



KAPITAŁ LUDZKI  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



DOLNY  
ŚLĄSK

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"  
POKL.08.01.04-02-001/09

# OCENA WPŁYWU ZIDENTYFIKOWANYCH TRENDÓW ROZWOJOWYCH NA SYTUACJĘ SEKTORA TURYSTYKI NA DOLNYM ŚLĄSKU, ZE SZCZEGÓLNYM UWZGLĘDNIENIEM SPODZIEWANYCH ZMIAN NA RYNKU PRACY

WPŁYW ZIDENTYFIKOWANYCH TENDENCJI  
W RUCHU TURYSTYCZNYM W REGIONIE  
NA TRENDY ROZWOJOWE W GOSPODARCE  
TURYSTYCZNEJ NA DOLNYM ŚLĄSKU

„Publikacja dystrybuowana bezpłatnie”

„Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego”



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

Raport pn. **WPŁYW ZIDENTYFIKOWANYCH TENDENCJI W RUCHU TURYSTYCZNYM W REGIONIE NA TRENDY ROZWOJOWE W GOSPODARCE TURYSTYCZNEJ NA DOLNYM ŚLĄSKU** *opracowany został przez zespół*



AGENCJA ROZWOJU REGIONALNEGO

59-220 Legnica

Ul. Macieja Rataja 26

tel.(76) 862-35-22; (76) 852-30-15; fax (76) 862-09-68

Biuro: 67-200 Głogów; ul. Budowlanych 6a

tel.(76) 835-68-91; fax (76) 834-27-97

**W składzie:**

dr Robert Kropiwnicki

Jarosław Rabczenko

Joanna Milczarz

Szymon Hnat

Katarzyna Jakubas

Agnieszka Młynarczyk

Maciej Kupaj

Agnieszka Kruchowska

Justyna Florczyk

Patryk Chruścik

Magdalena Roicka

Natalia Malkiewicz

Krzysztof Stroński

Małgorzata Kicak

Adam Zysk

**Współpraca:**

Wojciech Fedyk

**Legnica 2010**



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

## Spis Treści

<b>Wprowadzenie .....</b>	<b>5</b>
<b>1. Mapa przestrzenna trendów i tendencji w ruchu turystycznym na Dolnym Śląsku w układzie powiatowym i subregionalnym wg typów turystyki.....</b>	<b>6</b>
<b>2. Dostosowanie poszczególnych składowych gospodarki turystycznej w regionie do tendencji i trendów europejskich i krajowych funkcjonujących na rynku popytu turystycznego w układzie subregionalnym ( wg APRT ) wg typów turystyki i sektorów branży turystycznej: .....</b>	<b>22</b>
2.1. Turystyka aktywna .....	27
2.1.1. Turystyka piesza.....	29
2.1.2. Turystyka rowerowa .....	30
2.1.3. Turystyka kajakowa .....	31
2.1.4. Turystyka narciarska .....	32
2.1.5 Turystyka specjalistyczna (wspinaczka, myślistwo, wędkarstwo, turystyka konna) .....	33
2.2. Turystyka uzdrowiskowa .....	35
2.2.1. Med-tours, wellness, spa.....	35
2.3. Turystyka miejska i kulturowa .....	35
2.4. Turystyka pielgrzymkowa.....	37
2.5. Turystyka biznesowa.....	37
2.5.1. Turystyka konferencyjno-kongresowa .....	37
2.5.2. Podróże służbowe .....	38
2.5.3. Incentive tours .....	39
2.6. Turystyka na terenach wiejskich .....	39
2.6.1. Agroturystyka.....	40
2.6.2. Ekoturystyka .....	40
2.6.3. Pamiątkarstwo i kuchnia regionalna .....	41
2.7. Turystyka tranzytowa .....	42
2.8. Sektory gospodarki turystycznej regionu.....	42
2.8.1. Sektor bazy noclegowej i gastronomicznej.....	46
2.8.2. Sektor transportu drogowego i kolejowego.....	47



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

2.8.3. Sektor organizatorów turystyki, pośredników turystycznych oraz agentów turystycznych.....	48
2.8.4. Sektor organizacji i stowarzyszeń.....	48
2.8.5. Sektor kształcenia kadr oraz kadr turystycznych .....	49
2.8.6. Sektor informacji turystycznej.....	51
2.8.7. Sektor promocji turystycznej.....	52
<b>3. Rekomendacje odnośnie regionalnej polityki turystycznej.....</b>	<b>53</b>
3.1. Rekomendacje dla jednostek samorządu terytorialnego wszystkich szczebli	54
3.2. Rekomendacje dla branży turystycznej wg sektorów z podrozdziałów 2.8.1 – 2.8.4.....	58
3.3. Rekomendacje dla podmiotów systemu informacji turystycznej.....	62
3.4. Rekomendacje dla podmiotów systemu promocji turystycznej .....	64
3.5. Rekomendacje dla podmiotów systemu kształcenia kadr turystycznych.....	67
<b>4. Podsumowanie .....</b>	<b>69</b>
4.1. Wnioski .....	69
<b>Spis tabel.....</b>	<b>71</b>
<b>Spis rysunków .....</b>	<b>72</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>73</b>



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

## ***Wprowadzenie***

Raport realizowany jest w ramach projektu systemowego pn. „**Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012**” w poddziałaniu 8.1.4. Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Projekt polega na przeprowadzeniu badań i analiz dotyczących prognoz jaki wpływ na sektor turystyczny będzie miała organizacja EURO 2012 oraz tendencji rozwojowych, cyklu koniunkturalnego branży turystycznej i analizy potrzeb sektora turystycznego w dziedzinie kapitału ludzkiego. Projekt poprzez analizy wskaże jakie powinny być kierunki kształcenia kobiet i mężczyzn w stosunku do oczekiwań sektora gospodarki turystycznej w regionie.

Celem niniejszego raportu jest analiza wpływu trendów w ruchu turystycznym jakie oddziałują na stan gospodarki turystycznej w regionie. Raport będzie stanowił analizę różnic, jakie występują pomiędzy popytem turystycznym a podażą turystyczną. Analizie poddane zostaną główne składowe gospodarki turystycznej w regionie z uwzględnieniem poszczególnych subregionów turystycznych. Raport ma być wiarygodnym źródłem informacji niezbędnym do podejmowania decyzji w zakresie regionalnej polityki turystycznej.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

## ***1. Mapa przestrzenna trendów i tendencji w ruchu turystycznym na Dolnym Śląsku w układzie powiatowym i subregionalnym wg typów turystyki***

Dla zobrazowania wybranych cech rozwoju turystyki w subregionach, poniżej zostały przedstawione autorskie mapy przestrzenne trendów i tendencji w ruchu turystycznym na Dolnym Śląsku wg typów turystyki.

Z uwagi na fakt, że subregiony w swoich granicach delimitacyjnych pokrywają się obszarowo, w dużym zakresie, z podziałem powiatowym na Dolnym Śląsku, uznano przedstawianie przestrzennej struktury trendów i tendencji w układzie powiatowym za nieuzasadnione merytorycznie i za zbędne powielanie treści w niniejszym raporcie.

Ze względu na brak aktualnych, precyzyjnych danych ilościowych d/t wielkości i intensywności ruchu turystycznego w poszczególnych typach turystyki, uznano ekspercko, że wykorzystanie zmiennej, tj. prognozy liczby turystów korzystających z bazy noclegowej będzie wystarczającym przybliżeniem do podjęcia próby oszacowania wartości i wielkości trendu.

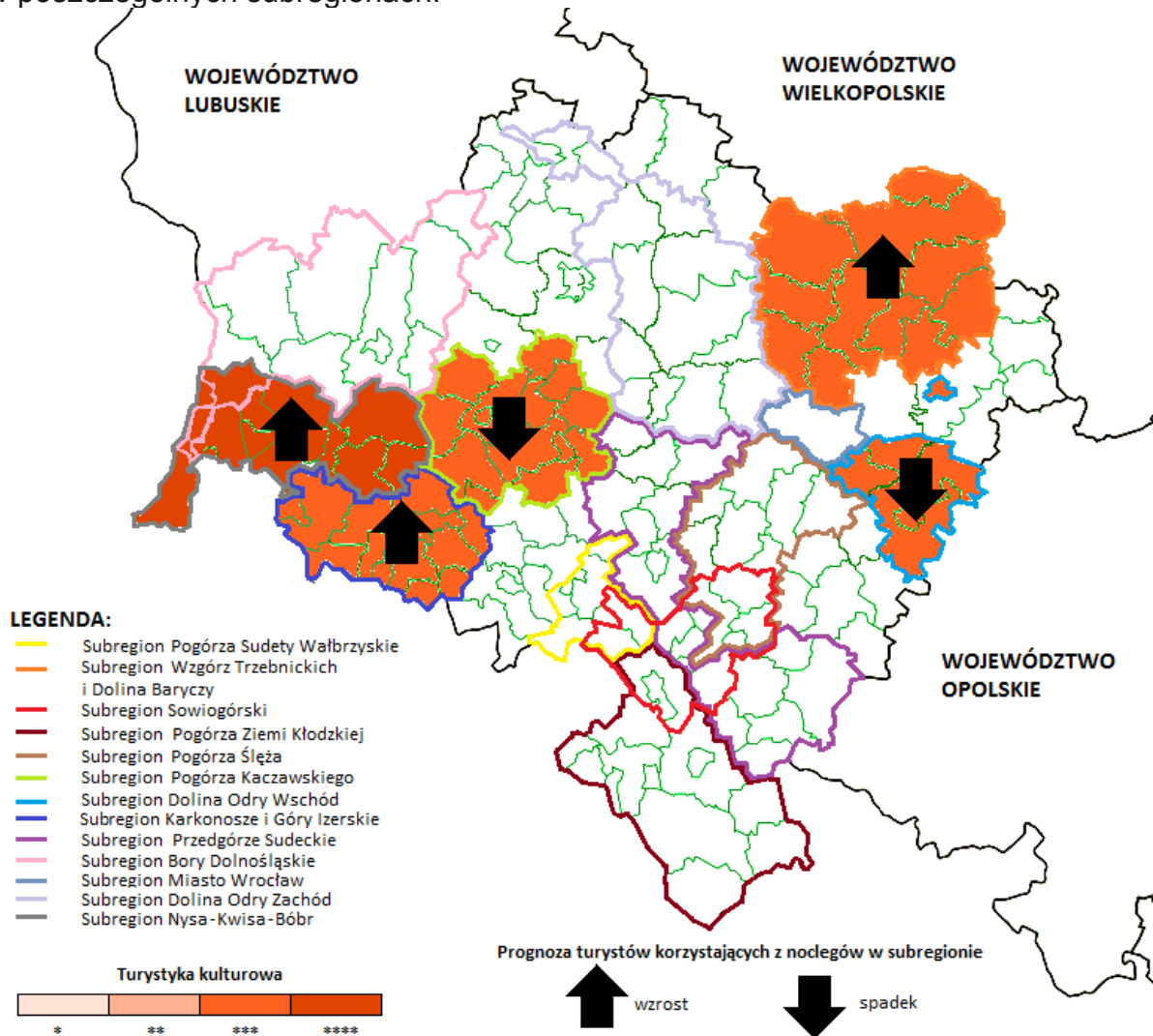
Jednocześnie autorzy postulują wprowadzenie w regionie stałych, finansowanych przez Samorząd Województwa ze środków własnych lub dotacji UE, badań ruchu turystycznego, we wszystkich jego przejawach w układzie subregionalnym, z wykorzystaniem partnerów z jednostek samorządu terytorialnego, instytucji rynku turystycznego, placówek naukowych i podmiotów branży turystycznej. Taki model badań pozwoli na świadome i szybkie reagowanie na zmiany na rynku turystycznym, ograniczanie niekorzystnych trendów, czy wykorzystywanie nadarzających się okazji do rozwoju gospodarki turystycznej Dolnego Śląska.



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

Rysunek 1. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki kulturowej w poszczególnych subregionach.



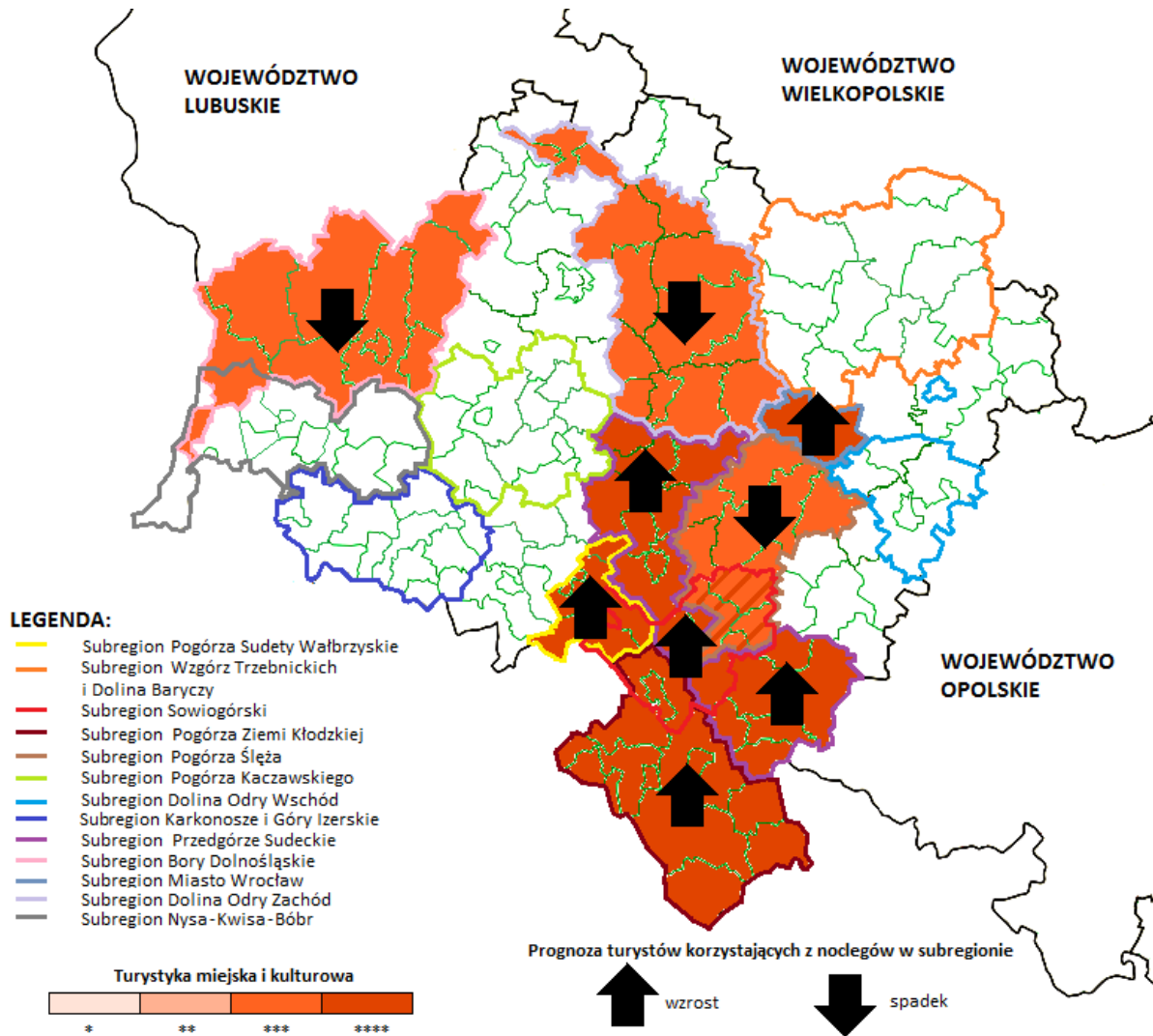
Źródło: Opracowanie własne na podstawie Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Dolnego Śląska.



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

Rysunek 2. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki miejskiej i kulturowej w poszczególnych subregionach.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Dolnego Śląska.

Analiza Rys. 1 i 2 pozwala na wyrażenie poglądu o konieczności intensyfikacji rozwoju różnych przejawów turystyki kulturowej w kilku subregionach dysponujących stosownym potencjałem walorów turystycznych, niezależnie od rangowania tego potencjału w dokumencie APRT, co pozwoli na zrównoważony rozwój województwa w tej kategorii ruchu turystycznego, szczególnie w sytuacji rosnącego trendu wzrostu ruchu opartego o produkty turystyki kulturowej i miejskiej, planowane akcje



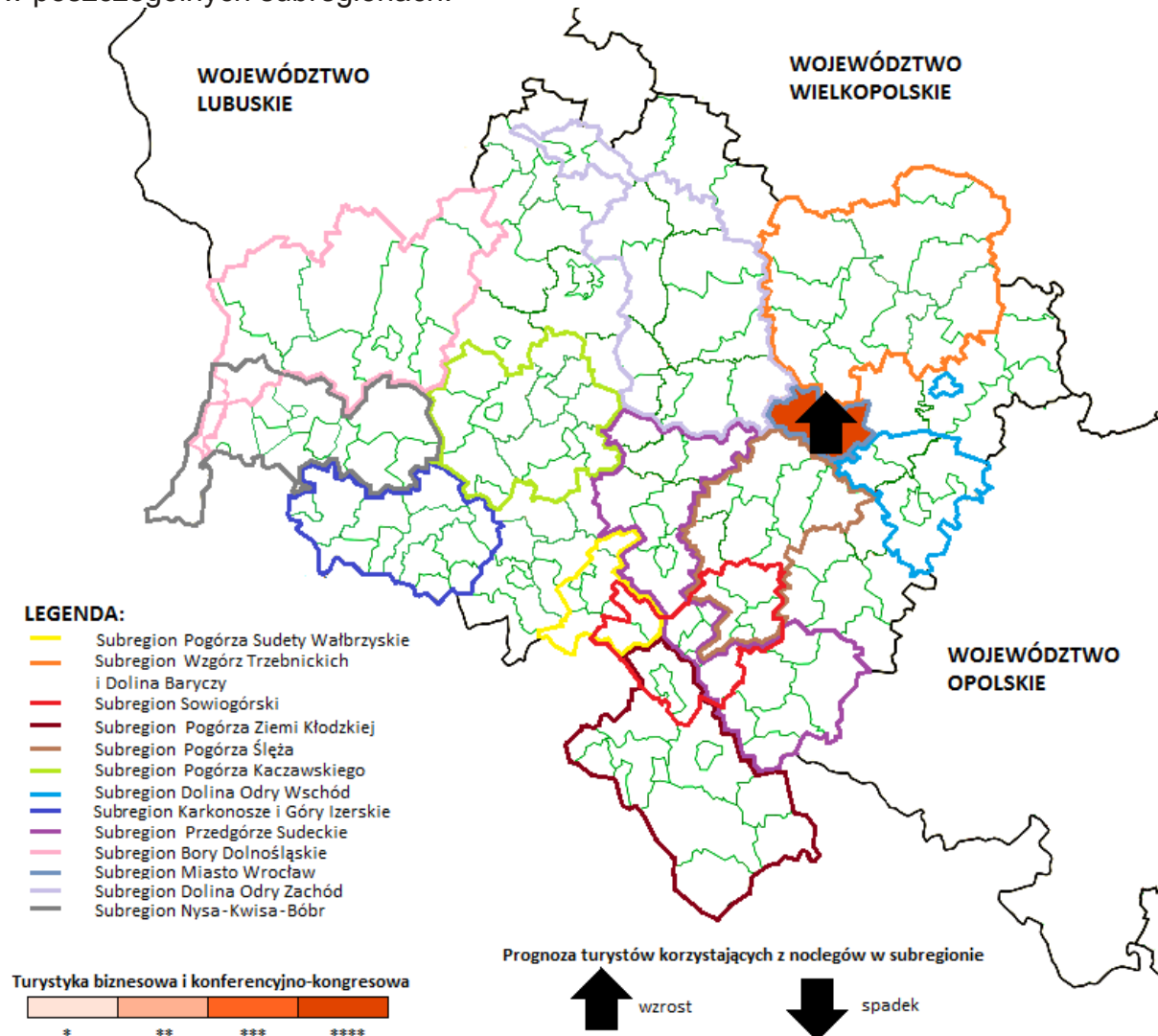


Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

promocyjne d/t tego typu turystyki, zarówno na poziomie ogólnopolskim /kampanie promocyjne POT/, jak i regionalnym /projekty promocyjne dotowane z RPO/.

Rysunek 3. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki biznesowej w poszczególnych subregionach.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Dolnego Śląska.

Analiza / Rys. 3 / wskazuje na dominującą / monopolistyczną / rolę Wrocławia w kreowaniu wizerunku regionu jako destynacji dla turystyki biznesowej, ale jednocześnie nasuwa uwagę o konieczności zintensyfikowania promocji tego produktu turystycznego w odniesieniu do kilku innych miast na Dolnym Śląsku,

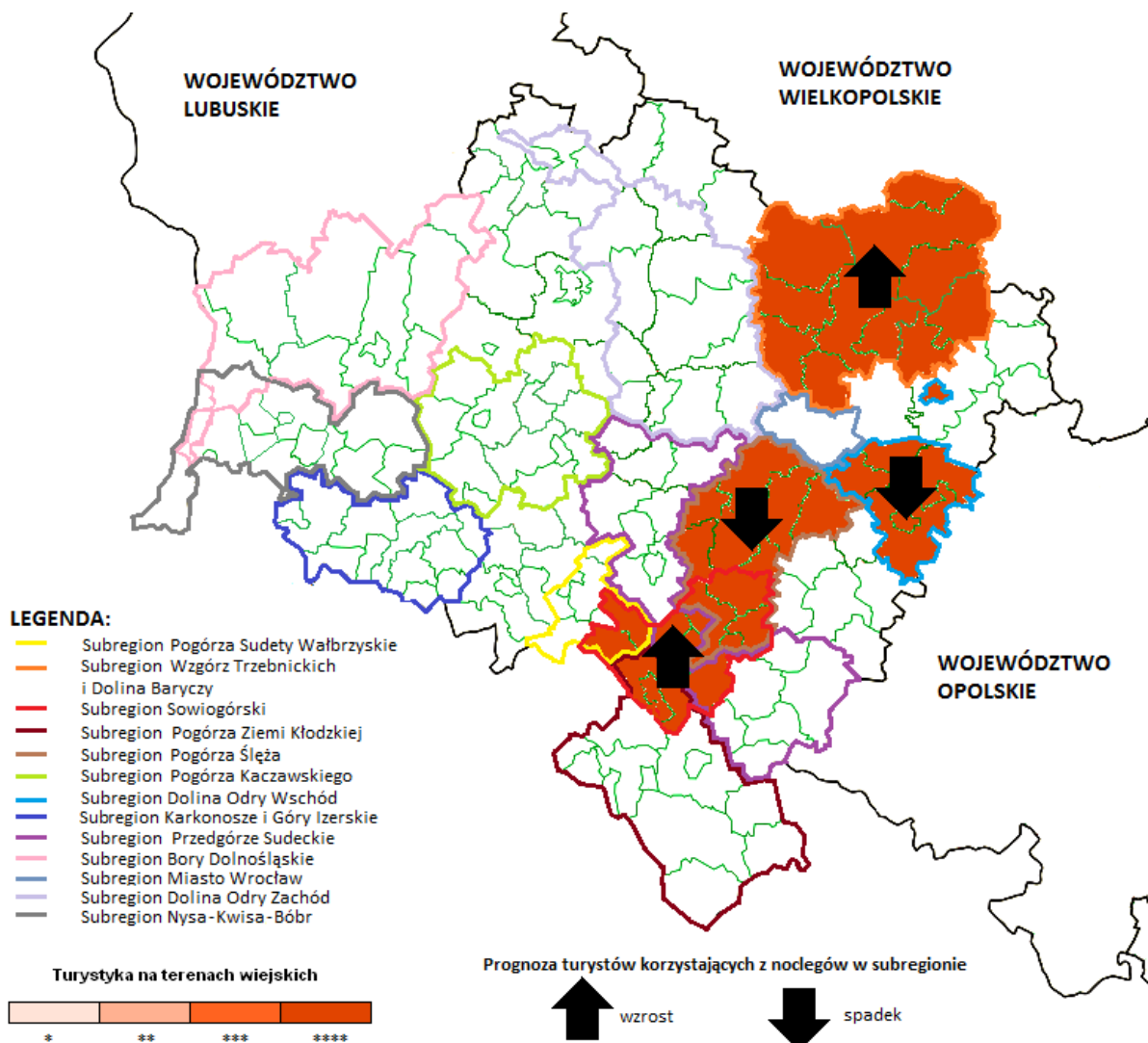


Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

w których aktualnie powstaje lub modernizuje się baza konferencyjno-kongresowa, np. Jelenia Góra, Karpacz, Legnica, Wałbrzych. Uzasadnionym, w świetle trendów i tendencji europejskich i ogólnopolskich wydaje się być opracowanie odrębnej koncepcji rozwoju i wsparcia turystyki biznesowej, w tym przedsiębiorców z tego sektora turystyki pod auspicjami samorządu województwa.

Rysunek 4. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki na terenach wiejskich w poszczególnych subregionach.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Dolnego Śląska.

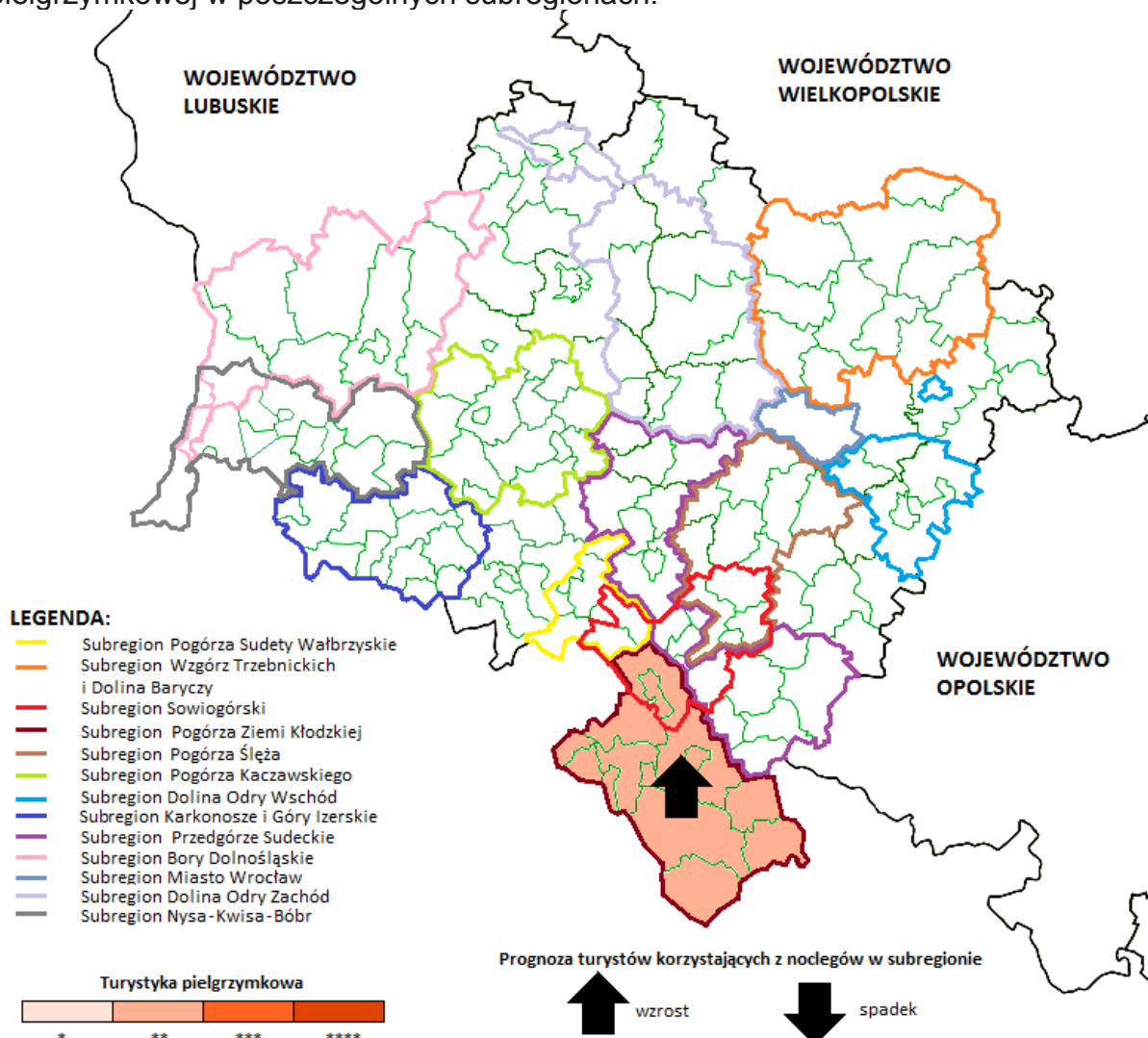


Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

Za niepokojący uznać należy fakt, niskiego stopnia rozwoju funkcji turystyki na terenach wiejskich w subregionie Karkonoszy i Gór Izerskich oraz Borów Dolnośląskich i Ziemi Kłodzkiej / Rys. 4 /, dysponujących naturalnym potencjałem warunków środowiskowych, tradycjami rozwoju agro- i ekoturystyki, co bez wątpienia jest m.in. efektem ograniczonej promocji tego typu oferty turystycznej regionu.

Rysunek 5. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki pielgrzymkowej w poszczególnych subregionach.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Dolnego Śląska.

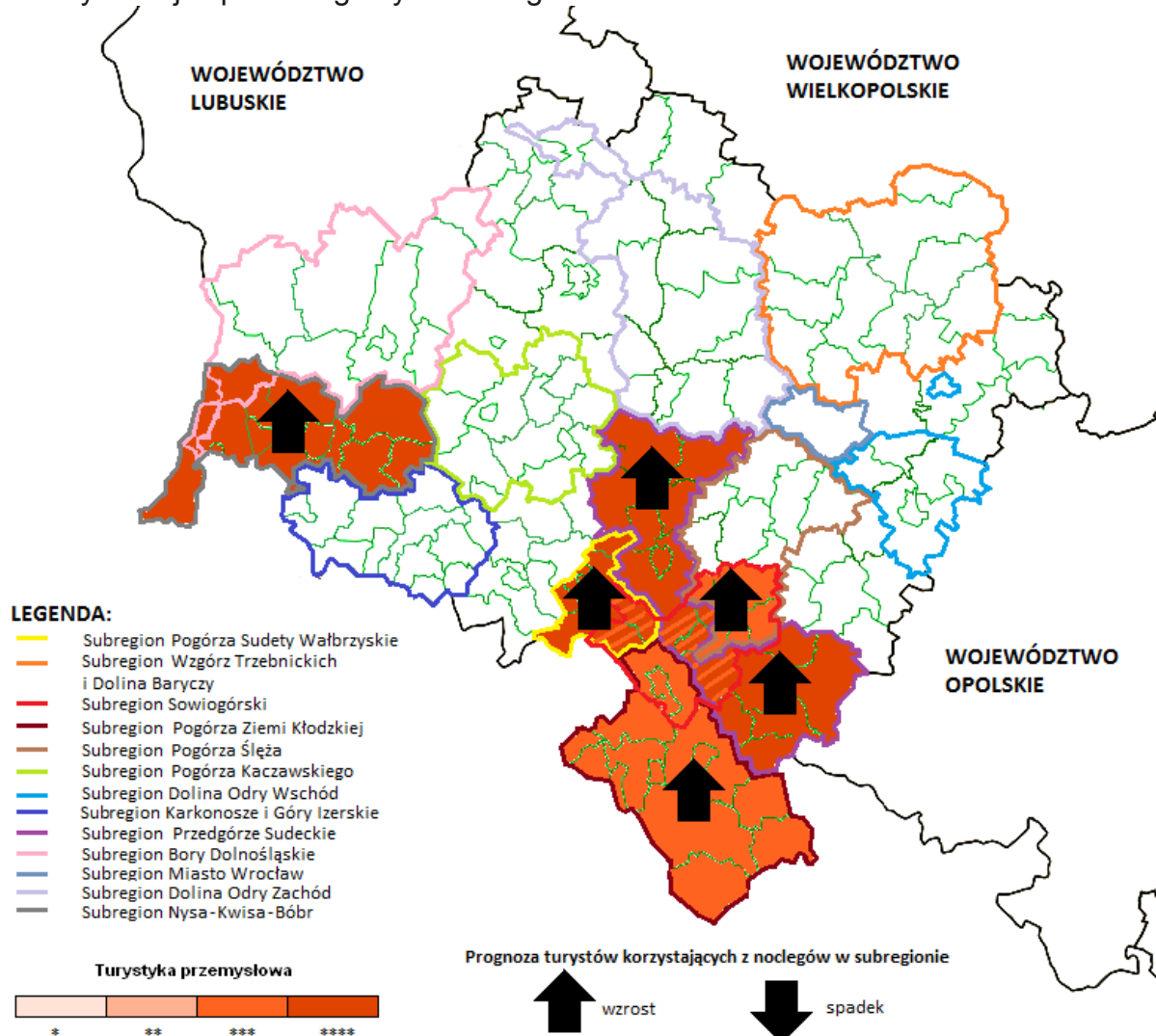


Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

Obraz przestrzenny rozwoju turystyki pielgrzymkowej / Rys. 5 / jest pochodną przyjętej metody oceny trendu z wykorzystaniem wskaźnika liczby osób korzystających z bazy noclegowej, która to usługa nie jest powszechnym elementem produktu turystyki pielgrzymkowej / pielgrzymek /, bowiem mają one w regionie głównie formy jednodniowych wyjazdów. Bez wątplenia przyznane dotacje z RPO na renowacje i turystyczne udostępnienie nowych obiektów sakralnych wpłyną na rozwój tego typu ruchu turystycznego na Dolnym Śląsku.

Rysunek 6. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki przemysłowej w poszczególnych subregionach.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Dolnego Śląska.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

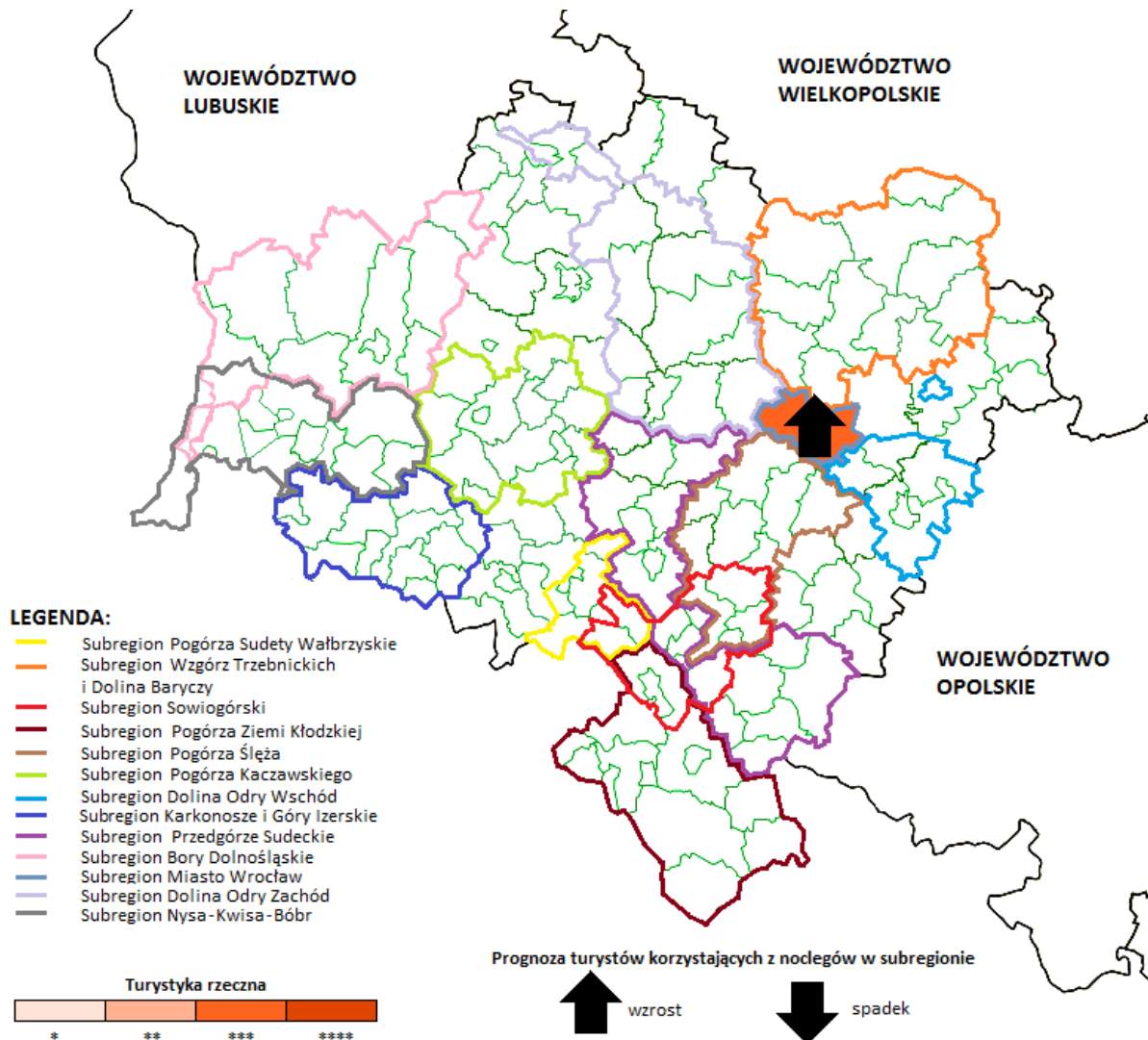
Ze względu na znaczący potencjał Dolnego Śląska w sferze walorów industrialnych i obiektów przemysłowych, koniecznym wydaje się inwestowanie w rozwój i promocję nowych produktów turystycznych we wszystkich wskazanych na Rys. 6 subregionach. Szczególnie cennym działaniem byłoby turystyczne uaktywnienie obiektów tras kolejek wąskotorowych, zakładów przetwórstwa czy produkcji specjalistycznych towarów, obiektów gorzelni, browarów, itp., skorelowanych z historią rozwoju przemysłu w regionie. Rozwój innych subregionów w zakresie turystyki przemysłowej mógłby być wywołany stworzeniem liniowego szlaku tematycznego, łączącego punktowe obiekty dziedzictwa przemysłowego na Dolnym Śląsku.

Rysunek 7. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki rzecznej w poszczególnych subregionach.



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Dolnego Śląska.

Dominująca rola rzeki Odry, jako głównego produktu turystyki wodnej w regionie, nie powinna być przesłanką do zahamowania, lub nie wspierania planów i koncepcji turystycznego udostępniania rzek Subregionu Ziemi Kłodzkiej /Nysa Kłodzka/ dla kajakarstwa, Subregionu Karkonoszy i Gór Izerskich / Bóbr, Kamienna / dla kajakarstwa, w tym sportowego.

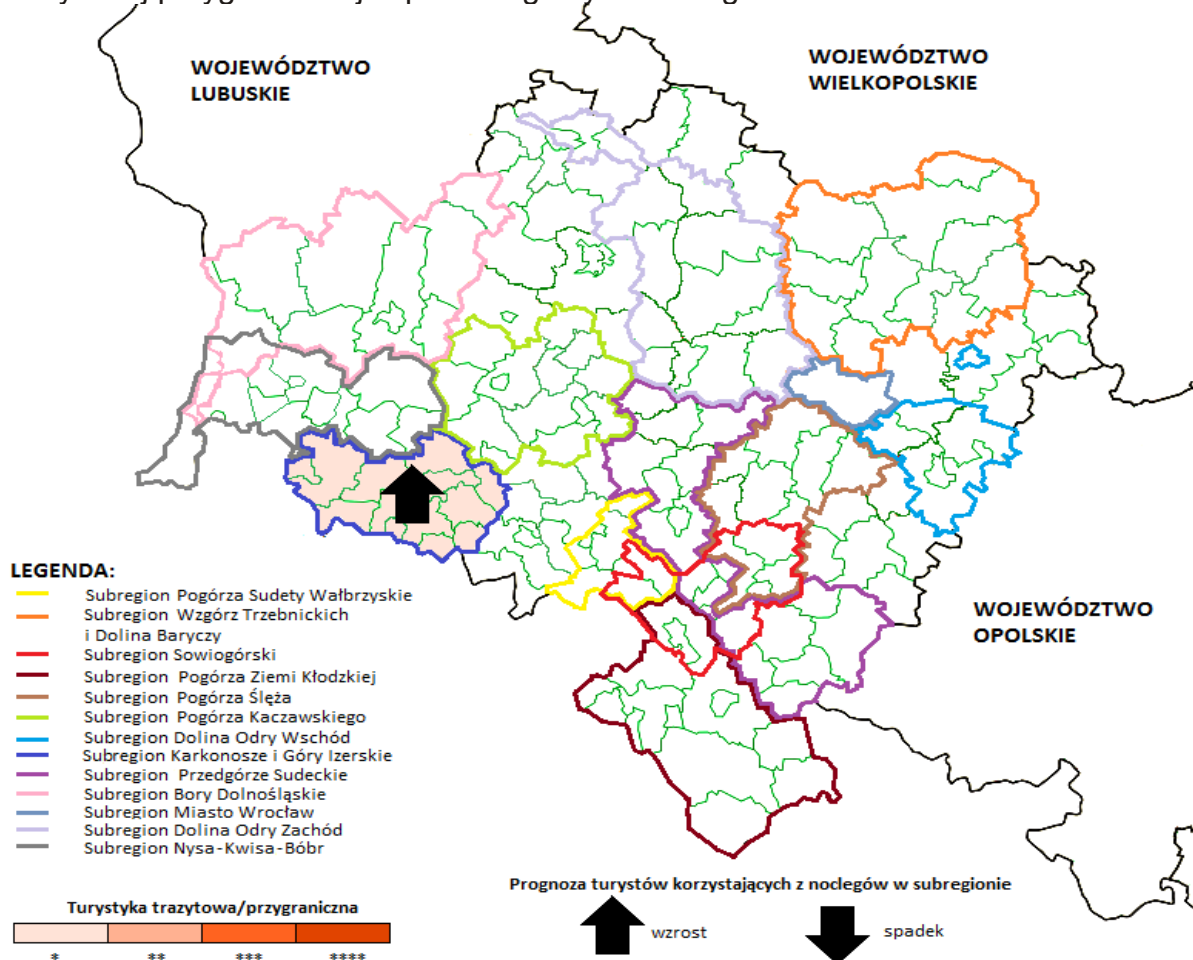
Bez wątplenia konieczne jest inwestowanie w infrastrukturę dla turystyki wodnej w subregionie Nysa-Kwisa-Bóbr co pozwoli w nieodległej perspektywie na budowę marki turystycznej opartej o produkty turystyki wodnej.



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

Rysunek 8. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki tranzytowej/przygranicznej w poszczególnych subregionach.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Dolnego Śląska.

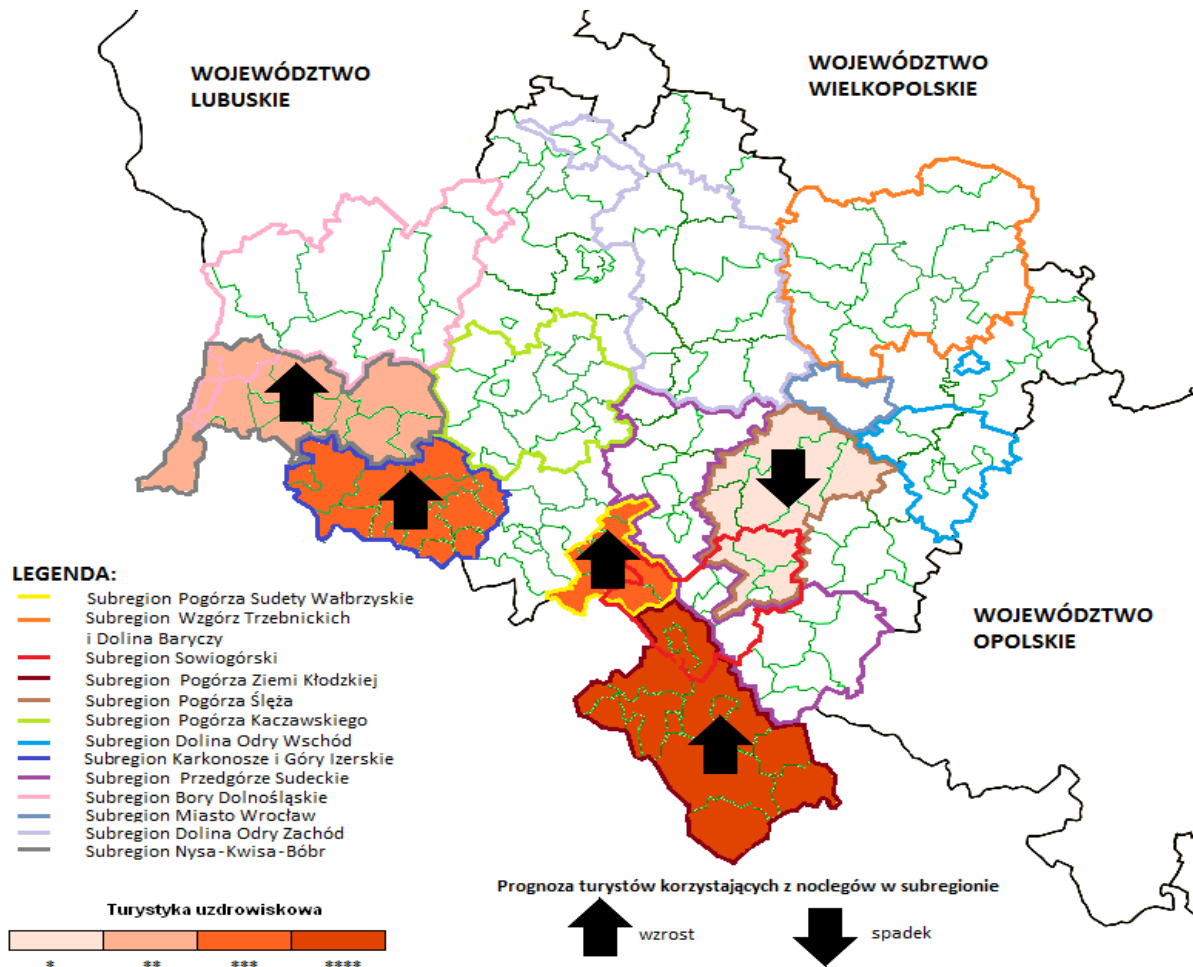
Analiza przestrzenna stopnia rozwoju turystyki tranzytowej w układzie subregionalnym / Rys. 8 / wskazuje na konieczność pilnego stworzenia mechanizmu kierowania strumieniami ruchu turystycznego z wykorzystaniem szlaków tematycznych i oznakowania E-22, a także zwiększenia ruchu transgranicznego z obszaru Niemiec np. poprzez integracje tras rowerowych, wykorzystanie Odry, czy Nysy Łużyckiej dla rozwoju form turystyki wodnej.

Rysunek 9. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki uzdrowiskowej w poszczególnych subregionach.



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

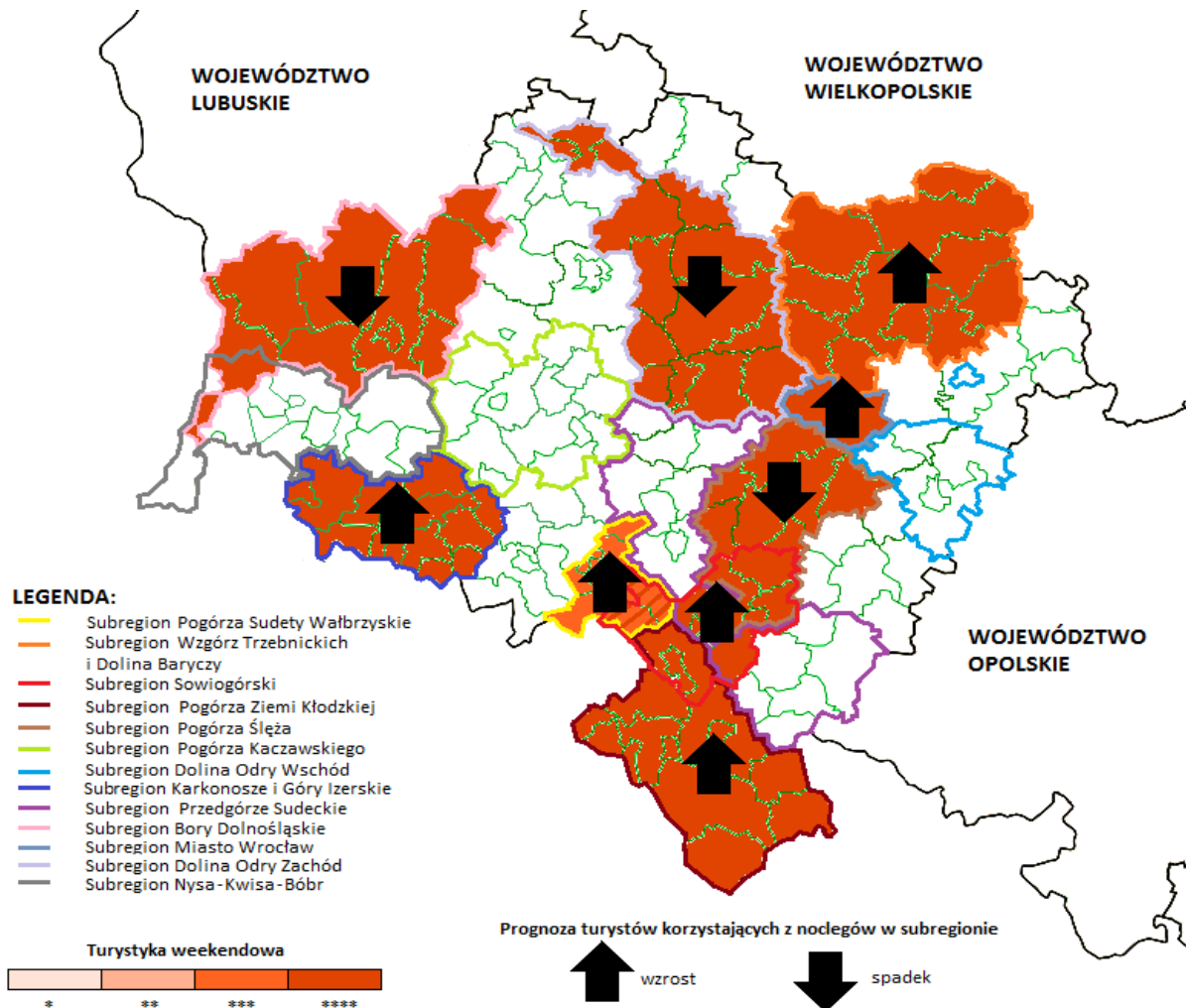


Źródło: Opracowanie własne na podstawie Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Dolnego Śląska.

Turystyka uzdrowiskowa bez wątpienia powinna być jednym z markowych produktów turystycznych województwa, a szczególnie tych wskazanych na Rys. 9 subregionów. Jednocześnie warto zaznaczyć i zauważyć potrzebę rozwój oferty wellness i spa jako punktowych usług i produktów turystycznych w pozostałych subregionach, które mogłyby specjalizować się w turystyce medycznej, nie wymagającej zasobów naturalnych, tj. wody mineralne, peloidy, itp. szczególnie w kontekście rosnącego zainteresowania rynku tego typu ofertą.

Rysunek 10. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki weekendowej w poszczególnych subregionach.





Źródło: Opracowanie własne na podstawie Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Dolnego Śląska.

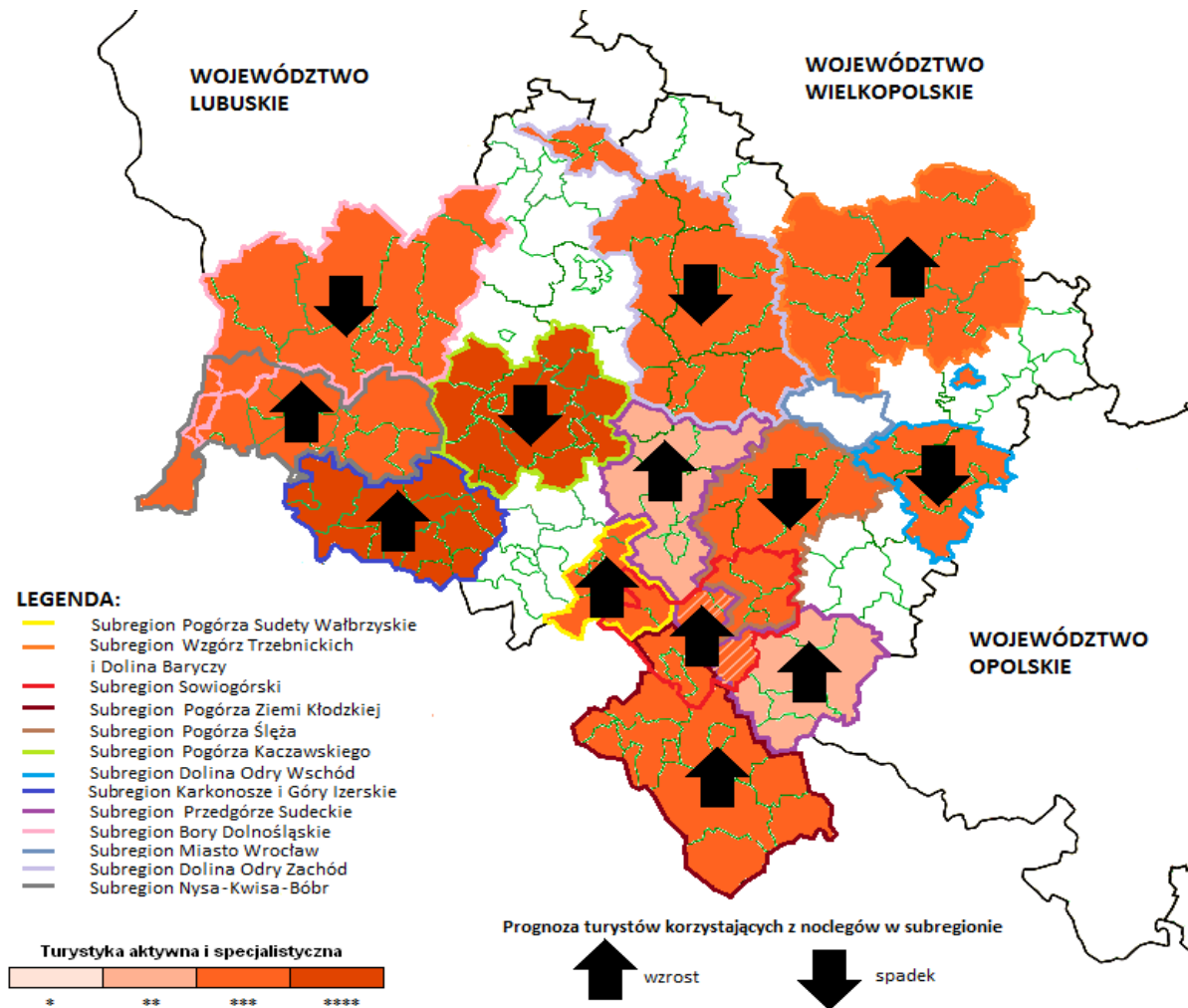
Analiza obrazu przestrzennego rozwoju turystyki weekendowej na Dolnym Śląsku /rys. 10/ nasuwa spostrzeżenie o konieczności podejmowania zdecydowanych akcji promocyjnych adresowanych do mieszkańców regionu, ukierunkowanych na promocję oferty wypoczynku i rekreacji w różnych porach roku, na aktywizację turystyczną środowiska dzieci i młodzieży oraz osób w wieku emerytalnym, aby utrzymać rosnący trend, a także zaktywizować turystycznie subregiony o mniejszym potencjale walorów turystycznych.

Rysunek 11. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki aktywnej i specjalistycznej w poszczególnych subregionach.



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

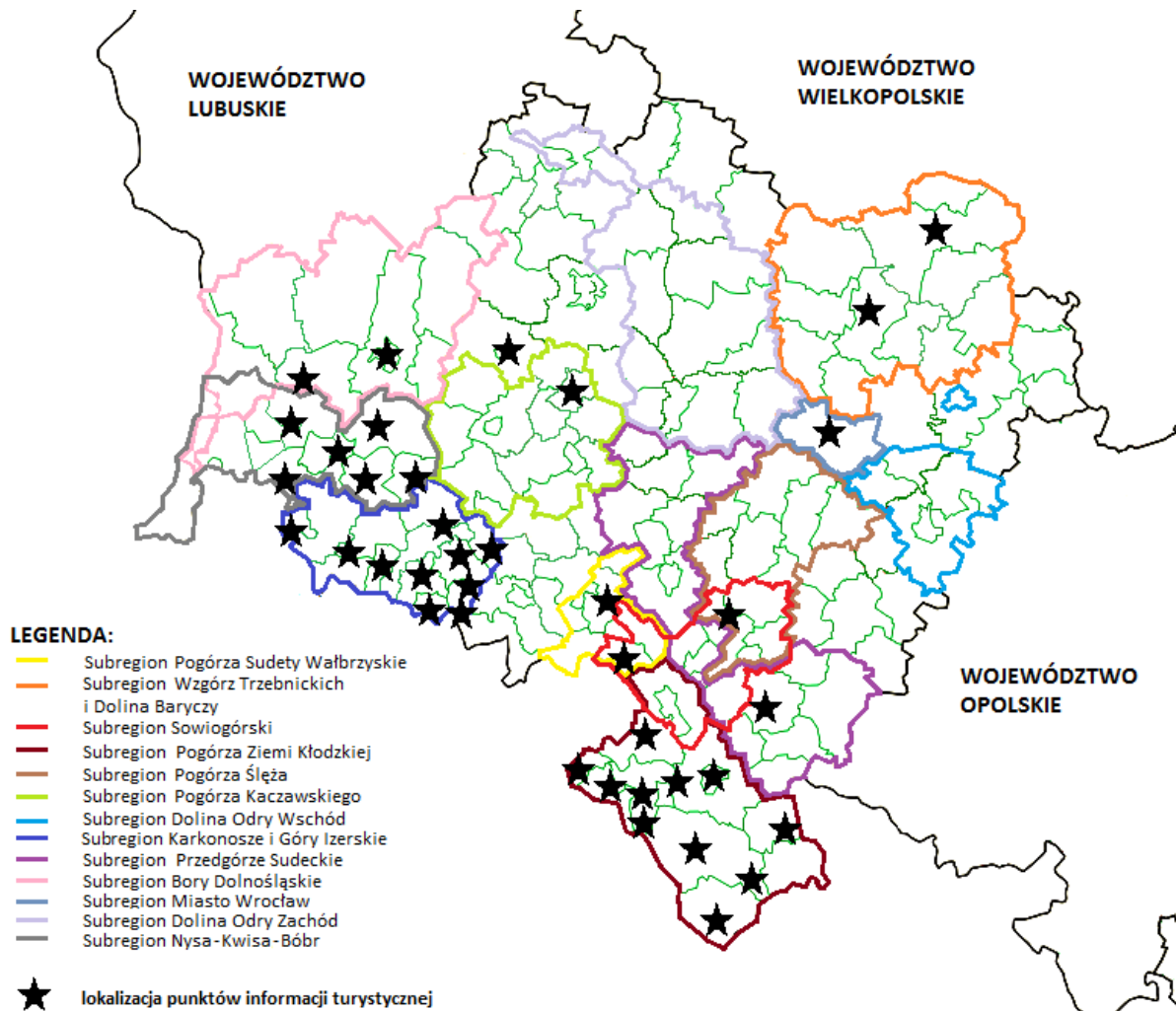
POKL.08.01.04-02-001/09



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Aktualizacji Programu Rozwoju Turystyki dla Dolnego Śląska.

Turystyka aktywna i specjalistyczna w najbliższej perspektywie powinna być podstawowym produktem turystycznym i wizerunkowym Dolnego Śląska na rynku ogólnopolskim i międzynarodowym. Konieczna jest także turystyczna aktywizacja subregionów w środkowej i północnej części województwa / Rys. 11/ poprzez rozwój turystyki rowerowej, turystyczne zagospodarowanie Odry czy też Masywu Ślęży wraz ze zwiększeniem turystycznej dostępności do tych subregionów / sieci kolejowe, trasy kolejek wąskotorowych, zintegrowane trasy rowerowe/.

Rysunek 12. Sektor informacji turystycznej w poszczególnych subregionach.



Źródło: Opracowanie własne.

Analiza struktury przestrzennej informacji turystycznej w regionie /Rys. 12/ wskazuje na bezwzględnie pilną potrzebę rozbudowy sieci punktów informacji turystycznej, aby zapewnić możliwość zrównoważonej promocji potencjału turystycznego regionu. Brak punktów IT w kilku subregionach jest jednym z najważniejszych powodów braku ruchu turystycznego i rozwoju funkcji turystycznych.

W opinii autorów niniejszego raportu powinno być to działanie strategiczne zainspirowane i sfinansowane ze środków Samorządu Województwa przy wsparciu

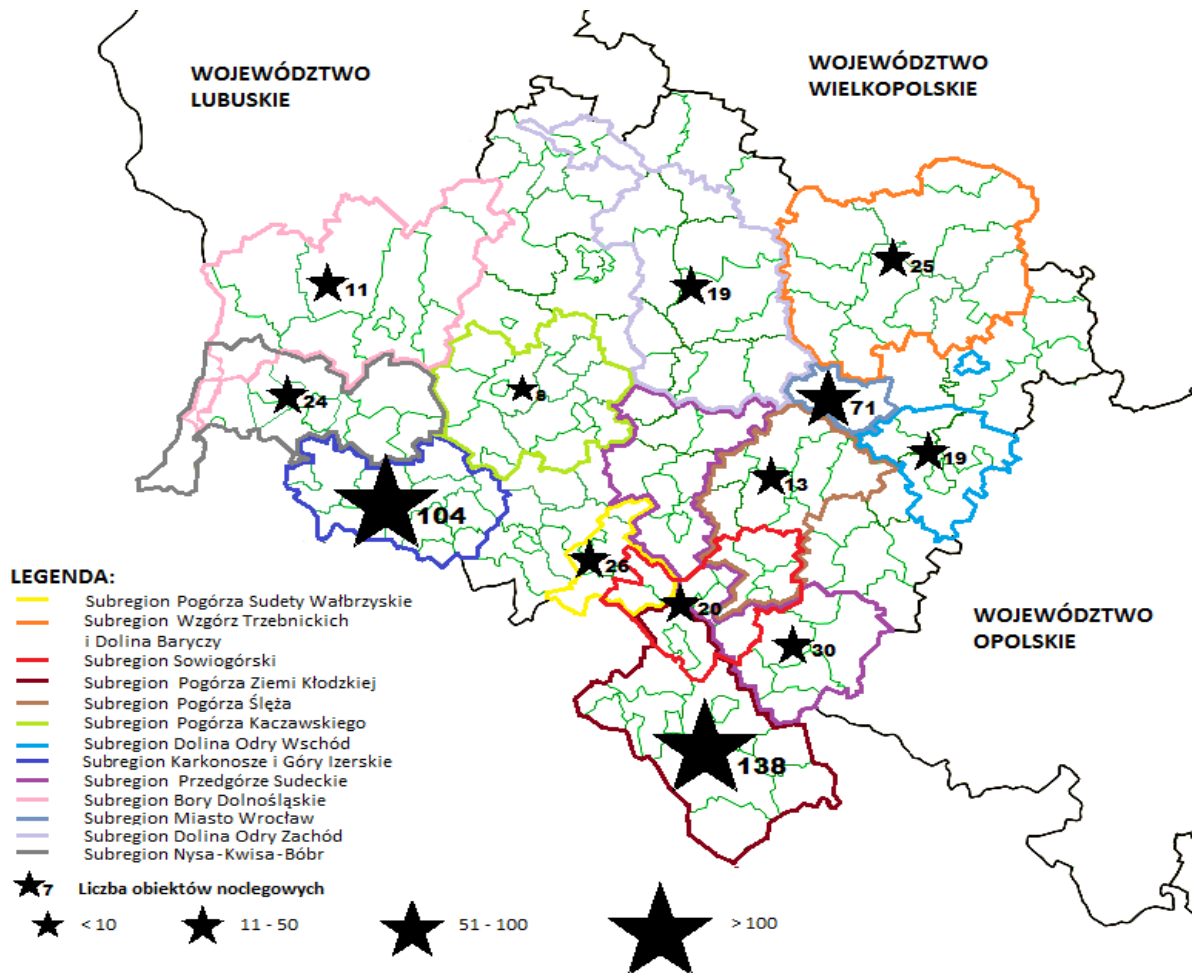


Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

organizacyjno-technicznym / lokale na centra IT / ze strony jednostek samorządu terytorialnego.

Rysunek 13. Obiekty noclegowe w poszczególnych subregionach.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS z 2009 r.

Obraz przestrzenny rozwoju sektora bazy noclegowej wskazują na widoczną koncentrację w kilku jednostkach miejskich / Rys. 13 / co jest efektem ogólnego wysokiego rozwoju funkcji turystycznych tych miejsc czy obszarów. Za niepokojący uznać należy fakt ograniczonego rozwoju bazy noclegowej różnych typów w subregionach w środkowej i północnej części województwa, która jest pochodną braku oferty turystycznej i ograniczania inwestycji w infrastrukturę turystyczną i para

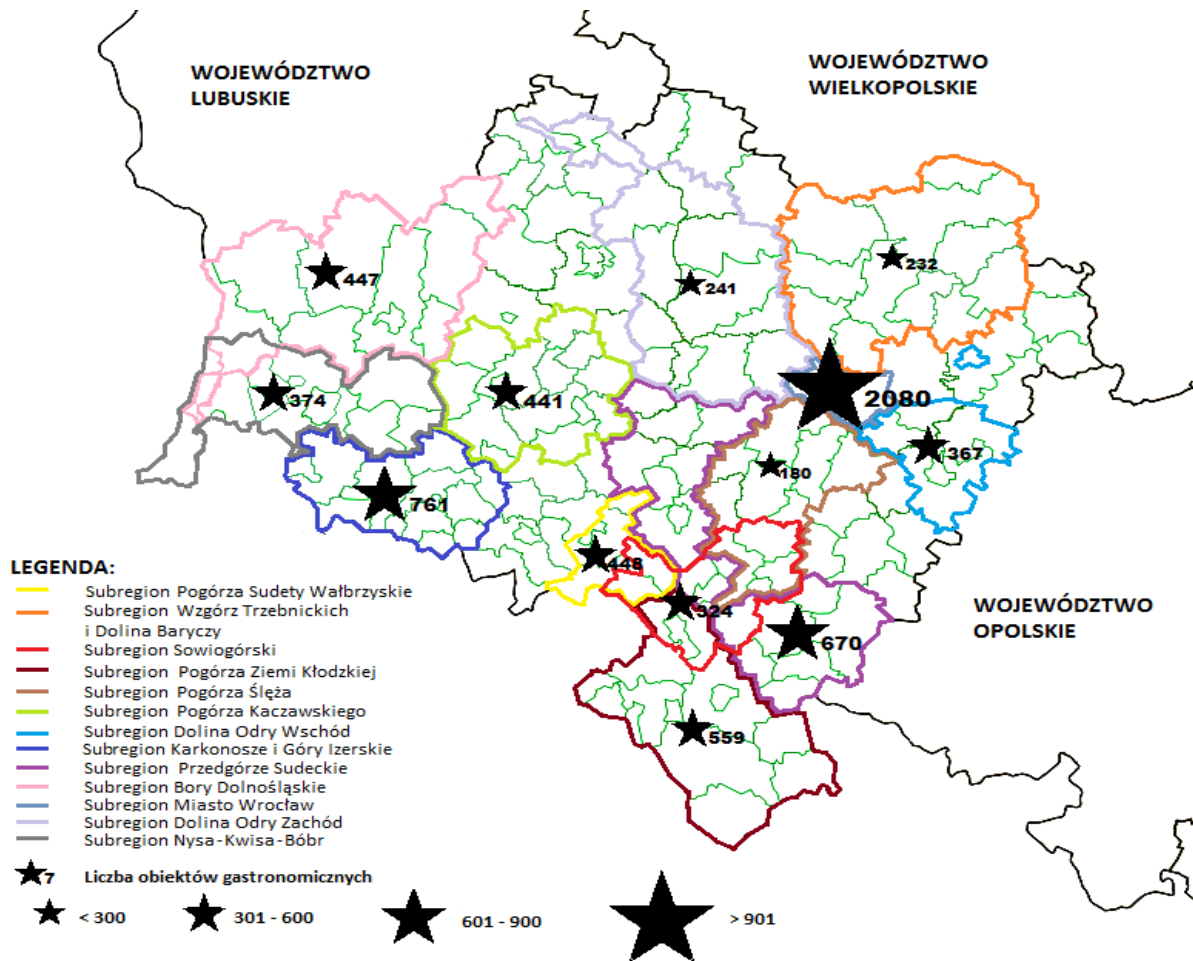


Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

turystyczną, a także prowadzenie w ograniczonej skali promocji ich potencjału turystycznego.

Rysunek 14. Obiekty gastronomiczne w poszczególnych subregionach.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Obraz przestrzenny rozwoju sektora bazy gastronomicznej /Rys. 14/ jest skorelowany ze strukturą przestrzenną bazy noclegowej i jest wynikiem analogicznych trendów i tendencji.



## ***2. Dostosowanie poszczególnych składowych gospodarki turystycznej w regionie do tendencji i trendów europejskich i krajowych funkcjonujących na rynku popytu turystycznego w układzie subregionalnym ( wg APRT ) wg typów turystyki i sektorów branży turystycznej:***

Prawidłowe odczytywanie trendów i tendencji oddziałujących na gospodarkę turystyczną jest jednym z podstawowych czynników zapewniających rozwój regionów. Do najważniejszych trendów mających wpływ na kształtowanie popytu turystycznego w regionie należą:

- **Zmiany demograficzne,**
- **Trendy Zdrowotne,**
- **Trendy związane ze świadomością i edukacją,**
- **Trendy dotyczące informacji,**
- **Trendy dotyczące zarządzania turystyką.**

Dolny Śląsk znajduje się w czołówce najbardziej atrakcyjnych regionów Polski. Posiada jedną z najlepszych baz noclegowych oraz bardzo bogate walory przyrodnicze i kulturowe (góry, liczne obszary chronione, największą ilość zabytków, największą ilość uzdrowisk, doskonale ukształtowanie terenu umożliwiające uprawianie turystyki aktywnej). Z kolei problemem jest duża dysproporcja w przestrzennym rozłożeniu produktów turystycznych, a wraz za nimi infrastruktury turystycznej. Zdecydowanie południowe rejony województwa oraz większe miasta przyjmują ruch turystyczny. Najbardziej rozwinięte pod względem ilości obiektów noclegowych są powiaty jeleniogórski, kłodzki i miasto Wrocław, na terenie których funkcjonuje 63,07% wszystkich obiektów noclegowych na Dolnym Śląsku. Nierównomierny rozwój powiatów czy subregionów pod względem turystycznym niekorzystnie wpływa na ogólny rozwój gospodarki turystycznej w regionie.

W tabeli nr 1 podjęto autorską próbę oceny stopnia implementacji tendencji ogólnoeuropejskich i światowych w gospodarce turystycznej regionu, która wskazuje



na szereg widocznych korelacji i uwzględniania przez poszczególne typy turystyki aktualnych trendów w przemyśle turystycznym.

Tabela 1. Korelacja trendów i tendencji w gospodarce turystycznej regionu wg typów turystyki.

<b>Turystyka aktywna i specjalistyczna</b>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dotacje z UE na projekty inwestycyjne i promocyjne w turystyce aktywnej /RPO 6.2 dofinansowanie na projekty inwestycyjne wyniosło 75 865 192,35 z kolei na promocję 1 514 601,18 PLN/.</li> <li>• Nowe typy dostępnych bezpłatnie szkoleń i kwalifikacji zawodowych nabywanych w ramach szkolenia kadr do obsługi turystyki aktywnej z dotacji POKL /np. instruktorzy rekreacji konnej, animatorzy turystyki specjalistycznej, instruktorzy dyscyplin rekreacyjnych i sportowych/</li> <li>• Rosnąca moda na aktywny wypoczynek w regionie niezależnie od sezonu turystycznego.</li> <li>• Pojawiające się oferty produktów turystyki ekstremalnej /ski-alpinizm, canyoning, downhill, moutain bike/.</li> </ul>	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nastawienie na przeżycie nowych doświadczeń.</li> <li>• Coraz popularniejsze będą wakacje aktywne.</li> <li>• Wzrost popytu na produkty specjalistyczne.</li> <li>• Samodzielne programowanie wyjazdów.</li> <li>• Dążenie do zdrowego - fizycznie i psychicznie - trybu życia.</li> <li>• Aktywność i wysiłek jako trend w popycie turystycznym.</li> </ul>
<b>Turystyka uzdrowiskowa</b>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Powstawanie nowych wyspecjalizowanych biur turystycznych zajmujących się ofertą wyjazdów i wczasów w uzdrowiskach oraz powstawanie specjalistycznych firm med-tours a także rozwój specjalistycznych usług medycznych w obiektach uzdrowiskowych (chirurgia plastyczna, kardiologia, itp. ).</li> <li>• Zmiany właścicielskie w spółkach uzdrowiskowych (m.in. prywatyzacja ZUK S.A. ) która pozwoli na podniesienie jakości usług uzdrowiskowych i unowocześnienie bazy noclegowej i zabiegowej w celu pozyskania komercyjnych turystów.</li> <li>• Inwestycja znaczących środków finansowych w produkty i infrastrukturę turystyki uzdrowiskowej środków</li> </ul>	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Postępujący proces starzenia się społeczeństwa w Polsce i Europie Zachodniej (emeryci, osoby starsze), które stają się naturalnym klientem sektora turystyki uzdrowiskowej.</li> <li>• Dążenie do zdrowego - fizycznie i psychicznie - trybu życia.</li> <li>• Aktywność i wysiłek.</li> <li>• Wyciszenie się – spokój jako tendencja w popycie turystycznym.</li> <li>• Kierunki postrzegane jako mniej „zdrowe” będą rzadziej wybierane.</li> </ul>



<p>w ramach priorytetów RPO 1.1.D2 / MŚP – 6 projektów o łącznej kwocie dofinansowania 12 183 835,92/ i działanie 6.1/ 1 projekt promocyjny z dofinansowaniem 1 317 806,00 PLN oraz 10 infrastrukturalnych o łącznej kwocie dofinansowania 48 463 533,96 PLN /.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tworzenie nowych typów produktów turystycznych w ośrodkach i obiektach uzdrowiskowych dla ludzi młodych i biznesu w sferze rekreacji, odnowy biologicznej spa i fitness.</li> </ul>	
<p><b>Turystyka kulturowa i miejska</b></p>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tworzenie nowych liniowych szlaków turystyki kulturowej / m.in. trans wojewódzki Południowo-Zachodni Szlak Cysterski.</li> <li>• Inwestycja znaczących środków finansowych w produkt, promocję i infrastrukturę turystyki kulturowej oraz odnowę obiektów zabytkowych, w tym ich przystosowanie do funkcji turystycznych w ramach priorytetu RPO 6.4 /41 projektów o łącznej wartości dofinansowania 137 699 465,67 PLN /.</li> <li>• Wprowadzanie przez instytucje kultury nowych markowych produkty turystyki kulturowej do katalogów krajowych i zagranicznych touroperatorów / m.in. Opera Wroclawska, Wroclaw Cantans, Wroclaw Non Stop itp./.</li> <li>• Inwestycje w kampanie promocji turystyki kulturowej / UMWD, DOT / z RPO 6.4 (10 projektów na kwotę dofinansowania 3 898 534,33 PLN) i 6.5.(21 projektów 25 054 272,31 PLN).</li> <li>• Tworzenie nowych produktów turystycznych w obiektach przemysłowych i rosnąca moda na ich zwiedzanie, w tym w turystyce zagranicznej / np. produkt grupy TWS „Od Złota do Srebra” /.</li> <li>• Rosnąca ilość imprez sportowo-rekreacyjnych /powiązanych z historią regionu w miejscach pól bitewnych, w obiektach militarnych: Srebrna Góra, Kłodzko, Wąromtowice, itp/.</li> <li>• Kreowanie nowych w pełni skomercjalizowanych markowych produktów turystyki kulturowej w układzie</li> </ul>	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rosnący popyt na produkt turystyczny o charakterze wydarzeń i mega imprez.</li> <li>• Rosnące znaczenie edukacji, kultury i historii jako elementów pakietów turystycznych.</li> <li>• Wzrost zainteresowania dużymi imprezami - olimpiady, wystawy, targi, koncerty jako tendencji w popycie turystycznym.</li> <li>• Poszukiwanie imprez o większych walorach edukacyjnych – wiedza historyczna, kulturowa.</li> <li>• Bardziej widoczne włączenie elementów sztuki, kultury i historii do imprez zorganizowanych i wakacji indywidualnych.</li> </ul>





<b>sieciowym np. Dolina Pałaców Kotliny Jeleniogórskiej.</b>	
<b>Turystyka pielgrzymkowa</b>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Znaczące inwestycje w turystyczne udostępnianie obiektów sakralnych z RPO /6.4 15 projektów o łącznej wartości dofinansowania 43 432 852,02 PLN /.</li> <li>• Budowa z dotacji POIG 6.4 trans wojewódzkiego Południowo-Zachodniego Szlaku Cysterskiego w formule sieciowej z elementami infrastruktury i informacji turystycznej.</li> <li>• Aktywnie promowany Szlak Św. Jakuba /odcinek dolnośląski/ wraz z oznakowaniem turystycznym.</li> </ul>	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bardziej widoczne włączenie elementów sztuki, kultury i historii do imprez zorganizowanych i wakacji indywidualnych.</li> <li>• Powrót do korzeni.</li> <li>• Konieczność identyfikacji osobistych potrzeb i zachowań.</li> <li>• Nastawienie na przeżycie nowych doświadczeń.</li> <li>• Wyciszenie się – spokój.</li> <li>• Tworzenie się nowych rynków i segmentów.</li> <li>• Wszechstronny rozwój produktów tworzonych lokalnie w formule sieciowej.</li> </ul>
<b>Turystyka biznesowa</b>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Powstawanie nowych obiektów oraz hoteli z zapleczem konferencyjnym oraz infrastrukturą towarzyszącą /np. pola golfowe/, w tym w obiektach zabytkowych oraz przystosowanych do organizacji mega imprez /Hotel Gołębiewski w Karpaczu, Centrum Turystyki Biznesowej we Wrocławiu w Hali Stulecia/.</li> <li>• Dotacje dla mśp na rozwój bazy noclegowej o wysokim standardzie z RPO 1.1D1a (51 projektów na łączną kwotę dofinansowania 108 535 462,48 PLN) i 1.1.D1b (4 projekty na łączną kwotę dofinansowania 17 354 672,02 PLN) Szkolenia kadr do obsługi mega imprez /np. WSH – nowa specjalizacja na zarządzaniu-organizator mega imprez z dotacji POKL 4.1.1/.</li> <li>• Promocji regionu z wykorzystaniem imprez sportowych /m.in. Euro 2010, mistrzostwa w dyscyplinach sportowych /.</li> <li>• Działania Convention Bureau we Wrocławiu i Centrum Turystyki Biznesowej w Hali Stulecia.</li> </ul>	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tworzenie się nowych rynków i segmentów.</li> <li>• Standaryzacja produktu turystycznego.</li> <li>• Wzrost popytu na produkty specjalistyczne.</li> <li>• Specjalizacja usługodawców.</li> <li>• Wzrost znaczenia jakości jako elementu uzyskiwania przewagi konkurencyjnej.</li> <li>• Orientacja na potrzeby klienta.</li> <li>• Klient coraz bardziej wymagający.</li> <li>• Rosnąca siła produktów markowych.</li> <li>• Wzrost znaczenia personelu o wysokich kwalifikacjach.</li> <li>• Wzrost zainteresowania dużymi imprezami - olimpiady, wystawy, targi, koncerty.</li> </ul>
<b>Turystyka na obszarach wiejskich /agro i ekoturystyka/</b>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p>	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Dynamiczny rozwój systemu certyfikacji produktów lokalnych i regionalnej kuchni, w tym poprzez LGD, organizacja konkursów, prezentacji, imprez folklorystycznych regionalnych pod auspicjami UMWD, w tym także w obiektach galerii handlowych w dużych aglomeracjach miejskich.</b></li> <li>• <b>Aktywne promowanie nowych produktów i destynacji turystycznych o ekologicznym charakterze /np. Dolina Baryczy w konkursie Eden/.</b></li> <li>• <b>Powstawanie centrów edukacji ekologicznej z funkcjami obsługi grup turystycznych /np. CET w Krośnicach z bazą noclegowo-sportowa i bazą PTSM/.</b></li> <li>• <b>Szkolenia kadr pamiątkarzy i producentów produktów regionalnych, instruktorów rekreacji konnej w ramach POKL z dotacji POKL /np. DOT /.</b></li> <li>• <b>Uruchomienie nowej kategorii zawodowego szkolnictwa /specjalista turystyki wiejskiej/.</b></li> <li>• <b>Plany uruchamiania nowych systemów sprzedaży on-line oferty agroturystycznej w formułach sieciowych.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Troska o stan środowiska - wzrost znaczenia jego ochrony – jako tendencja w podaży turystycznej.</li> <li>• Wzrost świadomości ochrony środowiska.</li> <li>• Szacunek i partnerstwo w kontaktach z gospodarzami - życie wg wzorów społeczności odwiedzanych jako tendencje w popycie turystycznym.</li> <li>• Turyści będą bardziej preferować miejsca, w których miejscowa ludność chętnie przyjmuje rosnącą liczbę gości.</li> <li>• Mniejsze znaczenie komfortu – jako tendencja w popycie turystycznym.</li> <li>• Rosnące zainteresowanie środowiskiem i naturą.</li> <li>• Wzrost popytu na miejsca, gdzie doceniany jest rozwój zrównoważony: przyroda i mieszkańcy terenów odwiedzanych mają coraz większe znaczenie.</li> <li>• Standaryzacja produktu turystycznego / w tym kategoryzacja bazy noclegowej /.</li> <li>• Potrzeba „drugiego domu”, zwrot ku autentyczności.</li> </ul>
<p><b>Turystyka tranzytowa</b></p>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Reaktywacja nowych połączeń kolejowych z dominacją funkcji turystycznych /np. trasa kolejowa Szklarska Poręba- Harachov, koncepcja kolejki turystycznej w Dolinie Baryczy /.</b></li> <li>• <b>Powstawanie transgranicznych tras rowerowych /np. Kudowa Zdrój-Hronov/</b></li> <li>• <b>Wzrost liczby oznakowanych turystycznie /znaki E-22/ szlaków tematycznych, w tym Szlak Cysterski i aktywnie promowany Szlak Św. Jakuba.</b></li> <li>• <b>Tworzenie się nowych obiektów małej gastronomii /zajazdy, gościńce/ przy szlakach komunikacyjnych.</b></li> </ul>	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skracający się czas dostępu do atrakcji turystycznych.</li> <li>• Liberalizacja gospodarki, w tym transportu lotniczego.</li> <li>• Transgraniczny charakter przemysłu turystycznego.</li> <li>• Mniejszy ruch samochodami prywatnymi – zwłaszcza w szczycie sezonu.</li> <li>• Coraz mniejsze znaczenie wycieczek autobusowych.</li> <li>• Częściej będą wybierane łatwo dostępne i niedrogie cele na krótkie pobyty – zwłaszcza, gdy większe imprezy będą organizowane poza głównym sezonem.</li> <li>• Przejazdy na średnich odległościach zastąpią dużą część podróży obecnie odbywanych lotami rejsowymi.</li> </ul>

*Źródło: Opracowanie własne W.Fedyk, trendy ogólnoeuropejskie na podstawie WTO.*



## 2.1. Turystyka aktywna

W tabeli nr 2 przedstawiono autorską próbę oceny stopnia implementacji tendencji ogólnoeuropejskich i światowych w turystyce, która wskazuje na szereg widocznych korelacji i uwzględniania przez poszczególne formy turystyki aktywnej aktualnych trendów w tej sferze sektora turystyki.

Tabela nr 2. Korelacja trendów i tendencji w gospodarce turystycznej regionu wg typów turystyki aktywnej.

<b>Turystyka piesza</b>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rosnąca liczba oznakowanych szlaków tematycznych / min. znakami E /, w tym w układach sieciowych z elementami infrastruktury.</li> <li>• Rosnąca moda na uprawianie turystyki typu nordic walking.</li> <li>• Inwestycje w promocję turystyki aktywnej z RPO 6.2 /np. kampania promocyjna. Łącznie na promocję turystyki aktywnej złożono 7 projektów, dla których kwota dofinansowania z EFRR wyniosła 1 851 705,21 PLN. Z kolei na projekty infrastrukturalne dofinansowanie uzyskało 19 projektów o łącznej kwocie dofinansowania z EFRR 75 865 192,35 PLN.</li> <li>• Rosnąca liczba członków stowarzyszeń i klubów turystyki pieszej, w tym w ramach tzw. uniwersytetów II wieku.</li> </ul>	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dążenie do zdrowego - fizycznie i psychicznie - trybu życia.</li> <li>• Aktywność i wysiłek jako tendencja w popycie turystycznym.</li> <li>• Wzrost popytu na produkty specjalistyczne.</li> <li>• Coraz popularniejsze będą wakacje aktywne.</li> </ul>
<b>Turystyka rowerowa</b>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tworzenie nowych systemów sieciowych szlaków rowerowych, w tym w ramach dotacji z RPO / 6.2 5 projektów z kwotą dofinansowania z EFRR 10 872 460,74 PLN/ i szlaków transgranicznych z POWT / na pograniczu niemieckim i czeskim /.</li> <li>• Budowanie sieci wiat rowerowych i miejsc parkingowych dla rowerów w aglomeracjach miejskich /np. Wrocław / i przy obiektach atrakcji turystycznych.</li> </ul>	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktywność i wysiłek jako trend w popycie turystycznym.</li> <li>• Dążenie do zdrowego - fizycznie i psychicznie - trybu życia.</li> <li>• Transgraniczny charakter przemysłu turystycznego /w tym także wolny przejazd strefach granicznych /.</li> <li>• Wzrost popytu na łatwy transport.</li> <li>• Wzrasta świadomość zdrowotna.</li> <li>• Coraz popularniejsze będą wakacje aktywne.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wzrost popytu na produkty specjalistyczne.</li> <li>• Samodzielne programowanie wyjazdów.</li> </ul>
<b>Turystyka narciarska</b>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nowe inwestycje w turystyce narciarskiej w ramach dotacji z RPO.</li> <li>• Dotacje z UE na budowę i konserwację tras narciarskich / RPO, POWT /.</li> <li>• Rosnąca liczba wypożyczalni sprzętu narciarskiego.</li> <li>• Rosnące zainteresowanie nowymi typami rekreacji narciarskiej / m.in. snowboard, zjazd na „bele czem „, itp./.</li> <li>• Rosnąca liczba imprez sportowo-rekreacyjnych organizowanych w sezonie zimowym / Karpacz, Szklarska Poręba, Jelenia Góra /.</li> </ul>	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aktywność i wysiłek jako trend w popycie turystycznym.</li> <li>• Dążenie do zdrowego - fizycznie i psychicznie - trybu życia.</li> <li>• Transgraniczny charakter przemysłu turystycznego /w tym także wolny przejazd strefach granicznych /.</li> <li>• Wzrost popytu na łatwy transport.</li> <li>• Wzrasta świadomość zdrowotna.</li> <li>• Coraz popularniejsze będą wakacje aktywne.</li> <li>• Wzrost popytu na produkty specjalistyczne.</li> <li>• Samodzielne programowanie wyjazdów.</li> </ul>
<b>Turystyka wodna</b>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Powstające obiekty gastronomiczne na barkach /na rzekach/ czy w bezpośrednim otoczeniu akwenów wodnych / miejsca grillowania/.</li> <li>• Wzrost liczby imprez rekreacyjnych na rzekach /rajdy, spływy, wyścigi VIP w kajakach, itp. w tym o charakterze masowym i międzynarodowym –Wrocław, Bardo, rzeka Kwisa, Bóbr/.</li> <li>• Rosnąca liczba imprez typu incentive tours realizowanych na barkach i statkach pasażerskich po Odrze.</li> <li>• Rosnące zainteresowanie kajakarstwem w obszarach cennych przyrodniczo.</li> <li>• Programy aktywizacji obszarów nadrzecznych np. Subregion „ Grądy Odrzańskie „ , „ Subregion Odra, plan aktywizacji turystyki wodnej na Nysie Łużyckiej – gmina Bardo, w tym o charakterze transgranicznym.</li> </ul>	<p>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coraz większe znaczenie rejsów wycieczkowych - zwłaszcza u turystów po pięćdziesiątym roku życia.</li> <li>• Nastawienie na przeżycie nowych doświadczeń.</li> <li>• Coraz popularniejsze będą wakacje aktywne.</li> <li>• Wzrost popytu na produkty specjalistyczne.</li> <li>• Samodzielne programowanie wyjazdów.</li> <li>• Dążenie do zdrowego - fizycznie i psychicznie - trybu życia.</li> </ul>

*Źródło: Opracowanie własne W.Fedyk, trendy ogólnoeuropejskie na podstawie WTO.*

Poniżej zaprezentowano dodatkowo szczegółowe analizy funkcjonowania w regionie poszczególnych sektorów gospodarki turystycznej wg typów turystyki.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

### **2.1.1. Turystyka piesza**

Województwo dolnośląskie dysponuje najdłuższą siecią szlaków górskich w Polsce o łącznej długości 4565 km, z kolei szlaki nizinne mierzą 1170 km<sup>1</sup>, co daje łącznie 5735 km. Według danych PTTK w województwie dolnośląskim jest 281 szlaków pieszych nizinnych oraz 59 szlaków pieszych górskich.

Turystyka piesza na Dolnym Śląsku wspierana jest głównie przez PTTK, które prowadzą działalność informacyjną, a także szkoleniową i kartograficzną. Dolny Śląsk posiada bogatą ofertę szlaków tematycznych, które mogą wspierać rozwój turystyki edukacyjnej oraz podnosząc wiedzę i świadomość turysty, co jest zgodne z panującym trendem w tym zakresie. Turysta obok pieszej wędrówki ma możliwość poznawać bogatą historię i tradycję regionu, a także walory przyrodnicze. Przez województwo przebiega również jeden z europejskich szlaków wędrownych.

Jak wskazują powyższe dane, największa sieć szlaków położona jest w subregionach gdzie występują pasma górskie są to: Karkonosze i Góry Izerskie, Ziemia Kłodzka, Sudety Wałbrzyskie, Nysa, Kwisa, Bóbr, Pogórze Kaczawskie, Góry Sowie oraz Ślęża. Z kolei w subregionach północno – wschodnich oraz północno zachodnich występuje najmniej rozwinięta infrastruktura, są to: Subregion Borów Dolnośląskich oraz Subregion Dolina Odry Wschód (Kraina Grądów Odrzańskich).

Wzdłuż głównych szlaków turystycznych funkcjonuje infrastruktura w postaci schronisk PTTK. Schroniska mają ubogie wyposażenie, ale wystarczające dla turystów preferujących tego typu formę spędzania wolnego czasu. Część schronisk funkcjonuje w obiektach zabytkowych, które są dodatkową atrakcją dla turystów. Funkcjonuje również oznakowanie ułatwiające poruszanie się turystom. Szlaki tematyczne mają także specjalne oznakowania jak np. Szlak św. Jakuba - muszlę.

Z kolei problemem jest zbyt mała ilość oddziałów PTTK funkcjonujących w województwie dolnośląskim. Jest ona niewystarczająca w stosunku do potencjału

---

<sup>1</sup> *Turystyka w województwie dolnośląskim 2004 – 2007*, US we Wrocławiu 2008.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

jakim dysponuje region. Liczba ta jest znacznie mniejsza niż np. konkurencyjnego województwa śląskiego, które dysponuje krótszymi szlakami pieszymi. Podobna sytuacja występuje odnośnie przewodników, których liczba jest niewystarczająca do potrzeb.

Obecnie można prognozować wzrost zainteresowania tego typu aktywnością. Forma ta łączy aktywność fizyczną poprawiającą zdrowie i samopoczucie z intelektualnym rozwojem człowieka. Szlakom pieszym sprzyjać może coraz bardziej popularna metoda chodzenia przy pomocy kijków „Nordic Walking”.

### **2.1.2. Turystyka rowerowa**

Turystyka rowerowa jest jednym z typów turystyki aktywnej, która wpisuje się obecnie w panujące trendy związane z aktywnością fizyczną i poprawą zdrowia. Dolny Śląsk ze względu na swoje zróżnicowanie rzeźby terenu (niziny, Przedgórze Sudeckie oraz Sudety) oraz bogactwo atrakcji, jakie mogą spotkać turystów uprawiających tą formę aktywności (liczne zabytki, kompleksy leśne, stawy) jest doskonałym miejscem do uprawiania turystyki rowerowej. Zróżnicowanie rzeźby terenu sprzyja uprawianiu wielu rodzajów turystyki rowerowej, poczynając od wycieczek rodzinnych w subregionach położonych na nizinach, a kończąc na specjalistycznych zjazdach górskich. Turystyka rowerowa wraz z turystyką pieszą są najbardziej popularnymi formami turystyki aktywnej w regionie.

W przypadku turystyki rowerowej dominują subregiony położone na południu województwa, jednakże nie ma już tak wielkiej dysproporcji, jak w przypadku turystyki pieszej, gdzie północna część województwa posiadała ubogą ofertę. Przez województwo przebiegają szlaki międzynarodowe, euroregionalne, ograniczające się do poszczególnych subregionów turystycznych oraz lokalne zamykające się w granicach gminy, czy powiatu.

Ważnym elementem wpływającym na rozwój turystyki rowerowej jest zapewnienie odpowiedniej infrastruktury towarzyszącej trasom rowerowym. Są to przede wszystkim miejsca postojowe i obiekty noclegowe przystosowane do obsługi cyklistów. Wyraźne braki są również jeżeli chodzi o wypożyczalnie



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

rowerów. Infrastruktura ta nie jest jeszcze na poziomie zadawalającym, pewne dobre praktyki ma w tym zakresie Szklarska Poręba, w której funkcjonuje około 10 tego typu obiektów.

Obecnie szansą zwiększającą ruch turystyczny jest rozwój specjalistycznych form turystyki rowerowej takich jak np. MTB. Ekstremalne techniki są coraz bardziej popularne wśród ludzi młodych, szukających większych doznań.

Podsumowując należy stwierdzić, że region ze względu na ukształtowanie terenu posiada duży potencjał dla rozwoju tej formy turystyki. Jednakże konieczne są inwestycje w infrastrukturę towarzyszącą trasom rowerowym, połączenie szlaków rowerowych w spójną sieć, poprawę oznakowania oraz wspieranie rozwoju specjalistycznych form turystyki rowerowej, poprzez dalszą rozbudowę tras. Podniesienie atrakcyjności tras rowerowych będzie korzystnie wpływać na przyjazdy turystów z sąsiednich krajów, które posiadają obecnie lepszą infrastrukturę dla uprawiania turystyki rowerowej.

### **2.1.3. Turystyka kajakowa**

W zakresie turystyki kajakowej województwo dolnośląskie posiada duży potencjał, na bazie którego można budować ofertę turystyczną subregionów. Podstawę stanowi tu rozwinięta sieć rzek z Odrą i jej dopływami: Bóbr, Nysa, Łużycka, Nysa Kłodzka, Barycz, Widawa, Bystrzyca, Oława, Kaczawa i Ślęza.

Największy potencjał do rozwoju turystyki kajakowej posiadają subregiony Dolina Odry Wschód i Zachód oraz Wzgórz Trzebnickich i Doliny Baryczy. Szlaki kajakowe znajdują się również w Subregionach: Ślęza, Pogórze Kaczawskie, Nysa, Kwisa, Bóbr oraz Wzgórz Trzebnickich i Doliny Baryczy.

Infrastruktura szlaków kajakowych jest w znacznym stopniu niedoinwestowana, szczególnie widoczne jest to w przypadku największej rzeki - Odry, która połączona jest siecią kanałów z europejskim systemem rzek. Obecnie we Wrocławiu (pełniącym rolę głównego węzła wodnego) prowadzone są działania odtwarzające atrakcje funkcjonujące z powodzeniem w okresie przedwojennym. M.in. tworzona jest sieć przystani z możliwością wypożyczenia sprzętu. Podobnie sytuacja wygląda



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

w przypadku noclegów na szlaku wodnym. Możliwość taka istnieje w większych miastach, z kolei w mniejszych gminach często nie ma infrastruktury noclegowej. Pewnym rozwiązaniem w takich gminach byłoby tworzenie gospodarstw agroturystycznych.

Podsumowując należy stwierdzić, że region posiada duże możliwości rozwoju turystyki kajakowej, zarówno górskiej jak i nizinnej (przed wojną turystyka wodna była bardziej rozbudowana). W województwie znajduje się spora ilość szlaków kajakowych, jednak nie są one włączone do systemu krajowego lub europejskiego. Dużo do życzenia pozostawia infrastruktura przystani oraz miejsc noclegowych w pobliżu szlaków.

#### **2.1.4. Turystyka narciarska**

Dolny Śląsk z uwagi na ukształtowanie terenu dysponuje bardzo dobrymi warunkami do uprawiania narciarstwa zjazdowego i biegowego. Najistotniejsze dla rozwoju turystyki narciarskiej w regionie są subregiony położone w paśmie Sudetów. Narciarstwo można praktycznie uprawiać w okresie od jesieni do wiosny. W razie nieprzychylnych warunków atmosferycznych trasy są sztucznie naśnieżane, aby zapewnić dogodne warunki dla turystów. Miejscowości, w których funkcjonują trasy zjazdowe i narciostady posiadają infrastrukturę wyciągów narciarskich i kolei linowych. Przy tym narciarstwo zjazdowe (bardziej popularne) ma znacznie bardziej rozbudowaną infrastrukturę niż narciarstwo biegowe (mniej popularne). Wyjątkiem są tu trasy biegowe w Jakuszycach, na których corocznie organizowana jest międzynarodowa impreza „Bieg Piastów”.

Dominującą rolę dla uprawiania turystyki narciarskiej mają generalnie 3 subregiony: Karkonosze i Góry Izerskie, Sudety Wałbrzyskie oraz Ziemia Kłodzka. Narciarstwo biegowe można również uprawiać w subregionach: Przedgórze Sudeckie oraz Ślęża.

Ważnym czynnikiem warunkującym dalszy rozwój oferty regionu jest systematyczna modernizacja i budowa infrastruktury tras narciarskich i wyciągów oraz pozostałej infrastruktury (wypożyczalnie sprzętu, serwis sprzętu, punkty





**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

gastronomiczne przy trasach). Obecnie istnieje duża konkurencja ze strony Słowacji, Czech, a także innych regionów Polski (Małopolska, Śląsk).

Szansą dla subregionów północnych, w których zorganizowane narciarstwo biegowe praktycznie nie istnieje jest modernizacja i budowa tras rowerowych, umożliwiających w zimie uprawianie biegów. Daje to szansę wydłużenia sezonu turystycznego o miesiące zimowe. Działania te z uwagi na nieprzewidywalność pogody niosą za sobą spore ryzyko, szczególnie dla prywatnych inwestorów.

### **2.1.5 Turystyka specjalistyczna (wspinaczka, myślistwo, wędkarstwo, turystyka konna)**

#### *Turystyka konna*

Jest to elitarny rodzaj turystyki, który zyskuje coraz większą popularność w Polsce. Dolny Śląsk posiada odpowiedni potencjał do uprawiania turystyki konnej. W regionie funkcjonuje duża ilość ośrodków jazdy konnej, powstają również hotele dla koni. Problemem z kolei jest znaczny deficyt w zakresie oznakowanych szlaków konnych. Najwięcej ośrodków jeździeckich znajduje się w subregionach Ziemia Kłodzka i Karkonosze i Góry Izerskie. W miarę bogacenia się społeczeństwa będzie wzrastał popyt na tego typu aktywność. Szansą dla rozwoju turystyki jeździeckiej jest coraz większy napływ turystów z Wielkiej Brytanii, w której jeździectwo jest jednym ze sportów narodowych. Niezbędne są jednak inwestycje w infrastrukturę szlaków konnych tak, aby osiągnęły poziom europejski. Z punktu widzenia wpływu tej formy turystyki na ruch turystyczny ma ona charakter niszowy.

#### *Wspinaczka*

Region dysponuje dobrymi warunkami do uprawiania turystyki wspinaczkowej zarówno w wymiarze profesjonalnym, jak i amatorskim o różnych stopniach trudności. Turystyka wspinaczkowa z racji swoich uwarunkowań dominuje w subregionach położonych w paśmie górskim. Najwięcej ośrodków wspinaczkowych



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

znajduje się w subregionach: Ziemia Kłodzka oraz Karkonosze i Góry Izerskie. Ośrodki wspinaczkowe funkcjonują również w subregionach: Pogórze Kaczawskie, Ślęza, Dolina Odry Wschód, Sudety Wałbrzyskie oraz Nysa, Kwisa, Bóbr.

Szlaki wspinaczkowe zazwyczaj są czytelnie opisane, ale nie wszystkie atrakcyjne miejsca są w obecnej chwili wykorzystywane. Rozwój dodatkowych szlaków powinien wzmocnić subregiony w ofercie dla potencjalnych turystów zainteresowanych tego typu specjalistyczną turystyką. Wspinaczka jest obecnie mało popularna wśród ogółu turystów. W regionie funkcjonuje spora ilość sklepów zaopatrujących turystów w niezbędny, specjalistyczny sprzęt. Z kolei zauważalny jest deficyt miejsc noclegowych zlokalizowanych w pobliżu szlaków wspinaczkowych.

### *Myślistwo*

Myślistwo jest elitarnym rodzajem turystyki, mającym niewielki wpływ na kształtowanie się ruchu turystycznego w poszczególnych subregionach. Cały Dolny Śląsk podzielony jest na 4 okręgi łowieckie. Dolny Śląsk dysponuje licznymi kompleksami leśnymi, stanowiącymi duży potencjał dla rozwoju tej formy turystyki. Na terenie regionu z możliwości polowania korzystają również turyści zagraniczni.

### *Wędkarstwo*

Oferta Dolnego Śląska w zakresie uprawiania wędkarstwa generalnie opiera się na licznych rzekach (na czele z największą - Odrą) lub zbiornikach zaporowych. Stosunkowo niewiele jest jezior. Znacznie bogatsze w tym zakresie są województwa: lubuskie i wielkopolskie. Większość wód zarządzanych jest przez Polski Związek Wędkarski. Występują również zbiorniki wodne będące komercyjnymi łowiskami. W regionie występuje niewiele stanic wędkarskich. Popularne są najczęściej wyjazdy jednodniowe, z tego też względu wędkarstwo nie wpływa istotnie na zwiększenie ruchu turystycznego w regionie.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

## **2.2. Turystyka uzdrowiskowa**

### **2.2.1. Med-tours, wellness, spa**

Dolny Śląsk z uwagi na występowanie w niektórych subregionach specyficznych cech klimatu ma duży potencjał dla rozwoju turystyki uzdrowiskowej. W tym zakresie region odgrywa dominującą rolę w skali kraju. Zdecydowanie największą ofertę w tym zakresie posiada Subregion Ziemia Kłodzka, na terenie, którego funkcjonuje największa ilość sanatoriów oraz szpitali uzdrowiskowych. Występują tu również kliniki medycyny estetycznej, obiekty Wellness oraz SPA. Ponadto uzdrowiska funkcjonują w następujących subregionach: Ślęża, Karkonosze i Góry Izerskie, Sudety Wałbrzyskie oraz Nysa, Kwisa, Bóbr.

Subregionem, w którym dynamicznie rozwija się oferta Welles, Spa oraz med-tours jest Wrocław. Infrastruktura uzdrowiskowa podlega systematycznej modernizacji m.in. ze środków europejskich oraz inwestorów (KGHM).

Jak widać region posiada bogatą ofertę turystyki uzdrowiskowej, która jest zgodna z trendem zdrowotnym.

## **2.3. Turystyka miejska i kulturowa**

Turystyka miejska i kulturowa wpisująca się w obowiązujące trendy jest jednym z najważniejszych typów turystyki, jaki oferuje Dolny Śląsk. Jest ona jednym z najważniejszych segmentów, w oparciu, o który budowana jest oferta turystyczna regionu. Województwo dolnośląskie charakteryzuje się bardzo dużym potencjałem sprzyjającym rozwojowi turystyki miejskiej i kulturowej. Na terenie regionu jest duża liczba zamków i pałaców. Ponadto Dolny Śląsk charakteryzuje się bogatym dziedzictwem kulturowym wynikającym z oddziaływania wielu kultur. Region oferuje także dużą ilość imprez kulturalnych o zasięgu lokalnym, regionalnym, krajowym i międzynarodowym. Oferta regionu bazuje również na największej ilości zabytków w Polsce.

Ofertę turystyki miejskiej i kulturowej posiadają wszystkie subregiony, wśród których najbogatszą ma wspomniany wcześniej Wrocław oraz subregiony: Nysa,



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

Kwisa, Bóbr, Sudety Wałbrzyskie, Przedgórze Sudeckie, Ziemia Kłodzka oraz Sowiogórski.

Największą ofertę odnośnie tej formy turystyki dostarcza Wrocław, który jest jednym z najbardziej rozpoznawalnych miast wśród turystów zagranicznych. Stanowi on wizytówkę regionu, na której buduje się rozpoznawalność Dolnego Śląska.

Na terenie województwa występuje coraz większe zapotrzebowanie na obiekty muzealne. W 2009 r. zewidencjonowano 55 obiektów, z których największa ilość znajdowała się we Wrocławiu oraz subregionie Karkonosze i Góry Izerskie. Najmniej korzystna sytuacja występuje w subregionie Wzgórz Trzebnickich i Doliny Baryczy, gdzie nie ma żadnego muzeum. Nie wszystkie muzea są pozbawione barier architektonicznych, co powoduje pewien problem na turystów niepełnosprawnych ruchowo.

Obecnie zauważyć można rozwój nowych form turystyki miejskiej. Popularne stają się wyjazdy na zakupy do galerii handlowych (lub nawet tylko zwiedzanie), dotyczy to jednak większych miast regionu, w których funkcjonują tego typu obiekty. Modne są również wyjazdy motywowane rozrywką i gastronomią. W tym zakresie mają najwięcej do zaoferowania również duże miasta (w szczególności Wrocław) oraz miejscowości typowo turystyczne, na terenie, których funkcjonuje duża ilość lokali.

Aby zapewnić efektywniejsze wykorzystanie potencjału miast i kultury na Dolnym Śląsku niezbędne są działania związane z rewitalizacją miast wraz z lepszym dostosowaniem do obsługi ruchu turystycznego (oznakowanie, punkty informacji, promocja oraz profesjonalne kadry). Kolejnym problemem jest pogarszający się stan zabytków dolnośląskich, wiele pałaców jest niezagospodarowanych, niszczących i pozostawionych bez opieki. Główną przyczyną tego stanu jest ograniczona ilość środków finansowych, przy ogromnej ilości zabytków wymagających restauracji i konserwacji.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

## **2.4. Turystyka pielgrzymkowa**

Turystyka pielgrzymkowa nierozzerwalnie związana jest z chrześcijańskimi korzeniami Dolnego Śląska. W regionie szczególnie popularny jest kult maryjny, co ma swoje odzwierciedlenie w dużej liczbie sanktuariów maryjnych (na 41 sanktuariów 29 stanowią maryjne). Najwięcej sanktuariów posiada Wrocław oraz subregiony: Dolina Odry Zachód oraz Przedgórze Sudeckie. Żadnego sanktuarium nie posiada na swoim terenie subregion Nysa, Kwisa i Bóbr i Sowiogórski.

Obecnie czynione są starania mające na celu odtwarzanie dawnych szlaków pątniczych. Przykładem tego jest droga Św. Jakuba (jeden z najważniejszych szlaków pielgrzymkowych w Europie). Poszczególne trasy drogi Św. Jakuba mają swoje oznakowanie z muszlą, jako motywem dominującym. Obecnie droga św. Jakuba włączona jest w europejską sieć szlaków. Kolejnym ważnym szlakiem jest Szlak Cysterski przebiegający przez miejscowości, w których swoje piętno odbił zakon Cystersów. Oferta Dolnego Śląska wpisuje się w coraz bardziej popularną formę turystyki związaną z rozwojem duchowości i powrotem do korzeni.

Aby lepiej wykorzystać ten potencjał niezbędne są dalsze działania promujące sanktuaria, czy szlaki pielgrzymkowe. Istotna jest również infrastruktura noclegowa i gastronomiczna (zwłaszcza w mniejszych miejscowościach).

## **2.5. Turystyka biznesowa**

Turystyka biznesowa charakteryzuje się dużym tempem rozwoju. Podróż w celach handlowych, służbowych, kongresowych lub motywacyjnych staje się coraz bardziej popularna. Istotą takiej turystyki jest możliwość spędzania czasu wolnego na rekreacji i działalności turystycznej.

### **2.5.1. Turystyka konferencyjno-kongresowa**

O stopniu rozwoju subregionu w zakresie turystyki konferencyjno – kongresowej stanowi przede wszystkim ilość obiektów wyposażonych w salę konferencyjną.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

Największa ilość takich obiektów znajduje się w subregionach: Karkonosze i Góry Izerskie, Ziemia Kłodzka oraz we Wrocławiu. Wyżej wymienione subregiony są obszarami o największych walorach przyrodniczych i kulturowych. Z tego też względu stanowią idealne miejsca do spędzania czasu wolnego. Z kolei najmniej rozwinięte są subregiony: Ślęza oraz Dolina Odry Zachód.

Ważnym elementem organizacji kongresów lub konferencji jest kompleksowe zabezpieczenie potrzeb bytowych i rekreacyjnych uczestników m.in. poprzez organizację wycieczek krajoznawczych, imprez itp.. W tym przypadku istotny jest odpowiedni dobór kadr, zapewniający profesjonalną obsługę, zarówno na poziomie biura organizującego kongres/konferencję, jak i osób bezpośrednio zaangażowanych. Niezbędne jest również zapewnienie wysokiego standardu usług noclegowych, transportowych, biurowych, czy też translatorskich.

Ten typ turystyki przynosi większe przychody niż pobyt standardowych turystów. Dodatkową korzyścią jest brak sezonowości, który stanowi duży problem dla branży turystycznej.

### **2.5.2. Podróże służbowe**

Podróże służbowe to forma turystyki biznesowej, związana z wyjazdami w celach handlowych lub biznesowych. Celem podróży służbowych są najczęściej miasta, które spełniają funkcję centrów biznesu, kultury, rozrywki. W związku z tym dominującą i coraz większą w tym zakresie rolę odgrywa Wrocław, w którym funkcjonuje wiele przedsiębiorstw, również tych międzynarodowych.

Podróże służbowe wchodzące w skład turystyki biznesowej są jednym z priorytetów, na których budowana jest gospodarka turystyczna regionu. Polska relatywnie szybko się rozwija pod względem gospodarczym, co pozwala patrzeć optymistycznie na zwiększenie dochodów z tej formy turystyki. Region w coraz większym stopniu dostosowany jest do przyjmowania większej i bardziej wymagającej grupy turystów biznesowych. Widać to przede wszystkim na przykładzie Wrocławia, w którym dynamicznie rozwijają się miejsca noclegowe o wyższym standardzie. Ważnym elementem dostosowania infrastruktury



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

do klientów są fundusze unijne przeznaczone na rozwój turystyki w regionie. Ponadto konieczne są działania mające na celu promocję ukierunkowaną na turystów biznesowych. Ważnym czynnikiem jest także stałe polepszanie komunikacji z regionem i w regionie.

### **2.5.3. Incentive tours**

Na popularności zyskuje także turystyka motywacyjna, polegająca na organizowaniu przez pracodawcę podróży, mających charakter motywacyjny i integracyjny. Jest to jedna z najbardziej obiecujących (pod względem zwiększania ruchu turystycznego) form turystyki biznesowej.

Dolny Śląsk posiada duży potencjał, który stanowi solidną podstawę do zwiększania oferty turystyki motywacyjnej. Niezbędne są jednak działania podnoszące standard świadczonych usług (klienci biznesowi korzystający z tej formy turystyki przynoszą większe przychody dla branży turystycznej, jednocześnie są bardziej wymagający. Oferta dla nich często „szyta jest na miarę” i wychodzi ponad przeciętny standard. Obok infrastruktury na wysokim poziomie należy także dbać o wysoki standard kadr w biurach podróży oraz bezpośrednich wykonawców usług. Jest to bardzo istotne z punktu widzenia budowy silnej marki regionu w tym zakresie ze względu na fakt, że turyści biznesowi są liczącą się grupą w kształtowaniu opinii o usługach świadczonych w zakresie turystyki.

### **2.6. Turystyka na terenach wiejskich**

Turystyka na terenach wiejskich w chwili obecnej nabiera coraz większego znaczenia dla rozwoju gospodarki turystycznej regionu. Wiąże się to z modą na aktywny wypoczynek w naturalnym otoczeniu, z dala od zgiełku obleganych kurortów turystycznych. Rozwój tej formy turystyki jest jednym z priorytetów budowy produktów turystycznych na Dolnym Śląsku. Jest to szansą, aby zniwelować coraz bardziej zmniejszające się przychody z gospodarki rolnej.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

### **2.6.1. Agroturystyka**

Jedną z form turystyki na terenach wiejskich jest Agroturystyka, która obecnie przechodzi swój „bum”. Rozwój tej formy jest możliwy w oparciu o bogate walory naturalne regionu, mając na uwadze szczególne obszary górskie, które z założenia są trudniejszym terenem do uprawy rolnej. Analizując przestrzenne położenie (koncentrację) gospodarstw agroturystycznych można stwierdzić, iż dominują one w subregionach górskich i podgórskich (okolice Wałbrzycha, Jeleniej Góry, czy Kłodzka). Zdecydowanie mniej gospodarstw funkcjonuje w subregionach położonych na północy.

Aby w pełni wykorzystać potencjał regionu w tym zakresie konieczne jest całościowe podejście, mające na celu ułatwianie powstawania takich gospodarstw. Niezbędne są inwestycje podnoszące standard usług (infrastruktura techniczna, komunikacja, infrastruktura paraturystyczna itp.). Zagospodarowanie terenów wiejskich musi przede wszystkim uwzględniać poszanowanie przyrody, która jest głównym motywem turystów przybywających do gospodarstw agroturystycznych. Cenną inicjatywą dla rozwoju turystyki na terenach wiejskich jest funkcjonowanie Lokalnych Grup Działania, które wspierają zakładanie gospodarstw agroturystycznych m.in. poprzez dotacje z Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich. Ważną rolę w propagowaniu agroturystyki i szkoleniach z tego zakresu mają Ośrodki Doradztwa Rolniczego, Izby Rolnicze oraz stowarzyszenia, skupiające gospodarstwa agroturystyczne. Oferta gospodarstw jest wciąż uboga, co spowodowane jest małą ilością wykwalifikowanej kadry w zakresie np. instruktorów konnych. Niedostateczna jest także promocja oparta na jasnym i czytelnym przekazie.

### **2.6.2. Ekoturystyka**

Podobnie jak w przypadku gospodarstw agroturystycznych gospodarstwa ekoturystyczne oraz ekorolnicze zlokalizowane są w większości na terenie





**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

subregionów położonych w górach lub paśmie przedgórskim. W ostatnich latach następuje dynamiczny rozwój tego typu formy gospodarowania. Z roku na rok przybywa gospodarstw posiadających certyfikat zgodności, a znaczna część jest w trakcie przestawiania. Widoczne są tu wpływy zachodnie, gdzie ta forma turystyki rozwija się od 30 lat i jest wynikiem bogacenia się społeczeństw, dla których postawa ekologiczna jest jedną z podstaw funkcjonowania. Oferta Dolnego Śląska oparta jest m.in. na bogactwie przyrodniczym (ochroną przyrodniczą objęte jest około 22% obszaru województwa). Szansą na wzmocnienie tej formy turystyki jest edukacja turystyczna, będąca jednym z priorytetów regionu. W województwie funkcjonuje obecnie 18 kwalifikowanych Ośrodków Edukacji Ekologicznej m.in. Stowarzyszenie ECEAT-Poland Europejskie Centrum Rolnictwa Ekologicznego i Turystyki Oddział w Polsce.

### **2.6.3. Pamiątkarstwo i kuchnia regionalna**

Na Dolnym Śląsku występuje znaczny deficyt w ofercie pamiątkarskiej. Spowodowane to jest niedoborem rzemieślników / artystów zajmujących się wytwarzaniem pamiątek. Jedną z prawdopodobnych przyczyn tego stanu jest duża ilość tanich pamiątek pochodzących zazwyczaj z Chin. Pamiątki rękodzielnicze są zazwyczaj dużo droższe.

Obecnie realizowane są działania mające na celu restytucję zawodu pamiątkarz (poprzez szkolenia w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki). Jest to istotne z uwagi na podniesienie atrakcyjności oferty województwa, w której pamiątki regionalne i lokalne są istotnym wyróżnikiem. Odbudowa pamiątkarstwa jest ważna także z uwagi na pielęgnowanie lokalnych tradycji, które są atrakcją turystyczną.

Kuchnia regionalna na Dolnym Śląsku tak jak jego wielokulturowość posiada wiele atrakcyjnych potraw i produktów. Wśród produktów kuchni dolnośląskiej wpisanych na listę produktów tradycyjnych wyróżnia się miody, chleby i ciasta, przetwory warzywne i owocowe, sery, gotowe dania, napoje (piwo i wino), produkty mięsne i ryby.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

Duży potencjał kuchni regionalnej Dolnego Śląska nie jest w pełni wykorzystywany m.in. ze względu na ograniczoną ilość obiektów gastronomicznych, serwujących regionalne potrawy. Problemem jest także brak wykwalifikowanej kadry wyspecjalizowanej w przyrządzaniu takich potraw. Zauważalna jest także niedostateczna promocja produktów tradycyjnych Dolnego Śląska.

## **2.7. Turystyka tranzytowa**

Ten rodzaj turystyki jest marginalnym segmentem oferty Dolnego Śląska. Turystyka tranzytowa uzależniona jest przede wszystkim od dobrej sieci dróg. Największy potencjał do rozwoju tej formy turystyki posiadają subregiony położone w pobliżu głównych dróg tranzytowych, których kręgosłupem jest autostrada A4. Obecnie dużym problemem jest brak infrastruktury stacji benzynowych i moteli, obiektów gastronomicznych oraz parkingów obsługujących autostradę A4 oraz pozostałe drogi. Dodatkowo sytuację komplikuje mała przepustowość dróg, o czym świadczą częste korki tworzące się na wjazdach do Wrocławia (głównego węzła komunikacyjnego).

Niewykorzystana dla żeglugi jest także Odra, która mogłaby stać się stymulatorem rozwoju turystyki na terenie północnych mniej rozwiniętych turystycznie subregionów.

## **2.8 Sektory gospodarki turystycznej regionu**

Tabela nr 3 prezentuje autorską próbę oceny stopnia implementacji tendencji ogólnoeuropejskich i światowych w poszczególnych sektorach przemysłu turystycznego, która wskazuje na szereg widocznych korelacji i uwzględniania przez poszczególne segmenty rynku turystycznego aktualnych trendów w gospodarce turystycznej



Tabela nr 3. Korelacja trendów i tendencji w gospodarce turystycznej regionu wg sektorów turystyki.

<b>Sektor bazy noclegowej i gastronomicznej</b>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Powstawanie nowych hoteli sieciowych, w tym z kapitałem zagranicznym i polskim.</li> <li>• Intensywny rozwój bazy tanich obiektów typu B@B / np. hostele-Wrocław /.</li> <li>• Tworzenie systemów rezerwacji w oparciu o polskie modele, wprowadzanie systemów prezentacji opinii turystów o obiekcie, budowanie pakietów lojalnościowych w hotelarstwie.</li> <li>• Masowe wprowadzanie nowych usług do bazy hotelowej i gastronomicznej / uroczystości rodzinnych i innych: chrzciny, komunie, bale studniówkowe, itp. /.</li> </ul>	<p><b>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Globalizacja systemów usług hotelarskich.</li> <li>• Większy popyt w miesiącach przed i po sezonie.</li> <li>• W marketingu należy mniej podkreślać wiek, a bardziej komfort.</li> <li>• Zwiększenie popytu na luksus („małe przyjemności”).</li> <li>• Wzrastać będzie popyt na produkty turystyki uzdrowskiej i pochodne (sanatoria i ośrodki fitness, wellnes, spa).</li> <li>• Większa możliwość porównywania oferty dzięki systemom internetowym i portalom wakacyjnym.</li> <li>• Samodzielne programowanie wyjazdów - rezerwacje on - line.</li> <li>• Większa potrzeba dokonywania bezpiecznych rezerwacji on-line.</li> <li>• Otwarte wyrażanie swoich potrzeb – świadome i krytyczne nastawienie do relacji: jakość – cena.</li> <li>• Mniejsze jednostki zakwaterowania.</li> <li>• Prostsze wakacje: z hotelu do bungalowu, z przyczepy do namiotu.</li> <li>• Potrzeba „drugiego domu”.</li> </ul>
<b>Sektor transportu drogowego i kolejowego</b>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reaktywacja nowych połączeń kolejowych z dominacją funkcji turystycznych /np. trasa kolejowa Szklarska Poręba- Harachov, koncepcja kolejki turystycznej w Dolinie Baryczy /.</li> <li>• Powstające prywatne firmy transportu turystycznego ze specjalistycznymi mikrobusami do obsługi grup turystycznych.</li> <li>• Nowe typy środków transportu w turystyce /np. meksy i dorożki konne w „sightseeingu” miejskim /.</li> </ul>	<p><b>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Coraz mniejsze znaczenie wycieczek autobusowych.</li> <li>• Większa dostępność do szybkich pociągów.</li> <li>• Większa liczba tanich przewoźników lotniczych.</li> <li>• Zwiększające się utrudnienia w ruchu drogowym.</li> </ul>
<b>Sektor organizatorów turystyki, pośredników turystycznych oraz agentów turystycznych</b>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce</b></p>	<p><b>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</b></p>



<p><b>turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konsolidacja organizatorów turystyki.</li> <li>• Większe zaangażowanie w działania promocyjne podejmowane przez DOT i LOT-y.</li> <li>• Rosnąca akceptacja i wdrażanie norm ustawy o usługach turystycznych i systemu kategoryzacji bazy noclegowej.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zakup imprez zorganizowanych przez internet – zmniejszająca się rola biur podróży</li> <li>• Skrócenie jednego dłuższego urlopu na rzecz kilku krótszych .</li> <li>• Zmniejszenie popytu na wycieczki zorganizowane.</li> <li>• Podróże indywidualne.</li> <li>• Dwa (lub więcej) krótsze wyjazdy wypoczynkowe w roku.</li> <li>• Spadek znaczenia pośredników.</li> <li>• Specjalizacja usługodawców.</li> <li>• Coraz bardziej wyrafinowany turysta.</li> <li>• Otwarte wyrażanie swoich potrzeb – świadome i krytyczne nastawienie do relacji: jakość – cena.</li> <li>• Bardziej krytyczni turyści będą szybciej i częściej zgłaszać reklamacje.</li> </ul>
<p><b>Sektor organizacji i stowarzyszeń</b></p>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tworzenie się nowych typów klubów turystycznych.</li> <li>• Powstawanie nowych typów produktów turystycznych /np. weekendowe wycieczki tematyczne dla klubowiczów/.</li> <li>• Rosnąca aktywność Lokalnych Organizacji Turystycznych, stowarzyszeń agroturystycznych w regionie.</li> <li>• Tworzenie się pierwszych klastrów i konsorcjów turystycznych na bazie LGD.</li> </ul>	<p><b>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Malejące znaczenie organizacji turystycznych o zasięgu krajowym.</li> <li>• Decentralizacja organizacji i hierarchii.</li> </ul>
<p><b>Sektor kształcenia kadr oraz kadr turystycznych</b></p>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rosnące dotacje na szkolenie kadr turystycznych z POKL /np. teleinformatory, instruktorzy rekreacji konnej, pamiątkarze, itp./ W ramach poddziałania 6.1.1 PO KL od początku realizacji programu podpisano 46 umów o wartości ogólnej 37 565 316,66 zł, z czego 9 projektów z zakresu turystyki o wartości ogólnej 8 933 847,24 zł. W ramach Poddziałania 8.1.1 PO KL od początku realizacji podpisano 103 umowy o wartości 91 367 804,90 zł, z czego 23 projekty z zakresu turystyki o wartości ogólnej 16 578 121,12 zł. (źródło: Sprawozdanie z realizacji Priorytetu /Priorytetów komponentu regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013 z 30.06.2010r.; obliczenia</li> </ul>	<p><b>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wzrost znaczenia personelu o wysokich kwalifikacjach.</li> <li>• Potrzeba lepszego i bardziej kreatywnego przekazywania informacji.</li> <li>• Orientacja na potrzeby klienta.</li> <li>• Klient coraz bardziej wymagający.</li> </ul>



<p>własne).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Powstające nowe specjalizacje turystyczne na studiach wyższych /np. organizator mega imprez w WSH/.</li> <li>• Szkolenie kadr turystycznych z wykorzystaniem e-learningu /np. kursy pilotów wycieczek/.</li> <li>• Podnoszenie kwalifikacji przez szkolenia kadr punktów informacji turystycznej.</li> </ul>	
<p><b>Sektor informacji turystycznej</b></p>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trwający proces kategoryzacji punktów IT w regionie w zestandaryzowanym modelu w kooperacji z POT / realizacja DOT /.</li> <li>• Większa aktywność w szkoleniu profesjonalnych kadr do obsługi punktów IT, w tym osób niepełnosprawnych do pracy w call center /szkolenia dotowane z POKL/.</li> <li>• Szkolenie informatorów turystycznych w innych placówkach JST np. /obiekty biblioteczne w Jeleniej Górze/ co powoduje rozwój systemu.</li> <li>• Aktywność regionalnych ośrodków IT w konkursach na centrum IT /Forum IT z POT/, np. Jelenia Góra.</li> <li>• Poprawiająca się jakość serwisów www miejscowości i ośrodków turystycznych.</li> </ul>	<p><b>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wszechstronny rozwój produktów tworzonych lokalnie w formule sieciowej.</li> <li>• Rosnąca siła produktów markowych.</li> <li>• Wzrost znaczenia personelu o wysokich kwalifikacjach.</li> <li>• Nowe sposoby komunikowania.</li> <li>• Potrzeba lepszego i bardziej kreatywnego przekazywania informacji.</li> </ul>
<p><b>Sektor promocji turystycznej</b></p>	
<p><b>Nowe tendencje i trendy w gospodarce turystycznej regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Znaczące inwestycje w działania promocyjne z dotacji RPO /6.1-6.5 - w ramach Priorytetu VI Turystyka i kultura RPO WD dofinansowanie otrzymało 14 projektów dotyczących znaczących inwestycji w działania promocyjne na łączną kwotę 6 014 026,06 zł. / oraz POWT.</li> <li>• Indywidualne kampanie promocyjne samorządu województwa i JST oraz subregionów turystycznych dotowane z RPO /6.1-6.5 W ramach Priorytetu VI Turystyka i kultura RPO WD dofinansowanie otrzymało 8 projektów z zakresu indywidualnych kampanii promocyjnych samorządu województwa i JST oraz subregionów turystycznych o łączne kwocie 9 637 099,22 zł, z czego 6 projektów stanowią indywidualne kampanie promocyjne samorządu województwa i JST</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Trendy ogólnoeuropejskie skorelowane z regionalnymi:</b></li> <li>• Agresywność promocji.</li> <li>• Regiony oferujące pełną, zróżnicowaną i całkowicie zrównoważoną ofertę będą coraz częściej wybierane - konieczność lepszego zarządzania .</li> <li>• Zwrot ku autentyczności.</li> <li>• Powrót do korzeni.</li> <li>• Marketing bezpośredni.</li> <li>• Promocja i marketing domeną władz lokalnych przy wsparciu lokalnej gospodarki - partnerstwo publiczno-prywatne.</li> </ul>



<p>(8 660 787,93 zł) natomiast 1 projekt dotyczy subregionu turystycznego ( 558 338, 92 zł) /.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wprowadzanie nowych typów produktów turystycznych do promocji np. imprezy sportowo-rekreacyjne powiązane z historią regionu, tradycje rzemieślnicze i regionalna kuchnia oraz lokalne produkty spożywcze, szlaki tematyczne dla turystów samochodowych, rowerowych i pieszych.</li> <li>• Konkurs na logo promocyjne Dolnego Śląska /DOT /.</li> <li>• Prowadzenie na szerszą skalę badań wizerunkowych potencjału turystycznego regionu zarówno ośrodków miejskich jak i pojedynczych obiektów czy atrakcji turystycznych /Wrocław, Dolina Pałaców Kotliny jeleniogórskiej, itp./.</li> <li>• Aktywny rozwój promocji w Lokalnych Grupach Działania w ramach własnych dokumentów strategicznych.</li> <li>• Nowoczesne zarządzanie promocją poprzez gradacje rynków promocji i produktów turystycznych oraz analizy konkurencyjności i efektywności działania.</li> </ul>	
--	--

*Źródło: Opracowanie własne W.Fedyk, trendy ogónoeuropejskie na podstawie WTO.*

Poniżej zaprezentowano dodatkowo szczegółowe analizy funkcjonowania w regionie poszczególnych sektorów gospodarki turystycznej.

### **2.8.1. Sektor bazy noclegowej i gastronomicznej**

Zdecydowanie największą ofertę noclegową i gastronomiczną mają subregiony: Karkonosze i Góry Izerskie, Wrocław oraz Ziemia Kłodzka. Na ich terenie występuje ponad 60% obiektów noclegowych zewidencjonowanych w województwie. Pomimo pewnej fluktuacji w ilości obiektów, systematycznie wrasta liczba miejsc noclegowych.

Rozwój bazy noclegowej zdeteterminowany jest przez popyt turystów, którzy cenią sobie komfort oraz wygodę. Wymusza to na stronie podażowej inwestycje w hotele o większym standardzie, z kolei zanikać będą pola namiotowe, czy kempingi. Obecnie oferta noclegowa regionu budowana jest w oparciu o hotele (w tym sieciowe). Zauważyć należy również duży wzrost hosteli szczególnie we Wrocławiu, które oferują alternatywny tańszy nocleg dla klientów mniej zamożnych. Ważnym



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

elementem jest poszerzanie oferty obiektów noclegowych i gastronomicznych o organizację imprez okolicznościowych, co przynosi dodatkowe przychody i przedłuża sezon turystyczny. Coraz większa ilość hoteli korzysta także z technologii informacyjnych w promowaniu swoich usług. Rzadkością nie jest także możliwość rezerwacji on –line.

Podobnie jak w innych sektorach, konieczne jest stałe szkolenie kadry, aby podwyższać profesjonalizm obsługi. Istotne nie są tu jedynie kierunki, czy kursy typowo zawodowe, ale również dotyczące umiejętności interpersonalnych oraz w dużej mierze języków obcych.

### **2.8.2. Sektor transportu drogowego i kolejowego**

Sektor transportu drogowego i kolejowego jest w znacznym stopniu niedostosowany do trendów, jakie mają wpływ na turystykę w regionie. Wieloletnie zaniedbania w infrastrukturze drogowej i kolejowej w znacznym stopniu utrudniają komunikację wewnątrz województwa (a także z innymi regionami i krajami). Tabor kolejowy w dużej mierze odbiega od standardów zachodnioeuropejskich. W turystyce panuje obecnie trend na przemieszczanie się własnym samochodem, co w połączeniu ze złym stanem dróg i małą drożnością powoduje w sezonie zatory komunikacyjne. Rozwiązaniem tej sytuacji mogły by być połączenia kolejowe (zwłaszcza szybkie pociągi), jednak i ta infrastruktura jest niedoinwestowana. Problemem jest także niewykorzystywanie kolejek wąskotorowych. Na terenie Dolnego Śląska znajduje się 39 punktów odpraw podróży, zarówno krajowych jak i międzynarodowych. Stan ich jest również niezadawalający. Czynione są jednak działania naprawcze, których przykładem jest gruntowna modernizacja dworca głównego we Wrocławiu. Przedsiębiorstwa świadczące usługi w transporcie kolejowym pasażerskim międzymiastowym znajdują się w subregionach: Pogórze Kaczawskie, Sudety Wałbrzyskie Dolina Odry Zachodniej oraz Wrocław.

Obecnie realizowane są działania mające reaktywować nieczynne połączenia kolejowe, zwłaszcza na obszarach atrakcyjnych turystycznie (aktywność w tym zakresie wykazuje samorząd województwa). Z uwagi na duże strumienie pieniędzy



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

ze środków europejskich, w ostatnich latach rozpoczęto inwestycje poprawiające sytuację w transporcie drogowym i kolejowym. Rośnie również liczba prywatnych przewoźników, którzy z większą elastycznością dostosowują swoje trasy do zapotrzebowania. Oferują również przewozy na zamówienie, co jest istotne dla ruchu turystycznego. Trend wzrostowy w zakresie przedsiębiorstw zajmujących się przewozami pasażerskimi występuje w subregionach: Doliny Odry Wschód i Zachód, Ziemi Kłodzkiej, Sudetów Wałbrzyskich, Borów Dolnośląskich, Nysy, Kwisy, Bobru, Przedgórze Sudeckiego i Sowiogórskiego.

### **2.8.3. Sektor organizatorów turystyki, pośredników turystycznych oraz agentów turystycznych**

Biura podróży najczęściej występują w większych miastach regionu. Blisko połowa organizatorów, pośredników i agentów funkcjonuje we Wrocławiu. W regionie od 2005 r. występuje stały wzrost tego rodzaju firm. Obecne trendy wymuszają na rynku tego rodzaju usług zmiany. Spowodowane to jest m.in. coraz większą dominacją Internetu (wykorzystywanego do zakupu usług turystycznych). Z badań dotyczących ruchu turystycznego dla województwa jednoznacznie wynika, że korzystanie z biur podróży nie jest popularną metodą (Znaczący odsetek turystów organizuje wyjazdy indywidualnie). Większość organizatorów turystyki zajmuje się organizowaniem turystyki wyjazdowej. Biura podróży, aby zwiększyć swoje obroty przenoszą ciężar ofert na Internet kosztem sprzedaży bezpośredniej. Sytuacja na rynku wymusi również proces łączenia się firm w celu zapewnienia szerokiej oferty. Problemem jest także poziom przygotowania kadry w tym sektorze, który często odbiega od coraz bardziej wyrafinowanych wymagań klientów. Istotne jest również obniżanie cen, przy jednoczesnym podnoszeniu jakości oferowanych usług.

### **2.8.4. Sektor organizacji i stowarzyszeń**

Główną organizacją działającą na rzecz rozwoju turystyki w regionie jest Dolnośląska Organizacja Turystyczna, której naczelnym zadaniem jest rozwój





**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

i promocja turystyki dolnośląskiej. Na poziomie poszczególnych subregionów funkcjonują Lokalne Organizacje Turystyczne, które zlokalizowane są zaledwie w 4 subregionach: Karkonosze i Góry Izerskie, Wzgórz Trzebnickich i Doliny Baryczy, Ziemi Kłodzkiej (najwięcej) oraz Przedgórze Sudeckiego. W sześciu subregionach funkcjonują oddziały PTTK, szczególnie na terenach górskich oraz we Wrocławiu i północy regionu. Liczba oddziałów jest jednak niewystarczająca i należy podjąć działania aktywizujące powstawanie kolejnych oddziałów.

W regionie podejmowane są liczne działania, często oddolne, mające na celu łączenie kooperujących ze sobą podmiotów. Przykładem tych działań jest zrzeszanie się gospodarstw agroturystycznych w stowarzyszenia. Działania takie podejmowane są w subregionach Karkonosze i Góry Izerskie oraz Ziemia Kłodzka.

Niebagatelne znaczenie dla rozwoju turystyki na terenach wiejskiej mają Lokalne Grupy Działania powstające ramach LIDER+. LGD inicjują wiele działań sprzyjających rozwojowi gospodarki turystycznej. Są to m.in. dotacje dla rolników na założenie działalności agroturystycznej, poprawa wizerunku wsi, budowa ekomuzeów itd..

Podejmowane są również działania mające na celu tworzenie grup produktowych. Coraz większa liczba przedsiębiorców z branży turystycznej przekonuje się do korzyści, jakie płyną ze strony takich inicjatyw (wspólna promocja, tworzenie marki, dostęp do funduszy europejskich itd.)

### **2.8.5. Sektor kształcenia kadr oraz kadr turystycznych**

W regionie funkcjonuje 7 szkół wyższych oraz 89 szkół ponadgimnazjalnych, kształcących w kierunkach turystycznych. Dominuje tutaj Wrocław oraz Ziemia Kłodzka i Przedgórze Sudeckie. W ponad połowie subregionów tego typu szkoły kształcące w kierunkach turystycznych nie funkcjonują. Jednakże brak możliwości kształcenia w zakresie zawodów związanych z turystyką nie ma bezpośredniego wpływu na poziom rozwoju funkcji turystycznej poszczególnych subregionów.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

Dominujące na świecie trendy wymuszają na rynkach usług turystycznych coraz większą profesjonalizację kadr. Jest to podstawowy warunek zwiększania konkurencyjności oferowanych produktów i usług turystycznych.

Podnoszenie jakości kadr jest szczególnie istotne w kontekście tworzącego się modelu rozwoju turystyki na Dolnym Śląsku opartego na subregionach turystycznych. Tworzenie produktów subregionalnych musi być ściśle powiązane z zapewnieniem odpowiednich kadr.

W obecnej chwili praktycznie we wszystkich typach turystyki brakuje wykwalifikowanej kadry zapewniającej obsługę klientów. W szczególności brakuje instruktorów i przewodników oraz pracowników informacji turystycznej. Nie mniej istotne jest również przygotowanie zawodowe kadry, pracującej w obiektach noclegowych oraz gastronomicznych. Ważne jest również przygotowanie językowe oraz szkolenia z zakresu technik komunikacji, które są istotne w zawodach wymagających bezpośredniego kontaktu z klientem.

Szkoły w zbyt małym stopniu współpracują z branżą turystyczną (praktyki, staże itp.). Brakuje również działań mających na celu zatrudnianie osób (obsługujących na co dzień turystów), które przekazywałyby praktyczne informacje uczniom i studentom. Na poziomie szkół podstawowych i gimnazjalnych nie ma praktycznie przekazywania informacji z zakresu turystyki. Funkcjonuje także mała ilość zorganizowanych form krzewienia turystyki np. klubów przyszkolnych itd. Zauważalny jest brak kształcenia kadr samorządowych odpowiedzialnych za rozwój turystyki w gminach, czy powiatach.

Na terenie województwa prowadzone są działania mające zminimalizować występujące problemy, istotny w tym zakresie jest strumień pieniędzy płynący z funduszy unijnych, przede wszystkim z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. W ramach POKL zrealizowano projekty skierowane na podwyższanie umiejętności kadr zatrudnionych w turystyce. Ponadto w ramach Programu realizowane są projekty badawcze, mające na celu zdiagnozowanie rzeczywistego zapotrzebowania na kierunki kształcenia w turystyce. Wprowadza się nowe techniki kształcenia np. e-learning. Otwierane są również nowe kierunki kształcenia na uczelniach wyższych.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

### **2.8.6. Sektor informacji turystycznej**

Sektor informacji turystycznej dotyczy przede wszystkim ośrodków informacji turystycznej. W przestrzennym położeniu punktów informacji turystycznej dominują subregiony południowe (najwięcej biur informacji turystycznej znajduje się w subregionach: Karkonosze i Góry Izerskie, Ziemia Kłodzka oraz w subregionie Nysa, Kwisa i Bóbr) oraz większych miastach. Wynika to prawdopodobnie z większego natężenia ruchu turystycznego na południu regionu.

Ośrodki (biura) informacji turystycznej stanowią niespójny system. Jest to spowodowane przez różną formułę prawną w jakiej funkcjonują. Biura najczęściej prowadzone są przez referaty, wydziały i zakłady budżetowe gmin, stowarzyszenia, a także przez przedsiębiorców prywatnych. System ten utrudnia standaryzację i kategoryzację punktów. Brak jest także centralnego punktu informacji. Poziom kwalifikacji pracowników punktów jest nierównomierny, co może obniżać wizerunek regionu. Dzięki działaniom Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej rozpoczęto tworzenie jednolitego modelu punktów informacyjnych. Nie małe znaczenie mają tu szkolenia realizowane w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, podnoszące przygotowanie merytoryczne pracowników punktów. Ośrodki informacji turystycznej wykazują się dużą aktywnością, prowadzone są również szkolenia na informatorów i teleinformatorów turystycznych (zawód teleinformatora jest szczególnie atrakcyjny dla osób niepełnosprawnych). Punkty w większym zakresie wykorzystują nowoczesne techniki komunikacji (przede wszystkim Internet), które odgrywają coraz większą rolę w pozyskiwaniu informacji o Dolnym Śląsku i jego atrakcjach.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

### **2.8.7. Sektor promocji turystycznej**

Skuteczne promowanie regionu i jego oferty turystycznej odgrywa kluczową rolę w rozwoju gospodarki turystycznej. Model systemu promocji turystycznej oparty jest przede wszystkim na Samorządzie Województwa, Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej. W promocję turystyki zaangażowana jest także Dolnośląska Izba Turystyki. Na niższym poziomie gminnym i powiatowym funkcjonują Lokalne Organizacje Turystyczne. Z kolei na terenach wiejskich instytucjami promującymi walory turystyczne są Lokalne Grupy Działania oraz stowarzyszenia agroturystyczne. W systemie promocji dużą rolę odgrywają również jednostki samorządowe. Jak wynika z badań dotyczących skuteczności promocji wiele miejscowości w ograniczonym stopniu wykorzystuje swoje strony internetowe w zakresie pełnej informacji o walorach i produktach turystycznych. Nagminne są przypadki braku aktualizacji danych, co w konsekwencji obniża wizerunek gminy czy powiatu. Region nie posiada kompleksowego systemu, który łączyłby tradycyjne formy informacji i promocji z e-usługami, co w obecnej chwili jest standardem w krajach lepiej rozwiniętych. Ważną kwestią jest również niedostosowanie kadr zajmujących się promocją turystyczną do dynamicznie zmieniających się tendencji w technikach promocji (chodzi tu przede wszystkim o pełne wykorzystywanie Internetu jako kanału przekazywania informacji).

Dzięki wdrażanym funduszom unijnym w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego udaje się przeprowadzać promocję regionu oraz poszczególnych produktów turystycznych jakie oferują subregiony. Doskonałym narzędziem promocyjnym jest wdrażanie nowych produktów turystycznych, które zachęcają do odwiedzenia regionu. Niezwykle istotnym narzędziem pozwalającym określić kierunki oraz kanały przekazu informacji są badania realizowane cyklicznie z roku na rok na coraz większą skalę. Badania dotyczą zarówno całego regionu, jak i poszczególnych miast czy produktów turystycznych. System promocji wzmocniony jest także poprzez inicjatywy lokalne na terenach wiejskich w postaci Lokalnych Grup Działania.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

### **3. Rekomendacje odnośnie regionalnej polityki turystycznej**

W licznych analizach i ocenach turystycznych, odnoszących się do Dolnego Śląska, wskazuje się na konieczność koncentracji wysiłków na wysoce konkurencyjnym i coraz bardziej umiędzynarodowionym rynku turystycznym, wokół wybranych grup typów turystyki czy segmentów gospodarki turystycznej, w których region może konkurować, utożsamianych z głównymi grupami walorów turystycznych, markowych produktów turystycznych czy elementów infrastruktury turystycznej i para turystycznej.

Istotną przeszkodą w rozwoju turystycznym regionu jest brak spójnej, skoordynowanej regionalnej polityki promocyjnej potencjału turystycznego Dolnego Śląska. Aktualna współpraca lokalnych samorządów, podmiotów gospodarczych, stowarzyszeń i organizacji turystycznych w sferze turystyki jest niedostateczna i wymaga aktywizacji. Zauważalny jest brak markowego i utożsamianego z regionem produktu turystycznego oraz zróżnicowanej oferty turystycznej skierowanej zarówno do turystów krajowych jak i zagranicznych. Odczuwalny jest także niski poziom wiedzy o znaczeniu turystyki w gospodarce regionu oraz skutkach ograniczanych budżetów samorządów na turystykę, przy silnej promocji regionów konkurencyjnych przeznaczających znacznie większe budżety na turystykę.

Poniżej zaprezentowano autorski projekt rekomendacji do rozwoju poszczególnych sfer gospodarki turystycznej regionu, który po wdrożeniu mógłby być bazą do zainicjowania i wzmocnienia współpracy między lokalnymi podmiotami (samorządami, branżą turystyczną, organizacjami turystycznymi) w procesie rozwoju markowych produktów turystycznych regionu oraz dawać podstawy do wypracowania długofalowego, spójnego planu działania w sferze promocji regionalnych i subregionalnych produktów turystycznych poprzez m.in. dążenie do integracji i konsolidacji środowisk turystycznych, w tym także turystyczną aktywizację społeczeństwa.

Budowa nowego modelu regionalnej polityki turystycznej będzie pozytywnie oddziaływać na wzrostu konkurencyjności regionalnych podmiotów turystycznych



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

na rynku polskim i zagranicznym oraz stworzy podstawy do osiągnięcia trwałego wzrostu gospodarczego w regionie.

Jednym z trwałych efektów realizacji kompleksowej polityki turystycznej na Dolnym Śląsku z uwzględnieniem wszystkich sektorów gospodarki turystycznej będzie bez wątpienia zwiększenie dochodów z turystyki przy jednoczesnym zwiększeniu liczby miejsc pracy w sektorze strictly turystycznym, a w długookresowej perspektywie także w usługach „okołoturystycznych” i komplementarnych.

### **3.1. Rekomendacje dla jednostek samorządu terytorialnego wszystkich szczebli**

Jednym z głównych podmiotów mających wpływ na kształtowanie się gospodarki turystycznej regionu jest samorząd od szczebla gminnego zaczynając, a kończąc na wojewódzkim. Obecnie samorząd ma coraz większe możliwości kształtowania sfery przestrzennej, gospodarczej i społecznej. Możliwości te znacznie wzrosły w momencie, gdy samorząd województwa został instytucją zarządzającą środkami europejskimi w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego.

Obok działań infrastrukturalnych niezbędne są działania promocyjne i marketingowe oraz uświadamiające społeczność lokalną o korzyściach jakie płyną z gościnności przyjmowania turystów. Profesjonalne podejście do kształtowania turystycznego charakteru gminy czy powiatu jest czynnikiem gwarantującym rozwój gospodarczy.

#### **Rekomendacje:**

- Wspieranie budowy infrastruktury turystycznej i para turystycznej w miejscowościach regionu. Istotne są tu działania mające na celu wydłużenie sezonu turystycznego, a także zatrzymanie turystów na dłuższy pobyt (analiza ruchu turystycznego wykazała, że na Dolnym Śląsku coraz bardziej popularna staje się krótka forma wypoczynku maksymalnie do 4 dni). Wydłużeniu sezonu służyć może projektowanie ścieżek rowerowych, które zimą służyłyby jako



trasy dla uprawiania biegów narciarskich. Turystykę jesienią pobudzić może wprowadzanie produktów z zakresu edukacji (ścieżki edukacyjne itp.). Infrastruktura powinna uwzględniać potrzeby osób niepełnosprawnych. Samorządy powinny również inwestować w podstawową infrastrukturę techniczną: gaz, woda, odbiór ścieków i odpadów. Inwestycje powinny uwzględniać zasadę zrównoważonego rozwoju.

- Tworzenie nowych unikalnych produktów turystycznych w oparciu o naturalne i bogate walory przyrodniczo – kulturalne regionu.
- Sprzyjanie rozwijaniu się przedsiębiorstw z branży turystycznej np. poprzez tworzenie klastrów turystycznych, w których przedsiębiorstwa dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem, przez co zmniejszają ryzyko prowadzenia działalności gospodarczej. Samorządy mogą również oddziaływać na gospodarkę lokalną poprzez odpowiednią politykę fiskalną (umorzenia lub zwolnienia z opłat dla przedsiębiorstw rozpoczynających działalność).
- Należy dbać o obszary chronione, które powinny być wizytówką regionu.
- Samorządy na terenach wiejskich powinny wspierać tworzenie się gospodarstw Agro i Eko turystycznych (wspieranie przez gminę rolników zainteresowanych dodatkowo prowadzeniem tego typu gospodarstw).
- Poprawa infrastruktury drogowej na wszystkich poziomach samorządu – jak wynika z badań najczęstszym środkiem transportu jest samochód. Stała poprawa infrastruktury zapewni dogodną komunikację wewnątrz województwa.
- Poprawa sieci połączeń kolejowych. Wraz ze wzmożonym ruchem samochodowym (tworzące się zatory w czasie szczytu sezonu) ta forma komunikacji może zyskiwać na popularności. Ważna jest też współpraca z PKP mająca na celu poprawę funkcjonalności i estetyki dworców kolejowych wraz z otoczeniem.
- Istotny jest rozwój połączeń lotniczych komunikujących region z resztą kraju i zagranicą.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

- Dalsze wspieranie tworzenia tematycznych szlaków turystycznych jako markowych produktów regionu.
- Tworzenie i propagowanie samochodowych szlaków turystycznych.
- Rewitalizacja miast i miasteczek Dolnego Śląska.
- Dbłość o zabytki - Dolny Śląsk ma największą liczbę zabytków, które wymagają stałej konserwacji. Samorząd powinien m.in. współpracować w tym zakresie z parafiami, w których funkcjonują kościoły o wysokich walorach historycznych i kulturowych. Ważna jest też poprawa dostępności dla osób niepełnosprawnych ruchowo.
- Ważną rolę w przyciąganiu turystów odgrywają imprezy kulturalne i sportowe. Samorządy powinny promować na zewnątrz swoje wydarzenia tak, aby stawały się bardziej popularne i liczniej odwiedzane.
- Samorządy powinny wzmocnić współpracę z najbliższymi partnerami z zagranicy (Czechy i Niemcy).
- Instytucje samorządowe w większym stopniu powinny zamieszczać informacje turystyczne na swoich stronach internetowych. Konieczna jest tu stała aktualizacja, tak aby osoba poszukująca informacji mogła otrzymać je aktualne.
- Gminy i powiaty powinny w większym stopniu angażować się we współpracę/uczestnictwo w organizacjach turystycznych.
- Samorządy powinny stale poprawiać oznakowania identyfikacji przestrzennej z uwzględnieniem specyfiki produktu turystycznego oraz symboliki używanej w danym subregionie.
- Wdrażanie w swoich miejscowościach marketingu terytorialnego, który na wzór sektora prywatnego ma wpływać na opinie i zachowanie grup zarówno z wewnątrz jak i zewnątrz poprzez stymulowanie relacji.
- Prowadzenie przez jednostki samorządu terytorialnego stałych działań promocyjnych w formie kampanii promocyjnych poszczególnych typów produktów turystycznych z wykorzystaniem reklamy ATL i BTL w korelacji





**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

z działaniami POT /kampania POIG 6.4/ i DOT na wybranych rynkach emisyjnych ruchu turystycznego.

- Zwiększenie zaangażowania środków finansowych jednostek samorządu terytorialnego w działania promocyjne DOT i Lokalnych Organizacji Turystycznych, w tym rozważenie mechanizmu przekazania zadań promocyjnych i budżetów z wydziałów promocji JST /w tym samorządu województwa/ do ROT i LOT.
- Zwiększenie udziału członkowskiego jednostek samorządu terytorialnego w strukturach ROT i LOT z wykorzystaniem porozumień subregionalnych.
- Inspirowanie i wspieranie przez jednostki samorządu terytorialnego tworzenie lokalnych operatorów turystycznych do komercjalizacji lokalnego produktu turystycznego poprzez struktury LOT-ów, wprowadzanie modelu Total Quality Management i Destination Management jako model zarządzania rozwojem oferty turystycznej subregionu.
- Budowanie w jednostkach samorządu terytorialnego większej liczby partnerstw publiczno-prywatnych w realizacji inwestycji turystycznych.
- Włączanie lokalnych punktów informacji turystycznej będących w gestii jednostek samorządu terytorialnego w system regionalnej E-turystyki w kooperacji z DOT i systemem POT, uruchomienie i finansowanie Dolnośląskiego Centrum Informacji Turystycznej spełniającego standardy centrum 4\* wg systemu POT /, wdrożenie i sfinansowanie przez Samorząd Województwa projektu „Koncepcja E-turystyki na Dolnym Śląsku” wg raportu DOT.
- Uruchomienie na poziomie samorządu województwa odrębnych priorytetów wsparcia szkolenia kadr turystycznych z POKL; uruchomienie Centralnego Ośrodka Szkolenia Regionalnych Kadr Turystycznych przez Samorząd Województwa.
- Stałe wydatkowanie środków finansowych przez jednostki samorządu terytorialnego na badania ruchu turystycznego oraz bezpłatne udostępnianie wyników dla sektora MŚP branży turystycznej.



- Uznanie przez jednostki samorządu terytorialnego wszystkich szczebli Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej i Lokalnych Organizacji Turystyki za instytucjonalnych operatorów strategii rozwoju turystyki na danym poziomie, w tym jako Instytucji Pośredniczących w opiniowaniu modeli przyznawania funduszy UE dla turystyki.
- Przejęcie na utrzymanie i finansowanie przez jednostki samorządu terytorialnego oznakowania turystycznego typu E-22 utworzonego przez ROT i LOT-y, w tym szczególnie na tzw. trasach tematycznych; stworzenia przez samorząd województwa z udziałem gmin i PTTK centralnej kartoteki szlaków turystycznych woj. dolnośląskiego w celu budowania zintegrowanej sieci.

## **3.2. Rekomendacje dla branży turystycznej wg sektorów z podrozdziałów 2.8.1 – 2.8.4**

### **Sektor bazy noclegowej i gastronomicznej**

#### ***Rekomendacje:***

- Stała poprawa usług noclegowych i gastronomicznych. Jak wynika z badań ruchu turystycznego, turyści odwiedzający region są zadowoleni z usług, jednakże należy je stale poprawiać aby zachować wysoką konkurencyjność.
- Budowa nowych obiektów spełniających przede wszystkim wysokie oczekiwania obcokrajowców.
- W ofercie bazy noclegowej należy również uwzględnić turystów mniej zamożnych.
- W branży gastronomicznej należy rozwijać kuchnię regionalną mającą charakter produktu turystycznego. Często zdarza się tak, że jedna charakterystyczna potrawa ściąga do danej miejscowości wielu turystów.
- Zgodnie z trendem demograficznym w coraz większym stopniu należy uwzględniać w ofercie osoby starsze w wieku emerytalnym.



- Pracownicy sektora bazy noclegowej i gastronomicznej powinni stale podnosić swoje kompetencje zawodowe. Szczególnie istotne jest tu uczenie się języków obcych. Profesjonalna i życzliwa obsługa klienta jest najlepszą formą promocji. Z badań wynika, że o regionie turyści najczęściej dowiadują się od przyjaciół lub rodziny, którzy polecają dane miejsce noclegowe.
- Większe przedsiębiorstwa z branży turystycznej powinny systematycznie prowadzić badania marketingowe, dzięki którym na bieżąco będą dostosowywać swoją ofertę.
- W większym stopniu należy korzystać z technologii informacyjnych w promowaniu oraz rezerwacji miejsc.
- Ułatwianie turystom płatności bezgotówkowych.
- Godnym uwagi rozwiązaniem dla branży jest udział w klastrze turystycznym, dzięki któremu możliwa jest wymiana wiedzy i doświadczeń między podmiotami oraz ograniczenie ryzyka związanego z prowadzeniem działalności gospodarczej. Rozwiązanie to może przynieść wiele korzyści przedsiębiorcom, jednakże w praktyce jest wciąż mało stosowane.

### **Sektor transportu drogowego i kolejowego**

Jak wynika z badań odnośnie ruchu turystycznego najczęściej wybieranym środkiem transportu jest samochód osobowy. W przypadku wyjazdów w kilka osób jest to najtańsza forma podróży, która daje możliwość bezpośredniego dojazdu do miejsca pobytu oraz dowolnego kształtowania celu wyjazdu w trakcie podróży. Ważnym środkiem transportu jest także autobus rejsowy i pociąg. Na szczególną uwagę zasługuje transport kolejowy, który może stać się alternatywą dla zakorkowanych dróg w szczycie sezonu. Jest to istotne w kontekście trendu związanego z czasem wolnym, który wpływa na racjonalne gospodarowanie tym czasem przez turystów.

### ***Rekomendacje:***



KAPITAŁ LUDZKI  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



DOLNY  
ŚLĄSK

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

- Przeprowadzanie badań mających na celu dostosowanie rozkładu jazdy do rzeczywistych potrzeb; wdrożyć przez Samorząd Województwa w kooperacji z PKP okresowe badania ruchu turystycznego prowadzonych w pociągach i na stacjach kolejowych. Rozkład jazdy powinien uwzględniać zwiększenie zapotrzebowania na przejazdy w wysokim sezonie turystycznym.
- Należy systematycznie wymieniać i modernizować wyeksploatowany tabor. Pozwoli to na zwiększenie komfortu jazdy podróżnych oraz zminimalizuje spóźnienia. Ważne jest przy tym zapewnienie maksymalnego bezpieczeństwa oraz dostosowanie taboru do osób starszych i niepełnosprawnych oraz turystów rowerowych; wykorzystywać tabor kolejowy do akcji promocyjnych potencjału turystycznego regionu na trasach przejazdów przez region pociągów Euro i Inter City, Regio, TLK.
- Należy systematycznie poprawiać infrastrukturę dworców autobusowych i kolejowych, w tym budować sieć wypożyczalni rowerów przy obiektach stacji kolejowych.
- Należy stworzyć spójny system informacji o przejazdach, z uwzględnieniem mniejszych przewoźników. Informacje powinny być dostępne poprzez platformę internetową.
- Reaktywować sieć kolei wąskotorowych, jako atrakcji turystycznych pod auspicjami Samorządu Województwa ze środków UE.
- Organizować cykliczne imprezy promujące tradycje kolejnictwa dolnośląskiego / drezynowanie, weekendowe przejazdy parowozami, Muzeum Kolejnictwa w Jaworzynie Śląskiej/.
- Inspirować rozwój systemu miejskiego „sightseeingu” z udziałem prywatnych przedsiębiorców transportu turystycznego przy wsparciu jednostek samorządu terytorialnego /w oparciu o PPP, system ułatwień podatkowych, itp./.

### **Sektor organizatorów turystyki, pośredników turystycznych oraz agentów turystycznych**



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

### **Rekomendacje:**

- Niezbędne są działania mające na celu stałe podnoszenie jakości świadczonych usług przy równoczesnym obniżaniu cen. Jest to bardzo istotne, gdyż jak pokazują badania ruchu turystycznego niewielki odsetek osób korzysta z tego typu usług. Wyjazdy najczęściej organizowane są indywidualnie.
- W większym stopniu należy zwiększać liczbę usług świadczonych przez Internet. Ważne jest przy tym, podawanie rzetelnych informacji o ofercie oraz systematyczne aktualizowanie danych z uwagi na fakt, że klienci w dalszym ciągu bardziej ufają informacji uzyskanej bezpośrednio. Wykorzystanie Internetu w sprzedaży usług pozwoli na obniżenie kosztów funkcjonowania tego sektora.
- Należy rozwijać współpracę z biurami informacji turystycznej polegającą na wymianie i dostępie do danych odnośnie turystyki.
- Aktywny udział MŚP z branży turystycznej w badaniach ruchu turystycznego i wizerunkowych, w tym udzielania informacji o charakterze ekonomicznym.
- Większe zaangażowanie się podmiotów turystycznych /organizatorów turystyki, gestorów atrakcji turystycznych, gestorów usług turystycznych/ w struktury ROT i LOT-ów w charakterze członków zwyczajnych oraz w tworzenie konsorcjów produktów turystycznych w modelu lansowanym przez POT.
- Aktywna współpraca podmiotów branżowych /w tym skupionych w DIT/ z wyższymi uczelniami w zakresie organizacji praktyk studenckich, udziału przedsiębiorców w procesie kształcenia i edukacji oraz prowadzenia prac naukowych /np. magisterskich/ w odpowiedzi na zapotrzebowanie rynku turystycznego.
- Sponsorowanie /lub usługi barterowe/ przez branżę turystyczną działań promocyjnych organizowanych przez DOT i LOT-y w sferze organizacji study tour, study-press, ekspozycji targowych, itp.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

- Dążenie do ujednoczenia dokumentów umów turystycznych w środowisku biur turystycznych i organizatorów turystyki /m.in. skupionych w DIT/ w celu podnoszenia jakości świadczonych usług i wzrostu bezpieczeństwa klientów.
- Wsparcie przez organizatorów turystyki promocji markowych produktów turystycznych regionu /w tym o charakterze niszowym/ poprzez ich implementowanie do własnych katalogów, serwisów www, czy w ramach udziału w workshops i targach turystycznych.

### **Sektor organizacji i stowarzyszeń**

#### ***Rekomendacje:***

- Należy rozwijać sieć organizacji i stowarzyszeń działających w turystyce ze szczególnym uwzględnieniem północnych mniej aktywnych rejonów województwa.
- Należy dalej rozwijać współpracę DOT z Lokalnymi Organizacjami Turystycznymi.
- Wdrażać model powoływania konsorcjów produktowych i klastrów turystycznych z udziałem stowarzyszeń turystycznych z wykorzystaniem zasady TQM w zarządzaniu lokalnymi usługami turystycznymi
- Ujednoczyć system /zakres, poziom nauczania/ kształcenia kadr przewodników i pilotów turystycznych prowadzonych przez organizacje i stowarzyszenia /PTTK, PTSM, firmy turystyczne/.
- Tworzyć warunki do współpracy organizacji i stowarzyszeń w zakresie organizacji imprez turystycznych wraz z uzgadnianiem ich kalendarza w celu uniknięcia nakładania się czasowego imprez.

### **3.3. Rekomendacje dla podmiotów systemu informacji turystycznej**

System informacji turystycznej na Dolnym Śląsku oparty jest przede wszystkim na ośrodkach informacji turystycznej. Ośrodki te nie są zarządzane jednolicie, często



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

funkcję informacyjną spełniają gminy poprzez swoje jednostki organizacyjne, wydziały, biura promocji lub referaty. Funkcję taką spełniają również Lokalne Organizacje Turystyczne, stowarzyszenia oraz podmioty prywatne.

### **Rekomendacje:**

- Utworzenie centrum informacji turystycznej na poziomie wojewódzkim spełniającej m.in. funkcję koordynującą w oparciu o model POT i system kategoryzacji punktów IT na poziomie 4\*. Dzięki takiemu rozwiązaniu informacja o regionie będzie bardziej spójna i czytelna. Równolegle konieczne jest wdrażanie systemu zarządzania informacją turystyczną, którego jednym z najważniejszych elementów byłaby oparta na dobrowolności standaryzacja punktów informacji turystycznej.
- Sfinalizować proces kategoryzacji punktów IT /realizacja DOT/ oraz wdrożyć projekt ze środków Samorządu Województwa d/t koncepcji E-turystyki na Dolnym Śląsku, w tym wdrażać model budowy sieci turystycznych call center z udziałem osób niepełnosprawnych w roli informatorów turystycznych.
- Dla zachowania odpowiedniego poziomu świadczenia usług informacyjnych konieczna jest odpowiednia polityka płacowa, ograniczająca fluktuację kadr. Ponadto niezbędne jest ciągłe doskonalenie zawodowe kadr odnośnie najnowszych rozwiązań i stanu wiedzy. Istotne jest również kształcenie w zakresie języków obcych.
- Obligatoryjnie i stale szkolić kadry punktów informacji turystycznej poprzez podnoszenie kwalifikacji / informator I, II i III stopnia w ujednoczonych standardach/ z wykorzystaniem dotacji z UE-POKL, w tym z wykorzystaniem systemów e-learningu.
- Tworzenie nowych punktów/biur informacji turystycznej w subregionach, gdzie występuje duży ich deficyt. Obecnie południowe rejony województwa oraz większe miasta mają dobrą sieć punktów, z kolei na północy występuje wyraźny deficyt. Wykorzystywać w budowaniu sieci IT obiekty ośrodków sportu i rekreacji, bibliotek publicznych, samorządowych instytucji kultury, poprzez szkolenie ich kadr na informatorów turystycznych.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

- Należy dążyć do jednolitego i czytelnego oznakowania punktów informacyjnych z uwzględnieniem symboliki poszczególnych subregionów.
- We współpracy z samorządami należy wdrażać czytelne oznakowanie dróg publicznych, w tym oznakowanie typu E-22.
- Punkty informacji turystycznej powinny zintensyfikować działania mające na celu udostępnianie informacji za pomocą stron internetowych. Niezbędne jest także stałe aktualizowanie baz danych zawierających informacje nt. produktów turystycznych, bazy noclegowej i gastronomicznej oraz ciekawych imprez i wydarzeń. W miarę możliwości strony powinny być również dostępne w popularnych językach obcych. Bazy danych w poszczególnych punktach informacji powinny mieć jednolitą formę tak, aby turysta z łatwością mógł przeglądać dane w nich zawarte.
- Dokonać scalenia informatycznego sieci informacji turystycznej z partnerami z Czech i Saksonii w celu budowy trans granicznej informacji turystycznej.

### **3.4. Rekomendacje dla podmiotów systemu promocji turystycznej**

System promocji turystycznej jest ściśle powiązany z systemem informacji. W Polsce funkcjonuje trójstopniowy system promocji turystycznej, w którego skład wchodzi: na poziomie krajowym – Polska Organizacja Turystyczna, na poziomie wojewódzkim Dolnośląska Organizacja Turystyczna, a na poziomie lokalnym – Lokalne Organizacje Turystyczne. System ten uzupełniają samorządy oraz pozostałe stowarzyszenia działające na rzecz swoich małych ojczyzn. Generalnie funkcjonowanie systemu powinno być realizowane w oparciu o Kodeks Dobrych Praktyk Systemu Zarządzania i Promocji Turystyki w Polsce. Sprawne wdrażanie i modyfikowanie systemu będzie sprzyjało poprawie konkurencyjności regionu, co bezpośrednio przełoży się na zwiększanie przychodów w gospodarce turystycznej. Dolny Śląsk dysponuje ogromnym potencjałem przyrodniczym i kulturowym, co sytuuje go w czołówce najbardziej konkurencyjnych regionów w Polsce. Podobnie sytuacja wygląda, jeżeli chodzi o infrastrukturę noclegową,





**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

czy przyjazdy turystów. Promocja jest niezbędnym elementem ukazywania atrakcyjności regionu i zachęcania turystów do odwiedzin.

### **Rekomendacje:**

- Podobnie jak w przypadku systemu informacji należy stworzyć zintegrowany system promocji, który pozwoli na stworzenie atrakcyjnego wizerunku Dolnego Śląska.
- W działaniach promocyjnych należy kłaść nacisk na uwypuklanie specyficznych produktów turystycznych regionu, co zapewni większą konkurencyjność w porównaniu do oferty innych regionów. Ma to również służyć zwiększeniu „wyrazistości” regionu na tle kraju.
- Należy kontynuować kampanie promocyjne z poprzednich lat z uwzględnieniem większego zaangażowania na rynkach skorelowanych z kampaniami POT / POIG 6.4 / oraz na głównych rynkach emisyjnych dla Dolnego Śląska.
- Należy intensyfikować promocję subregionów, które w obecnej chwili są rozpoznawalne w znikomym stopniu z wykorzystaniem lokalnych produktów turystycznych.
- Działania promocyjne muszą być ściśle powiązane z informacją turystyczną w regionie.
- Należy kontynuować uczestnictwo DOT i LOT-ów w targach turystycznych, imprezach promocyjnych, rozwijać współpracę z touroperatorami krajowymi i zagranicznymi oraz stosować nowoczesne techniki i narzędzia promocji o wysokiej efektywności.
- Należy kontynuować badania ruchu turystycznego oraz wizerunkowe w regionie (z uwzględnieniem podziału subregionalnego i powiatowego). Odpowiednie zdiagnozowanie potrzeb turystów, ich pochodzenia, struktury wiekowej, czy wykształcenia w znacznym stopniu pozwoli trafnie kierować promocją.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

- W XXI w. dominującą rolę w przekazie informacji zdobywa Internet, który staje się najważniejszym rynkiem reklamy. W związku z tym należy zwiększać nakłady finansowe na promocję, poprzez portale i strony internetowe, czy też publikacje elektroniczne. Niezwykle istotne jest podawanie precyzyjnych i rzetelnych danych, które są podstawą „promocji reputacji”. W tym kontekście ważne jest budowanie e-turystyki.
- Warunkiem koniecznym skutecznej promocji jest odpowiedni poziom kadr zaangażowanych w promowanie regionu /wprowadzić zasady jawnych konkursów na stanowiska kierownicze w działach turystyki i promocji w jednostkach samorządu terytorialnego wszystkich szczebli oraz organizacjach finansowanych ze środków publicznych, w tym DOT i LOT-y/. Należy stale podnosić kwalifikacje pracowników poprzez kursy doskonalące. Duży nacisk trzeba położyć również na kształcenie w językach obcych.
- Z uwagi na fakt, że większość turystów pochodzi z Dolnego Śląska promocja powinna obejmować również tę grupę osób.
- Należy promować region jako idealne miejsce do uprawiania turystyki aktywnej, kulturowej (połączonej z edukacją), czy biznesowej; są to obecnie perspektywiczne segmenty rynku turystycznego.
- W większym stopniu należy wykorzystać rozpoznawalność Wrocławia wśród potencjalnych turystów. Wrocław powinien stać się wizytówką Dolnego Śląska, co pozwoli na ściąganie większej liczby turystów do regionu.
- Uruchomić w Samorządzie Województwa kolejny program wsparcia promocji turystycznej ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego w okresie programowania UE po 2014.
- Podjąć współpracę ze środowiskiem sportowym w sferze wykorzystywania imprez i wydarzeń sportowych, jako kotwic medialnych do promocji potencjału turystycznego regionu / kooperacja Dolnośląskiej Federacji Sportu, AWF, Wydziału Sportu i Rekreacji UMWD /.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

- Dążyć do wdrożenia mechanizmu przekazania zadań promocyjnych i budżetów z wydziałów promocji JST /w tym samorządu województwa/ do ROT i LOT.

### **3.5. Rekomendacje dla podmiotów systemu kształcenia kadr turystycznych**

System kształcenia kadr turystycznych jest istotnym czynnikiem wpływającym na rozwój gospodarki turystycznej regionu. Uzyskanie zawodu w usługach turystycznych można osiągnąć poprzez instytucje, które profesjonalnie nauczają zawodu na różnych poziomach i kierunkach lub przez uczestnictwo w specjalistycznych kursach, kończących się uzyskaniem kwalifikacji. Kursy specjalistyczne są również popularną formą doskonalenia zawodowego.

#### ***Rekomendacje:***

- Szkoły zawodowe powinny prowadzić działania mające na celu przekonanie do takiej formy kształcenia młodzież gimnazjalną. W dalszym ciągu panuje opinia, że szkoła zawodowa jest ostatecznością w wyborze ścieżki edukacyjnej.
- Szkoły powinny kłaść nacisk na wszechstronne wykształcenie młodzieży. Nie należy skupiać się jedynie na przedmiotach zawodowych, należy również kształcić w umiejętnościach ogólnych, ze szczególnym nastawieniem na techniki informacyjno – komunikacyjne oraz języki obce, a także umiejętności interpersonalne. Bardzo istotne jest także kształtowanie kultury osobistej, dbałości o wygląd, higieny oraz estetyki. Z badań wynika, że najwięcej osób dowiaduje się o regionie z polecenia, a więc istotne jest zadowolenie klienta. Gwarantem tego obok zapewnienia komfortu jest nienaganne zachowanie pracowników obsługi.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

- Bardzo istotna jest praktyczna nauka zawodu, dzięki której uczniowie lub studenci uzyskują życiowe umiejętności, jest to szczególnie istotne w zawodach mających bezpośredni kontakt z klientem.
- Szkoły i uczelnie powinny wzmocnić współpracę z podmiotami rynku turystycznego. Z jednej strony umożliwi to odbywanie praktyk przez uczniów i studentów, a drugiej podmioty z branży sygnalizować będą swoje zapotrzebowanie na preferowane kierunki, czy zawody; podjąć kooperację z podmiotami branży turystycznej / np. DIT / w celu zwiększenia udziału praktyków w procesie edukacji i kształcenia.
- Uczelnie i szkoły zawodowe z branży turystycznej powinny częściej sięgać po środki finansowe z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Pozwoli to na dostęp do kształcenia mniej zamożnych osób, które są zainteresowane funkcjonowaniem w branży turystycznej.
- Reaktywować model kształcenia młodzieżowych kadr turystyki na poziomie szkoły podstawowej i gimnazjów, poprzez szkolenia młodzieżowych organizatorów turystyki, szkolnych liderów turystyki z udziałem i przy wsparciu wydziałów edukacji JST, wydziału edukacji Samorządu Województwa.
- Wprowadzać do aktualnych programów nauczania na wszystkich poziomach możliwości uzyskiwania dodatkowych uprawnień zawodowych w trakcie kształcenia.
- Budować system kształcenia dla nowych zawodów turystycznych: animator turystyki, informator i teleinformator turystyczny do call center, instruktor rekreacji konnej, recepcjonista, serwisant urządzeń i systemów instalacyjnych w obiektach hotelowych i ośrodkach spa, mistrz kucharski, pilot samolotu turystycznego, przewodników po atrakcjach lokalnych, agromenadżerów, wytwórców pamiątek regionalnych i produktów lokalnych.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

## **4. Podsumowanie**

### **4.1. Wnioski**

Przeprowadzona analiza różnic pomiędzy popytem, a podażą turystyczną nasuwa kilka następujących wniosków uzupełniających opinie i komentarze zawarte w rozdziale 1:

- Gospodarka turystyczna regionu wymaga dalszych intensywnych nakładów finansowych. Jest to konieczne dla zapewnienia zwiększającego się popytu turystycznego w regionie (jest to szczególnie ważny problem w kontekście EURO 2012).
- Subregiony położone w północnej części województwa mają znacznie niższy wskaźnik funkcji turystycznej, z tego też względu należy kierować w te rejony większe środki finansowe, na wytypowane formy turystyki i infrastruktury turystycznej aby zmniejszyć dysproporcje w rozwoju gospodarki turystycznej w regionie.
- W trakcie wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego ilość złożonych wniosków aplikacyjnych w działaniach związanych z turystyką przerosła wielokrotnie alokacje w ramach poszczególnych działań. Oznacza to, że przy



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

planowaniu kolejnych środków unijnych należy zwiększyć kwotę alokacji, w tym szczególnie na wsparcie MŚP z sektora branży turystycznej i inwestycje w formule partnerstwa publiczno-prywatnego w turystyce.

- Z uwagi na fakt, że branża turystyczna opiera się przede wszystkim na bezpośredniej obsłudze klienta, niezbędne są dalsze działania podnoszące dostępność i jakość szkoleń. Należy zwiększać alokację środków (priorytetowo stworzyć odrębne działanie i zmienić model procedur konkursowych – powołanie ekspertów z turystyki do Komisji Oceny Projektów w Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki) na kształcenie w zawodach związanych z obsługą ruchu turystycznego w ramach tego programu.
- W większym zakresie należy wykorzystywać środki w ramach Programu Operacyjnego Współpracy Transgranicznej, w tym dla kształtowania form turystyki tranzytowej. Sprzyjać to będzie zwiększeniu ruchu turystycznego z Czech i Niemiec.
- Szkolenia pracowników sektora turystyki w większym zakresie należy realizować poprzez nowoczesne formy przekazu z wykorzystaniem systemów e-learningu.
- Decydowanie o kierowaniu środków unijnych (na szkolenia w zawodach związanych z turystyką) powinny być konsultowane z praktykami branży, pracownikami uczelni oraz organizacji zajmujących się wspieraniem turystyki.
- Koniecznym jest zwiększenie zakresu i wielkości środków na skoncentrowaną promocję produktów turystycznych regionu, w układzie subregionalnym dla osiągnięcia efektu zrównoważonego rozwoju i aktywizacji turystycznej.



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

## ***Spis tabel***

<b>Tabela 1. Korelacja trendów i tendencji w gospodarce turystycznej regionu wg typów turystyki. ....</b>	<b>23</b>
<b>Tabela nr 2. Korelacja trendów i tendencji w gospodarce turystycznej regionu wg typów turystyki aktywnej. ....</b>	<b>27</b>
<b>Tabela nr 3. Korelacja trendów i tendencji w gospodarce turystycznej regionu wg sektorów turystyki. ....</b>	<b>43</b>



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

## *Spis rysunków*

<b>Rysunek 1. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki kulturowej w poszczególnych subregionach.....</b>	<b>7</b>
<b>Rysunek 2. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki miejskiej i kulturowej w poszczególnych subregionach.....</b>	<b>8</b>
<b>Rysunek 3. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki biznesowej w poszczególnych subregionach.....</b>	<b>9</b>
<b>Rysunek 4. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki na terenach wiejskich w poszczególnych subregionach.....</b>	<b>10</b>
<b>Rysunek 5. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki pielgrzymkowej w poszczególnych subregionach.....</b>	<b>11</b>
<b>Rysunek 6. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki przemysłowej w poszczególnych subregionach.....</b>	<b>12</b>
<b>Rysunek 7. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki rzecznej w poszczególnych subregionach.....</b>	<b>13</b>
<b>Rysunek 8. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki tranzytowej/przygranicznej w poszczególnych subregionach.....</b>	<b>15</b>
<b>Rysunek 9. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki uzdrowiskowej w poszczególnych subregionach.....</b>	<b>15</b>





**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**DOLNY  
ŚLĄSK**

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego  
Projekt pn. "Ocena szans rozwojowych w turystyce Dolnego Śląska w kontekście Mistrzostw Europy 2012"

POKL.08.01.04-02-001/09

<b>Rysunek 10. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki weekendowej w poszczególnych subregionach.....</b>	<b>16</b>
<b>Rysunek 11. Trendy i tendencje w ruchu turystycznym w zakresie turystyki aktywnej i specjalistycznej w poszczególnych subregionach. ....</b>	<b>17</b>
<b>Rysunek 12. Sektor informacji turystycznej w poszczególnych subregionach.</b>	<b>18</b>
<b>Rysunek 13. Obiekty noclegowe w poszczególnych subregionach. ....</b>	<b>20</b>
<b>Rysunek 14. Obiekty gastronomiczne w poszczególnych subregionach. ....</b>	<b>21</b>

### ***Bibliografia***

1. Turystyka w województwie dolnośląskim 2004 – 2007, US we Wrocławiu 2008.
2. W. Fedyk, Trendy ogólnoeuropejskie na podstawie WTO
3. Bank Danych Regionalnych GUS.