.3. Implementacja i rozwój koncepcji produktowych w subregionach wg opracowanych programów i studiów wykonalności, przy strategicznym wsparciu ze strony Samorządu Województwa

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
		<ul style="list-style-type: none"> ▫ spółki prawa handlowego nie działające w celu osiągnięcia zysku, bądź przeznaczające zysk wyłącznie na cele statutowe, w których udział większościowy - ponad 50% akcji, udziałów, itp. posiadają jednostki samorządu terytorialnego. 			
6.1. Turystyka uzdrowiskowa – projekty dotyczące modernizacji architektury zdrojowej	70%	j.w.	03.2009	3.1. Rozwój jakościowej bazy oraz infrastruktury turystycznej dedykowanej na potrzeby wiodących form turystyki w regionie	3.1.1. Odbudowa i renowacja architektury zdrojowej uzdrowisk Dolnego Śląska
6.1. Turystyka uzdrowiskowa – projekty dotyczące promocji turystyki uzdrowiskowej	70%	j.w.	10.2009	1.1. Rozwój produktów sieciowych, w tym szlaków tematycznych	1.1.3. Opracowanie koncepcji oraz wdrożenie produktu sieciowego „Era miast – dusza miast”
6.1. Turystyka uzdrowiskowa – projekty dotyczące promocji turystyki uzdrowiskowej	70%	j.w.	10.2009	5.1. Wzmacnianie organizacyjne rozwoju turystyki w subregionach	5.1.4. Rozwijanie kontaktów międzynarodowych i międzyregionalnych
6.1. Turystyka uzdrowiskowa – projekty dotyczące tworzenia i udoskonalania systemów identyfikacji	70%	j.w.	03.2009	1.1. Rozwój produktów sieciowych, w tym szlaków tematycznych	1.1.5. Opracowanie katalogu szlaków regionalnych / centralnej kartoteki – w tym rozwiązań w obszarze implementacji, organizacji, marketingu, wizualizacji

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
wizualnej na terenie miejscowości uzdrowiskowych					
6.1. Turystyka uzdrowiskowa – projekty dotyczące modernizacji architektury zdrojowej	70%	j.w.	03.2009	1.4. Podnoszenie jakości organizacji, zarządzania i marketingu wokół flagowych atrakcji i produktów punktowych i strefowych	1.4.2. Rozwój dedykowanej infrastruktury produktów wpływającej na wzrost ceny ofert w relacji cena-jakość
6.2. Turystyka aktywna – projekty dotyczące przedsięwzięć z zakresu współpracy międzynarodowej i międzyregionalnej w celu zapewnienia wymiany dobrych praktyk oraz doświadczeń	70%	<ul style="list-style-type: none"> ▫ jednostki samorządu terytorialnego, ich związki i stowarzyszenia; ▫ PGL Lasy Państwowe i jego jednostki organizacyjne; ▫ szkoły wyższe; ▫ kościoły i związki wyznaniowe oraz osoby prawne kościołów i związków wyznaniowych; ▫ organizacje pozarządowe, w tym regionalne i lokalne organizacje turystyczne; ▫ spółki prawa handlowego nie działające w celu osiągnięcia zysku, bądź przeznaczające zysk wyłącznie na cele statutowe, w których udział większościowy - 	Brak danych	5.1. Wzmacnianie organizacyjne rozwoju turystyki w subregionach	5.1.4. Rozwijanie kontaktów międzynarodowych i międzyregionalnych

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
		ponad 50% akcji, udziałów, itp. posiadają jednostki samorządu terytorialnego.			
6.2. Turystyka aktywna – przedsięwzięcia z zakresu modernizacji i budowy infrastruktury turystyki aktywnej	70%	j.w.	03.2009	1.2. Budowa jakościowej oferty turystycznej subregionów Dolnego Śląska	1.2.3. Implementacja i rozwój koncepcji produktowych w subregionach wg opracowanych programów i studiów wykonalności
6.2. Turystyka aktywna – przedsięwzięcia z zakresu modernizacji i budowy infrastruktury turystyki aktywnej	70%	j.w.	03.2009	1.4. Podnoszenie jakości organizacji, zarządzania i marketingu wokół flagowych atrakcji i produktów punktowych i strefowych	1.4.2. Rozwój dedykowanej infrastruktury produktów pływającej na wzrost ceny ofert w relacji cena-jakość
6.2. Turystyka aktywna – przedsięwzięcia z zakresu modernizacji i budowy infrastruktury turystyki aktywnej	70%	j.w.	10.2009	3.1. Rozwój jakościowej bazy i infrastruktury turystycznej dedykowanej na potrzeby wiodących form turystyki w regionie	3.1.3. Realizacja kompleksowych projektów w zakresie modernizacji i rozwoju infrastruktury istotnej dla rozwoju turystyki aktywnej i sportowej
6.2. Turystyka aktywna – przedsięwzięcia z zakresu modernizacji i budowy	70%	j.w.	03.2009	3.3. Wspieranie rozwiązań systemowych w obszarze dostępności komunikacyjnej, bezpieczeństwa, ochrony cennych walorów na obszarach turystycznych	3.3.3. Projektowanie i wdrażanie nowoczesnych, pro-ekologicznych rozwiązań w zakresie infrastruktury turystycznej i edukacyjnej na obszarach przyrodniczo cennych

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
infrastruktury turystyki aktywnej					
6.2. Turystyka aktywna – przedsięwzięcia z zakresu modernizacji i budowy infrastruktury turystyki aktywnej	70%	j.w.	03.2009	3.4. Rozwój nowoczesnych systemów orientacji turystycznej oraz udogodnień dla turystów aktywnych na trasach i szlakach regionu	3.4.3. Rozwój infrastruktury szlaków turystyki kwalifikowanej – udogodnień dedykowanych dla turystów aktywnych, w tym także osób niepełnosprawnych i rodzin z dziećmi
6.3. Turystyka biznesowa	70%	<ul style="list-style-type: none"> ▫ jednostki samorządu terytorialnego, ich związki i stowarzyszenia; ▫ szkoły wyższe; ▫ regionalne i lokalne organizacje turystyczne; ▫ spółki prawa handlowego nie działające w celu osiągnięcia zysku, bądź przeznaczające zysk wyłącznie na cele statutowe, w których udział większościowy - ponad 50% akcji, udziałów, itp. posiadają jednostki sektora finansów publicznych i/lub podmioty prawa publicznego określone w dyrektywie 2004/18/WE Parlamentu 	Brak danych	1.4. Podnoszenie jakości organizacji, zarządzania i marketingu wokół flagowych atrakcji i produktów punktowych i strefowych	1.4.2. Rozwój dedykowanej infrastruktury produktów wpływającej na wzrost ceny ofert w relacji cena-jakość

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
		Europejskiego i Rady z dnia 31 marca 2004 r. w sprawie koordynacji procedur udzielania zamówień publicznych na roboty budowlane, dostawy i usługi (Dz. Urz. L 134 z 30.04.2004 r.).			
6.3. Turystyka biznesowa	70%	j.w.	Brak danych	3.1. Rozwój jakościowej bazy oraz infrastruktury turystycznej dedykowanej na potrzeby wiodących form turystyki w regionie	3.1.2. Rozbudowa oraz modernizacja bazy konferencyjnej i wystawienniczej regionu, zwiększająca konkurencyjność produktu turystyki biznesowej Dolnego Śląska
6.4. Turystyka kulturowa – projekty dotyczące budowy i modernizacji punktów informacji turystycznej wraz z niezbędnym wyposażeniem	70%	<ul style="list-style-type: none"> ▫ jednostki samorządu terytorialnego, ich związki i stowarzyszenia; ▫ administracja rządowa; ▫ szkoły wyższe; ▫ instytucje kultury: samorządowe, państwowe oraz współprowadzone z Ministrem właściwym ds. kultury i dziedzictwa narodowego; ▫ kościoły i związki wyznaniowe oraz osoby prawne kościołów i związków wyznaniowych; ▫ organizacje 	10.2009	3.2. Rewitalizacja, rewaloryzacja terenów zagrożonych degradacją materialną oraz społeczną na cele rekreacyjne, kulturalne, aktywizujące rozwój turystyki	3.2.2. Wdrażanie rozwiązań wzbogacających miejską infrastrukturę informacji turystycznej oraz bazy uzupełniającej w oparciu o procesy rewitalizacji oraz rewaloryzacji obiektów przemysłowych

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
		<p>pozarządowe, w tym regionalne i lokalne organizacje turystyczne;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▫ spółki prawa handlowego nie działające w celu osiągnięcia zysku, bądź przeznaczające zysk wyłącznie na cele statutowe, w których udział większościowy - ponad 50% akcji, udziałów, itp. posiadają jednostki sektora finansów publicznych i/lub podmioty prawa publicznego określone w dyrektywie 2004/18/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 31 marca 2004 r. w sprawie koordynacji procedur udzielania zamówień publicznych na roboty budowlane, dostawy i usługi (Dz. Urz. L 134 z 30.04.2004 r.). 			
6.4. Turystyka kulturowa – projekty dotyczące doposażenia w sprzęt	70%	j.w.	04.2009	5.3. Wspieranie wdrażania nowoczesnych standardów jakościowych w zarządzaniu produktami	5.3.1. Doposażenie w sprzęt niezbędny do prawidłowego funkcjonowania instytucji kultury i turystyki

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
informatyczny, niezbędny do prawidłowego funkcjonowania instytucji kultury, w tym także oprogramowanie ułatwiające ich wewnętrzne zarządzanie					
6.4. Turystyka kulturowa – projekty dotyczące obiektów dziedzictwa historycznego	70%	j.w.	03.2009	1.2. Budowa jakościowej oferty turystycznej subregionów Dolnego Śląska	1.2.3. Implementacja i rozwój koncepcji produktowych w subregionach wg opracowanych programów i studiów wykonalności, przy strategicznym wsparciu finansowym ze strony Samorządu Województwa
6.4. Turystyka kulturowa – projekty dotyczące obiektów dziedzictwa historycznego	70%	j.w.	03.2009	1.4. Podnoszenie jakości organizacji, zarządzania i marketingu wokół flagowych atrakcji i produktów punktowych i strefowych	1.4.2. Rozwój dedykowanej infrastruktury produktów wpływającej na wzrost ceny ofert w relacji cena-jakość
6.4. Turystyka kulturowa – projekty dotyczące obiektów dziedzictwa historycznego	70%	j.w.	03.2009	3.1. Rozwój jakościowej bazy oraz infrastruktury turystycznej dedykowanej na potrzeby wiodących form turystyki w regionie	3.1.4. Realizacja projektów dot. tworzenia, renowacji oraz modernizacji infrastruktury istotnej dla rozwoju markowych produktów turystyki kulturowej regionu
6.4. Turystyka kulturowa – projekty dotyczące obiektów dziedzictwa historycznego	70%	j.w.	04.2009	3.1. Rozwój jakościowej bazy oraz infrastruktury turystycznej dedykowanej na potrzeby wiodących form turystyki w regionie	3.1.4. Realizacja projektów dot. tworzenia, renowacji oraz modernizacji infrastruktury istotnej dla rozwoju markowych produktów turystyki kulturowej regionu

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
6.4. Turystyka kulturowa – projekty dotyczące obiektów dziedzictwa historycznego	70%	j.w.	Brak danych	5.1. Wzmacnianie organizacyjne rozwoju turystyki w subregionach	5.1.4. Rozwijanie kontaktów międzynarodowych i międzyregionalnych
6.4. Turystyka kulturowa – projekty dotyczące informacji i promocji turystyki kulturowej	70%	j.w.	10.2009	1.1. Rozwój produktów sieciowych, w tym szlaków tematycznych	1.1.4. Rozwój produktów regionalnych i ponadregionalnych szlaków tematycznych wraz z programem ich promocji
6.4. Turystyka kulturowa – projekty z zakresu organizacji imprez/wydarzeń kulturalnych o znaczeniu co najmniej regionalnym	70%	j.w.	06.2009	5.3. Wspieranie wdrażania nowoczesnych standardów jakościowych w zarządzaniu produktami	5.3.2. Stymulowanie i wspomaganie działania platformy wymiany informacji i doświadczeń branży turystycznej, doradztwo
6.5. Działania wspierające infrastrukturę turystyczną i kulturę – projekty dotyczące e-usług w dziedzinie turystyki i kultury	70%	<ul style="list-style-type: none"> ▫ jednostki samorządu terytorialnego, ich związki i stowarzyszenia; ▫ administracja rządowa; ▫ publiczne szkoły wyższe; ▫ instytucje kultury: samorządowe, państwowe oraz współprowadzone z Ministrem właściwym ds. kultury i dziedzictwa narodowego; ▫ PGL Lasy Państwowe i jego jednostki 	05.2009	2.2. Rozwój systemu e-turystyki Dolnego Śląska	2.2.1. Opracowanie koncepcji systemów informacji analogowej i cyfrowej z uwzględnieniem uwarunkowań lokalnych oraz subregionalnych

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
		<ul style="list-style-type: none"> organizacyjne; organizacje pozarządowe, w tym regionalne i lokalne organizacje turystyczne 			
6.5. Działania wspierające infrastrukturę turystyczną i kulturową – projekty dotyczące e-usług w dziedzinie turystyki i kultury	70%	j.w.	05.2009	2.2. Rozwój systemu e	2.2.2. Opracowanie zintegrowanego systemu informacji turystycznej dedykowanego na potrzeby Dolnego Śląska, współpracującego z systemem krajowym, w tym utworzenie Dolnośląskiego Centrum Informacji Turystycznej i Promocji we Wrocławiu
6.5. Działania wspierające infrastrukturę turystyczną i kulturową – projekty dotyczące e-usług w dziedzinie turystyki i kultury	70%	j.w.	05.2009	2.2. Rozwój systemu e	2.2.3. Integracja i implementacja systemów na poziomie lokalnym, regionalnym oraz w subregionach
6.5. Działania wspierające infrastrukturę turystyczną i kulturową – projekty dotyczące e-usług w dziedzinie turystyki i kultury	70%	j.w.	05.2009	2.2. Rozwój systemu e-turystyki Dolnego Śląska	2.2.4. Wdrożenie narzędzi wsparcia, takich jak 24 hot-line turystyczny, WLAN turystyczny, Turystyczne Call Center, darmowe mapy GPS (samochodowe, rowerowe)
6.5. Działania wspierające infrastrukturę turystyczną	70%	j.w.	10.2009	1.1. Rozwój produktów sieciowych, w tym szlaków tematycznych	1.1.3. Opracowanie koncepcji oraz wdrożenie produktu sieciowego „Era miast – dusza miast”

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
i kulturową – projekty dotyczące szeroko rozumianej promocji i informacji regionu					
6.5. Działania wspierające infrastrukturę turystyczną i kulturową – projekty dotyczące szeroko rozumianej promocji i informacji regionu	70%	j.w.	10.2009	2.3. Prowadzenie kampanii promujących ofertę turystyczną regionu	2.3.1. Opracowanie strategii promocji regionu oraz koncepcji identyfikacji Dolnego Śląska (wizualnych i werbalnych) z uwzględnieniem kluczowej roli promocji wizerunku turystycznego (wyróżniki oferty tzw. USP)
6.5. Działania wspierające infrastrukturę turystyczną i kulturową – projekty dotyczące szeroko rozumianej promocji i informacji regionu	70%	j.w.	10.2009	2.3. Prowadzenie kampanii promujących ofertę turystyczną regionu	2.3.2. Prowadzenie kampanii promującej ofertę markowych produktów Dolnego Śląska, stanowiącą kontynuację kampanii w okresie 2006-2008
6.5. Działania wspierające infrastrukturę turystyczną i kulturową – projekty dotyczące szeroko rozumianej promocji i informacji regionu	70%	j.w.	10.2009	2.3. Prowadzenie kampanii promujących ofertę turystyczną regionu	2.3.3. Prowadzenie specjalnych kampanii skupionych na określonych obszarach oraz produktach, w tym obejmujących działania transgraniczne oraz włączanie się w zintegrowane działania promocyjne na poziomie krajowym, międzyregionalnym
6.5. Działania wspierające infrastrukturę turystyczną i kulturową –	70%	j.w.	10.2009	2.3. Prowadzenie kampanii promujących ofertę turystyczną regionu	2.3.4. Promocja subregionalnych produktów turystycznych przy wsparciu finansowym Samorządu Województwa

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
projekty dotyczące szeroko rozumianej promocji i informacji regionu					
6.5. Działania wspierające infrastrukturę turystyczną i kulturową – projekty dotyczące zapewnienia bezpieczeństwa turystom	70%	j.w.	06.2009	3.3. Wspieranie rozwiązań systemowych w obszarze dostępności komunikacyjnej, bezpieczeństwa, ochrony cennych walorów na obszarach turystycznych	3.3.1. Opracowanie programów dot. kompleksowych rozwiązań w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa turystom z uwzględnieniem potrzeb rozwoju bazy oraz infrastruktury specjalistycznej służb ratowniczych
6.5. Działania wspierające infrastrukturę turystyczną i kulturową – projekty dotyczące zapewnienia bezpieczeństwa turystom	70%	j.w.	06.2009	3.3. Wspieranie rozwiązań systemowych w obszarze dostępności komunikacyjnej, bezpieczeństwa, ochrony cennych walorów na obszarach turystycznych	3.3.2. Wdrażanie programów dot. zwiększania bezpieczeństwa turystów poprzez m.in. modernizację i wzbogacanie bazy infrastrukturalnej służb ratowniczych
9.1. Odnowa zdegradowanych obszarów miejskich w miastach powyżej 10 tys. mieszkańców	70%	Beneficjenci wymienieni w Priorytetach: 2 „Społeczeństwo informacyjne”, 3 „Transport”, 4 „Środowisko i bezpieczeństwo ekologiczne”, 5 „Energetyka”, 6 „Turystyka i Kultura”, 7 „Edukacja” w zakresie projektów wskazanych w tych priorytetach; jst, ich związku i stowarzyszenia;	06.2009	3.2. Rewitalizacja, rewaloryzacja terenów zagrożonych degradacją materialną oraz społeczną na cele rekreacyjne, kulturalne, aktywizujące rozwój turystyki	3.2.1. Projektowanie nowych, atrakcyjnych społecznie i turystycznie, przestrzeni miejskich na obszarach zdegradowanych, w tym o rosnącej skali negatywnych zjawisk społecznych
9.2. Odnowa zdegradowanych obszarów miejskich w miastach poniżej 10 tys. mieszkańców	70%		Brak danych	3.2. Rewitalizacja, rewaloryzacja terenów zagrożonych degradacją materialną oraz społeczną na cele rekreacyjne, kulturalne, aktywizujące rozwój turystyki	3.2.1. Projektowanie nowych, atrakcyjnych społecznie i turystycznie, przestrzeni miejskich na obszarach zdegradowanych, w tym o rosnącej skali negatywnych zjawisk społecznych

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Działania RPO wg priorytetów	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Cel operacyjny Programu	Działania wg celów operacyjnych
		jednostki organizacyjne jst posiadające osobowość prawną; spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe; towarzystwa budownictwa społecznego; podmioty działające w zakresie pomocy społecznej; organizacje pozarządowe; samorządy gospodarcze i zawodowe oraz związki zawodowe; administracja rządowa; jednostki samorządu terytorialnego, ich związki i stowarzyszenia; jednostki organizacyjne jst posiadające osobowość prawną; spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe; towarzystwa budownictwa społecznego; podmioty działające w zakresie pomocy społecznej; organizacje pozarządowe.			

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

Tabela nr 19. Finansowanie działań z innych źródeł.

Program	Działanie	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg celów operacyjnych
Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007-2013	Poddziałanie 2.1.1 Rozwój kapitału ludzkiego w przedsiębiorstwach	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Kolejny nabór planowany jest w 2009 r.	4.1. Rozwój wykwalifikowanych kadr gospodarki turystycznej
	Poddziałanie 6.1.1 Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Kolejny nabór planowany jest w 2009 r.	4.1. Rozwój wykwalifikowanych kadr gospodarki turystycznej
	Działanie 6.3 Inicjatywy lokalne na rzecz podnoszenia poziomu aktywności zawodowej na obszarach wiejskich	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Kolejny nabór planowany jest w 2009 r.	4.1. Rozwój wykwalifikowanych kadr gospodarki turystycznej
	Poddziałanie 8.1.1 Wspieranie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Kolejny nabór planowany jest w 2009 r.	4.1. Rozwój wykwalifikowanych kadr gospodarki turystycznej
	Poddziałanie 5.2.1 Modernizacja zarządzania w administracji samorządowej	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Kolejny nabór planowany jest w 2009 r.	4.2. Przygotowanie służb publicznych oraz pracowników sektora usług okołoturystycznych do obsługi ruchu turystycznego
	Poddziałanie 5.2.3 Podnoszenie kompetencji kadr służb publicznych	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Kolejny nabór planowany jest w 2009 r.	4.2. Przygotowanie służb publicznych oraz pracowników sektora usług okołoturystycznych do obsługi ruchu turystycznego

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Program	Działanie	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg celów operacyjnych
	Poddziałanie 7.2.1 Aktywizacja zawodowa i społeczna osób zagrożonych wykluczeniem społecznym	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Kolejny nabór planowany jest w 2009 r.	4.3. Przygotowanie mieszkańców województwa do recepcji turystów
	Działanie 7.3 Inicjatywy lokalne na rzecz aktywnej integracji	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Kolejny nabór planowany jest w 2009 r.	4.3. Przygotowanie mieszkańców województwa do recepcji turystów
	Poddziałanie 6.1.2 Wsparcie powiatowych i wojewódzkich urzędów pracy w realizacji zadań na rzecz aktywizacji zawodowej osób bezrobotnych w regionie	85%	Wojewódzkie lub powiatowe urzędy pracy	Kolejny nabór planowany jest w 2009 r.	4.4. Rozwój badań na rzecz kształtowania profesjonalnych kadr dla turystyki
	Poddziałanie 5.4.2 Rozwój dialogu obywatelskiego	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Kolejny nabór planowany jest w 2009 r.	5.1. Wzmacnianie organizacyjne rozwoju turystyki w subregionach
Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2007-2013	Działanie 11.1 Ochrona i zachowanie dziedzictwa kulturowego o znaczeniu ponadregionalnym	85%-100%	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Instytucje kultury; ▫ jednostki samorządu terytorialnego; ▫ kościoły i związki wyznaniowe; ▫ organizacje pozarządowe; ▫ archiwa państwowe; ▫ szkoły artystyczne, uczelnie artystyczne, publiczne uczelnie wyższe inne niż artystyczne. 	Kolejny nabór planowany jest w 2009 r.	3.1.4. Realizacja projektów dot. tworzenia, renowacji oraz modernizacji infrastruktury istotnej dla rozwoju markowych produktów turystyki kulturowej regionu

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Program	Działanie	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg celów operacyjnych
	Działanie 11.2. Rozwój oraz poprawa stanu infrastruktury kultury o znaczeniu ponadregionalnym	85%-100%	<ul style="list-style-type: none"> ▫ instytucje kultury; ▫ organizacje pozarządowe; ▫ kościoły i związki wyznaniowe; ▫ archiwa państwowe; ▫ jednostki samorządu terytorialnego oraz partnerstwa zawiązane w ramach określonego w działaniu katalogu beneficjentów. 	Kolejny nabór planowany jest w 2009 r.	3.1.4. Realizacja projektów dot. tworzenia, renowacji oraz modernizacji infrastruktury istotnej dla rozwoju markowych produktów turystyki kulturowej regionu
Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007-2013	Działanie 5.1 Wspieranie rozwoju powiązań kooperacyjnych o znaczeniu ponadregionalnym	85%	Osoba prawna prowadząca powiązanie kooperacyjne	Brak danych	5.2. Wspieranie tworzenia platform współpracy na linii PPP
	Działanie 6.4 Inwestycje w produkty turystyczne o znaczeniu ponadregionalnym	60%	Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego Partnerzy: Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego, Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, Opolska Regionalna Organizacja Turystyczna, Śląska Organizacja Turystyczna, Małopolska Organizacja Turystyczna, Wielkopolska Organizacja Turystyczna	Lista zamknięta w dniu 30.05.2008 r.	Na liście głównej znajduje się Południowo-zachodni Szlak Cystersów
Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007-2013	Działanie „Odnowa i rozwój wsi”	75%	<ul style="list-style-type: none"> ▫ osoba prawna - gmina, instytucja kultury, dla której organizatorem jest jednostka samorządu terytorialnego; ▫ kościół lub inny związek wyznaniowy; ▫ organizacja pozarządowa mająca status organizacji pożytku 	Od 02.02.2009 r. do 27.02.2009 r.	3.1.3. Realizacja kompleksowych projektów w zakresie modernizacji i rozwoju infrastruktury istotnej dla rozwoju turystyki aktywnej i sportowej

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Program	Działanie	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg celów operacyjnych
			publicznego (w rozumieniu ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i wolontariacie).		
Program Operacyjny Współpracy Transgranicznej Republika Czeska-Rzeczpospolita Polska 2007-2013	Oś priorytetu 2 „Poprawa warunków rozwoju przedsiębiorczości i turystyki”, dziedzina wsparcia 2.2 „Wspieranie rozwoju turystyki”, cel szczegółowy „Rozszerzenie oferty turystycznej obszaru pogranicza polsko-czeskiego”	85%	Beneficjenci z obszaru wsparcia objętego programem (podregion jeleniogórsko-wałbrzyski)	Nabór ciągły	Zakres możliwych do realizacji projektów jest bardzo szeroki i obejmuje wszystkie priorytety zapisane w aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki. Głównym warunkiem kwalifikowalności partnera wiodącego i innych partnerów jest ich umiejscowienie na obszarze wsparcia oraz zaangażowanie partnerów po obydwu stronach granicy.
	Oś priorytetowa 1. Wzmacnianie dostępności komunikacyjnej, ochrona środowiska, profilaktyka zagrożeń. Cel szczegółowy: poprawa bezpieczeństwa w obszarze pogranicza polsko-czeskiego.	85%	Beneficjenci z obszaru wsparcia objętego programem (podregion jeleniogórsko-wałbrzyski)	Nabór ciągły	3.3.2. Wdrażanie programów dot. zwiększenia bezpieczeństwa turystów poprzez m.in. modernizację i wzbogacanie bazy infrastrukturalnej służb ratowniczych
		85%	Beneficjenci z obszaru wsparcia objętego programem (podregion jeleniogórsko-wałbrzyski)	Nabór ciągły	3.3.1. Opracowanie programów dot. kompleksowych rozwiązań w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa turystom z uwzględnieniem potrzeb rozwoju bazy oraz

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Program	Działanie	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg celów operacyjnych
					infrastruktury specjalistycznej służb ratowniczych
Program Współpracy Transgranicznej Polska-Saksonia 2007-2013	Oś priorytetowa 1: Rozwój transgraniczny, Dziedzina wsparcia: Turystyka i działalność uzdrowiskowa	85%	Beneficjenci z obszaru wsparcia objętego programem (podregion jeleniogórsko-wałbrzyski)	Nabór ciągły (jeszcze nie został ogłoszony)	Zakres możliwych do realizacji projektów jest bardzo szeroki i obejmuje wszystkie priorytety zapisane w aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki. Głównym warunkiem kwalifikowalności partnera wiodącego i innych partnerów jest ich umiejscowienie na obszarze wsparcia oraz zaangażowanie partnerów po obydwu stronach granicy. W szczególności istnieje możliwość realizacji projektów z zakresu działania 3.1.1. Odbudowa i renowacja architektury zdrojowej uzdrowisk Dolnego Śląska. Obok transgranicznego łączenia w sieć ośrodków uzdrowiskowych możliwa jest przebudowa, modernizacja bądź nowe ukierunkowanie istniejących ośrodków. Ponadto wsparciu ma podlegać dalszy rozwój lub przywrócenie miejscowościom ich funkcji uzdrowiskowej.

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Program	Działanie	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg celów operacyjnych
	Oś priorytetowa 2. Transgraniczna integracja społeczna, Dziedzina wsparcia 2.4. Bezpieczeństwo publiczne	85%	Beneficjenci z obszaru wsparcia objętego programem (podregion jeleniogórsko-wałbrzyski)	Nabór ciągły (jeszcze nie został ogłoszony)	3.3.1. Opracowanie programów dot. kompleksowych rozwiązań w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa turystom z uwzględnieniem potrzeb rozwoju bazy oraz infrastruktury specjalistycznej służb ratowniczych
Program Operacyjny Europa Środkowa 2007-2013	Priorytet 4 – Poprawa konkurencyjności oraz atrakcyjności miast i regionów, P4.2 Uwzględnienie terytorialnych skutków zmian demograficzno-społecznych w rozwoju miejskim i regionalnym,	85%	Beneficjenci z obszaru wsparcia programu (cała Polska)	Drugi nabór potrwa do 18.03.2009 r.	3.2 Rewitalizacja, rewaloryzacja terenów zagrożonych degradacją materialną oraz społeczną na cele rekreacyjne, kulturalne, aktywizujące rozwój turystyki
	Priorytet 1 – Wspieranie innowacyjności na obszarze Europy Środkowej	85%	Partnerzy projektowi muszą pochodzić z obszaru wsparcia programu (cały teren Polski) i mogą to być : <ul style="list-style-type: none"> ▫ władze publiczne szczebla krajowego, regionalnego i lokalnego; ▫ instytucje o charakterze publicznym; ▫ instytucje prywatne, w tym prywatne firmy. 	Drugi nabór potrwa do 18.03.2009 r.	5.3. Wspieranie wdrażania nowoczesnych standardów jakościowych w zarządzaniu produktami
Program Region Morza Bałtyckiego 2007-2013	Priorytet: Promowanie atrakcyjności i konkurencyjności miast i regionów	85%	Beneficjenci z obszaru wsparcia programu (cała Polska)	19.01-31.03.2009	3.2. Rewitalizacja, rewaloryzacja terenów zagrożonych degradacją materialną oraz społeczną na cele rekreacyjne, kulturalne, aktywizujące rozwój turystyki

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Program	Działanie	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg celów operacyjnych
Europejska Współpraca Terytorialna, Program Współpracy Międzyregionalnej Interreg IVC 2007-2013	Priorytet 1 – Innowacja i gospodarka wiedzy, Priorytet 2 - Ochrona środowiska i zapobieganie ryzykom	85%	Władze publiczne lub podmioty publiczne, którego wydatki są uznawane jako wydatki publiczne	Drugi nabór zostanie ogłoszony w II połowie 2009 r.	Możliwość realizowania badań i analiz w partnerstwie międzynarodowym nad wybranymi politykami regionalnymi związanymi z rozwojem gospodarczym regionów, również w dziedzinie turystyki
Szwajcarsko-Polski Program Współpracy	Priorytet 2. Środowisko i infrastruktura. Cel: Bioróżnorodność i ochrona ekosystemów oraz wsparcie transgranicznych inicjatyw środowiskowych	60-90% w zależności od charakteru projektu	Instytucje sektora publicznego i prywatnego oraz organizacje pozarządowe	Planowany w II połowie stycznia 2009 r.	Wybrane działania celów operacyjnych priorytetu 2: Wsparcie marketingowe, związane z zachowaniem środowiska naturalnego
	Priorytet 3: Sektor prywatny. Obszar tematyczny: Rozwój sektora prywatnego i promocja eksportu MŚP	60-90% w zależności od charakteru projektu	Instytucje sektora publicznego i prywatnego oraz organizacje pozarządowe	Obecnie trwają prace programowe zmierzające do uruchomienia naboru wniosków	Działania celu operacyjnego 4.1. Rozwój wykwalifikowanych kadr gospodarki turystycznej
Norweski Mechanizm Finansowy i Mechanizm Finansowy Europejskiego Obszaru Gospodarczego. Fundusz Organizacji Pozarządowych	Komponent II – Ochrona środowiska i zrównoważony rozwój w ramach obszaru tematycznego: Proekologiczna restrukturyzacja rynku turystycznego w Polsce	90%	Organizacje pozarządowe (w tym ROT i LOT-y)	Termin zakończenia naboru upływa 06.03.2009 r.	3.3.3. Projektowanie i wdrażanie nowoczesnych, proekologicznych rozwiązań w zakresie infrastruktury turystycznej i edukacyjnej na obszarach przyrodniczo cennych

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego

Program	Działanie	Max. poziom dofinansowania	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg celów operacyjnych
	Komponent II – Ochrona środowiska i zrównoważony rozwój w ramach obszaru tematycznego: Proekologiczna restrukturyzacja rynku turystycznego w Polsce	90%	Organizacje pozarządowe (w tym ROT i LOT-y)	Termin zakończenia naboru upływa 06.03.2009 r.	5.1. Wzmacnianie organizacyjne rozwoju turystyki w subregionach

Źródło: Opracowanie własne PART SA.

5.6. Harmonogram wdrażania aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego skorelowany z dokumentami dotyczącymi rozwoju kraju oraz regionów.

Punktem wyjścia do opracowania harmonogramu wdrażania aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego była analiza możliwych źródeł finansowania (opisanych w rozdziale 5.5) pod kątem terminów naboru wniosków, które determinują możliwe terminy realizacji poszczególnych działań. Analiza taka została przedstawiona w tabeli nr 20 (plik źródłowy „Harmonogram - terminy naboru”, xls).

Kolejne 3 tabele pokazują harmonogram realizacji działań, przy czym:

- 1) tabela nr 21 „Harmonogram działań dofinansowanych z RPO” (plik źródłowy xls) – działania dofinansowane z RPO
- 2) tabela nr 22 „Harmonogram działań dofinansowanych z innych źródeł” (plik źródłowy xls) – działania dofinansowane z innych źródeł
- 3) tabela nr 23 „Harmonogram wdrożenia” (plik źródłowy xls) – pełny harmonogram; oznaczenie kolorów: ton 1 (najjaśniejszy) oznacza, iż działanie może otrzymać dofinansowanie z 1 źródła; ton 2 (ciemniejszy) – z 2 źródeł; ton 3 (najciemniejszy) – z 3 i więcej źródeł.

SPIS TABEL, MAP I SCHEMATÓW.

Spis tabel

Tabela nr 1. Znaczenie trendów w kontekście projektowania kierunków rozwoju turystyki dla Województwa Dolnośląskiego.	17
Tabela nr 2. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Karkonosze i Góry Izerskie.	22
Tabela nr 3. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Pogórze Kaczawskie.	25
Tabela nr 4. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Nysa-Kwisa-Bóbr.	27
Tabela nr 5. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Bory Dolnośląskie.	29
Tabela nr 6. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Dolina Odry Zachód.	31
Tabela nr 7. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Wzgórza Trzebnickie i Dolina Baryczy.	33
Tabela nr 8. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Sudety Wałbrzyskie.	36
Tabela nr 9. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Przedgórze Sudeckie.	38
Tabela nr 10. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Masyw Ślęży.	40
Tabela nr 11. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Dolina Odry Wschód.	42
Tabela nr 12. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Ziemia Kłodzka.	44
Tabela nr 13. Atrakcyjność turystyczna – Subregion Sowiogórski.	47
Tabela nr 14. Atrakcyjność turystyczna – Wrocław.	51
Tabela nr 15. Wybrane wyróżniki Województwa Dolnośląskiego.	62
Tabela nr 16. Segmentacja rynku turystycznego dla Województwa Dolnośląskiego.	63
Tabela nr 17. Gradacja wartości produktów turystycznych Dolnego Śląska na różnych rynkach.	64
Tabela nr 18. Finansowanie działań z RPO dla Województwa Dolnośląskiego.	118
Tabela nr 19. Finansowanie działań z innych źródeł.	131

Spis map

Mapa nr 1. Dolnośląskie Subregiony Turystyczne.	20
------------------------------------------------------	----

Spis schematów

Schemat nr 1. Drzewo problemów.	69
Schemat nr 2. Drzewo celów i działań.	71

WYKAZ ZAŁĄCZNIKÓW.

- 1) Schemat nr 1. Drzewo problemów (jpg).
- 2) Schemat nr 2. Drzewo celów i działań (jpg).
- 3) Tabela nr 20. Harmonogram - terminy naboru (xls).
- 4) Tabela nr 21. Harmonogram działań dofinansowanych z RPO (xls).
- 5) Tabela nr 22. Harmonogram działań dofinansowanych z innych źródeł (xls).
- 6) Tabela nr 23. Harmonogram wdrożenia (xls).

Dodatkowo, załącznikami do aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego powinny być Koncepcje Subregionalnych Produktów Turystycznych dla poszczególnych subregionów (po ich formalnym przyjęciu przez Samorząd Województwa).