

# PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

# RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 339

**Gospodarka przestrzenna**

**Dylematy i wyzwania współczesności**

Redaktorzy naukowci

Jacek Potocki

Jerzy Ładysz



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu  
Wrocław 2014

Redaktor Wydawnictwa: Jadwiga Marcinek

Redaktor techniczny i korektor: Barbara Łopusiewicz

Łamanie: Beata Mazur

Projekt okładki: Beata Dębska

Publikacja jest dostępna w Internecie na stronach:

[www.ibuk.pl](http://www.ibuk.pl), [www.ebscohost.com](http://www.ebscohost.com),

w Dolnośląskiej Bibliotece Cyfrowej [www.dbc.wroc.pl](http://www.dbc.wroc.pl),

The Central and Eastern European Online Library [www.ceeol.com](http://www.ceeol.com),

a także w adnotowanej bibliografii zagadnień ekonomicznych BazEkon

[http://kangur.uek.krakow.pl/bazy\\_ae/bazekon/nowy/index.php](http://kangur.uek.krakow.pl/bazy_ae/bazekon/nowy/index.php)

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania znajdują się na stronie internetowej Wydawnictwa

[www.wydawnictwo.ue.wroc.pl](http://www.wydawnictwo.ue.wroc.pl)

Kopiowanie i powielanie w jakiegokolwiek formie wymaga pisemnej zgody Wydawcy

© Copyright by Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
Wrocław 2014

**ISSN 1899-3192**

**ISBN 978-83-7695-429-5**

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Druk i oprawa:

EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek, sp.j.

ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

## Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	9
<b>Karina Bedrunka, Krzysztof Malik:</b> <i>Sustainable development</i> jako współczesna koncepcja i strategia rozwoju regionalnego .....	11
<b>Eleonora Gonda-Soroczyńska, Anna Malwina Soroczyńska:</b> Możliwości i bariery w przekształceniach funkcjonalno-przestrzennych wsi Piotrówek – studium przypadku.....	23
<b>Marian Kachniarz:</b> Kooperatywność samorządów lokalnych .....	36
<b>Leszek Kaźmierczak-Piwko:</b> Polityka wsparcia zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw na przykładzie regionu lubuskiego w latach 2005-2011....	49
<b>Ewa Kraska, Beata Rogowska:</b> Rola i znaczenie koncepcji Alfreda Marshalla dla wyjaśniania współczesnych mechanizmów rozwoju regionalnego.....	61
<b>Jerzy Ładysz:</b> Spójność terytorialna Unii Europejskiej a transgraniczny rozwój zintegrowany.....	76
<b>Andrzej Łuczyszyn, Agnieszka Chołodecka:</b> Problemy społeczno-ekonomicznej przestrzeni peryferyjnej w warunkach procesów metropolizacji ...	89
<b>Edyta Łyżwa, Anna Kanabrocka:</b> Współczesne wyzwania branży targowo-kongresowej.....	100
<b>Urszula Markowska-Przybyła:</b> Kapitał społeczny a wzrost i rozwój gospodarczy – wybrane aspekty teoretyczne .....	109
<b>Krzysztof R. Mazurski:</b> Wykorzystanie lokalnych zasobów przyrodniczych dla aktywizacji gospodarczej – na przykładzie angielskiego geoparku AMHG .....	121
<b>Karol Mroziak, Czesław Przybyła, Piotr Szczepański, Michał Napierała, Piotr Idczak:</b> Zintegrowane zarządzanie zasobami wodnymi jako czynnik rozwoju społeczno-gospodarczego.....	130
<b>Zbigniew Piepiora:</b> Finansowanie przeciwdziałania skutkom klęsk żywiołowych w województwie lubuskim.....	141
<b>Zbigniew Andrzej Pleśniarski:</b> Produkty turystyczne subregionów: Karkonosze i Góry Izerskie oraz Ziemia Kłodzka.....	154
<b>Dorota Rynio:</b> Realne aspekty spójności UE w latach 2014-2020 na przykładzie Dolnego Śląska .....	166
<b>Dorota Sikora-Fernandez:</b> <i>Smart city</i> jako nowa koncepcja funkcjonowania i rozwoju miast w Polsce .....	175
<b>Teodor Skotarczak, Maciej J. Nowak, Małgorzata Blaszcze:</b> Instrumenty realizacji polityki przestrzennej w dużym mieście – przykład Szczecina..	182
<b>Leszek Stanek:</b> Wrocławskie metro i kształtowanie struktury metropolitalnej	192

<b>Katarzyna Stasica, Jan Kazak, Szymon Szewrański:</b> Indicator-based environmental impact assessment of suburbanisation process in Siechnice commune.....	202
<b>Wojciech Struzik:</b> Wpływ specjalnych stref ekonomicznych na spadek bezrobocia w wybranych województwach, powiatach i miastach.....	212
<b>Piotr Szczepański, Karol Mrozik, Beata Raszka:</b> Wskaźnik powierzchni biologicznie czynnej jako narzędzie równoważenia struktury przestrzennej gminy miejskiej Luboń.....	220
<b>Paweł Szumigala:</b> Współczynniki urbanistyczne a gospodarka przestrzenna na obszarach podmiejskich na przykładzie miasta Luboń.....	229
<b>Adam Zydróż, Piotr Szczepański:</b> Ocena procesu suburbanizacji na przykładzie wybranych gmin powiatu poznańskiego w latach 1999-2009.....	237

## Summaries

<b>Karina Bedrunka, Krzysztof Malik:</b> Sustainable development as a contemporary concept and strategy of regional development.....	22
<b>Eleonora Gonda-Soroczyńska, Anna Malwina Soroczyńska:</b> Possibilities and barriers in the functional-spatial transformations of Piotrówek village – case study.....	34
<b>Marian Kachniarz:</b> Cooperativeness of local governments.....	48
<b>Leszek Kaźmierczak-Piwko:</b> The policy supporting sustainable development of companies on the example of Lubuskie region 2005-2011.....	60
<b>Ewa Kraska, Beata Rogowska:</b> The role and significance of Alfred Marshall's theories in the explanation of the modern mechanisms of regional development.....	75
<b>Jerzy Ładysz:</b> Territorial cohesion of the European Union and cross-border integrated development.....	88
<b>Andrzej Łuczyszyn, Agnieszka Chołodecka:</b> Problems of socio-economic space under the process of metropolization.....	99
<b>Edyta Łyżwa, Anna Kanabrocka:</b> Contemporary challenges of trade and congress industry.....	108
<b>Urszula Markowska-Przybyła:</b> Social capital versus economic growth – selected theoretical aspects.....	120
<b>Krzysztof R. Mazurski:</b> The utilization of local natural resources for economic activation – on the example of the English geopark AMHG.....	129
<b>Karol Mrozik, Czesław Przybyła, Piotr Szczepański, Michał Napierała, Piotr Idczak:</b> Integrated water resources management as a factor of socio-economic development.....	140
<b>Zbigniew Piepiora:</b> Financing the counteraction of the natural disasters' effects in Lubuskie Voivodeship.....	153

---

<b>Zbigniew Andrzej Pleśniarski:</b> Touristic products of subregions: Karkonosze and Jizera Mountains and Kłodzko region .....	165
<b>Dorota Rynio:</b> Real aspects of the European Union cohesion in 2014-2020 – the case of Lower Silesia .....	174
<b>Dorota Sikora-Fernandez:</b> Smart city as a new concept of city development in Poland .....	181
<b>Teodor Skotarczak, Maciej J. Nowak, Małgorzata Blaszkę:</b> Spatial policy instruments in a large city on the example of Szczecin .....	191
<b>Leszek Stanek:</b> Wrocław underground and the development of metropolitan structure .....	201
<b>Katarzyna Stasica, Jan Kazak, Szymon Szewrański:</b> Wskaźnikowa ocena skutków środowiskowych procesu suburbanizacji w gminie Siechnice ....	211
<b>Wojciech Struzik:</b> Influence of special economic zones on the decrease of unemployment rate in selected voivodeships, regions and cities .....	219
<b>Piotr Szczepański, Karol Mroziak, Beata Raszka:</b> Biologically active areas ratio as an instrument used for balancing spatial structure of the municipality of Luboń .....	228
<b>Paweł Szumigala:</b> Urban indexes and spatial management in suburban areas – case study of Luboń .....	236
<b>Adam Zydrón, Piotr Szczepański:</b> Evaluation of suburbanisation process in selected communes of Poznań district in the years 1999-2009 .....	244

**Zbigniew Andrzej Pleśniarski**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

---

## **PRODUKTY TURYSTYCZNE SUBREGIONÓW: KARKONOSZE I GÓRY IZERSKIE ORAZ ZIEMIA KŁODZKA**

---

**Streszczenie:** W ciągu minionych lat na Dolnym Śląsku wzrosła świadomość, jaką niesie turystyka w rozwoju regionalnym. Coraz częściej władze samorządowe widzą, że turystyka stanowi sektor mogący w istotny sposób wspomóc realizację ważnych programów rządowych. Subregiony: Karkonosze i Góry Izerskie oraz Ziemia Kłodzka stanowią tożsame regiony pod względem położenia geograficznego, podobnego dziedzictwa kulturowego oraz oferty turystycznej. Powołując się na powyższe kryteria, autor wybrał te subregiony jako najbardziej pokrewne w świetle wymienionych cech, co pozwoli na badania związku między rozwojem turystyki a potencjałem społeczno-gospodarczym regionów. W tym celu przeanalizowane zostały produkty turystyczne subregionów jako czynnik rozwoju regionalnego Dolnego Śląska.

**Słowa kluczowe:** subregiony, rozwój regionalny, produkty turystyczne.

DOI: 10.15611/pn.2014.339.13

### **1. Wstęp**

Celem publikacji jest identyfikacja produktów turystycznych subregionów: Karkonosze i Góry Izerskie oraz Ziemia Kłodzka, jako czynników sprawczych rozwoju regionalnego, wykazanie zasobów charakterystycznych dla poszczególnych pól rozwoju subregionalnego, jak również ich przystosowania względem przyjętej strategii rozwoju regionalnego w badanych subregionach. Do przeprowadzenia analizy rynku zastosowano metodę porównawczą.

Turystyka stanowi obecnie jeden z głównych kierunków gospodarki regionalnej i pełni funkcję aktywizującą całą gospodarkę danego obszaru. Powstają nowe rodzaje usług, a wraz z nimi uruchamiane są wybrane dziedziny produkcji przemysłowej służące turystom i społeczności lokalnej. Zaobserwować można również wzrost inwestycji w dziedzinach, które zajmują się obsługą ruchu turystycznego i ludności<sup>1</sup>. Pod wpływem rozwoju turystyki na lokalnym rynku pracy pojawiają się nowe miej-

---

<sup>1</sup> W.W. Gaworecki, *Turystyka*, PWE, Warszawa 2003, s. 170-174.

sca pracy, absorbując miejscowe nadwyżki siły roboczej i stanowiąc źródło dochodów, a tym samym również stabilizacji mieszkańców<sup>2</sup>.

Rozwój turystyki w województwie dolnośląskim powinien odbywać się w podziale subregionalnym przez tworzenie pakietów produktów turystycznych (subregionalnych produktów turystycznych), skierowanych do starannie wyselekcjonowanych grup odbiorców i opartych na walorach, atrakcjach i elementach zagospodarowania charakterystycznego dla zidentyfikowanych obszarów subregionów. Na taki rozwój Dolnego Śląska wskazuje również *Turystyczna wizja* oraz cele strategiczne i operacyjne wymienione w najnowszym Programie Rozwoju Turystyki<sup>3</sup>. Dzięki temu subregiony turystyczne mogą stać się swoistą osnową rozwoju turystyki w formule zrównoważonej i sieciowej.

Koncepcje subregionalnych produktów turystycznych, opracowane w ramach poszczególnych subregionów, koncentrują się na produktach niszowych, wykorzystaniu okazji, w tym na nowych oraz modyfikowanych potrzebach i preferencjach rynku, związanych m.in. z trendami w stylach życia czy demografii. Działania w subregionach mają na celu wzmocnić i rozszerzyć ofertę turystyczną Dolnego Śląska. Ważnym elementem procesu budowy nowych sieciowych produktów turystycznych na Dolnym Śląsku w ramach subregionów turystycznych jest również doskonalenie i modernizacja już istniejących produktów lub wcześniej wypracowanych koncepcji<sup>4</sup>.

Produkt turystyczny tworzą: naturalne i kulturowe walory turystyczne, dobra materialne i usługi świadczone turystom (baza noclegowa i gastronomiczna, czyli podstawowa infrastruktura turystyczna oraz atrakcje turystyczne), usługi umożliwiające dojazd do miejsca pobytu, pobyt i powrót do miejsca zamieszkania oraz usługi świadczone w powiązaniu z walorami turystycznymi (pilotaż, przewodnictwo, imprezy, wypożyczalnie sprzętu, itp.)<sup>5</sup>.

## 2. Produkty turystyczne subregionu Karkonosze i Góry Izerskie

Jednymi z najważniejszych elementów oferty turystycznej subregionu Karkonosze i Góry Izerskie są jego unikalne, markowe Sieciowe Produkty Turystyczne. Koncepcja Subregionalnego Produktu Turystycznego Karkonoszy i Gór Izerskich w pewnych obszarach odnosi się do istniejących dokumentów strategicznych dotyczących jednostek samorządu terytorialnego Karkonoszy i Gór Izerskich, których wspólnym

<sup>2</sup> Tamże, s. 170-174.

<sup>3</sup> *Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego*, praca zbiorowa, Polska Agencja Rozwoju Turystyki, Warszawa, styczeń 2009, [http://turystyka.dolnoslask.pl/pliki/Aktualizacja\\_Programu\\_Rozwoju\\_Turystyki\\_dla\\_Wojewodztwa\\_Dolnoslaskiego\\_popr.pdf](http://turystyka.dolnoslask.pl/pliki/Aktualizacja_Programu_Rozwoju_Turystyki_dla_Wojewodztwa_Dolnoslaskiego_popr.pdf), s. 70 (dostęp: 10.10.2013).

<sup>4</sup> W. Fedyk, A. Dołęga, *Subregionalne, sieciowe produkty turystyczne na Dolnym Śląsku*, Wrocław 2008, [http://www.ekspert.turystyka.pl/pliki/subregionalne\\_sieciowe\\_produkty\\_turystyczne\\_na\\_dolnym\\_slasku.pdf](http://www.ekspert.turystyka.pl/pliki/subregionalne_sieciowe_produkty_turystyczne_na_dolnym_slasku.pdf), s. 6-7 (dostęp: 10.10.2013).

<sup>5</sup> *Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki...*, s. 10.

nadrzędnym celem jest wzrost i rozwój zrównoważony na poziomie lokalnym i regionalnym. Dodatkowo koncepcja Subregionalnego Produktu Turystycznego Karkonoszy i Gór Izerskich i Program Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego odnoszą się bezpośrednio do zagadnień turystycznych i ich wspólnym celem jest rozwój Dolnego Śląska we wszystkich wymiarach (lokalnym, subregionalnym, regionalnym)<sup>6</sup>.

Sieciowe produkty turystyczne subregionu Karkonoszy i Gór Izerskich zawierają się w trzech obszarach wyodrębnionych na podstawie konsultacji z przedstawicielami samorządów wchodzących w skład subregionu. Obszary subregionalnych sieciowych produktów turystycznych subregionu Karkonosze i Góry Izerskie obejmują: Dolinę Pałaców i Ogrodów, Góry Kultury i Wypoczynku oraz Strefę Aktywności Górskiej.

### **Dolina Pałaców i Ogrodów**

Aż jedna czwarta wszystkich zamków i pałaców w Polsce znajduje się na Dolnym Śląsku. Blisko siebie leży tu 30 gotyckich zamków, wież obronnych, renesansowych dworów, barokowych pałaców i XIX-wiecznych rezydencji otoczonych imponującymi parkami krajobrazowymi. Dolina Pałaców i Ogrodów jest szlakiem turystycznym prowadzącym po zabytkach architektury pałacowej i zamkowej przez niezwykle ciekawe krajobrazowo tereny podnóża Rudaw Janowickich i Karkonoszy. Dolina Pałaców i Ogrodów obejmuje prawie cały obszar Kotliny Jeleniogórskiej między Karkonoszami, Rudawami Janowickimi i Górami Kaczawskimi. Wybrane obiekty Doliny Pałaców i Ogrodów: „Belweder” w Bukowcu, „Dwór Czarne” w Jeleniej Górze, dwór w Grabarowie, dwór w Janowicach Wielkich, dwór w Mniszkowie, dwór w Radomierzu, dwór w Staniszowie, „Nowy Dwór” w Kowarach, opactwo w Bukowcu, „Pałac Dębowy” w Karpnikach, „Pałac Paulinum” w Jeleniej Górze, „Pałac Schaffgotschów” w Cieplicach, pałac w Bukowcu, pałac w Ciszy, pałac w Dąbrowicy, pałac w Karpnikach, pałac w Kowarach, pałac w Łomnicy, pałac w Miłkowie, pałac w Mysłakowicach, pałac w Pakoszowie, pałac w Sobieszowie, pałac w Staniszowie, pałac w Wojanowie, pałac w Wojanowie-Bobrowie, ruiny amfiteatru w Bukowcu, ruiny zamku Bolczów w Janowicach Wielkich, ruiny zamku ks. Henryka koło Tarczyc, ruiny zamku Sokolec koło Karpnik, ruiny zamku w Rybnicy, ruiny zamku w Starej Kamienicy, wieża rycerska w Siedlęcinie, wieża strażnicza w Bukowcu, zamek Chojnik w Sobieszowie, zespół pałacowo-parkowy w Czernicy.

Dolina Pałaców i Ogrodów jest subregionalnym produktem turystycznym o dużym potencjale i dobrze wpisuje się w ideę kreowania markowych produktów turystycznych w subregionie. Jest ofertą dla turystów poszukujących zarówno aktywnego wypoczynku, jak i walorów estetycznych, kulturowych (przykładem może być tutaj połączenie spacerów *nordic walking* ze zwiedzaniem zabytkowych obiektów).

---

<sup>6</sup> *Koncepcja subregionalnego produktu turystycznego Karkonosze i Góry Izerskie*, Karkonoska Agencja Rozwoju Regionalnego SA, Jelenia Góra 2009, <http://www.static.dip.dolnyślask.pl/download/attachment/1595/koncepcja-subregionalnego-produktu-turystycznego-subregionu-karkonosze-i-gor-izerskie.pdf>, s. 279 (dostęp: 10.10.2013).



## Góry Kultury i Wypoczynku

Turystyka kulturowa jest jedną z wiodących form spędzania czasu przez turystów. Dużo ciekawych imprez, także o znaczeniu międzynarodowym, oraz bogate walory kulturowe subregionu Karkonoszy i Gór Izerskich sprzyjają takiej formie wypoczynku. Do turystyki kulturowej można zaliczyć również turystykę miejską, ze względu na ich ściśle powiązanie oraz realizowanie podobnych oczekiwań turystów<sup>7</sup>. Na drugim biegunie tego obszaru subregionalnych sieciowych produktów turystycznych znajdują się uzdrowiska subregionu i cała sfera związana z turystyką zdrowotną. W subregionie Karkonoszy i Gór Izerskich wymienić należy dwa silne ośrodki turystyczne związane z turystyką uzdrowiskową: Uzdrowisko Świeradów-Czerniawa i Uzdrowisko Cieplice.

W ramach obszaru sieciowych produktów turystycznych Gór Kultury i Wypoczynku będą się mieścić również wszystkie produkty turystyczne związane z zabytkami, wydarzeniami historycznymi, miejscowymi legendami, imprezami kulturalnymi, wydarzeniami artystycznymi, bieżącą ofertą kulturalną, ofertą rozrywkową.

Kolejnym istotnym wymiarem obszaru Gór Kultury i Wypoczynku Subregionu Karkonoszy i Gór Izerskich są produkty lokalne i dziedzictwo kulturowe w zakresie oferty kulinarnej. Działania związane z rozwojem turystyki w obszarze Gór Kultury i Wypoczynku będą obejmowały wzrost inwestycji w zakresie ochrony i odbudowy dziedzictwa kulturowego, rozwój imprez i atrakcji kulturalnych regionu.

## Strefa Górskiej Aktywności

W obszarze tym mieszczą się wszystkie produkty turystyczne powiązane z aktywnym wypoczynkiem w subregionie. Znacząca rolę odgrywają tutaj wszelkie formy aktywności w ramach zimowego wypoczynku, a ponadto turystyka piesza, rowerowa, konna itd.<sup>8</sup> W Strefie Górskiej Aktywności są również liczne imprezy sportowe organizowane w subregionie zarówno w okresie zimowym, jak i letnim. Wyszczególnić należy tu m.in.:

- **produkt turystyka narciarska:** turystyka narciarska (narciarstwo zjazdowe i biegowe) oraz sporty zimowe są jednym z podstawowych wyróżników oferty turystycznej subregionu, który dysponuje bardzo bogatym zapleczem walorów naturalnych stanowiących podstawę uprawiania turystyki narciarskiej i sportów zimowych. Subregion dysponuje znaczącą liczbą tras zjazdowych i nartostrad, powiązanych z kolejami linowymi i wyciągami narciarskimi. Oprócz tras zjazdowych duże znaczenie dla turystyki zimowej mają też doskonałe tereny dla narciarstwa klasycznego. W aspekcie rozwoju tego produktu istotne jest przygotowanie kompleksowej oferty dla turystów eksponującej bogate walory turystyki narciarskiej w subregionie;

<sup>7</sup> Tamże, s. 295.

<sup>8</sup> Tamże, s. 296.

- **produkt turystyka piesza:** subregion Karkonoszy i Gór Izerskich posiada dobre warunki do uprawiania turystyki pieszej. Wpływa na to bogactwo walorów naturalnych, ukształtowanie terenu, korzystny klimat, bogata tradycja i historia. W ramach rozwoju turystyki pieszej należy zadbać o zintegrowaną sieć oznakowania spacerowych szlaków turystycznych, miejsce odpoczynku turystów na szlaku wyposażone we właściwą infrastrukturę (wiaty z zadaszeniem, ławki, stoły, toalety itd.);
- **produkt turystyka rowerowa:** na rowerzystów czeka gęsta sieć dróg asfaltowych oraz spora liczba dróg leśnych i szutrowych. W ostatnich latach turystyka rowerowa cieszy się coraz większą popularnością i można zakładać, że trend wzrostowy utrzyma się w przyszłości. Dla rozwoju turystyki rowerowej wymagana jest odpowiednia infrastruktura podstawowa i uzupełniająca: przystosowane parkingi ze stojakami, punkty serwisowe, wypożyczalnie rowerów, miejsca postojowe, punkty widokowe oraz baza noclegowa z rozbudowaną siecią gastronomiczną. Celem jest wprowadzenie odznak turystycznych na wzór PTTK z podobną weryfikacją przejechanych tras rowerowych, również stworzenie sieci obiektów dostępnych w całym regionie pod istniejącą już nazwą Kwaterna dla Rowera, jak również opracowanie mapy obejmującej swoim zasięgiem cały subregion;
- **produkt turystyka rekreacyjno-wypoczynkowa:** naturalne warunki przyrodnicze i turystyczne stwarzają możliwości do uprawiania turystyki rekreacyjno-wypoczynkowej w subregionie Karkonoszy i Gór Izerskich. Turystyka wypoczynkowa ma długą historię w naszym kraju, obecnie akcenty kładzione są na zindywidualizowane, aktywne spędzanie czasu odchodząc od masowych wyjazdów znanych z minionej epoki. Nazwa rekreacja ma być kojarzona z wypoczynkiem połączonym z aktywnością fizyczną. W ostatnim czasie zauważa się wzrastającą rolę turystyki weekendowej, będącej odmianą turystyki rekreacyjno-wypoczynkowej. Turystyka weekendową może być jedną z bardziej przyszłościowych odmian turystyki w subregionie, tym bardziej że w stosunku do zachodnich standardów jest sporo do nadrobienia. Taką formę spędzania wolnego czasu preferują osoby mieszkające stosunkowo niedaleko docelowych atrakcji turystycznych subregionu Karkonoszy i Gór Izerskich. Kluczowe w aspekcie rozwoju tej formy turystyki jest utrzymanie odpowiedniego poziomu infrastruktury turystycznej i paraturystycznej oraz przygotowanie odpowiedniej, kompleksowej oferty dla turystów.

Do korzyści wynikających z kreowania subregionalnych Sieciowych Produktów Turystycznych zaliczyć można: wzrost rozpoznawalności konkretnych produktów, możliwość wyróżnienia się, wzrost zainteresowania wśród turystów, wzrost obłożenia w hotelach i pensjonatach oraz obiektach gastronomicznych, spadek skutków sezonowości, wzrost grupy lojalnych turystów, wzrost potrzeb poznawczych wśród grup docelowych (weekendy, częstsze pobyty w regionie)<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> Tamże, s. 281-282.

### 3. Produkty turystyczne subregionu Ziemia Kłodzka

Ze względu na różnorodność subregionu, niespotykaną w innych częściach kraju czy Dolnego Śląska, wypracowanie sieciowego produktu turystycznego nie jest zadaniem łatwym. Istniejące liczne równoległe formy turystyki, z których każda w niemal pełnym stopniu spełnia wymogi definicji produktów turystycznych, stanowi wyzwanie i wymaga intensywnej wspólnej pracy wszystkich potencjalnych beneficjentów działań.

W ramach określania subregionalnych produktów turystycznych Ziemi Kłodzkiej wyróżniono następujące projekty: Turystyczne Hrabstwo Kłodzkie; Wioski bez troski; Kraina Dobrego Smaku: Kraina Pstrąga, Miasta Muzyki, Miasta Filmu, Ekomuzea Ziemi Kłodzkiej; Droga Śródsudecka; Między srebrem a złotem; zeroborder® – szlaki turystyki aktywnej i centra sportów ekstremalnych; citywalk – turystyczne trasy miejskie; Kraina Zdrowia i Urody; Kraina Gór Stołowych; Szlak Obiektów Sakralnych i Obiektów Kultu Cystersów (Bardo); Szlak Fortyfikacji i Militariów (Kłodzko, Bystrzyca Kłodzka)<sup>10</sup>.

#### Turystyczne Hrabstwo Kłodzkie<sup>11</sup>

W sposób wyraźny nawiązuje do historii regionu i świadomie z niej korzysta, budując równocześnie wizerunek w oparciu o fakty z przeszłości. W ramach Hrabstwa prezentowana przede wszystkim będzie różnorodność kultur i bogate dziedzictwo, jakim charakteryzuje się ten region Dolnego Śląska. Same tradycje kulinarne kuchni czeskiej, austriackiej, pruskiej, polskiej czy węgierskiej, będące nierozzerwalnie związane z historią regionu i których wpływy są wyraźnie widoczne, stanowią doskonałą bazę do kreowania nowego produktu turystycznego. Produkt ten ma za zadanie przyczynić się do podniesienia wiedzy o przeszłości regionu, jego tradycjach i dziedzictwie kulturowym.

#### Wioski bez troski

Produkt turystyczny Wioski bez troski polega na uporządkowaniu przestrzeni publicznej na terenach wiejskich, przemodelowaniu dotychczasowego punktu widzenia mieszkańców wiosek i postrzegania siebie samych. Poprzez nakreślenie dróg i możliwości działania inicjatywę przejęli sami mieszkańcy, którzy zdali sobie sprawę z faktu, iż sukces we wdrażaniu zapisów strategii ma bezpośredni wpływ na poziom ich życia i dochodów. Projekt przyczynia się do wzrostu ruchu turystycznego, także poza sezonem, a w konsekwencji do rozwoju infrastruktury i poprawy sytuacji na lokalnym rynku pracy. Wioski oznaczają zatem nowe miejsca pracy i z jednej strony

<sup>10</sup> Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki..., s. 10.

<sup>11</sup> Charakterystyki poszczególnych produktów sieciowych dokonano na podstawie: *Koncepcja rozwoju subregionalnych produktów turystycznych Ziemi Kłodzkiej*, [http://turystyka.dolnyslask.pl/pliki/Subregion\\_Ziemi\\_Klodzkiej.pdf](http://turystyka.dolnyslask.pl/pliki/Subregion_Ziemi_Klodzkiej.pdf), s. 384-390 (dostęp: 10.10.2013).

stwarzają możliwość utrzymania tradycyjnych ginących zawodów, a z drugiej okazji do przekwalifikowania się i zyskania nowych możliwości zatrudnienia.

### **Kraina Dobrego Smaku**

Produkt nawiązujący do bogatej tradycji kulinarnych regionu, ale również wskazujący na inne formy dobrego smaku – przede wszystkim bogatą ofertę kulturalną stojącą na najwyższym poziomie.

### **Droga Śródsudecka**

Droga Śródsudecka jest jednym z najlepiej opisanych i zdefiniowanych tematów pozwalających na wykreowanie produktu turystycznego Ziemi Kłodzkiej. Od rozwoju tego produktu zależeć będzie podejście pozostałych subregionów do tematu uzupełniania infrastruktury w obrębie istniejącej Drogi Śródsudeckiej.

### **Między srebrem a złotem**

Produkt turystyczny, który w postaci sprofilowanych pakietów kierowany jest do odpowiednich grup turystów. Nawiązuje w nazwie bezpośrednio do nazw geograficznych (Srebrna Góra i Złoty Stok), a pośrednio do historii regionu i jego zasobów naturalnych.

### **zeroborder® – szlaki turystyki aktywnej i centra sportów ekstremalnych**

Swobodna gra słów sugerująca przekraczanie granic, likwidację barier, wznoszenie się ponad podziały. Produkt, który scalać ma w sobie działania mające na celu budowę i wytyczanie szlaków turystyki aktywnej przebiegających po obu stronach pogranicza, jak również budowę centrów sportów ekstremalnych i aktywności ruchowej. W ramach produktu rozwijane będą m.in.: szlaki turystyki wodnej (Nysa Kłodzka), szlaki turystyki pieszej, rowerowej, biegowej, zjazdowej, ośrodki i centra aktywnego wypoczynku (Centra Sportów Zimowych – Zieleniec, Czarna Góra, Góra Wszystkich Świętych; Centrum Turystyki Aktywnej w Międzyzlesiu; Centrum Wypoczynku i Atrakcji Weekendowych w Kłodzku, Centrum Sportów Ekstremalnych w Szczytnej).

### **citywalk – turystyczne trasy miejskie**

Propozycja mająca na celu udostępnienie maksymalnej informacji na temat dziedzictwa kulturowego miast subregionu Ziemi Kłodzkiej. Ze względu na kompleksowość działań i formę dostarczania odbiorcom wiedzy o dziedzictwie kulturowym stanowi swego rodzaju nowatorskie rozwiązanie na rynku turystycznym wśród małych miast i regionów turystycznych. Turyści w ramach zwiedzania miasta otrzymują przenośne urządzenia, które niezależnie od pogody umożliwiają wysłuchanie nagranych informacji (słuchowisk) o poszczególnych zabytkach miasta (historię fundatorów, mieszkańców, okoliczności powstania etc.) bez potrzeby obsługi czy

znajomości urządzenia. Projekt skupia w sobie miasta, które łączy 1000-letnia historia oraz wyznaczone turystyczne trasy miejskie. Produkt ma charakter otwarty i pozwala na jego realizację w każdym z chętnych do przystąpienia miast. Posiada spójną identyfikacją wizualną (logotyp, system identyfikacji wizualnej), wspólne założenia do promocji, wspólną informację o ofercie kulturalnej, noclegowej i turystycznej miast uczestniczących w przedsięwzięciu – portal internetowy [www.city-walk.info](http://www.city-walk.info).

### **Kraina Zdrowia i Urody**

Jednym z najlepiej znanych produktów turystycznych Ziemi Kłodzkiej czy najbardziej rozpoznawalnym elementem oferty są uzdrowiska Ziemi Kłodzkiej. Produkt ten jest na tyle pojemny, aby uwzględnić również możliwość korzystania z najbardziej identyfikowalnego wyróżnika Ziemi Kłodzkiej, jakim są walory uzdrowskowe również przez miasta nie posiadające statusu uzdrowiska. W myśl tej idei, w ramach rozwijania produktu turystycznego mogą być realizowane projekty odpowiadające rosnącemu zainteresowaniu na ofertę parauzdrowskową – pobyt połączony z wypoczynkiem w wellness/spa, gabinetach odnowy biologicznej, grotach solnych. Oprócz uzdrowisk i parków zdrojowych (Duszniki-Zdrój, Kudowa-Zdrój, Łądek-Zdrój, Polanica-Zdrój), w rozwoju tego produktu będą brały udział inne regionalne atrakcje turystyczne Ziemi Kłodzkiej (np. Centrum Wypoczynku i Atrakcji Weekendowych w Kłodzku, Miasteczko Seniora w Radkowie).

### **Kraina Gór Stołowych**

Terytorialny zasięg tego produktu to region geograficzny obejmujący region Gór Stołowych i jego najbliższe otoczenie. Do celów obsługi turystów i zarządzania produktem zostało powołane do życia rejestrowane stowarzyszenie o tej samej nazwie. Organizacja skupia się na promowaniu zasobów kuchni regionalnej Gór Stołowych oraz podkreślaniu walorów turystycznych okolicy. Z inicjatywy założycieli odtwarzane są receptury i przepisy na lokalne potrawy, wykorzystujące charakterystyczną dla regionu roślinność (pochodzącą z odtwarzanych obecnie 100-letnich sadów) czy produkty zwierzęce (ser twarogowy, baranina) przyrządzane według lokalnych przekazów i receptur. Kraina Gór Stołowych obejmuje obszar: Miasta i Gminy Radków, Parku Narodowego Gór Stołowych, Gminy Szczytna, Gminy Kudowa-Zdrój, Gminy Polanica-Zdrój. Jednym z największych atutów mogących decydować o powodzeniu akcji promocyjnej jest istnienie naturalnych źródeł wody mineralnej w obszarze Gór Stołowych.

### **Szlak Obiektów Sakralnych i Obiektów Kultu Cystersów (Bardo)**

Subregion Ziemi Kłodzkiej jest miejscem docelowym częstych wycieczek pielgrzymów z całego kraju i Środkowej Europy. Dzieje się tak ze względu na rolę, jaką w turystyce sakralnej odgrywają dwie miejscowości subregionu: Wambierzyce i Bardo,

gdzie znajdują się świątynie wyniesione do rangi bazyliki mniejszej. Obecnie w ramach szlaku wymienić należy: Wambierzyce, Bardo, Góra Wszystkich Świętych.

### **Szlak Fortyfikacji i Militariów (Kłodzko, Bystrzyca Kłodzka)**

W ramach tego szlaku, który może przybrać postać produktu sieciowego, rozwijanego poprzez sąsiadujące subregiony (m.in. subregion Sowiogórski, subregion ziemi wałbrzyskiej) należy wymienić przede wszystkim teren Fortecznego Parku Kulturowego w Kłodzku, ale również wszelkie obiekty fortyfikacyjne i militarne pochodzące z okresu średniowiecza i współczesne. Wraz z murami obronnymi, pozostałościami zamków obronnych, ruinami wież, stanowią one świadectwo o niezwykle ważnym znaczeniu strategicznym regionu położonego na granicy tworzących się państw.

Idea łączenia partnerów rynku turystycznego w ramach subregionów turystycznych, a tym samym tworzenie subregionalnych produktów turystycznych w formule sieciowej, pociąga za sobą szereg korzyści, do których zaliczyć można m.in.: nasilenie i umocnienie formalnoprawne współpracy pomiędzy sektorami turystyki, poprawa procesu wymiany doświadczeń w ramach tzw. klastrów turystycznych, skupiających poszczególnych przedsiębiorców czy jednostki samorządu terytorialnego, zainteresowanych rozwojem konkretnego typu turystyki lub też produktu turystycznego i jego komercjalizacji. Partnerzy rynku poznają i lepiej rozumieją swoje potrzeby, wymianę poglądów, uzyskanie dodatkowej wiedzy i umiejętności, co pozwala na konstruowanie nowych typów produktów turystycznych, wytworzenie mechanizmu umożliwiającego wspólne pozyskiwanie dofinansowania z Unii Europejskiej, nasilenie promocji siebie i regionu oraz rozwój lokalny i regionalny.

## **4. Podsumowanie i wnioski**

Na atrakcyjność turystyczną badanych subregionów wpływ mają przede wszystkim: walory naturalne, walory kulturowe, dostępność komunikacyjna i zagospodarowanie turystyczne. Atrakcyjność turystyczna bezpośrednio oddziałuje na generowanie ruchu turystycznego, a co za tym idzie – rozwój lokalny i regionalny w analizowanych subregionach.

W subregionie Karkonosze i Góry Izerskie występuje wiele osobliwości przyrody ożywionej i nieożywionej: bijące ciepłe źródła, lecznicze wody, liczne piesze i rowerowe szlaki turystyczne, obiekty materialne, ściśle związane z działalnością człowieka. W związku z tak szeroką ofertą turystyczną odbywa się wiele imprez kulturalno-sportowych. Subregion posiada dogodne połączenia autobusowe oraz kolejowe. Ze względu na korzystne walory przyrodnicze i kulturowe oraz stosunkowo dobrą dostępność komunikacyjną, baza noclegowa i gastronomiczna jest tu dobrze rozwinięta, ale koncentruje się głównie w miejscowościach będących centrami sportów zimowych oraz w miasteczkach uzdrowiskowych<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> Opracowane na podstawie: *Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki...*, s. 11-16.



Subregion Ziemia Kłodzka ma bardzo atrakcyjne położenie geograficzne. Aby chronić unikatowe i cenne osobliwości natury, utworzono tu wiele obszarów chronionych i liczne rezerваты przyrody. Chronione powinny być relikty ludowego budownictwa drewnianego. Znane na skalę międzynarodową są tutejsze, cenione już w czasach średniowiecza wody mineralne. Poznawaniu sprzyja gęsta sieć szlaków turystycznych. Do największych miast w Polsce można się dostać komunikacją kolejową i drogową. Istnienie obok siebie tak wielu atrakcji turystycznych, a przede wszystkim miejscowości uzdrowiskowych sprzyja ich turystycznemu rozwojowi<sup>13</sup>.

Atrakcyjność turystyczna i jej potencjał są jednak zależne od rozwoju trendów rynku turystycznego. Zmiany społeczne następują w sposób ciągły, a trendy gospodarcze, społeczne związane ze stylem życia wpływają na turystykę, gdyż stanowi ona nieodłączny element życia społecznego i gospodarczego. Z uwagi na swój interdyscyplinarny charakter i związane z nim wielosektorowe powiązania, jak również globalizację gospodarki światowej, turystyka jest swoistego rodzaju barometrem zmian, które znajdują odzwierciedlenie w obserwowanych na rynku trendach i tendencjach.

Skutecznym sposobem jest inicjowanie współpracy między podmiotami zaangażowanymi w proces świadczenia usług turystycznych. Współpraca przyczynia się do wzrostu innowacyjności przedsiębiorstw i tym samym istotnie wpływa na pozycję konkurencyjną przedsiębiorstw. Szczególnie korzystne warunki do współpracy stwarza funkcjonowanie klastrów. Klaster – jako geograficzne skupiska wzajemnie powiązanych firm działających w pokrewnych sektorach i związanych z nimi instytucji w poszczególnych dziedzinach konkurujących między sobą, ale także współpracujących – daje możliwość osiągnięcia wartości dodanej w wyniku synergii działań gospodarczych i organizatorskich, których przedmiotem jest projektowanie wspólnych wizji, misji i strategii marketingowych, koordynowanie polityki pozyskiwania kapitału, kształtowanie relacji z władzami lokalnymi, otoczeniem politycznym, samorządowym i społecznym. Klastry w turystyce koncentrują się na usługach dla turystów, a więc jest to szereg bardzo różnorodnych świadczeń, które mają zaspokoić potrzeby turystów i jednocześnie przynieść godziwy dochód usługodawcom<sup>14</sup>.

Zjawiskiem powszechnym w ramach łańcucha wartości jest wiele form współpracy. W przypadku biur podróży stanowi wręcz istotę działalności, która polega na integrowaniu w jeden produkt usług świadczonych przez inne podmioty: hotele, restauracje, przedsiębiorstwa transportowe, ubezpieczeniowe, atrakcje turystyczne, przewodników. Współpraca występuje jednak także między potencjalnymi konkurentami (obowiązkowe zaproponowanie zwiedzania atrakcji).

Korzyści z funkcjonowania klastra turystycznego odczuwane będą zarówno przez przedsiębiorstwa, jak i region. Wśród potencjalnych korzyści dla przedsię-

<sup>13</sup> Opracowane na podstawie: jw.

<sup>14</sup> M.E. Porter, *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001, s. 193.

biorstw należy wymienić przede wszystkim wzrost innowacyjności i wynikające z niego poszerzenie oferty produktowej. To przekłada się na wzrost liczby klientów, a tym samym zatrudnienia, obrotów i zysków. Współpraca może także przynieść wymierne korzyści w obszarze działań promocyjnych (poprawa ich efektywności poprzez współdziałanie) oraz wykorzystania zasobów. Prowadzenie wspólnych przedsięwzięć klastrowych pozwala uzyskać korzyści m.in. z wzajemnej wymiany informacji, obniżenia kosztów wchodzenia i utrzymania się na rynku, wykorzystania dla własnych potrzeb wyników badań naukowych i postępu technologicznego, a także inwestycji. Klaster może uzyskać znaczące wsparcie w ramach programów unijnych.

W przeszłości podaż zawsze dyktowała popyt, natomiast obecnie sytuacja się odwróciła. Coraz większe nasycenie rynku oraz bardziej pewni siebie konsumenci, z większymi dochodami do dyspozycji oraz czasem wolnym, kształtują dochodowość usługodawców w sektorze turystycznym. Konkurencja staje się coraz bardziej zmienna, co wymusza zmiany w strukturze i charakterze podaży. Mimo iż niektóre trendy są kreowane przez podaż, należy pamiętać o prognozowaniu kierunków rozwoju popytu, gdyż to właśnie one stanowią podstawę do określenia czasu i środków niezbędnych do dokonania stosownych korekt. Jest to o tyle istotne, iż produkty i usługi, które mają szansę odnieść sukces na tak bardzo konkurencyjnym rynku, muszą być w pełni dostosowane do potrzeb konsumentów.

Z punktu widzenia potencjału tkwiącego w badanych subregionach, który przekłada się na charakterystyczne formy turystyki, autor wyróżnił trzy tendencje zmian: demograficzne, zdrowotne oraz związane ze świadomością i edukacją. Warunki środowiska przyrodniczego i zasoby kulturowe powodują, że turystyka na Dolnym Śląsku, a szczególnie w badanych subregionach, jest jedną z podstawowych sfer działalności. Dlatego też głównym celem powinien być wzrost konkurencyjności oferty turystycznej subregionów oraz wykorzystanie potencjału kultury i dziedzictwa przeszłości dla podniesienia ich atrakcyjności na rynku krajowym i międzynarodowym. Cel ten może być realizowany dzięki działaniom wspierającym najważniejsze regionalne produkty turystyczne, tj.: turystyka uzdrowiskowa, turystyka aktywna, turystyka biznesowa i turystyka kulturowa oraz działania wzmacniające infrastrukturę turystyczną i kulturową, połączone w ramach sieciowego produktu turystycznego. Z kolei ruch turystyczny generowany przez produkty turystyczne stymuluje powstawanie bazy turystycznej, rozwój oferty komplementarnej i uzupełniającej.

Rozwój turystyki i kreowanie markowych sieciowych produktów turystycznych subregionów musi zajmować istotną pozycję na liście zadań we wszystkich samorządach. Takie podejście stanowi szansę na wieloletni i dynamiczny rozwój skutkujący poprawą wszystkich funkcji turystycznych subregionów i wykreowaniem pozytywnego wizerunku w oczach turystów i mieszkańców.

Obszar subregionu Karkonosze i Góry Izerskie posiada bogate, różnorodne walory, będące doskonałym punktem wyjściowym do tworzenia i doskonalenia produktów turystycznych. Kluczowe jest utrzymanie odpowiedniego poziomu infra-



struktury turystycznej i paraturystycznej, przygotowanie kompleksowej oferty dla turystów. Atutem oferty turystycznej subregionu Ziemi Kłodzkiej jest jej różnorodność. Jednak rozwój nie będzie możliwy bez podejmowania licznych inwestycji turystycznych. Jak wynika z analiz, należałoby podjąć działania służące zachowaniu dziedzictwa kulturowego: remonty i modernizacje zabytków.

Warunkiem skutecznego i efektywnego rozwoju regionalnego subregionów Karkonosze i Góry Izerskie oraz Ziemia Kłodzka powinna być odpowiednia koordynacja i konsekwencja działań. Należy pamiętać, że rozwój turystyki musi odbywać się z zachowaniem zasad zrównoważonego rozwoju, z poszanowaniem praw ochrony przyrody i środowiska.

## Literatura

- Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego*, praca zbiorowa, Polska Agencja Rozwoju Turystyki, Warszawa, styczeń 2009, [http://turystyka.dolnyslask.pl/pliki/Aktualizacja\\_Programu\\_Rozwoju\\_Turystyki\\_dla\\_Wojewodztwa\\_Dolnoslaskiego\\_popr.pdf](http://turystyka.dolnyslask.pl/pliki/Aktualizacja_Programu_Rozwoju_Turystyki_dla_Wojewodztwa_Dolnoslaskiego_popr.pdf)
- Fedyk W., Dołęga A., *Subregionalne, sieciowe produkty turystyczne na Dolnym Śląsku*, Wrocław 2008, [http://www.ekspert.turystyka.pl/pliki/subregionalne\\_sieciowe\\_produkty\\_turystyczne\\_na\\_dolnym\\_slasku.pdf](http://www.ekspert.turystyka.pl/pliki/subregionalne_sieciowe_produkty_turystyczne_na_dolnym_slasku.pdf)
- Gaworecki W.W., *Turystyka*, PWE, Warszawa 2003.
- Koncepcja rozwoju subregionalnych produktów turystycznych Ziemi Kłodzkiej*, [http://turystyka.dolnyslask.pl/pliki/Subregion\\_Ziemi\\_Klodzkiej.pdf](http://turystyka.dolnyslask.pl/pliki/Subregion_Ziemi_Klodzkiej.pdf)
- Koncepcja subregionalnego produktu turystycznego Karkonosze i Góry Izerskie*, Karkonoska Agencja Rozwoju Regionalnego SA, Jelenia Góra 2009, <http://www.static.dip.dolnyslask.pl/download/attachment/1595/koncepcja-subregionalnego-produktu-turystycznego-subregionu-karkonosze-i-gor-izerskie.pdf>
- Porter M.E., *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.

## TOURISTIC PRODUCTS OF SUBREGIONS: KARKONOSZE AND JIZERA MOUNTAINS AND KŁODZKO REGION

**Summary:** In the past few years inhabitants of Lower Silesia realized that tourism positively contributed to the economic growth. Local councils and governments are aware that tourism can stimulate the realization of other important governmental implementations and directives. Such subregions as Karkonosze Mountains, Jizera Mountains, and Kłodzko region are regions of unique geographical location and reach cultural heritage, hence they are touristically attractive. Using these criteria the author has chosen these subregions, since they are often very similar in terms of these criteria, which will help to study relations between the tourism and socio-economical growth of these regions. For this purpose touristic products of these subregions have been analyzed as a factor of regional development of Lower Silesia.

**Keywords:** subregions, regional development, touristic products.