



PŘEKRAČUJEME HRANICE  
PRZEKRACZAMY GRANICE  
2014—2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

# Wspólna Strategia Rozwoju Turystyki

Projekt ODKRYJ UKRYTE KLEJNOTY

Nr rej. CZ.11.2.45/0.0/0.0/21\_033/0003118

Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu  
Rozwoju Regionalnego.

2023

Wersja: 1.0

# Wspólna Strategia Rozwoju Turystyki

## 1 Wstęp

Wspólna Strategia Rozwoju Turystyki powstała w ramach czesko – polskiego projektu **Odkryj Ukryte Klejnoty** (nr rej. CZ.11.2.45/0.0/0.0/21\_033/0003118), który jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach programu współpracy transgranicznej Interreg V-A Republika Czeska - Polska. Projekt był realizowany w okresie od 1.08.2022 do 30.09.2023.

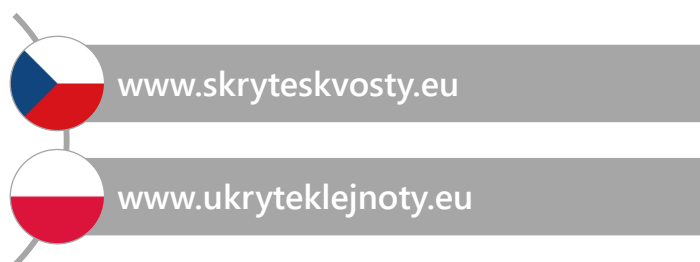
Projekt zajmuje się niską odwiedzalnością mniej eksponowanych i interesujących pod względem turystycznym miejsc (tzw. Ukrytych Klejnotów), położonych w pobliżu bardziej eksponowanych lokalizacji w czeskiej i polskiej części Euroregionu Nysa, poprzez systemowe działania koncepcyjne i marketingowe:

- stworzenie wspólnej strategii rozwoju turystyki w odniesieniu do Ukrytych Klejnotów
- stworzenie wspólnej promocji dla Ukrytych Klejnotów (logo, identyfikacja wizualna, plakaty, media społecznościowe, strony internetowe itd.)
- stworzenie metodyki marketingowej dla miejscowości i miast w zakresie Ukrytych Klejnotów
- przeprowadzenie szkolenia marketingowego na temat promocji Ukrytych Klejnotów dla przedstawicieli partnerów projektu
- stworzenie dwujęzycznej, atrakcyjnej strony internetowej z systemem redakcyjnym do promocji Ukrytych Klejnotów
- wykonanie tabliczek promocyjnych z kodami QR do umieszczenia przy Ukrytych Klejnotach (po zeskanowaniu kodu QR odwiedzający Ukryty Klejnot zostanie przekierowany do bardziej szczegółowych informacji o konkretnym klejnocie na stronie internetowej)
- zaangażowanie partnerów projektu (różnych szczebli samorządu lokalnego) we wszystkie działania (aktywizowanie zainteresowania rozwojem turystyki w danym regionie)
- zaangażowanie młodych specjalistów ze szkół średnich (CZ) i uczelni wyższych (PL) we wszystkie działania projektowe (uzyskanie punktu widzenia młodszego turysty)

Celem projektu jest zwiększenie świadomości na temat nieodkrytych dla turystyki i zapomnianych przez nią miejsc, a tym samym zwiększenie liczby odwiedzających je turystów.

Więcej informacji na temat projektu i jego działań można znaleźć na stronie internetowej <https://ohkliberec.cz/projekty/objev-skryte-skvosty-odkryj-ukryte-klejnoty/>.

Informacje o Ukrytych Klejnotach partnerów zaangażowanych w projekt są dostępne na stronie internetowej <https://skryteskvosty.eu/>. Po zakończeniu projektu strona ta jest również dostępna do dodawania i promowania innych Ukrytych Klejnotów na pograniczu polsko-czeskim.



### Wspólna strategia rozwoju turystyki dla dziedziny Ukrytych Klejnotów dla lokalizacji uczestniczących w projekcie:

Jednym z działań tego projektu było stworzenie wspólnej strategii rozwoju turystyki w zainteresowanych miejscowościach w czeskiej i polskiej części Euroregionu Nysa, koncentrującej się na mniej eksponowanych, ale potencjalnie interesujących atrakcjach turystycznych (Ukrytych Klejnotach).

Celem tej strategii jest przedstawienie wspólnej propozycji niezbędnych działań na rzecz rozwoju turystyki z naciskiem na Ukryte Klejnoty w miejscowościach zaangażowanych partnerów po stronie czeskiej i polskiej. Przyszły rozwój turystyki Ukrytych Klejnotów w danych lokalizacjach nie tylko przyniesie ulgę zatłoczonym turystycznie częściom regionów, ale także wesprze rozwój gospodarczy tych lokalizacji. Istotnym aspektem jest współpraca pomiędzy partnerami po obu stronach granicy. Wielką szansą dla regionów przygranicznych Czech i Polski jest wspólny rozwój turystyki z możliwością dotarcia do większej liczby turystów z drugiej strony granicy.

Przedstawiciele Kraju Libereckiego (Wydział Turystyki) i Powiatu Lubańskiego byli gwarantami merytorycznymi w dziedzinie turystyki.

Strategia dla obszaru kraju libereckiego opiera się na Strategii rozwoju kraju libereckiego na lata 2021-2027. Strategia dla obszaru powiatu lubańskiego, gmin Świerzawa i Pielgrzymka powiązana jest ze strategiami lokalnymi: Strategia Rozwoju Powiatu Lubańskiego do roku 2030, Strategia Rozwoju Miasta i Gminy Świerzawa na lata 2015 - 2025, Strategia Rozwoju Gminy Pielgrzymka na lata 2018-2023 oraz sołeckie strategie rozwoju sołectw gminy Pielgrzymka oraz ze Strategią Rozwoju Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej na lata 2021-2025 (dostępna tutaj: <https://dot.org.pl/strategia-dot-2021-2025/>).

### W opracowaniu tej strategii uczestniczyli wszyscy partnerzy projektu:

- Okresní hospodářská komora Liberec (partner wiodący)
- Kraj Liberecki (CZ)
- Powiat Lubański (PL)
- Miasto Frýdlant (CZ)
- Miasto Raspenava (CZ)
- Gmina Pielgrzymka (PL)
- Gmina Świerzawa (PL)
- Gmina Dolní Řasnice (CZ)
- Gmina Horní Řasnice (CZ)
- Gmina Heřmanice (CZ)

Oprócz bezpośrednich partnerów projektu, w opracowaniu strategii uczestniczyli również uczniowie z Akademii Handlowej w Trutnowie (Wyższa Szkoła Zawodowa Medyczna, Średnia Szkoła Medyczna i Akademia Handlowa w Trutnowie) oraz studenci Karkonoskiej Akademii Nauk Stosowanych z Jeleniej Góry. Zaangażowanie uczniów i studentów zapewniło niezbędny punkt widzenia młodych ludzi na rozwój turystyki dla dziedziny Ukrytych Klejnotów.

## 1.1 Słowo wstępne

*Nie ulega najmniejszej wątpliwości, że gminy wchodzące w skład powiatu lubańskiego i jego okolic tworzą razem subregion o nadzwyczaj bogatych i różnorodnych walorach, w wielu przypadkach niespotykanych w innych częściach województwa dolnośląskiego i jego okolic. Dotychczas jednak nie podejmowano prób ujęcia ich w oryginalną całość jako nieodkrytych atrakcji i wypromowania tak w kraju, jak i poza jego granicami.*

*Realizacja tego projektu pozwala skutecznie rozpropagować ich wartość zarówno wśród potencjalnych turystów, jak i samych mieszkańców powiatu.*

Walery Czarnecki, Starosta Lubański

*Projekt Odkryj Ukryte Klejnoty przedstawia możliwości dalszego rozwoju oferty turystycznej w kraju libereckim. Oprócz miejsc, które są eksponowane i poszukiwane przez turystów, w kraju libereckim znajdują się miejsca, które nie są jeszcze obciążone przez ruch turystyczny, ale mają potencjał do dalszego rozwoju w tej dziedzinie. Wspólna strategia ma na celu nie tylko nazwanie tych miejsc, ale również wskazanie kierunku rozwoju turystyki zrównoważonej, do której dążenie rośnie a jej znaczenia nie można pominąć.*

Eva Ouzká, Liberecký kraj

## 2 Spis treści

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1     | Wstęp .....  | 2  |
| 1.1   | Słowo wstępne .....  | 5  |
| 2     | Spis treści.....   | 6  |
| 3     | Stan obecny .....  | 7  |
| 3.1   | Usługi turystyczne i infrastruktura .....  | 7  |
| 3.2   | Turystyka w Republice Czeskiej.....  | 9  |
| 3.2.1 | Turystyka w kraju libereckim.....  | 13 |
| 3.2.2 | Analiza SWOT biorących udział w projekcie lokalizacji z kraju libereckiego .....         | 16 |
| 3.3   | Turystyka w Polsce .....   | 24 |
| 3.3.1 | Turystyka w powiecie lubańskim, w gminach Świerzawa i Pielgrzymka .....                  | 27 |
| 3.3.2 | Analiza SWOT biorących udział w projekcie lokalizacji z województwa dolnośląskiego<br>31 |    |
| 4     | Propozycja rozwoju .....   | 37 |
| 4.1   | Propozycja działań – zaangażowana część kraju libereckiego .....                         | 38 |
| 4.1.1 | Kraj liberecki .....   | 38 |
| 4.1.2 | Miasto Frýdlant .....  | 39 |
| 4.1.3 | Miasto Raspenava .....   | 39 |
| 4.1.4 | Gmina Heřmanice.....   | 39 |
| 4.1.5 | Gmina Dolní Řasnice.....   | 40 |
| 4.1.6 | Gmina Horní Řasnice .....  | 40 |
| 4.2   | Propozycja działań – zaangażowana część województwa dolnośląskiego.....                  | 41 |
| 4.2.1 | Powiat lubański .....  | 41 |
| 4.2.2 | Gmina Świerzawa .....  | 41 |
| 4.2.3 | Gmina Pielgrzymka .....  | 42 |
| 4.3   | Propozycja wspólnych działań na rzecz rozwoju turystyki .....                            | 44 |
| 5     | Okres programowania 2021+ .....  | 45 |
| 6     | Streszczenie menedżerskie.....   | 48 |
| 7     | Podziękowanie.....   | 49 |
| 8     | Zestawienie pojęć i skrótów .....  | 50 |

## 3 Stan obecny

### 3.1 Usługi turystyczne i infrastruktura

Do analizy obecnego stanu turystyki (w odniesieniu do Ukrytych Klejnotów) w lokalizacjach zaangażowanych partnerów po stronie czeskiej i polskiej wykorzystano uproszczoną analizę SWOT<sup>1</sup>.

W ramach analizy SWOT definiujemy dwa podstawowe aspekty - środowisko wewnętrzne i zewnętrzne:

- ➔ *Środowisko wewnętrzne* – wpływy powstają wewnątrz danej lokalizacji/obszaru
- ➔ *Środowisko zewnętrzne* – wpływy powstają na zewnątrz danej lokalizacji/obszaru

Analiza SWOT składa się ze czterech części (mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia):

#### *Środowisko wewnętrzne:*

- Mocne strony – to, w czym turystyka w danej miejscowości jest dobra i w czym jest lepsza od turystyki w innych miejscowościach (tzn. zalety).
  - Np. dobra dostępność atrakcji, bogata oferta noclegowa, bogata oferta Ukrytych Klejnotów, możliwość taniego krótkoterminowego zakwaterowania dla turystów, zabytki w okolicy, atrakcyjny krajobraz itd.
- Słabe strony – co należy poprawić w dziedzinie turystyki w danej lokalizacji i w czym jest ona gorsza od turystyki w innych lokalizacjach (tzn. braki)
  - Np. niski poziom wiedzy (słaba promocja) o Ukrytych Klejnotach, niewystarczająca oferta działań uzupełniających dla turystyki wielodniowej, niewystarczające dane dla rozwoju ruchu turystycznego (brak monitorowania) itd.

#### *Środowisko zewnętrzne:*

- Szanse – jakie są szanse dla turystyki w danej lokalizacji (szanse, zmiany, możliwości...)
  - Np. dotacje UE na rozwój turystyki, dotacje na infrastrukturę drogową, dotarcie do młodych potencjalnych turystów ze świadomością ekologiczną, wzmocnienie turystyki transgranicznej (dotarcie do potencjalnych turystów nie tylko z obszaru przygranicznego), rozwój wspólnych transgranicznych produktów turystycznych, rozwój przedsiębiorczości związanej z turystyką, itd.
- Zagrożenia – jakie zagrożenia dla turystyki istnieją w danej lokalizacji (negatywne zmiany...)
  - Np. Zmiana przepisów, duże wahania i brak stabilności pogody (zmiany klimatyczne) itd.

---

<sup>1</sup> Źródło: <https://managementmania.com/cs/swot-analiza>



Podczas tworzenia analizy SWOT w ramach niniejszej Strategii wzięto pod uwagę następujące obszary:

- Poziom usług podstawowych (gastronomia, zakwaterowanie, infrastruktura transportowa itp.)
- Poziom usług dodatkowych (działania dodatkowe - kulturalne, sportowe, uzdrowiskowe, wymiana walut itd.)

Wyżej wymienione elementy zostały również ocenione pod względem położenia geograficznego, zatrudnienia, promocji i finansowania turystyki.

Analiza SWOT dla zaangażowanej części czeskiego obszaru przygranicznego została przedstawiona w rozdziale 3.2.2. Analiza SWOT dla zaangażowanej części polskiego obszaru przygranicznego jest przedstawiona w rozdziale 3.3.2.



## 3.2 Turystyka w Republice Czeskiej <sup>2</sup>

Turystyka w Republice Czeskiej odpowiada za 1,55% czeskiego PKB i 4,02% zatrudnienia (stan na 2021 r.).

Podstawowe statystyki dotyczące turystów w 2021 r. przedstawiały się następująco:

|                              | Czescy turyści w Czechach  | Zagraniczni turyści w Czechach                                     |
|------------------------------|--|--|
| Liczba turystów              | 71,02 mln osób<br>→ 57 % na jeden dzień<br>→ 43 % z noclegiem                                    | 10,01 mln osób<br>→ 62 % na jeden dzień<br>→ 38 % z noclegiem      |
| Przeciętna długość pobytu    | 4,96 dnia  | 4,42 dnia  |
| Najliczniej odwiedzane kraje | 1. Środkowoczeski<br>2. Południowoczeski<br>3. Południowomorawski<br>4. Hradecki<br>5. Liberecki | x  |
| Państwa pochodzenia          | x  | 1. Niemcy<br>2. Słowacja<br>3. Polska<br>4. Holandia<br>5. Francja |

<sup>2</sup> Źródło: [https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni\\_ucet\\_cestovniho\\_ruchu](https://www.czso.cz/csu/czso/satelitni_ucet_cestovniho_ruchu)

Ocena turystyki na podstawie obecnie dostępnych danych jest obecnie częściowo myląca, ponieważ GUS udostępnia aktualnie zbiorcze dane za lata (2021 i poniżej), na które znaczący wpływ miała pandemia Covid-19.

Turystyka w Czechach ma jednak potencjał do dalszego rozwoju i większego wkładu w PKB.

Szansa na wspólny rozwój turystyki w polsko-czeskim regionie przygranicznym (zwłaszcza w dziedzinie Ukrytych Klejnotów) jest uwzględniona w rozdziale 6 niniejszego dokumentu – Streszczenie menedżerskie.

### Ustawodawstwo

Obecnie ustawodawstwo dotyczące turystyki w Republice Czeskiej jest regulowane przez kilka ustaw<sup>3</sup>:

- Ustawę nr 159/1999 Dz. U., o niektórych warunkach prowadzenia działalności gospodarczej w dziedzinie turystyki (z późniejszymi zmianami)
  - późniejszą nowelizację tej ustawy w sprawie treści działalności i wykonywania usług ratownictwa górskiego, zasad swobodnego przepływu usług przewodnickich i towarzyszących w dziedzinie turystyki),
- Ustawę nr 89/2012 Dz.U., Kodeks cywilny (część czwarta, rozdział II, sekcja 6 - Wycieczki)
- inne przepisy prawne (Ustawa nr 455/1991 Dz.U. o działalności gospodarczej, Ustawa o ochronie danych osobowych, Rozporządzenie nr 261/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie praw pasażerów lotniczych, Ustawa nr 634/1992 Dz.U. o ochronie konsumentów i inne ogólne przepisy dotyczące działalności gospodarczej),
- Ustawa nr 129/2000 Dz.U. o krajach (ustanowienie krajów). (kraje to jednostki samorządu terytorialnego najwyższego szczebla w Czechach - przyp. tłum.)
  - Ustawa ta powierza turystykę niezależnym kompetencjom krajów,
- Ustawę nr 128/2000 Dz.U. o gminach (ustanowienie gmin)
  - na mocy tej ustawy gminy mogą realizować zadania turystyczne w ramach współpracy poprzez związek gmin.

*Konkretne określenie działań realizowanych w ramach niezależnych kompetencji krajów lub w ramach współpracy gmin nie jest dokładniej zdefiniowane w turystyce na poziomie samorządu lokalnego i zależy w znacznym stopniu od politycznego przywództwa krajów lub gmin.*

Jednak żaden z nich nie odnosi się do kwestii turystyki kompleksowo. [Ministerstwo Rozwoju Regionalnego](#) (zgodnie z ustawą nr 2/1969 Dz.U. o utworzeniu ministerstw i innych centralnych organów administracji państwowej Republiki Czeskiej, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego jest centralnym organem administracji państwowej w sprawach turystyki) próbuje zmienić ten brak legislacyjny, wydając nową ustawę o turystyce.

---

<sup>3</sup> Źródło: <https://www.zakonyprolidi.cz/obor/cestovni-ruch>

Oczekuje się, że ustawa ta zostanie zatwierdzona przez Sejm w 2024 r. i wejdzie w życie 2 lata później. Nowa ustawa powinna usprawnić zarządzanie systemowe oraz zwiększyć efektywność i koordynację działań. Jednak dodatkowo będzie ona również dotyczyła tego, w jaki sposób system zarządzania destynacjami powinien reagować na lepsze lub gorsze wyniki poszczególnych zarządzających destynacjami.

#### CzechTourism<sup>4</sup>

Agencja CzechTourism została założona przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego Republiki Czeskiej, a jej głównym celem jest promowanie Republiki Czeskiej jako destynacji turystycznej zarówno w kraju, jak i za granicą. Główne działania agencji w sektorze turystycznym obejmują koordynację działań między odpowiednimi instytucjami, marketing destynacji, specjalistyczne usługi informacyjne, działania edukacyjne i inne. Agencja jest zatem krajową centralą turystyczną Republiki Czeskiej.

Agencja CzechTourism jest również administratorem stron internetowych i kampanii, takich jak Kudy z nudy - dokąd z nudów ([www.kudyznudy.cz](http://www.kudyznudy.cz)), Visit Czech Republic ([www.visitczechrepublic.com](http://www.visitczechrepublic.com)) itp.

W celu lepszego i bardziej systematycznego zarządzania turystyką w Republice Czeskiej, pod kierownictwem CzechTourism wprowadzono zarządzanie destynacjami, w tym kategoryzację i certyfikację poszczególnych organizacji zarządzających destynacjami.

Za certyfikację zarządzania destynacjami odpowiada agencja CzechTourism. Proces certyfikacji i niezbędne wymagania są wymienione na stronie internetowej agencji <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/Marketingove-aktivita/Destinacni-management/Destinacni-management/Certifikace-organizaci-destinacniho-managementu>.

#### Zarządzanie destynacjami<sup>5</sup>

Uproszczona definicja zarządzania destynacją to system zarządzania i koordynacji turystyki w konkretnej destynacji.

W Republice Czeskiej zarządzanie destynacją podzielone jest na następujące kategorie:

- Krajowe - krajową organizacją zarządzającą destynacją jest CzechTourism
- Na poziomie kraju jako jednostki samorządu - krajowe organizacje zarządzania destynacjami turystycznymi działają na całym terytorium danego kraju (jeśli w danym kraju nie ma organizacji krajowej, funkcję tę pełni odpowiedni urząd danych krajów).
- Regionalne - regionalne organizacje zarządzania miejscami docelowymi działają w określonym regionie
- Lokalne

---

<sup>4</sup> Źródło: <https://czechtourism.cz>

<sup>5</sup> Źródło: <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/Destinacni-management/Destinacni-management>

Poszczególne organizacje zarządzające destynacjami zbierają wymagania i sugestie od wszystkich podmiotów turystycznych (w tym podmiotów gospodarczych) w regionach i informują o obecnych i przyszłych projektach turystycznych (w tym projektach agencji CzechTourism). Wszystkie organizacje zarządzające destynacjami ściśle współpracują z agencją CzechTourism.

Celem współpracy między zarządami destynacji jest poprawa infrastruktury turystycznej, rozwój regionów (gospodarczy itd.), tworzenie nowych miejsc pracy, zwiększenie świadomości i prestiżu poszczególnych regionów oraz rozwój zrównoważonej turystyki.

### 3.2.1 Turystyka w kraju libereckim

Kraj liberecki ma powierzchnię 3163,4 km<sup>2</sup> i jest drugim najmniejszym regionem w Republice Czeskiej. Kraj liberecki graniczy z krajami środkowoczeskim, hradeckim i usteckim, a także z krajem związkowym Saksonia (Niemcy) i województwem dolnośląskim (Polska).<sup>6</sup>

Turystyka w kraju libereckim jest ważnym aspektem potencjału rozwoju gospodarczego regionu. Region oferuje wiele atrakcji przyrodniczych, kulturalnych i innych. Oferta turystyczna jest dostępna dla odwiedzających przez cały czas, ale szczególnie w sezonie letnim i zimowym. Potencjał turystyczny rośnie wraz z dobrą dostępnością transportową i względną bliskością Pragi, kraju środkowoczeskiego oraz obszarów przygranicznych Polski i Niemiec.

Problemem regionu jest brak infrastruktury w największych i najbardziej znanych ośrodkach turystycznych oraz nadmiar turystów w tych miejscach (np. Harrachov, Bedřichov). Odwrotnym problemem jest brak odwiedzających w mniej znanych, ale potencjalnie bardzo atrakcyjnych turystycznie miejscach. Miejsca te często znajdują się w pobliżu zatłoczonych miejsc turystycznych, ale nadal nie są interesujące dla odwiedzających. Miejsca te nie wykorzystują swojego potencjału do rozwoju turystyki, a tym samym ogólnego rozwoju gospodarczego regionu. Kolejnym problemem są zmiany klimatyczne, które w przyszłości mogą wpłynąć szczególnie na sezon zimowy w regionie (brak pokrywy śnieżnej do uprawiania sportów zimowych, brak wody do sztucznego naśnieżania).

Lokalizacje, które pilotażowo były zaangażowane w projekcie w kraju libereckim, znajdują się na terenie tak zwanego Cypla frydlańskiego (Frýdlantský výběžek). Obszar Cypla frydlańskiego jest jednym z obszarów zagrożonych pod względem gospodarczym i społecznym. Obszar ten oferuje potencjał turystyczny, który obecnie nie jest w pełni wykorzystywany. Rozwój tego obszaru, w tym turystyki, jest szansą na wzmocnienie gospodarcze regionu.

#### Podstawowe dane dotyczące turystyki w kraju libereckim

Liczba osób zatrudnionych w turystyce w 2021 r. w kraju libereckim wyniosła 7 383 (tj. 3,6% całkowitego zatrudnienia w regionie).

Wartość dodana brutto turystyki w kraju libereckim w 2021 r. - 2 684 mln CZK. CZK (tj. udział w całkowitej WDB regionu na poziomie 1,6%).<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Zdroj: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Libereck%C3%BD\\_kraj](https://cs.wikipedia.org/wiki/Libereck%C3%BD_kraj)

<sup>7</sup> Źródło: [https://www.czso.cz/csu/czso/rtsa\\_cr](https://www.czso.cz/csu/czso/rtsa_cr)

W latach 2021 i 2022 pojemność obiektów zakwaterowania zbiorowego w KL przedstawiała się następująco:<sup>8</sup>

| Rok  | Liczba obiektów | Pokoje | Łóżka  | Miejsca na namioty i kampery/przyczepy kempingowe |
|------|-----------------|--------|--------|---|
| 2021 | 1 027           | 15 670 | 47 169 | 3 028   |
| 2022 | 992             | 15 591 | 47 155 | 3 030   |

Goście i noclegi w obiektach zbiorowego zakwaterowania w KL w 2021 i 2022 r.:<sup>9</sup>

| Parametry                         |              | 2021      | 2022      |
|-----------------------------------|--------------|-----------|-----------|
| Goście razem                      |              | 722 461   | 1 113 981 |
| w tym                             | rezydenci    | 658 401   | 954 232   |
|                                   | nierezydenci | 64 060    | 159 749   |
| Noclegi razem                     |              | 2 201 657 | 3 358 522 |
| w tym                             | rezydenci    | 2 023 466 | 2 900 131 |
|                                   | nierezydenci | 178 191   | 458 391   |
| Przeciętna liczba noclegów (nocy) |              | 3,0       | 3,0       |
| w tym                             | rezydenci    | 3,1       | 3,0       |
|                                   | nierezydenci | 2,8       | 2,9       |

**Uwaga:** Na dane statystyczne za 2021 r. może mieć wpływ pandemia Covid-19.

<sup>8</sup> Źródło: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&pvo=CRU02&str=v1294&v=v1339\\_\\_KAT\\_\\_154\\_\\_1&u=v1294\\_\\_VUZE MI\\_\\_100\\_\\_3077](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&katalog=31742&pvo=CRU02&str=v1294&v=v1339__KAT__154__1&u=v1294__VUZE MI__100__3077)

<sup>9</sup> Źródło: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=4169&katalog=31743&pvo=CRU03sk1-R&pvo=CRU03sk1-R&str=v285&u=v285\\_VUZEMI\\_100\\_3077](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=4169&katalog=31743&pvo=CRU03sk1-R&pvo=CRU03sk1-R&str=v285&u=v285_VUZEMI_100_3077)

## Zarządzanie destynacjami w kraju libereckim

Struktura zarządzania destynacjami w kraju libereckim\*:



\*W kraju libereckim nie ma certyfikowanej krajowej organizacji zarządzającej destynacjami, więc jej rolę przejmuje Urząd kraju libereckiego. Nie ma również lokalnych organizacji zarządzających destynacjami.

\*\* DMO Krkonoše - stowarzyszenie miast i gmin obejmuje następujące kraje: kraj liberecki, kraj hradecki, DMO Stowarzyszenie Český ráj, z.s. obejmuje następujące kraje: kraj liberecki, kraj hradecki, kraj środkowoczeski

### 3.2.2 Analiza SWOT biorących udział w projekcie lokalizacji z kraju libereckiego

Kolejne strony zawierają analizę SWOT turystyki w uczestniczących w projekcie lokalizacji w kraju libereckim. Po analizie SWOT następują propozycje działań (patrz rozdział 4.1). Poszczególne analizy SWOT i propozycje działań zostały przygotowane przez partnera projektu dla danej lokalizacji.

Analiza SWOT dla Ukrytych Klejnotów w kraju libereckim dotyczy następujących lokalizacji:

- miasta Frýdlant
- miasta Raspenava
- gminy Heřmanice
- gminy Dolní Řasnice
- gminy Horní Řasnice

Oprócz bardziej szczegółowego spojrzenia na wyżej wymienione lokalizacje, Wydział turystyki kraju libereckiego przygotował również analizę SWOT z perspektywy całego kraju.



## KRAJ LIBERECKI

### Środowisko wewnętrzne


| Mocne strony |   |
|--------------|---|
| nr           | Opis  |
| 1            | Dogodne połączenie drogowe z Pragą jako ważny czynnik rozwoju turystyki   |
| 2            | Korzystna lokalizacja i dostępność transportowa dla rozwoju transgranicznego turystyki (Niemcy, Polska)                     |
| 3            | Gęsta sieć oznakowanych szlaków, ścieżek rowerowych, tras narciarstwa biegowego i innej infrastruktury do uprawiania sportu |
| 4            | Ogromny potencjał i duża liczba obiektów noclegowych  |
| 5            | Tradycja przemysłu szklarskiego, biżuterii, rzemiosła i produktów regionalnych  |
| 6            | Istnienie organizacji zarządzających destynacjami i współpraca podmiotów zajmujących się rozwojem turystyki                 |
| 7            | Organizacja ważnych wydarzeń kulturalnych, sportowych i innych imprez   |
| 8            | Korzystne warunki dla rozwoju turystyki (naturalne, kulturowe, historyczne, sportowe)                                       |

### Środowisko zewnętrzne

| Szanse |   |
|--------|---|
| nr     | opis  |
| 1      | Wykorzystanie potencjału mniej obciążonych i interesujących turystycznie obszarów dla rozwoju turystyki |
| 2      | Wykorzystanie okresu poza sezonem do rozwoju turystyki  |
| 3      | Wzrost turystyki w Czechach   |
| 4      | Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi i trendów w marketingu turystycznym                                 |
| 5      | Rozwój inteligentnych technologii w dziedzinie turystyki  |
| 6      | Możliwość rozszerzenia zakresu działań w budynkach zabytkowych i obiektach kulturalnych                 |

| Słabe strony |  |
|--------------|--|
| nr           | opis   |
| 1            | Zły stan techniczny dróg dojazdowych do centrów turystycznych  |
| 2            | Nie zrównoważona koncentracja turystyki (zatłoczenie ośrodków, brak parkingów, niewystarczający transport publiczny) |
| 3            | Negatywny wpływ sezonowości na liczbę odwiedzających i zakres usług turystycznych                                    |
| 4            | Brak pracowników w turystyce (kwalifikacje, umiejętności językowe)   |
| 5            | Niewystarczające monitorowanie liczby odwiedzających   |
| 6            | Niewystarczająca koordynacja i współpraca między podmiotami komercyjnymi i publicznymi w turystyce                   |
| 7            | Rozproszona i niespójna prezentacja podmiotów KL w dziedzinie turystyki (również w sąsiednich państwach).            |
| 8            | Niska i nierówna jakość usług podstawowych i brak usług uzupełniających w turystyce                                  |

| Zagrożenia |  |
|------------|--|
| nr         | opis   |
| 1          | Spadek liczby odwiedzających i atrakcyjności KL z powodu niewystarczającej jakości usług             |
| 2          | Konkurencja ze strony pobliskich destynacji poza regionem (i za granicą)                             |
| 3          | Negatywne postrzeganie turystyki przez mieszkańców   |
| 4          | Zmiana sytuacji gospodarczej, politycznej lub związanej z bezpieczeństwem                            |
| 5          | Brak wsparcia legislacyjnego dla turystyki i niejasne kompetencje w dziedzinie zarządzania turystyką |
| 6          | Niewystarczająca ochrona potencjału historycznego, przyrodniczego i kulturowego                      |



|   |   |
|---|---|
| 7 | Wykorzystanie wcześniej interesujących lub nieużywanych miejsc na wydarzenia kulturalne i imprezy |
| 8 | Rozwój wrażeń i produktów interaktywnych w kulturze i turystyce                                   |

|   |   |
|---|---|
| 7 | Zmiany klimatyczne, wahania i zmienność pogody                                      |
| 8 | Niski priorytet państwa w postrzeganiu kultury i turystyki jako ważnej części życia |

## MIASTO FRÝDLANT

Środowisko wewnętrzne

| Mocne strony |  |
|--------------|--|
| nr           | opis   |
| 1            | Dobre połączenia autobusowe lub kolejowe                                   |
| 2            | Zabytki w pobliżu (kościół, zamek, ratusz Frýdlant...)                     |
| 3            | Dobra dostępność większości Klejnotów                                      |
| 4            | Przystępne cenowo zakwaterowanie w rejonie Ukrytych Klejnotów              |
| 5            | Środowisko naturalne Gór Izerskich   |
| 6            | Czyste powietrze   |
| 7            | Możliwość korzystania z naturalnych kąpielisk w pobliżu Ukrytych klejnotów |

Środowisko zewnętrzne

| Szanse |  |
|--------|--|
| nr     | opis   |
| 1      | Rozwój współpracy w zakresie turystyki między miastami i wsiami w całym regionie Frýdlantu |
| 2      | Wykorzystanie dotacji KL na rozwój turystyki   |
| 3      | Dotarcie do młodych turystów   |
| 4      | Rozwój współpracy w turystyce na całym obszarze przygranicznym                             |
| 5      | Dotarcie do turystów nie tylko lokalnych i z Republiki Czeskiej                            |
|        |  |
|        |  |

Słabe strony

| Słabe strony |   |
|--------------|---|
| nr           | opis  |
| 1            | Niewystarczająca promocja miejsc docelowych, mało informacji dla turystów |
| 2            | Brak obiektów gastronomicznych wokół Ukrytych Klejnotów                   |
|              |   |
|              |   |
|              |   |
|              |   |
|              |   |

Zagrożenia

| Zagrożenia |   |
|------------|---|
| nr         | opis  |
| 1          | Wandalizm, niszczenie zabytków i Ukrytych Klejnotów |
| 2          | Utrata atrakcyjności naturalnych Klejnotów          |
|            |   |
|            |   |
|            |   |
|            |   |
|            |   |

## MIASTO RASPENAVA

### Środowisko wewnętrzne

| Mocne strony |   |
|--------------|---|
| nr           | opis  |
| 1            | Szeroka oferta zakwaterowania                   |
| 2            | Dostępność cenowa zakwaterowania                |
| 3            | Dobre połączenia komunikacyjne                  |
| 4            | Atrakcyjność lokalizacji, Góry Izerskie, UNESCO |
| 5            | Produkty regionalne                             |
| 6            | Trend – wzrost turystyki krajowej               |
|              |   |

| Słabe strony |  |
|--------------|--|
| nr           | opis   |
| 1            | Niski poziom współpracy w lokalizacji            |
| 2            | Niska świadomość własnej atrakcyjności           |
| 3            | Upadająca kondycja branży hotelarskiej           |
| 4            | Liczba i godziny otwarcia centrów informacyjnych |
| 5            | Jakość personelu                                 |
| 6            | Rozproszenie informacji i kanałów ich przepływu  |
|              |  |

### Środowisko zewnętrzne

| Szanse |   |
|--------|---|
| nr     | opis  |
| 1      | Poprawa jakości usług   |
| 2      | Wzrost odwiedzalności   |
| 3      | Poprawa współpracy w regionie   |
| 4      | Koncentracja na lokalizacji - CZ x PL x DE                            |
| 5      | Większe zainteresowanie turystyką                                     |
| 6      | Turystyka, zdrowy styl życia, działania związane z odnową biologiczną |
|        |   |

| Zagrożenia |  |
|------------|--|
| nr         | opis   |
| 1          | Odływ wysokiej jakości pracowników z regionu   |
| 2          | Wandalizm  |
| 3          | Negatywne reakcje ze strony mieszkańców  |
| 4          | Nakłady finansowe na utrzymanie zabytków   |
| 5          | Brak koordynacji w turystyce   |
| 6          | Regionalna konkurencja w walce o turystów - większa atrakcyjność sąsiednich regionów |
|            |  |

## GMINA HEŘMANICE

Środowisko wewnętrzne

| Mocne strony |                                  |
|--------------|----------------------------------|
| nr           | opis                             |
| 1            | Dobra dostępność                 |
| 2            | Atrakcyjny krajobraz             |
| 3            | Bogata oferta Ukrytych Klejnotów |
|              |                                  |
|              |                                  |
|              |                                  |
|              |                                  |

| Słabe strony |  |
|--------------|--|
| nr           | opis   |
| 1            | Zakwaterowanie dla turystów (pensjonat, hostel)                |
| 2            | Parking z informacjami o możliwościach aktywności i atrakcjach |
| 3            | Parking dla przyczep kempingowych i toalety publiczne          |
| 4            | Inne możliwości aktywności (muzeum, gastronomia)               |
|              |  |
|              |  |
|              |  |

Środowisko zewnętrzne

| Szanse |  |
|--------|--|
| nr     | opis                                     |
| 1      | Programy grantowe (UE, Republika Czeska) |
|        |  |
|        |  |
|        |  |
|        |  |
|        |  |
|        |  |

| Zagrożenia |                                       |
|------------|---------------------------------------|
| nr         | opis                                  |
| 1          | Niewielkie możliwości finansowe gminy |
|            |                                       |
|            |                                       |
|            |                                       |
|            |                                       |
|            |                                       |
|            |                                       |

## GMINA DOLNÍ ŘASNICE

Środowisko wewnętrzne

| Mocne strony |   |
|--------------|---|
| nr           | opis  |
| 1            | Łatwa dostępność  |
| 2            | Atrakcyjny krajobraz  |
| 3            | Dostępne liczne miejsca z gastronomią                             |
| 4            | Dobra dostępność komunikacyjna – transport publiczny              |
| 5            | Łatwy dostęp do innych atrakcji w okolicznych miastach i wioskach |
| 6            | Możliwość skorzystania z agroturystyki                            |
|              |   |
|              |   |

| Słabe strony |                                |
|--------------|--------------------------------|
| nr           | opis                           |
| 1            | Brak miejsc noclegowych        |
| 2            | Słabsza promocja               |
| 3            | Niewiele aktywności sportowych |
|              |                                |
|              |                                |
|              |                                |
|              |                                |

Środowisko zewnętrzne

| Szanse |                                   |
|--------|-----------------------------------|
| nr     | opis                              |
| 1      | Dotacje na infrastrukturę drogową |
| 2      | Współpraca transgraniczna         |
|        |                                   |
|        |                                   |
|        |                                   |
|        |                                   |

| Zagrożenia |   |
|------------|---|
| nr         | opis  |
| 1          | Zmienność pogody                                    |
| 2          | Długotrwały brak pokrywy śnieżnej w okresie zimowym |
|            |   |
|            |   |
|            |   |
|            |   |

## GMINA HORNÍ ŘASNICE

Środowisko wewnętrzne

| Mocne strony |  |
|--------------|--|
| nr           | opis   |
| 1            | Dobra dostępność atrakcji                      |
| 2            | Bogata oferta Ukrytych Klejnotów               |
| 3            | Atrakcyjny krajobraz                           |
| 4            | Zabytki w danej lokalizacji                    |
| 5            | Możliwości taniego zakwaterowania dla turystów |
|              |  |
|              |  |

| Słabe strony |  |
|--------------|--|
| nr           | opis   |
| 1            | Niski poziom świadomości związanej z Ukrytymi Klejnotami             |
| 2            | Niewystarczająca oferta dodatkowych zajęć dla turystyki wielodniowej |
| 3            | Niewystarczające dane dla rozwoju turystyki                          |
|              |  |
|              |  |
|              |  |

Środowisko zewnętrzne

| Szanse |   |
|--------|---|
| nr     | opis  |
| 1      | Wzmocnienie turystyki transgranicznej           |
| 2      | Dotacje na rozwój infrastruktury drogowej       |
| 3      | Dotacje UE na rozwój turystyki                  |
| 4      | Rozwój przedsiębiorczości związanej z turystyką |
|        |   |
|        |   |

| Zagrożenia |      |
|------------|------|
| nr         | opis |
|            |      |
|            |      |
|            |      |
|            |      |
|            |      |
|            |      |

### 3.3 Turystyka w Polsce

Turystyka odpowiada za około 4,5% PKB Polski. Całkowita wartość sektora turystycznego w Polsce została oszacowana na 104,3 mld zł w 2020 r.<sup>10</sup>

W Rzeczypospolitej Polskiej centralnym organem administracji publicznej zajmującym się turystyką jest **Ministerstwo Sportu i Turystyki**. Departament Turystyki tego Ministerstwa jest odpowiedzialny za planowanie i koncepcję rozwoju, prawne i ekonomiczne obszary turystyki. Określa również kierunki i priorytety tej dziedziny. Nadzoruje też realizację zadań z zakresu promocji turystyki na rynku krajowym i zagranicznym.<sup>11</sup>

#### Ustawodawstwo

Obecnie turystyka w Rzeczypospolitej Polskiej jest regulowana przez następujące ustawy:

- Ustawę z dnia 24 listopada 2017 o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych (Dz.U. 2017 poz. 2361)
  - <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20170002361/U/D20172361Lj.pdf>
  - Ustawa dotyczy organizowania imprez turystycznych
- Ustawę z dnia 29 sierpnia 1997 o usługach hotelarskich oraz usługach pilotów wycieczek i przewodników turystycznych (Dz. U. 1997 Nr 133 poz. 884)
  - <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU19971330884/U/D19970884Lj.pdf>
  - Ustawa dotyczy branży hotelarskiej, przewodników wycieczek i przewodników turystycznych
- Ustawę z dnia 25 czerwca 1999 o Polskiej Organizacji Turystycznej (Dz. U. 1999 Nr 62 poz. 689)
  - <https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20230000010/T/D20230010L.pdf>

#### Polska Organizacja Turystyczna<sup>12</sup>

Polska Organizacja Turystyczna (dalej POT) jest organizacją państwową powołaną w celu wzmocnienia promocji turystyki RP w kraju i za granicą. POT jest zarządzana przez Ministerstwo Sportu i Turystyki.

Do głównych zadań POT zgodnie z ustawą o POT należy:

- promocja Polski jako atrakcyjnej destynacji turystycznej w kraju i za granicą
- udział w ważnych targach krajowych i zagranicznych
- organizowanie wizyt studyjnych dziennikarzy i touroperatorów w celu zaprezentowania Polski

---

<sup>10</sup> Źródło:

<https://www.parp.gov.pl/attachments/article/84550/4%20lipca%20info%20prasowe%20turystyka.pdf>

<sup>11</sup> Źródło: <https://www.gov.pl/web/sport/turystyka>

<sup>12</sup> Źródło: <https://www.pot.gov.pl/pl>



- współpraca z regionalnymi i lokalnymi organizacjami turystycznymi w celu zwiększenia zainteresowania tymi regionami wśród turystów krajowych i zagranicznych
- publikacja materiałów promocyjnych o Polsce w 12 językach
- analiza światowych trendów w turystyce we współpracy z organizacjami międzynarodowymi
- rozwój działań związanych z turystyką kongresową
- prowadzenie Internetowego Systemu Informacji Turystycznej ISIT

POT utworzyła także 16 ośrodków zagranicznych w krajach posiadających potencjał do rozwoju turystyki przyjazdowej do Polski. Zadaniem tych ośrodków jest m.in. promocja RP za granicą jako destynacji turystycznej oraz promocja jej produktów turystycznych, prowadzenie badań marketingowych dotyczących turystyki przyjazdowej do Polski. Obecnie ośrodki te znajdują się w następujących miejscach:

| Nr  | Kraj (rynek)                        | Miasto    | Strona internetowa   |
|-----|-------------------------------------|-----------|--|
| 1.  | Austria, Szwajcaria                 | Wiedeń    | <a href="http://www.polen.travel/de-at">www.polen.travel/de-at</a>   |
| 2.  | Belgia                              | Bruksela  | <a href="http://www.polen.travel/nl-be">www.polen.travel/nl-be</a><br><a href="http://www.pologne.travel/fr-be">www.pologne.travel/fr-be</a>   |
| 3.  | Chiny                               | Pekin     | <a href="http://www.bolan.travel/zh">www.bolan.travel/zh</a>   |
| 4.  | Czechy, Słowacja                    | Praga     | <a href="http://www.polsko.travel">www.polsko.travel</a>   |
| 5.  | Francja                             | Paryż     | <a href="http://www.pologne.travel/fr">www.pologne.travel/fr</a>   |
| 6.  | Hiszpania, Portugalia               | Madryt    | <a href="http://www.polonia.travel/es">www.polonia.travel/es</a>   |
| 7.  | Holandia                            | Amsterdam | <a href="http://www.polen.travel/nl">www.polen.travel/nl</a>   |
| 8.  | Niemcy                              | Berlin    | <a href="http://www.polen.travel/de">www.polen.travel/de</a>   |
| 9.  | Izrael                              | Tel Awiw  |  |
| 10. | Japonia                             | Tokio     | <a href="http://www.poland.travel/ja">www.poland.travel/ja</a>   |
| 11. | Szwecja, Norwegia, Dania, Finlandia | Sztokholm | <a href="http://www.polen.travel/sv">www.polen.travel/sv</a><br><a href="http://www.polen.travel/no">www.polen.travel/no</a><br><a href="http://www.polen.travel/dk">www.polen.travel/dk</a><br><a href="http://www.puola.travel/fi">www.puola.travel/fi</a> |
| 12. | Ukraina                             | Kijów     | <a href="http://www.polscha.travel/uk">www.polscha.travel/uk</a>   |
| 13. | USA, Kanada                         | Chicago   | <a href="http://www.poland.travel/en">www.poland.travel/en</a>   |

|     |                              |           |   |
|-----|------------------------------|-----------|---|
| 14. | Węgry                        | Budapeszt | <a href="https://www.lengyelorszag.travel/hu">https://www.lengyelorszag.travel/hu</a> |
| 15. | Wielka Brytania,<br>Irlandia | Londyn    | <a href="http://www.poland.travel/en-gb">www.poland.travel/en-gb</a>                  |
| 16. | Włochy                       | Rzym      | <a href="http://www.polonia.travel/it">www.polonia.travel/it</a>                      |

POT współpracuje również z regionalnymi (ROT) i lokalnymi organizacjami turystycznymi (LOT). ROT - jest organizacją współpracy samorządu terytorialnego (zwłaszcza samorządu szczebla wojewódzkiego) i branży turystycznej (szeroko rozumianej ze względu na heterogeniczny charakter gospodarki turystycznej) w zakresie promocji obszaru obejmującego działalność tej organizacji, jako regionu atrakcyjnego turystycznie w kraju i zagranicą, założoną w formie stowarzyszenia. LOT - Analogicznie do regionalnej organizacji turystycznej, LOT jest organizacją współpracy samorządu terytorialnego (zwłaszcza samorządu szczebla powiatowego lub gminnego) i lokalnej branży turystycznej. W każdym województwie działa jedna organizacja zajmująca się turystyką. Lista organizacji regionalnych dostępna jest tutaj: <https://www.pot.gov.pl/pl/o-pot/wspolpraca-z-regionami/regionalne-organizacje-turystyczne>. Lista organizacji lokalnych dostępna jest tutaj: <https://www.pot.gov.pl/pl/o-pot/wspolpraca-z-regionami/lokalne-organizacje-turystyczne>.

W województwie dolnośląskim, sąsiadującym z Czechami:

- Regionalną organizacją turystyczną jest Dolnośląska Organizacja Turystyczna
- Lokalnymi organizacjami turystycznymi są:
  - Stowarzyszenie Gmin Ziemi Kłodzkiej (Kłodzko)
  - Karkonoska Lokalna Organizacja Turystyczna (Szklarska Poręba)
  - Lokalna Organizacja Turystyczna Aglomeracja Wałbrzyska (Wałbrzych)
  - Lokalna Organizacja Turystyczna „Księstwo Świdnicko-Jaworskie” (Świdnica)
  - Stowarzyszenie Lokalna Organizacja Turystyczna „Góry Sowie” (Pieszyce)
  - Wrocławska Organizacja Turystyczna (Wrocław)

### Dolnośląska Organizacja Turystyczna<sup>13</sup>

Dolnośląska Organizacja Turystyczna (dalej DOT) jest stowarzyszeniem działającym w oparciu o Ustawę Prawo o stowarzyszeniach z dnia 7 kwietnia 1989 r. oraz Ustawę o Polskiej Organizacji Turystycznej z dnia 25 czerwca 1999. DOT jest regionalną organizacją zajmującą się promocją Dolnego Śląska i rozwojem turystyki w regionie. DOT jest partnerem POT.

Członkami DOT są samorządy lokalne (gminy, miasta, województwa), organizacje branży turystycznej (hotele, muzea, restauracje, zamki, ogrody zoologiczne, ośrodki sportowe, centra kulturalne i turystyczne itd.), organizacje pozarządowe oraz uczelnie wyższe.

Więcej informacji można znaleźć na stronie internetowej <https://dot.org.pl/>.

<sup>13</sup> Źródło: <https://dot.org.pl/>

### 3.3.1 Turystyka w powiecie lubańskim, w gminach Świerzawa i Pielgrzymka<sup>14</sup>

Obszary objęte projektem to powiat lubański, gminy Świerzawa i Pielgrzymka. Obie gminy należą do powiatu złotoryjskiego. Wszystkie te lokalizacje wchodzi w skład województwa dolnośląskiego.

Województwo dolnośląskie jest piątym pod względem liczby ludności województwem w Polsce i zajmuje powierzchnię 19 946,70 km<sup>2</sup>. Województwo dolnośląskie graniczy z województwami lubuskim, wielkopolskim i opolskim, a także z krajami libereckim, hradeckim, pardubickim i ołomunieckim (Republika Czeska) oraz Saksonią (Niemcy).

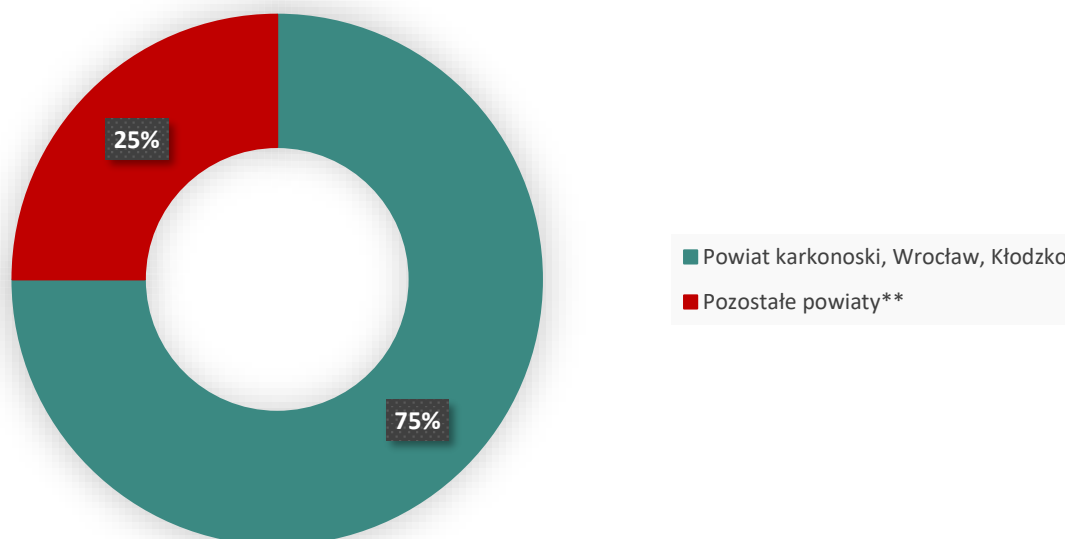
Wyżej wymienione regiony zaangażowane w projekt borykają się z podobnymi problemami w dziedzinie turystyki jak czescy partnerzy. Na rozwój turystyki w tych lokalizacjach wpływa bliskość geograficzna znanych i przeciążonych regionów turystycznych. Turyści często wybierają dobrze znane miejsca, ponieważ nie są świadomi innych nieodkrytych atrakcji (przyrodniczych, kulturowych itp.) w okolicy. Związany z turystyką rozwój gospodarczy tych miejsc jest zatem niższy niż mógłby być.

#### Podstawowe dane dotyczące turystyki w województwie dolnośląskim

Łączna liczba turystów i odwiedzających jednodniowych w 2022 r. w województwie dolnośląskim wyniosła 13,5 mln. Z tej liczby co trzeci turysta był odwiedzającym jednodniowym.

Wzrost liczby turystów w porównaniu z rokiem 2021 (po pandemii Covid-19) wyniósł 40%.

#### Koncentracja ruchu turystycznego w województwie dolnośląskim w 2022 roku:

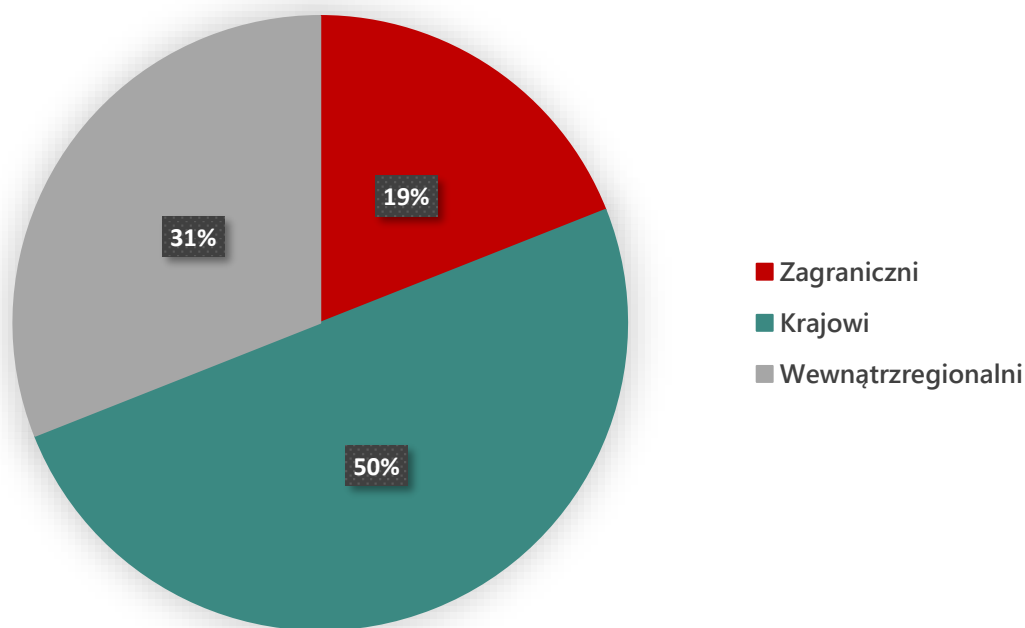


*\*W powiecie karkonoskim koncentruje się 40 % ruchu turystycznego w województwie dolnośląskim*

<sup>14</sup> Źródło: <https://dot.org.pl/wp-content/uploads/2023/04/Badanie-ruchu-turystycznego-na-Dolnym-Slasku-2019-2022-prezentacja.pdf>

*\*\*Powiat bolesławiecki, powiat Dzierżoniów, powiat górski, powiat głogowski, powiat jaworski, powiat kamiennogórski, powiat legnicki, powiat lubański, powiat lubiński, powiat lwówecki, powiat milicki, powiat oławski, powiat oleśnicki, powiat polkowicki, powiat średzki, powiat strzeliński, powiat świdnicki, powiat trzebnicki, powiat wałbrzyski, powiat wołowski, powiat ząbkowicki, powiat zgorzelecki, powiat złotoryjski, powiat Jelenia Góra.*

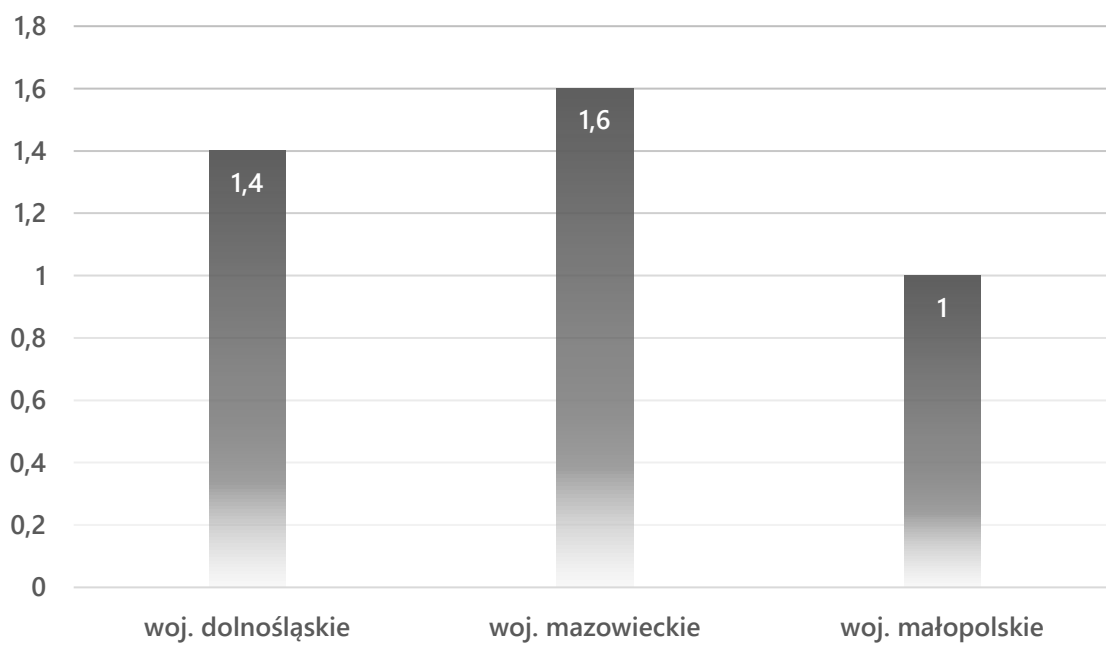
### Struktura odwiedzających jednostkowych na Dolnym Śląsku w roku 2022:



### Najliczniejsi turyści zagraniczni odwiedzający Dolny Śląsk:



Województwa generujące największy ruch turystyczny na Dolnym Śląsku (w mln osób):





### 3.3.2 Analiza SWOT biorących udział w projekcie lokalizacji z województwa dolnośląskiego

Na kolejnych stronach znajduje się analiza SWOT turystyki w uczestniczących w projekcie lokalizacjach w województwie dolnośląskim. Po analizie SWOT następują propozycje działań (patrz rozdział 4.2). Poszczególne analizy SWOT i propozycje działań zostały przygotowane przez partnera projektu z danej lokalizacji.

Analiza SWOT dla Ukrytych Klejnotów w Polsce dotyczy następujących lokalizacji:

- powiat lubański
- gmina Świerzawa
- gmina Pielgrzymka

## POWIAT LUBAŃSKI

### Środowisko wewnętrzne

| Mocne strony |  |
|--------------|--|
| nr           | opis   |
| 1            | Walory środowiska przyrodniczego (zróżnicowane formy krajobrazu, wypełnione ciekawymi obiektami lub zespołami obiektów przyrodniczych)   |
| 2            | Walory środowiska kulturowego (transgraniczność pozwala na wzbogacenie różnorodności i atrakcyjności środowiska. Obszar jest wielokulturowy, jego zasoby powstały na styku kilku narodowości, w wyniku przemieszania ludności nasycony został nowymi elementami) |
| 3            | Atrakcyjne położenie geograficzne (bliskość atrakcyjnych górskich kurortów)  |
| 4            | Dobrze rozwinięta infrastruktura turystyczna (liczne gospodarstwa agroturystyczne, bliska dostępność hoteli, pensjonatów)  |
|              |  |
|              |  |

| Słabe strony |  |
|--------------|--|
| nr           | opis   |
| 1            | Słabe usytuowanie względem głównych szlaków komunikacyjnych  |
| 2            | Słaba infrastruktura techniczna (zły stan techniczny dróg)   |
| 3            | Słaba promocja atrakcji turystycznych (słaba informacja turystyczna)   |
| 4            | Słabo rozwinięta infrastruktura gastronomiczna   |
| 5            | Słabo rozwinięty transport lokalny utrudniający dotarcie do atrakcji turystycznych (słabo zorganizowana sieć lokalnych połączeń komunikacji zbiorowej) |
|              |  |
|              |  |

### Środowisko zewnętrzne

| Szanse |  |
|--------|--|
| nr     | opis   |
| 1      | Rozbudowa infrastruktury drogowej, turystyczno-rekreacyjnej i gastronomicznej przy wykorzystaniu dostępnych środków zewnętrznych |
| 2      | Zmiana stylu życia Polaków w kierunku aktywnego wypoczynku   |
| 3      | Powszechna dostępność Internetu w kraju i zagranicą (łatwość dotarcia do turysty z ofertą)                                       |
| 4      | Rozwój stowarzyszeń działających na rzecz rozwoju lokalnego  |
| 5      | Wzrost aktywności władz lokalnych w podejmowaniu współpracy zewnętrznej i wewnętrznej w zakresie rozwoju i promocji turystyki    |
|        |  |
|        |  |

| Zagrożenia |  |
|------------|--|
| nr         | opis   |
| 1          | Konieczność sprostania rosnącym oczekiwaniom turystów względem rozwoju oferty turystycznej, przy jednoczesnym zachowaniu bieżącego poziomu cen |
| 2          | Wzrost konkurencyjności sąsiednich regionów pod względem turystycznym  |
| 3          | Nasilanie się ekstremalnych zjawisk pogodowych   |
|            |  |
|            |  |



| Mocne strony |  |
|--------------|--|
| nr           | opis   |
| 1            | Uwarunkowania przyrodnicze i kulturowe: duża różnorodność geologiczna, występowanie ciekawych minerałów, skały wulkaniczne, interesujące zabytki |
| 2            | Rozwijająca się regionalna marka turystyczna „Kraina Wygasłych Wulkanów”   |
| 3            | Istniejąca oferta spędzania czasu wolnego przyciągająca przede wszystkim rodziny z dziećmi (warsztaty, wydarzenia).                              |
| 4            | Rozwijająca się infrastruktura rowerowa  |
| 5            | Zagospodarowanie atrakcyjnych miejsc (parkingi, szlaki dojściowe, miejsca wypoczynku, tablice informacyjne)                                      |
| 6            | Bardzo dobra i chętnie odwiedzana strona internetowa informująca o regionie ( <a href="http://www.gorykaczawskie.pl">www.gorykaczawskie.pl</a> ) |

| Słabe strony |   |
|--------------|---|
| nr           | opis  |
| 1            | Niewystarczająca baza gastronomiczna i pobytowa   |
| 2            | Słaba dostępność komunikacyjna: brak kolei, brak autobusowej komunikacji publicznej, zły stan techniczny dróg, znaczna odległość od głównych arterii komunikacyjnych. |
| 3            | Niska rozpoznawalność regionu pośród polskich i zagranicznych turystów  |
| 4            | Słabe przystosowanie do potrzeb turysty zagranicznego (informacja w obcych językach, promocja za granicą)   |
| 5            |   |
|              |   |

| Środowisko zewnętrzne | Szanse |  |
|-----------------------|--------|--|
|                       | nr     | opis   |
|                       | 1      | Ogólny potencjał do rozwoju agroturystyki, ekoturystyki, turystyki aktywnej: rosnące zainteresowanie turystyką slow, niezadeptanymi miejscami. |
|                       | 2      | Wsparcie Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej w promocji obiektów na obszarze Gminy  |
|                       | 3      | Możliwe przyjęcie regionu do Światowej Sieci Geoparków UNESCO  |
|                       | 4      | Bliskość Karkonoszy - regionu o bardzo dużej atrakcyjności. Możliwość zainteresowania przejeżdżających w tym kierunku turystów                 |
|                       | 5      | Dostępność środków zewnętrznych (krajowych, europejskich) na realizację inwestycji w infrastrukturę turystyczną i rekreacyjną                  |
|                       | 6      | Współpraca międzynarodowa (np. polsko-czeska) w projektach partnerskich.   |

| Zagrożenia |   |
|------------|---|
| nr         | opis  |
| 1          | Trudności finansowe rodzin ograniczające wydatki na podróże   |
| 2          | Konkurencja z innymi, lepiej zagospodarowanymi turystycznie regionami   |
| 3          | Sezonowość turystyki w górach – największe zainteresowanie w sezonie letnim, trudność zapewnienia ruchu w sezonie późnojesiennym i wczesnowiosennym |
| 4          | Niski potencjał finansowy gminy do inwestowania w promocję i turystykę  |
|            |   |
|            |   |

## GMINA PIELGRZYMKA – 1/2

Środowisko wewnętrzne

| Mocne strony |  |
|--------------|--|
| nr           | opis   |
| 1            | Wybitne walory krajobrazowe (w tym geologiczne) Gminy Pielgrzymka            |
| 2            | Ostrzyca – najwyższy nek wulkaniczny w Polsce                                |
| 3            | Dobre warunki dla rozwoju turystyki pieszej i rowerowej – trasy rowerowe     |
| 4            | Bezobsługowa wypożyczalnia rowerów   |
| 5            | Bogactwo skał i minerałów (piaskowce, żwir, piasek, bazalt,)                 |
| 6            | Aktywnie działające stowarzyszenia inwestujące w potencjał turystyczny gminy |
| 7            | Istnienie szlaków turystycznych, w tym szlak Wygasłych Wulkanów              |
| 8            | Lokalizacja gminy przy trasie wojewódzkiej                                   |
| 9            | Czaple – najpiękniejsza wieś Dolnego Śląska (wieś tematyczna)                |
| 10           | Zabytki w okolicy – szlak kamiennych krzyży                                  |
| 11           | Zabytki w okolicy – historia Kaspara Schwenckfelda                           |
| 12           | Czyste środowisko  |
| 13           | Duże tereny leśne i uprawne  |
| 14           | Przynależność do aspirującego do UNESCO Geoparku Kraina Wygasłych Wulkanów   |

| Słabe strony |  |
|--------------|--|
| nr           | opis   |
| 1            | Brak oferty gastronomicznej na terenie Gminy                               |
| 2            | Słabo rozwinięta oferta noclegowa  |
| 3            | Słaba promocja Gminy i jej walorów   |
| 4            | Niewystarczająca oferta działań uzupełniających dla turystyki wielodniowej |
| 5            | Brak monitorowania ruchu turystycznego                                     |
| 6            | Brak wykorzystania istniejących zasobów produktu lokalnego                 |
| 7            | Niska świadomość mieszkańców wobec posiadanych walorów turystycznych       |
|              |  |
|              |  |
|              |  |
|              |  |
|              |  |
|              |  |
|              |  |

GMINA PIELGRZYMKA – 2/2

Środowisko zewnętrzne

| Szanse |  |
|--------|--|
| nr     | opis   |
| 1      | Dotacje na rozwój infrastruktury turystycznej (w tym trasy rowerowe) |
| 2      | Tłumaczenie tablic na szlakach na języki obce (czeski, niemiecki)    |
| 3      | Prowadzenie rekultywacji terenów pogórnich na cele turystyczne       |
| 4      | Rozwój przedsiębiorczości związanej z turystyką                      |
| 5      | Rozwój wspólnych transgranicznych produktów turystycznych            |
| 6      | Współpraca w ramach Geoparku Kraina Wygasłych Wulkanów               |
| 7      | Rozwój rolnictwa ekologicznego                                       |

| Zagrożenia |   |
|------------|---|
| nr         | opis                                      |
| 1          | Uwarunkowania prawne                      |
| 2          | Krótki sezon turystyczny                  |
| 3          | Znana i konkurencyjna oferta dużych miast |
|            |   |
|            |   |
|            |   |

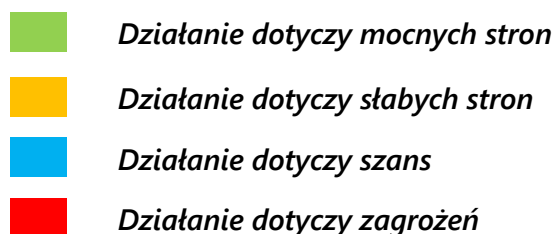
## 4 Propozycja rozwoju

W części Strategii dotyczącej propozycji rozwoju określono poszczególne działania na rzecz rozwoju turystyki w danych lokalizacjach, które były zaangażowane w projekt za pośrednictwem swoich samorządów lokalnych. Działania te są określone w odniesieniu do części analitycznej (patrz rozdział 3 Stan obecny), a zatem do analizy SWOT.

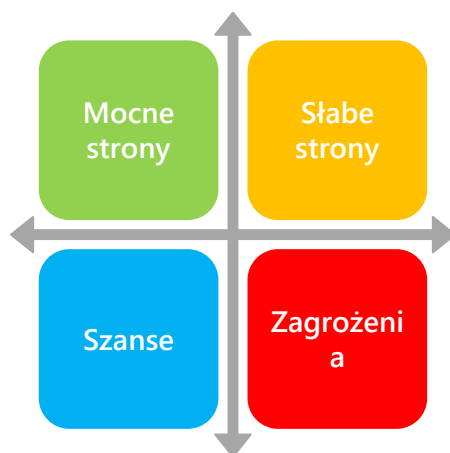
Działania są podzielone na częściowe/poszczególne (dla konkretnego regionu) i wspólne - współpraca transgraniczna/rozwój transgraniczny.

Proponowane działania są powiązane z częścią analityczną dokumentu (analiza SWOT). Powiązania te mają charakter zarówno liczbowy, jak i barwny, co zapewnia lepszą orientację.

- Oznaczenie działań kolorami wskazuje, czy są to działania związane z szansami, zagrożeniami, słabymi stronami itd.



- Numer podany przy proponowanym działaniu odpowiada numerowi podanemu w analizie SWOT



## 4.1 Propozycja działań – zaangażowana część kraju libereckiego

Propozycje działań dla analizy SWOT dla kraju libereckiego są podzielone zgodnie z propozycjami poszczególnych zaangażowanych partnerów i ich lokalizacji.

### 4.1.1 Kraj liberecki

| Numer* | Opis  | Lokalizacja |
|--------|---|-------------|
| 1      | Budowa, utrzymanie i przebudowa podstawowej i towarzyszącej infrastruktury turystycznej z poszanowaniem granic terytorium (pojemność obiektów noclegowych, obciążenie terytorium i środowiska). | KL          |
| 3      | Skoordynowany rozwój i utrzymanie szlaków turystycznych, w tym połączeń transgranicznych  | KL          |
| 4      | Tworzenie i koordynacja programów edukacyjnych i szkoleniowych, podnoszenie kwalifikacji językowych i zawodowych pracowników w turystyce  | KL          |
| 3      | Motywowanie obywateli do dostrzegania korzyści płynących z turystyki pieszej i ograniczanie negatywnego wpływu liczby odwiedzających na miejscową ludność.                                      | KL          |
| 2      | Stworzenie konkurencyjnej oferty turystycznej dla określonych grup odwiedzających (rodziny, seniorzy, szkoły)   | KL          |
| 8      | Wykorzystanie potencjału kulturowego i przyrodniczego KL dla rozwoju turystyki uzdrowiskowej z uwzględnieniem specyfiki lokalnej  | KL          |
| 5      | Tworzenie centrów dla odwiedzających powiązanych z obszarem lub produktem turystycznym (Crystal Valley, UNESCO)   | KL          |
| 1      | Tworzenie i korzystanie z narzędzi powodujących powroty turystów i odwiedzających   | KL          |
| 7      | Promowanie przyjaznych dla środowiska form turystyki o minimalnym wpływie na środowisko, krajobraz i zdrowie publiczne.   | KL          |
| 5      | Poprawa i monitorowanie jakości usług (w tym klasyfikacja i certyfikacja)   | KL          |
| 5      | Rozbudowa, modernizacja i utrzymanie systemów informacyjnych i monitorujących w dziedzinie turystyki  | KL          |
| 2      | Regulacja liczby odwiedzających i promocja mniej odwiedzanych miejsc w przestrzeni i czasie (poza sezonem, w tym różne alternatywy związane z pogodą)   | KL          |
| 7      | Wzajemna współpraca, promocja i koordynacja marketingu w dziedzinie turystyki (łączenie kontaktów z uwzględnieniem naturalnych granic geograficznych obszarów turystycznych)                    | KL          |
| 5      | Wykorzystywanie nowoczesnych technologii i rozwiązań w zakresie marketingu turystycznego z naciskiem na rynek krajowy i zagraniczny   | KL          |
| 5      | Stworzenie systemu gromadzenia danych na temat turystyki w regionie i ich wykorzystanie w praktyce, aktywne wykorzystanie monitoringu odwiedzalności do marketingu turystycznego.               | KL          |

\* Powiązanie z numerem z analizy SWOT, kolory porządkują działania w odniesieniu do słabych stron, szans itd.

#### 4.1.2 Miasto Frýdlant

| Numer* | Opis  | Lokalizacja        |
|--------|---|--------------------|
| 4      | Rodzinne pakiety noclegowe, takie jak zakwaterowanie na weekend   | Frýdlant i okolice |
| 1      | Promocja w mediach społecznościowych  | Frýdlant i okolice |
| 1      | Więcej tablic informacyjnych dotyczących Ukrytych Klejnotów, ale także celów turystycznych w danej miejscowości.                            | Frýdlant i okolice |
| 4      | Ogólna broszura, ulotka informacyjna również dla odwiedzających/turystów, którzy nie mają dostępu do sieci społecznościowych lub Internetu. | Frýdlant i okolice |

\* Powiązanie z numerem z analizy SWOT, kolory porządkują działania w odniesieniu do słabych stron, szans itd.

#### 4.1.3 Miasto Raspenava

| Numer* | Opis  | Lokalizacja |
|--------|---|-------------|
| 2      | Poprawa poziomu poinformowania                                      | Raspenava   |
| 5      | Kroki w celu poprawy jakości personelu (szkolenia, samokształcenie) | Raspenava   |
| 1      | Oferta atrakcyjnych miejsc pracy                                    | Raspenava   |
| 2      | Wprowadzenie rozwiązań (system kamer)                               | Raspenava   |
| 3      | Pozyskiwanie funduszy (dotacje, projekty)                           | Raspenava   |

\* Powiązanie z numerem z analizy SWOT, kolory porządkują działania w odniesieniu do słabych stron, szans itd.

#### 4.1.4 Gmina Heřmanice

| Numer* | Opis | Lokalizacja |
|--------|------|-------------|
| x      | x    | x           |
|        |      |             |
|        |      |             |
|        |      |             |

\* Powiązanie z numerem z analizy SWOT, kolory porządkują działania w odniesieniu do słabych stron, szans itd.

#### 4.1.5 Gmina Dolní Řasnice

| Numer* | Opis   | Lokalizacja   |
|--------|--|---------------|
| 1      | Utworzenie obiektu noclegowego w budynku na boisku piłkarskim            | Dolní Řasnice |
| 3      | Realizacja budowy boiska wielofunkcyjnego na terenie boiska piłkarskiego | Dolní Řasnice |

\* Powiązanie z numerem z analizy SWOT, kolory porządkują działania w odniesieniu do słabych stron, szans itd.

#### 4.1.6 Gmina Horní Řasnice

| Numer* | Opis | Lokalizacja |
|--------|------|-------------|
| x      | x    | x           |
|        |      |             |
|        |      |             |

\* Powiązanie z numerem z analizy SWOT, kolory porządkują działania w odniesieniu do słabych stron, szans itd.



## 4.2 Propozycja działań – zaangażowana część województwa dolnośląskiego

Propozycje działań dla analizy SWOT dla województwa dolnośląskiego są podzielone zgodnie z propozycjami poszczególnych zaangażowanych partnerów i ich lokalizacji.

### 4.2.1 Powiat lubański

| Numer* | Popis   | Lokalizacja   |
|--------|---|---|
| 2      | 1. Zabezpieczenie środków finansowych w budżetach JST oraz pozyskiwanie środków zewnętrznych na modernizację infrastruktury drogowej.<br>2. Monitorowanie i dokonywanie remontów i modernizację dróg do ich zarządcy.   | obszar powiatu lubańskiego                          |
| 3      | 1. Aktywizacja społeczności lokalnej do podejmowania działań na rzecz promocji atrakcji turystycznych, uświadamiając im korzyści wynikające ze zwiększonej liczby turystów;<br>2. Utworzenie dodatkowych punktów informacji turystycznej z wyspecjalizowaną i doświadczoną kadrą. | obszar powiatu lubańskiego i powiatów sąsiadujących |
| 4      | 1. Upowszechnianie informacji w zakresie możliwości pozyskiwania środków finansowych na rozpoczęcie prowadzenia działalności gospodarczej.<br>2. Wprowadzenie, przez JST, ulg dla przedsiębiorców rozpoczynających prowadzenie działalności gospodarczej                          | obszar powiatu lubańskiego                          |
| 5      | Dofinansowanie lokalnych przewoźników   |   |
| 1, 2   | Ekologiczna edukacja społeczeństwa  |   |
| 3      | Ekologiczna edukacja społeczeństwa  |   |

\* Powiązanie z numerem z analizy SWOT, kolory porządkują działania w odniesieniu do słabych stron, szans itd.

### 4.2.2 Gmina Świerzawa

| Numer* | Opis   | Lokalizacja   |
|--------|--|---|
| 2      | Wykorzystywanie marki „Kraina Wygasłych Wulkanów” do promocji ciekawych miejsc, zwłaszcza tych związanych z geologią |   |
| 4      | Rozbudowa ścieżek typu singletrack oraz budowa rowerowych parków umiejętności i pumptracków                          | Różne lokalizacje w Gminie Świerzawa, Pielgrzymka, Wojcieszków, Złotoryja                     |
| 5      | Udostępnienie kolejnego atrakcyjnego punktu na obszarze Gminy  | Wieża widokowa w Podgórkach   |
| 9      | Realizacja transgranicznych projektów partnerskich i współpraca między miastami / gminami celem promocji             | m.in. projekt Odkryj Ukryte Klejnoty, projekty partnerskie Gminy Świerzawa i miasta Chrastava |
| 10     | Realizacja projektów międzynarodowych, dzięki którym przygotowane zostaną materiały promocyjne w językach obcych     | m.in. projekt Odkryj Ukryte Klejnoty, projekty partnerskie Gminy Świerzawa i miasta Chrastava |

\* Powiązanie z numerem z analizy SWOT, kolory porządkują działania w odniesieniu do słabych stron, szans itd.

### 4.2.3 Gmina Pielgrzymka

| Numer*  | Opis   | Lokalizacja   |
|---------|--|---|
| 1, 2, 4 | Wsparcie finansowane przedsiębiorców branżowych, które może pomóc przedsiębiorcom w rozwoju i rozbudowie swoich działalności. Narzędziem gminy na rzecz rozwoju przedsiębiorców jest polityka podatkowa dla osób rozpoczynających działalność, w praktyce oznacza to ulgi i zwolnienia podatkowe, czy fundusze inwestycyjne.   | Geopark Kraina Wygasłych Wulkanów                             |
| 4, 6    | Dobłą praktyką rozwoju przedsiębiorczości, którą należy wdrożyć jest współpraca i tworzenie sieci biznesowych, organizacja wspólnych spotkań, które umożliwiają przedsiębiorcom wymianę doświadczeń, nawiązywanie kontaktów biznesowych, realizację wspólnych projektów, bądź też po prostu poznanie zamierzeń władz wobec przedsiębiorców i planów inwestycyjnych na terenie ich działania.   |   |
| 3       | Chata pod Ostrzycą – domek z bali, który zostanie udostępniony przedsiębiorcy (za koszty utrzymania) na cele prowadzenia działalności związanej z promocją gminy, prowadzeniem Centrum Informacji Turystycznej.  | Proboszczów<br>Gmina Pielgrzymka<br>Współpraca transgraniczna |
| 5       | Promocja lokalnych inwestycji i możliwości rozwoju przedsiębiorczości w gminie to kolejne zadanie do wykonania w celu stworzenia przyjaznej biznesowi i mieszkańcom miejsca. Konieczne jest wspieranie kampanii promocyjnych, udział w targach, wystawach, forach, tworzenie informacyjnych materiałów promocyjnych, a także korzystanie z nowoczesnych narzędzi marketingowych online.  |   |
| 7       | Stwarzanie przez Gminę Pielgrzymka warunków do rozwoju turystyki i kultury w gminie oraz zabezpieczeniu trwałości dziedzictwa kulturowego. Ważne jest również zaangażowanie lokalnej społeczności, dialog z mieszkańcami i uwzględnianie ich opinii i potrzeb przy podejmowaniu decyzji dotyczących rozwoju turystyki i kultury.   | Gmina Pielgrzymka   |
| 4       |  |   |
| 1, 2    | Gmina stawia na rozwój inwestycji w turystykę – celem jest zainicjowanie aktywności sfery biznesu poprzez udostępnienie (odpłatne bądź nie) powstałej infrastruktury. Potwierdzeniem jest, że Gmina Pielgrzymka jako jedna z niewielu ma wyodrębniony co rocznie ponad dwustu tysięczny budżet na wydatki za zakresu turystyki. Ważne, żeby zachować tendencję wzrostową, rozwój infrastruktury turystycznej to klucz do rozwoju przedsiębiorczości w tym zakresie.<br><br>Dużą rolę w tym zakresie odgrywają organizacje pozarządowe, które współpracują z Gminą przy realizacji inwestycji z zakresu rozwoju niekomercyjnej infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej, opierając jej rozwój o występujące na terenie gminy zasoby.<br>Chodzi o wspólne inwestycje z programu LEADER.<br>Projekty współpracy gmin ościennych – Świerzawa, Złotoryja, Wojcieszów. | Gmina Pielgrzymka   |

|      |   |                                   |
|------|---|-----------------------------------|
| 6    | <p>Wzrost konkurencyjności gospodarstw rolnych oraz dochodów rolników w gminie to kolejny cel strategiczny. Polityka gminy w tym zakresie jest na etapie planowania i wymaga podjęcia działań. Wiedząc, że tworzenie lokalnych marek i promowanie produktów o wysokiej jakości może przyciągnąć klientów zainteresowanych lokalnymi, ekologicznymi i tradycyjnymi produktami, a także wpłynąć na rozwój turystyki wiejskiej (stanowiąc dodatkowe źródło dochodu) gmina Pielgrzymka planuje utworzenie inkubatora przedsiębiorczości z zakresu przetwarzania żywności i wytwarzania lokalnych produktów.</p>   | Gmina Pielgrzymka                 |
| 7    | <p>Dodatkowym krokiem wsparcia powinny być profesjonalne programy szkoleniowe i wsparcie doradcze dla rolników i producentów żywności: Organizacja szkoleń, warsztatów doradczych dla rolników w zakresie nowoczesnych metod uprawy, zarządzania gospodarstwem, marketingu i zarządzania finansami.</p>   |                                   |
| 4, 5 | <p>Gmina Pielgrzymka jak już wielokrotnie podkreślaliśmy jest gminą inwestującą w turystykę z dwóch powodów – brak innych możliwości rozwojowych oraz posiadanie walorów turystycznych i krajobrazowych terenu. Największy atut - na terenie gminy znajduje się najwyższy wygasły wulkan w Polsce – Ostrzyca. W ciepłe weekendy liczbę odwiedzających stożek liczyć można w setkach. Wraz z innymi gminami utworzony został na tym terenie Geopark Kraina Wygasłych Wulkanów, który jest Aspirującym Geoparkiem UNESCO. Oznacza to, że na tym terenie znajdują się unikalne w świecie stanowiska przyrodnicze, które mogą przyciągnąć uwagę turystów. Otrzymanie statusu Geoparku UNESCO zdecydowanie będzie niosło za sobą wzrost liczby turystów na naszym terenie – jest to duża szansa gmin. Systematyczny rozwój infrastruktury powoduje, że rozwój branży turystycznej na naszym terenie staje się bardziej realny.</p> | Geopark Kraina Wygasłych Wulkanów |
| 6    |   |                                   |

\* Powiązanie z numerem z analizy SWOT, kolory porządkują działania w odniesieniu do słabych stron, szans itd.

### 4.3 Propozycja wspólnych działań na rzecz rozwoju turystyki

Propozycja wspólnych działań na rzecz rozwoju turystyki w obszarze Ukrytych Klejnotów dotyczy obszarów objętych projektem po stronie czeskiej i polskiej. Wymienione poniżej działania opierają się na analizach SWOT i propozycjach rozwiązań partnerów projektu, jak również są efektem wspólnych warsztatów.

| Działanie   |
|---|
| Monitorowanie liczby odwiedzających / zbieranie danych  |
| Podnoszenie kwalifikacji pracowników branży turystycznej (zawodowych, językowych)   |
| Wzrost wynagrodzeń pracowników w turystyce (zwiększenie atrakcyjności oferowanych miejsc pracy, możliwość znalezienia bardziej wykwalifikowanych pracowników) |
| Większe zaangażowanie miejscowej ludności w rozwój turystyki poprzez usługi itd.  |
| Większe aktywne zaangażowanie jednostek samorządu terytorialnego w turystykę  |
| Działania promocyjne dla różnych grup docelowych - juniorów, rodzin z małymi dziećmi, seniorów, osób o ograniczonej sprawności ruchowej.                      |
| Rozwój nowoczesnych działań promocyjnych (np. współpraca z influencerami, tworzenie podcastów i inne).  |
| Zabezpieczenie finansowania rozwoju turystyki   |
| Wsparcie rozwoju turystyki zrównoważonej  |
| Informacje ogólne i uświadomienie potencjału rozwoju turystyki za pośrednictwem Ukrytych Klejnotów  |
| Rozwój lokalnych działań, produktów i usług (odróżnienie od pobliskich lokalizacji)   |
| Tworzenie i rozwój produktów transgranicznych - wspólne ścieżki tematyczne itp.   |
| Turystyka zrównoważona  |
| Wspieranie i rozwój turystyki kongresowej   |
| Rozwój usług towarzyszących - przedłużenie pobytu   |
| Rozszerzenie oferty aktywności poza sezonem   |
|   |
|   |
|   |

## 5 Okres programowania 2021+

W ramach nowego okresu programowania polsko-czeskie projekty dotyczące turystyki mogą korzystać z dofinansowania przede wszystkim w ramach programu transgranicznego Interreg Czechy-Polska 2021-2027<sup>15</sup>.

**Interreg**



**Współfinansowane  
przez Unię Europejską**

### **Czechy - Polska**

*Ilustracja 2 Logo nowego programu Interreg Czechy-Polska 2021-2027 (źródło: [www.cz-pl.eu](http://www.cz-pl.eu))*

Informacje dotyczące aktualnych naborów są regularnie zamieszczane na stronie internetowej programu <https://www.cz-pl.eu/>.

Program koncentruje się na następujących pięciu priorytetach, w ramach których ogłaszane są nabory wniosków:

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>Priorytet 1</b> | •Zintegrowany system ratownictwa i środowisko |
| <b>Priorytet 2</b> | •Turystyka                                    |
| <b>Priorytet 3</b> | •Ratownictwo                                  |
| <b>Priorytet 4</b> | •Współpraca instytucji i mieszkańców          |
| <b>Priorytet 5</b> | •Przedsiębiorczość                            |

W przypadku wniosków turystycznych najbardziej odpowiednie są nabory w ramach Priorytetu 2 - Turystyka. Istnieją jednak również inne możliwości uzyskania dofinansowania dla niektórych wspólnych projektów transgranicznych dotyczących rozwoju turystyki związanej z Ukrytymi Klejnotami. Określenie priorytetu, w którym należy złożyć projekt, zależy od treści i ukierunkowania projektu.

<sup>15</sup> Źródło: <https://www.cz-pl.eu/>

W ramach Priorytetu 2, według aktualnego Podręcznika wnioskodawcy, wspierane są następujące działania:<sup>16</sup>

1. Wsparcie przy tworzeniu nowych lub rozwój istniejących elementów turystyki (naprawa, rewitalizacja i/lub udostępnienie zabytków materialnych, wsparcie rozwoju muzeów i wystaw, rozwój sieci ścieżek rowerowych/tras rowerowych/single tracków, rozwój sieci szlaków wodnych, pieszych i jeździeckich itp., publiczna infrastruktura turystyczna, niematerialne dziedzictwo kulturowe).
2. Łączenie i tworzenie produktów turystycznych oraz ich promocja (tworzenie i realizacja wspólnych rozwiązań koncepcyjnych w zakresie rozwoju, promocji (z naciskiem na jej nowoczesne i zrównoważone formy) i wykorzystania dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, łączenie i rozwijanie już istniejących produktów turystycznych (np. stworzenie wspólnej marki) lub działania związane z tworzeniem nowych transgranicznych produktów).
3. Wsparcie działań towarzyszących związanych z rozwojem turystyki (monitorowanie liczby odwiedzin, szkolenia językowe i specjalistyczne szkolenia zawodowe pracowników w całym szeroko rozumianym sektorze turystycznym, wymienne staże pracowników w całym szeroko rozumianym sektorze turystycznym).

W ramach Priorytetu 2 należy wziąć pod uwagę, że w przypadku projektu koncentrującego się na zarządzaniu destynacją, po stronie czeskiej konieczne jest, aby był on wdrażany przez podmioty posiadające certyfikację lub te, które złożyły wniosek o certyfikację w momencie składania projektu i udowodniły to przed zawarciem aktu prawnego. Więcej informacji można znaleźć w rozdziale 3.2 sekcji "CzechTourism" i " Zarządzanie destynacjami" niniejszego dokumentu.<sup>17</sup>

Można również skorzystać z pozostałych priorytetów tego programu lub z Funduszu Małych Projektów. Pozostałe priorytety, z których można skorzystać w ramach tego programu, obejmują:

- Priorytet 4 – Współpraca instytucji i mieszkańców – w ramach tego priorytetu można realizować działania, które dotyczą wsparcia współpracy instytucji (tworzenie sieci współpracy instytucji, szkolenia językowe pracowników (język polski i czeski), współdzielenie dobrych praktyk, staże pracowników instytucji i ich jednostek budżetowych) oraz projekty typu „people to people” (rozwój współpracy i wspólnych projektów społecznych i kulturalnych, działania mające na celu pogłębienie wzajemnego poznania i zrozumienia, budowanie zaufania między społecznościami lokalnymi itp.).
- Priorytet 5 – Przedsiębiorczość – ten priorytet zajmuje się transgranicznymi usługami dla przedsiębiorców w celu zrównoważonego rozszerzenia działalności ich przedsiębiorstw za granicę (doradztwo, tworzenie sieci kontaktów, pomoc w wejściu na rynek innego kraju itp.) oraz transgranicznymi usługami dla przedsiębiorców w celu poprawy dostępu do innowacji i usług badawczych/badawczo-rozwojowych.

---

<sup>16</sup> Źródło: Podręcznik wnioskodawcy (<https://www.cz-pl.eu/pl/podrecznik-wnioskodawcy>)

<sup>17</sup> Źródło: <https://www.cz-pl.eu/pl/priorytet-2>, tekst dotyczący naboru

W ramach FUNDUSZU MAŁYCH PROJEKTÓW (w skrócie FMP) można ubiegać się o dofinansowanie mniejszych projektów, które mają wpływ transgraniczny, ale ich znaczenie jest bardziej lokalne. W momencie publikacji niniejszej strategii (wrzesień 2023 r.) ogłoszono nabory dla Priorytetu 2 i Priorytetu 4. Więcej informacji na temat Funduszu Małych Projektów można znaleźć na odpowiedniej stronie internetowej <https://www.cz-pl.eu/pl/fundusz-malych-projektow>.

Oprócz dotacji w ramach programu transgranicznego Interreg Czechy - Polska 2021-2027 można również skorzystać z innych programów dofinansowania. Dla wspólnego rozwoju czesko-polskiego obszaru przygranicznego, a zwłaszcza rozwoju turystyki w obszarze Ukrytych Klejnotów, wyżej wymieniony program transgraniczny jest najbardziej odpowiednim instrumentem pomocowym.

Inne programy dotacyjne, w ramach których można ubiegać się o dotacje na projekty turystyczne, to m.in:

- Interreg Czechy-Saksonia 2021-2027, więcej na <https://www.sn-cz2027.eu/cz>
- Interreg Polska-Saksonia 2021-2027, więcej informacji na stronie <https://de.plsn.eu/>
- Interreg Europa Środkowa, więcej informacji na stronie <https://www.interreg-central.eu/>
- Czechy: Zintegrowany Regionalny Program Operacyjny (ZPORR) - w szczególności cel szczegółowy Dziedzictwo kulturowe i turystyka, więcej informacji na stronie <https://irop.mmr.cz/cs/irop-2021-2027>
- Polska: Zintegrowane Inwestycje Terytorialne
- Polska: Fundusze marszałkowskie dla turystyki
- Polska: Dotacje dla Lokalnych Grup Działania - Program Rozwoju Obszarów Wiejskich, Rozwój Lokalny Kierowany przez Społeczność

## 6 Streszczenie menedżerskie

W obu krajach istnieją rozwiązania systemowe promujące turystykę na ich terytoriach. Brakuje skutecznych i systemowych powiązań w kontekście transgranicznym. Wszystkie działania promocyjne ukierunkowane są głównie na znane atrakcje turystyczne. Chociaż oba regiony mają w swoich dokumentach rozwojowych zapisy dotyczące potrzeby zminimalizowania zjawiska nadmiernej turystyki, w praktyce ten coraz bardziej palący problem nie jest wystarczająco rozwiązany.

Projekt Odkryj Ukryte Klejnoty w znaczący sposób odnosi się do tego problemu w skali transgranicznej. Ten wyjątkowy projekt powinien być jednak postrzegany jako pilotażowy (został wdrożony pod sam koniec okresu programowania 2014+ przy bardzo ograniczonych kosztach). Kontynuacja projektu (Odkryj Ukryte Klejnoty II) umożliwi przeprowadzenie niezbędnej promocji portalu internetowego i marki, znacznie rozszerzając obszar oddziaływania i uświadamiając wszystkim użytkownikom systemu, a w konsekwencji wszystkim podmiotom działającym w turystyce, praktyczne znaczenie i wagę akceptacji zasad zrównoważonego rozwoju w szerszym znaczeniu. Aby osiągnąć te niełatwe cele, potrzebna jest przynajmniej niezbędne zaplecze infrastrukturalne.

Ważne jest, aby sąsiadujące ze sobą transgraniczne ośrodki turystyczne nie konkurowały ze sobą, ale współpracowały i przyciągały turystów na wspólne terytorium nawet z odległych terenów, zwłaszcza z dużych aglomeracji. Trójstyk czesko-polsko-niemiecki powinien być postrzegany jako wielki potencjał w dziedzinie turystyki ukrytych klejnotów.



## 7 Podziękowanie

Na zakończenie chcielibyśmy podziękować wszystkim partnerom projektu i ich pracownikom, którzy przyczynili się do pomyślnej realizacji projektu. Bez ich pasji do turystyki a zwłaszcza Ukrytych Klejnotów, nie udałoby nam się pomyślnie zakończyć projektu.

Bardzo dziękujemy za inspirującą współpracę. Mamy nadzieję, że projekt Odkryj Ukryte Klejnoty zostanie wykorzystany w przyszłych działaniach, a wyniki tego projektu pomogą w rozwoju turystyki w Państwa regionie.

*Zespół partnera wiodącego*

## 8 Zestawienie pojęć i skrótów

### Zestawienie pojęć:

| Pojęcie                | Definicja   |
|------------------------|---|
| Zarządzanie destynacją | Narzędzia, techniki i środki stosowane przy planowaniu, koordynacji, wdrażaniu i regulacji turystyki w danym regionie (destynacji).                           |
| Analiza SWOT           | Metoda identyfikacji obecnej sytuacji (w tym dokumencie w dziedzinie turystyki - Ukrytych Klejnotów). Identyfikuje mocne i słabe strony, szanse i zagrożenia. |

### Zestawienie skrótów:

| Skrót       | Definicja   |
|-------------|---|
| CZ          | Czechy  |
| PL          | Polska  |
| OHK Liberec | Okresní hospodářská komora Liberec (Powiatowa Izba Gospodarcza Liberec) |
| FMP         | Fundusz małych projektów  |
| RPO         | Regionalny Program Operacyjny   |
| DOT         | Dolnośląska Organizacja Turystyczna                                     |
| POT         | Polska Organizacja Turystyczna  |
| ROT         | Regionalna organizacja turystyczna (Polska)                             |
| LOT         | Lokalna organizacja turystyczna (Polska)                                |
| KL          | Kraj liberecki  |
| DMO         | Organizacja zarządzające destynacją                                     |