

# Polityka Rozwoju Turystyki Województwa Śląskiego 2030



Zielone  
Śląskie.



## **Polityka Rozwoju Turystyki Województwa Śląskiego 2030**

Realizacja prac na zlecenie:



Województwo  
Śląskie

Zarząd Województwa Śląskiego:  
Departament Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego

Współpraca:  
Centrum Rozwoju Regionalnego Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej

Katowice, październik 2022 rok



# SPIS TREŚCI

---

WSTĘP .....	7
ZAŁOŻENIA .....	8
Kluczowe wnioski z diagnozy strategicznej.....	12
Uwarunkowania rozwoju sektora turystyki .....	37
Sektor turystyki jako element rozwoju i transformacji regionu .....	41
Turystyka w rozwoju lokalnym województwa śląskiego .....	46
Terytorialny wymiar podejmowanych działań – Marki terytorialne województwa śląskiego.....	48
Wizja turystyki w województwie śląskim.....	60
Cele strategiczne i cele operacyjne rozwoju turystyki w województwie śląskim.....	66
Główne kierunki na rzecz realizacji celów operacyjnych oraz związane z nimi podstawowe typy działań .....	69
Analiza SWOT.....	86
Kryteria wyboru innych istotnych projektów .....	91
System wdrażania .....	92
Ramy finansowe.....	94
System monitoringu i ewaluacji.....	98



ŚLĄSK CIESZYŃSKI. Rotunda w Cieszynie, fot. T Renk



# WSTĘP

---

Województwo śląskie jest regionem posiadającym wszelkie atuty dla rozwoju turystyki. Jest to region dużego zróżnicowania kulturowego widocznego w lokalnych tradycjach, gwarach, historii, sztuce, architekturze, rzemiośle czy kulinariach. To obszar wysokiej bioróżnorodności i urozmaiconego krajobrazu, często unikatowego, niemającego swojego odpowiednika w żadnym innym regionie w kraju. Województwo śląskie to także obszar, w którym turystyka to sektor gospodarki i istotny element procesu jej transformacji. Samorzady terytorialne w województwie przykładają dużą wagę do rozwoju usług czasu wolnego, także takich, które wspierają tworzenie oferty turystycznej.

W strategiach i politykach lokalnych widoczne jest dążenie do rozwoju infrastruktury turystycznej, ochrony, ale także eksponowania dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego, kreowania usług kulturalnych i rekreacyjnych. Turystyka jest postrzegana jako branża mogąca istotnie wpływać na rynek pracy i rozwój przedsiębiorczości. Jest to także dziedzina silnie wiążąca się z procesami rewitalizacji i transformacji oraz przekształceniami obszarów wiejskich, a także wzbogacaniem wizerunku regionu.

Co więcej, województwo śląskie cechują bardzo dobre wewnętrzne i zewnętrzne połączenia transportowe umożliwiające łatwe dotarcie do atrakcji turystycznych zarówno przez turystów krajowych, jak i zagranicznych. Ostatnie lata to także dynamiczny rozwój różnego rodzaju tras turystycznych pozwalających na rozwój transportu zrównoważonego (trasy rowerowe, wodne, konne etc.), a szczególnie ograniczanie indywidualnego ruchu samochodowego.

Należy także podkreślić, że województwo śląskie – jako obszar o dużym zaludnieniu i dużej liczbie podmiotów gospodarczych – samo tworzy znaczący popyt na usługi turystyczne, który może być zaspokajany w ośrodkach turystycznych w regionie.

Rozwój turystyki to proces wielowymiarowy wymagający współpracy podmiotów z różnych sektorów. Województwo śląskie jest również otwarte na współpracę i tworzenie komplementarnej oferty turystycznej z sąsiednimi regionami, w tym także w układzie transgranicznym, co pozwoli na uzyskanie wspólnych korzyści i stworzenie marek i produktów turystycznych o wysokiej konkurencyjności krajowej i międzynarodowej.

# ZAŁOŻENIA

---

Polityka rozwoju turystyki województwa śląskiego do 2030 to jeden z dokumentów samorządu województwa śląskiego operacjonalizujących uchwaloną w październiku 2020 roku Strategię Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2030” – Zielone Śląskie.

W polityce regionu turystyka zajmuje szczególne miejsce. Z jednej strony jest ona traktowana jako istotny sektor gospodarki, z drugiej jest postrzegana jako element procesu transformacji regionu.

W województwie śląskim istnieją już silne i przyciągające turystów produkty i oferta turystyczna oparta na zasobach przyrodniczych, kulturowych, istniejącej infrastrukturze czy renomie i rozpoznawalności organizowanych tu wydarzeń.

Należy podkreślić, że województwo śląskie to region zróżnicowany i bogaty w różnego rodzaju zasoby i potencjały powodujące, że istniejąca i rozwijana oferta turystyczna jest niezwykle atrakcyjna i wielokierunkowa. Oferta ta obejmuje wszystkie obszary turystyki: od turystyki aktywnej, rodzinnej, specjalistycznej, uzdrowskiej, kulturowej, przyrodniczej po edukacyjną, kongresową i organizację wielkich wydarzeń. Jest to oferta zarówno krótko-, jak i długoterminowa skierowana zarówno do mieszkańców województwa śląskiego, jak i innych województw oraz turystów zagranicznych.

To bogactwo zróżnicowania potencjałów stanowiących fundament tworzenia atrakcyjnej oferty turystycznej pozwala na rozwój i wzmacnianie produktów oraz marek terytorialnych regionu.

Niniejszy dokument, określający cele i kierunki rozwoju turystyki w województwie, pełni funkcje:

- diagnostyczną, w zakresie kluczowych ram rozwoju tego sektora,
- wizerunkową i komunikacyjno-informacyjną – wpływając na poprawę postrzegania regionu oraz wzmacniając promocję marek terytorialnych, produktów oraz oferty turystycznej
- edukacyjną – zwiększając świadomość mieszkańców i turystów zewnętrznych
- integracyjną uczestników systemu turystyki i wzmacniającą współpracę wewnątrz sektora oraz współpracę międzysektorową





- koordynacyjną w zakresie kreowania nowych produktów i oferty turystycznej
- monitorująco-ewaluującą pozwalającą na obserwowanie zmian i uwarunkowań realizacyjnych i dostosowywanie do nich narzędzi wdrożeniowych w postaci nowych projektów

## **Kluczowymi założeniami, jakie przyjęto przygotowując dokument, było:**

1. kształtowanie relacji pomiędzy rozwojem turystyki a rozwojem społeczno-ekonomicznym regionu
2. kreowanie wielopodmiotowego układu wdrażania oraz rozwijanie turystyki w oparciu o komplementarność aktywności, a także potencjałów, którymi dysponują podmioty reprezentujące różne sektory
3. zapewnienie elastyczności implementacji, a co za tym idzie adekwatności treści polityki do zmieniających się uwarunkowań
4. respektowanie zasad rozwoju zrównoważonego w wymiarze przyrodniczym, przestrzennym, kulturowym i społecznym

Realizacja pierwszego z założeń odnosi się do szerokiego traktowania turystyki i celów jej rozwoju, wykraczającego poza skupianie się na aspektach rynkowych, zmierzającego do określenia pozycji turystyki zarówno w rozwoju gospodarczym, jak i społecznym regionu. W tym kontekście Polityka zorientowana jest na osiągnięcie takich efektów jak:

- zrównoważone wykorzystywanie nieuaktywnionych lub niewłaściwie użytkowanych potencjałów, zwłaszcza zaś potencjału ludzkiego, kulturowego i środowiskowego
- wzmacnianie przez turystykę kapitału społecznego, kreowanie lokalnych liderów, rozwijanie korzystnych postaw i wartości
- tworzenie za pomocą turystyki nowych szans dla obszarów o słabszym tempie rozwoju i zwiększanie spójności społecznej i gospodarczej regionu
- eksponowanie i zachowywanie dzięki turystyce cennych wartości kulturowych i przyrodniczych
- stymulowanie przedsiębiorczości oraz zachowań innowacyjnych związanych z twórczym postrzeganiem otoczenia, umiejętnością kreowania nowych produktów i usług oraz zdolnością do ich stałego doskonalenia

- kształtowanie pozytywnego wizerunku regionu przekładającego się na wzrost atrakcyjności społecznej i inwestycyjnej

Realizacja pierwszej grupy założeń została zawarta w wizji opisującej pozycję turystyki w rozwoju społeczno-gospodarczym regionu.

Druga grupa założeń, związana z tworzeniem wielopodmiotowego układu wdrażania Polityki, znalazła swoje odzwierciedlenie przede wszystkim w partnerskim trybie formułowania Polityki i ramach jej realizacji. Warsztaty oraz inne narzędzia partycypacyjne wykorzystane w trakcie wypracowywania dokumentu przyczyniły się do uzgodnienia stanowisk w najważniejszych kwestiach lub wyjaśnienia różnicy stanowisk. Zarówno treść dokumentu, jak też procedura jego wdrażania zmierzają do rozwijania turystyki w oparciu o łączenie aktywności wielu podmiotów i potencjałów będących w ich dyspozycji.

Założenie to pociąga za sobą konsekwencje związane z konstrukcją dokumentu. Równie ważne jak zapisy dotyczące celów i działań strategicznych są części opisujące procedury partnerskiego wdrażania polityki i jej ewaluacji.

Istotnym założeniem metodycznym jest również przyjęcie, że Polityka ma być dynamicznie dostosowywana do zmieniających się uwarunkowań poprzez elastyczność systemu wdrażania. Oznacza to, że dokument należy traktować jako otwarcie procesu strategicznego i wejście na ścieżkę systemowego zarządzania rozwojem turystyki w perspektywie roku 2030. Takie założenie nakłada na podmioty wdrażające obowiązek prowadzenia systematycznego monitoringu i okresowej ewaluacji.

Ostatnie z kluczowych założeń dotyczy rozwoju zrównoważonego. Turystyka może pozytywnie wpływać na zachowywanie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego zarówno w skali lokalnej, jak i regionalnej, budując jego wartość w oczach mieszkańców i odwiedzających. Kreowanie atrakcji turystycznych to w dużej mierze umiejętność wyeksponowania specyfiki miejsca, a więc ponownego odkrywania i interpretowania walorów, które dla mieszkańców są czymś codziennym i pospolitym. Jednocześnie należy pamiętać, że rozwój turystyki może prowadzić również do negatywnych zjawisk prowadzących do degradacji, a nawet utraty nieodnawialnych wartości i zasobów. Wśród takich niebezpieczeństw można wskazać:

- antropopresję na środowisko przyrodnicze
- degradację przestrzeni przez niekontrolowaną realizację inwestycji turystycznych, zwłaszcza wielkoskalowych



- zmiany krajobrazu kulturowego, w tym wynikające ze zmiany użytkowania przestrzeni
- wzrost natężenia ruchu samochodowego oraz obciążenia infrastruktury technicznej
- komercjalizację dziedzictwa kulturowego, które traci swój autentyzm i jest podporządkowywane kryteriom rynkowym
- rozbitcie więzi społecznych będące wynikiem powstających nierównowag ekonomicznych oraz zmiany modelu funkcjonowania społeczności lokalnych
- spadek poczucia bezpieczeństwa na obszarach o zwiększonym ruchu turystycznym
- podnoszenie wartości nieruchomości i zmiany na rynku mieszkaniowym prowadzące do podniesienia kosztów funkcjonowania mieszkańców

Z tego też względu istotne jest odpowiedzialne podejście do projektowania rozwiązań wdrożeniowych, które oparte powinny być na zasadach zrównoważonego rozwoju, a skala rozwiązań winna być dostosowana do chłonności i pojemności miejsca.

W Polityce znalazły się również zapisy dotyczące kształtowania funkcji turystycznych w odniesieniu do uwarunkowań międzynarodowych. Wynika to z faktu, że oferta turystyczna regionu, biorąc pod uwagę jej charakter i atrakcyjność, powinna być adresowana zarówno na rynki regionalne i krajowe, jak również międzynarodowe.

Prace nad przygotowaniem Polityki, podobnie jak nad innymi dokumentami samorządu województwa wyznaczającymi kierunki działań do roku 2030, oparto na szerokiej diagnozie i współpracy z partnerami, co pozwoliło na sformułowanie elementów strategicznych, w tym wizji rozwoju turystyki, celów i systemu wdrażania, spójnych z zapisami Strategii Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2030” – Zielone Śląskie.

## Rysunek 1 Logika prac



Źródło: Opracowanie własne

# Kluczowe wnioski z diagnozy strategicznej

---

## Źródła informacji dla diagnozy strategicznej

Szeroką diagnozę strategiczną oparto na analizie dostępnych danych ilościowych oraz badań jakościowych. Do kluczowych źródeł informacji wykorzystanych w celu przeprowadzenia diagnozy zaliczyć należy:

- Główny Urząd Statystyczny, w szczególności Bank Danych Lokalnych



- zbiory informacyjne instytucji publicznych, w tym samorządu województwa śląskiego, GUGiK, Systemu Informacji Oświatowej, Krajowej Administracji Skarbowej w Katowicach
- OpenStreetMap
- portal polskiemarkiturystyczne.gov.pl
- raporty udostępniane przez Polską Organizację Turystyczną oraz Śląską Organizację Turystyczną

W toku prac dokonano również analizy danych i informacji zawartych w Strategii Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2030” – Zielone Śląskie i innych dokumentach regionalnych, krajowych i europejskich oraz przygotowywanych na potrzeby opracowania tych dokumentów badań i diagnoz.

Uzupełnieniem danych ilościowych są również wyniki procesu partycypacyjnego, przeprowadzanego w toku przygotowania niniejszego dokumentu, obejmującego wnioski z:

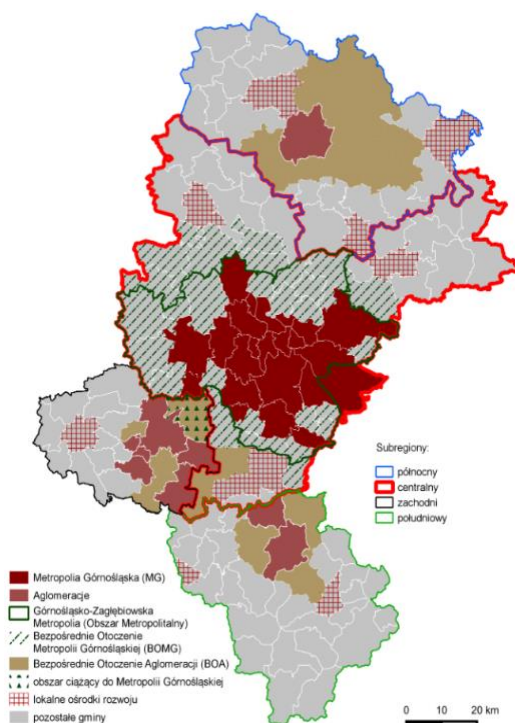
- badań ankietowych wśród mieszkańców województwa śląskiego
- badań ankietowych i wywiadów pogłębionych wśród przedsiębiorców sektora turystyki
- badań ankietowych wśród jednostek samorządu terytorialnego w województwie śląskim
- warsztatów i dyskusji panelowych z przedstawicielami samorządów i środowisk branżowych

W dokumencie zawarto kluczowe elementy diagnostyczne istotne w kontekście zagadnienia rozwoju sektora turystyki.

## Korzystne położenie i powiązania funkcjonalne

Województwo śląskie położone jest na południu kraju, graniczy z województwami małopolskim i świętokrzyskim na wschodzie, z województwem łódzkim na północy oraz z województwem opolskim na zachodzie, a od południa graniczący z Republiką Czeską i Republiką Słowacką. Na obszarze województwa śląskiego znajduje się 19 powiatów grodzkich – miast na prawach powiatu i 17 powiatów ziemskich oraz 167 gmin, z czego 49 to gminy miejskie, 22 gminy miejsko-wiejskie i 96 gmin wiejskich. Obszar województwa obejmuje 12 333 km<sup>2</sup>, co stanowi około 4% powierzchni kraju. Region charakteryzuje się specyficznym, policentrycznym układem osadniczym i jest najbardziej zurbanizowanym obszarem w kraju. W 2020 roku wskaźnik urbanizacji w województwie śląskim wyniósł 76,45%, natomiast w kraju wyniósł on przeciętnie 58,86%.

### Rysunek 2 Subregiony województwa i ich ośrodki centralne



Źródło: Strategia Województwa Śląskiego „Śląskie 2030” – Zielone Śląskie



W centralnej części województwa znajduje się Metropolia Górnośląska będąca rdzeniem obszaru metropolitalnego o znaczeniu i funkcjach europejskich. W wymiarze organizacyjnym funkcjonuje tu Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia (GZM) skupiająca 41 jednostek samorządu terytorialnego, która odpowiedzialna jest za formułowanie i realizację wspólnej polityki rozwojowej tego obszaru.

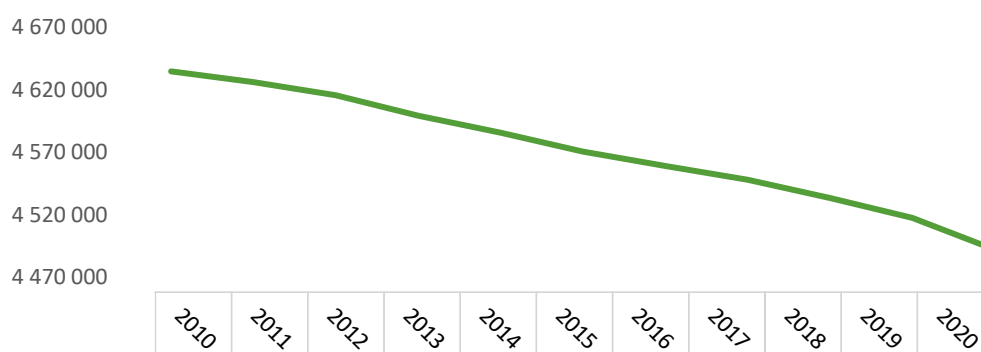
Na północy regionu znajduje się Aglomeracja Częstochowska, na zachodzie Aglomeracja Rybnicka oraz na południu Aglomeracja Bielska, które z GZM stanowią silny sieciowy układ metropolitalny. Dodatkowo województwo śląskie podzielone jest na cztery obszary funkcjonalne, zorganizowane wokół Metropolii i aglomeracji tzw. subregiony: północny, południowy, centralny oraz zachodni.

## Region o znacznym potencjale ludnościowym

Liczba ludności w województwie śląskim w 2020 roku wyniosła 4 492,3 tys. osób, co stanowiło 11,7% ludności kraju. Była to druga wartość w kraju za województwem mazowieckim, które zamieszkiwało 5 425,0 tys. osób.

Województwo śląskie charakteryzuje się najwyższą gęstością zaludnienia na 1 km<sup>2</sup> w kraju. W 2020 roku wyniosła ona 364 osoby na km<sup>2</sup> i była ona zdecydowanie wyższa niż średnia krajowa, która wyniosła 122 osoby na km<sup>2</sup>. Pod tym względem region jest jednak silnie zróżnicowany. Wśród powiatów województwa śląskiego najwyższą wartość wskaźnika gęstości zaludnienia charakteryzowały się miasta: Świętochłowice 3 690 osób/km<sup>2</sup> i Chorzów 3 214 osób/km<sup>2</sup>, a najniższą powiat częstochowski 88 osób/km<sup>2</sup>, lubliniecki 93 osoby/km<sup>2</sup> i kłobucki 95 osób/km<sup>2</sup>.

**Rysunek 3 Stan ludności w województwie śląskim w latach 2010-2020**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

## **Niekorzystne tendencje demograficzne – depopulacja, migracje, starzenie się społeczeństwa**

Województwo śląskie to obszar o bardzo dużej liczbie mieszkańców, a jednocześnie nasilają się tu niekorzystne zjawiska demograficzne.

Liczba ludności w regionie systematycznie spada. W okresie 2010-2020 zmalała ona o 142,6 tys. osób, co jest najwyższym zarejestrowanym spadkiem liczby mieszkańców w województwach w kraju. W powiatach województwa śląskiego, w tym okresie, największy ubytek ludności odnotowały: Katowice -20,9 tys. osób, Częstochowa -19,7 tys. osób i Sosnowiec -19,4 tys. osób. Jednocześnie w regionie są obszary, najczęściej poza dużymi ośrodkami miejskimi, cechujące się przyrostem liczby mieszkańców. Największy wzrost w latach 2010-2020 odnotowano w powiecie bieruńskim 9,3 tys. osób i mikołowskim 5,1 tys. osób.

W województwie śląskim stale pogarsza się również struktura wiekowa społeczności. Następuje tu proces starzenia się społeczeństwa – systematycznie maleje udział liczby osób w wieku produkcyjnym i przedprodukcyjnym w ogólnej liczbie ludności, jednocześnie przybywa osób w wieku poprodukcyjnym. Zgodnie z prognozami GUS do 2050 roku liczba



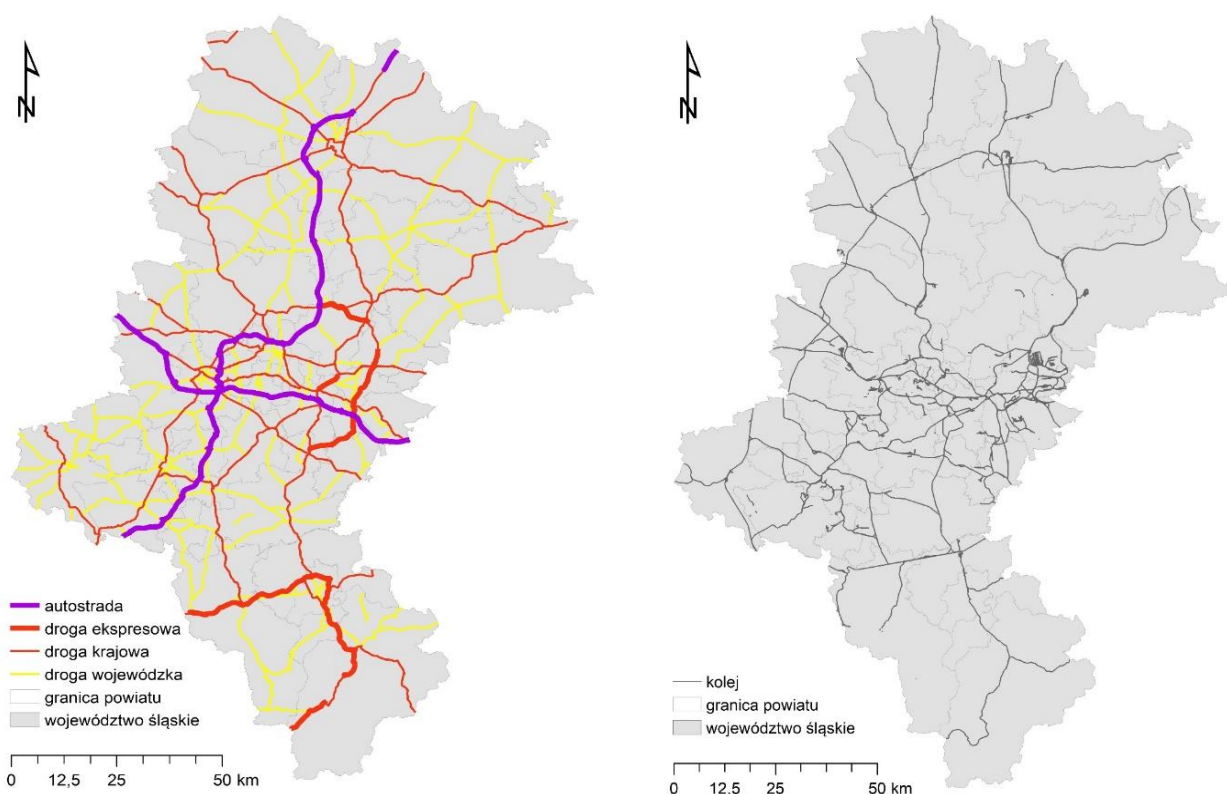


mieszkańców w województwie śląskim względem roku 2020 zmniejszy się o kolejne 18,4%, czyli o ponad 850 tys. osób. Wielkość ta analizowana w wartościach bezwzględnych jest najwyższa w kraju.

## Ważny węzeł transportowy w systemie transportu krajowego i europejskiego

Województwo śląskie jest bardzo dobrze skomunikowane siecią drogową oraz siecią kolejową. Ponadto w regionie działa dynamicznie rozwijający się Międzynarodowy Port Lotniczy „Katowice” w Pyrzowicach, a w zachodniej części województwa funkcjonuje Kanał Gliwicki, który kończy się w basenie portowym Portu Gliwice.

Rysunek 4 Sieć drogową i kolejową w województwie śląskim



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych OpenStreetMap i GUGiK

Województwo śląskie charakteryzuje się dużą gęstością sieci drogowej. W regionie jest 29,51 km dróg ekspresowych i autostrad na 100 km<sup>2</sup>. To największa gęstość sieci tego typu dróg w kraju. Sieć dróg publicznych na 100 km<sup>2</sup> w województwie śląskim w 2020 roku wyniosła 206,7 km i była to druga wartość w kraju za województwem małopolskim, gdzie odnotowano 206,8 km/100 km<sup>2</sup>. Region jest również dobrze skomunikowany kolejowo. Długość linii kolejowej na 100 km<sup>2</sup> w 2020 roku w województwie śląskim wyniosła 15,5 km i była to najwyższa wartość w kraju.

Specyficzny układ osadniczy i wysoki poziom urbanizacji regionu powoduje, że istotnym elementem systemu transportowego jest komunikacja publiczna. Liczba osób korzystająca z przewozów pasażerskich w 2020 roku w województwie śląskim wyniosła 203,6 mln osób. Była to trzecia wartość w kraju za województwami mazowieckim i małopolskim, które wykazały odpowiednio 567,3 mln osób i 244,3 mln osób.

Istotnym czynnikiem dostępności transportowej, w tym z punktu widzenia generowania ruchu turystycznego, jest funkcjonowanie Międzynarodowego Portu Lotniczego Katowice w Pyrzowicach. Ruch pasażerski w transporcie lotniczym w 2020 roku w województwie śląskim wyniósł 1 444,82 tys. osób, co stanowi 9,9% ruchu pasażerskiego w kraju.

## **Edukacja i kształcenie dla rozwoju turystyki**

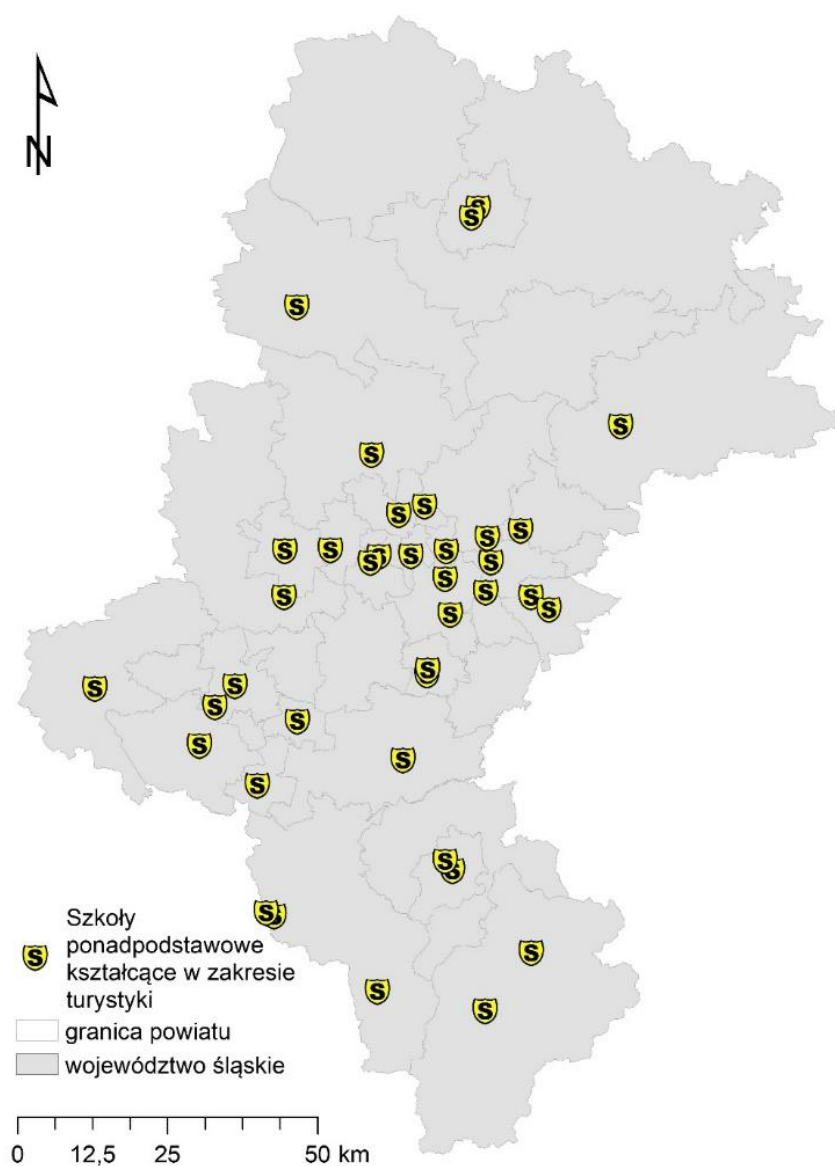
Dla rozwoju każdego sektora niezbędnym czynnikiem i potencjałem są wykwalifikowane kadry. W województwie śląskim<sup>1</sup> w 2020 roku funkcjonowało 9939 szkół branżowych I i II stopnia, liceów ogólnokształcących oraz techników. Wśród tych placówek edukacyjnych 40 kształciło w zakresie turystyki w zawodach: technik obsługi turystycznej, technik turystyki na obszarach wiejskich oraz technik turystyki wiejskiej. Wszystkie z tych szkół to technika, a większość z nich znajdowało się w centralnej oraz południowej części województwa. W północnej części znajdowały się 4 tego typu placówki, z czego dwie w Częstochowie. W ujęciu powiatowym szkoły kształcące w zakresie turystyki funkcjonowały w 28 powiatach (w 10 powiatach ziemskich i 18 miastach na prawach powiatu), z czego najwięcej działało

---

1 <https://rspo.gov.pl/>

w powiecie cieszyńskim – 3 szkoły. Większość z tego typu placówek posiadała status szkoły publicznej – 34 szkoły, a niepublicznej – 6 szkół.

**Rysunek 5 Rozmieszczenie szkół ponadpodstawowych kształcących w zakresie turystyki w województwie śląskim**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie <https://rspo.gov.pl>

W województwie śląskim pięć uczelni wyższych oferuje kształcenie na kierunkach związanych z turystyką i rekreacją. Są to studia na pierwszym oraz drugim stopniu kształcenia, zarówno na profilu praktycznym, jak i ogólnoakademickim.

**Tabela 1 Uczelnie wyższe kształcące na kierunkach związanych z turystyką w województwem śląskim**

Instytucja prowadząca	Rodzaj	Poziom	Profil
Akademia Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki w Katowicach	turystyka i rekreacja	pierwszego stopnia	praktyczny
Akademia Wychowania Fizycznego im. Jerzego Kukuczki w Katowicach	turystyka i rekreacja	drugiego stopnia	praktyczny
Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy im. Jana Długosza w Częstochowie	turystyka i rekreacja	pierwszego stopnia	praktyczny
Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy im. Jana Długosza w Częstochowie	turystyka i rekreacja	drugiego stopnia	praktyczny
Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu; Wydział Zamiejscowy w Chorzowie	turystyka i rekreacja	pierwszego stopnia	praktyczny
Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfańskiego w Katowicach	turystyka i rekreacja	pierwszego stopnia	ogólnoakademicki
Górnośląska Wyższa Szkoła Handlowa im. Wojciecha Korfańskiego w Katowicach	turystyka i rekreacja	drugiego stopnia	ogólnoakademicki
Politechnika Częstochowska	turystyka i rekreacja	pierwszego stopnia	ogólnoakademicki
Uniwersytet Humanistyczno-Przyrodniczy im. Jana Długosza w Częstochowie	turystyka i rekreacja	pierwszego stopnia	ogólnoakademicki
Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Raciborzu	turystyka i rekreacja	pierwszego stopnia	praktyczny
Uniwersytet Śląski w Katowicach	Turystyka historyczna	pierwszego stopnia	ogólnoakademicki
Uniwersytet Śląski w Katowicach	Turystyka	drugiego stopnia	ogólnoakademicki

Źródło: Opracowanie własne.



## Turystyka w gospodarce

W województwie śląskim liczba podmiotów gospodarki narodowej w 2020 roku wyniosła 494,3 tys. podmioty, z czego 15,1 tys. podmiotów należało do sekcji I związanej z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi, a 9,2 tys. podmiotów należało do sekcji R związanej z kulturą, rozrywką i rekreacją. W odniesieniu do 2010 roku liczba podmiotów ogółem zwiększyła się o 42,4 tys. podmiotów, a w sekcji I oraz w sekcji R zwiększyła się odpowiednio o 72 i 1 260 podmiotów. Liczba podmiotów gospodarczych ogółem w województwie śląskim była drugą wartością w kraju za województwem mazowieckim, w którym działały 887,3 tys. podmioty, z czego 23,9 tys. podmiotów należało do sekcji I, a 15,3 tys. należało do sekcji R.

W województwie śląskim najwięcej podmiotów w sekcji I związanej z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi w 2020 roku działało w Katowicach i powiecie cieszyńskim: odpowiednio 1,4 tys. 1 231 podmiotów, a najmniej w Świętochłowicach i Piekarach Śląskich: odpowiednio 137 i 120 podmiotów. W odniesieniu do 2010 roku, w ujęciu powiatowym, największy wzrost liczny podmiotów w sekcji I odnotowano w Katowicach – o 129 podmiotów i powiecie bielskim – o 110 podmiotów. Spadek liczby podmiotów działających w obszarze zakwaterowania i usług gastronomicznych odnotowano w Chorzowie -69 podmiotów i Sosnowcu -92.

Największa liczba podmiotów działających w sekcji R, tj. związanej z kulturą, rozrywką i rekreacją, funkcjonowało w Katowicach – 910 podmiotów, a najmniejsza w Piekarach Śląskich (99 podmiotów) i Świętochłowicach (71 podmiotów). W stosunku do 2010 roku największy wzrost liczby podmiotów działających w obszarze kultury, rozrywki i rekreacji odnotowały Katowice, tj. wzrost liczby o 147 podmiotów. Natomiast spadek liczby podmiotów w tej sekcji odnotowały tylko Mysłowice (-3 podmioty) oraz Sosnowiec (-8 podmiotów).

W województwie śląskim liczba osób fizycznych ogółem prowadzących działalność w 2020 roku wyniosła 355,9 tys. osób, z czego w sekcji I związanej z zakwaterowaniem i usługami działalność prowadziło 10 859 osób, a w sekcji R związanej z kulturą, rozrywką i rekreacją 4,5 tys. osób.

Elementem diagnozy była również ocena postaw i planów przedsiębiorców działających w sektorze turystyki<sup>2</sup>. W oparciu o przeprowadzone badanie ankietowe, pogłębione wywiadami bezpośrednimi, stwierdzić można, że:

- przedsiębiorcy z branży turystycznej oceniają województwo jako region o bardzo wysokiej atrakcyjności turystycznej wynikającej z wielu urozmaiconych atrakcji przekształconych w spójną ofertę turystyczną
- pomimo problemów i ograniczeń wynikających z pandemii przedsiębiorcy bardzo dobrze lub dobrze oceniają perspektywy dalszego rozwoju sektora (74%)
- do kluczowych atrakcji przyciągających turystów krajowych zalicza się ofertę spędzania wolnego czasu w miastach, związaną z kulturą i rozrywką, zabytkami przemysłowymi oraz parki rozrywki i agroturystykę
- do kluczowych atrakcji przyciągających turystów zagranicznych zalicza się ofertę związaną z atrakcjami przyrodniczymi, markowymi wydarzeniami kulturalnymi, sportowymi i biznesowymi oraz atrakcyjnymi zabytkami
- do działań, jakie należy podjąć dla podniesienia atrakcyjności oferty turystycznej województwa śląskiego, zalicza się: dalszy rozwój infrastruktury łączącej i siecującej obiekty turystyczne, w tym: drogi rowerowe, trasy turystyczne, stworzenie zintegrowanego systemu rezerwacji turystycznej w regionie, rozwijanie kompetencji i umiejętności przedsiębiorców i pracowników w branży turystycznej.

## Aktywność zawodowa

Województwo śląskie charakteryzuje się niską aktywnością ekonomiczną mieszkańców. Współczynnik aktywności zawodowej w województwie śląskim od lat jest jednym z najniższych wartości w kraju. W 2020 r. wskaźnik ten kształtował się na poziomie 53,3% i był najmniej korzystnym wynikiem w relacji do pozostałych województw. Na niższym

---

<sup>2</sup> W badaniu własnym wzięło udział 51 przedsiębiorców z sektora turystycznego. Dokonano losowego doboru próby pod względem lokalizacji w subregionach województwa śląskiego. W badaniu zdefiniowano *Przedsiębiorstwo turystyczne, jako jednostkę organizacyjną prowadzącą działalność gospodarczą, polegającą na odpłatnym świadczeniu usług uczestnikom różnych typów i rodzajów turystyki tworzoną w celu osiągnięcia efektów ekonomicznych przez świadczenie usług turystycznych (np. noclegowe, pośrednictwa turystycznego, rozrywkowe) lub produkcję dóbr służących turystom (np. produkcja gastronomiczna)*



poziomie niż średnio w kraju kształtował się również współczynnik aktywności zawodowej kobiet (45,4%) oraz osób po 50. roku życia (28,2%).

Stopa bezrobocia w województwie śląskim w 2020 roku była niska i wyniosła 4,9%. Jednak w regionie występuje duże zróżnicowanie terytorialne bezrobocia. Istotną grupę zarejestrowanych bezrobotnych w województwie śląskim stanowią osoby młode, w wieku do 44 lat. W województwie śląskim, podobnie jak w całym kraju, problem bezrobocia dotyczył głównie osób z niskim poziomem wykształcenia.

Przeciętne zatrudnienie ogółem w województwie śląskim w 2020 roku wyniosło 1 235 tys. osób, z czego zatrudnienie w sekcji I (zakwaterowanie i usługi gastronomiczne) wyniosło 17,6 tys. osób, a w sekcji R (kultura, rozrywka i rekreacja) 16,1 tys. osób. W odniesieniu do roku 2010 przeciętne zatrudnienie ogółem wzrosło o 44,8 tys. osób z poziomu 1 219,2 tys. osób. W sekcji I, w okresie tym, przeciętne zatrudnienie wzrosło o 0,4 tys. osób z wartości w 2010 roku kształtującej się na poziomie 17,3 tys. osób. Natomiast w sekcji R wielkość zatrudnienia zmniejszyła się o ponad 2,0 tys. osób z poziomu 18,5 tys. osób. W 2020 roku w województwie śląskim liczba pracujących wyniosła 1 749,2 tys. osób, z czego 30,1 tys. osób to pracujący w sekcji I, a 19,2 tys. osób to pracujący w sekcji R. W stosunku do 2010 roku wartość wskaźnika ogółem wzrosła o 140,0 tys. osób z poziomu 1 637,3 tys. osób. Liczba pracujących w sekcji I wzrosła o 4,8 tys. osób, gdzie w 2010 roku wynosiła 28,6 tys. osób, a w sekcji R zmalała o 0,9 tys. osób z wartości w 2010 roku wynoszącej 21,0 tys. osób.

## Zróżnicowane i bogate zasoby środowiska przyrodniczego

Województwo śląskie to obszar atrakcyjny i bogaty przyrodniczo. Region położony jest w obrębie trzech prowincji: Niżu Środkowopolskiego, Wyżyn Polskich oraz Karpat Zachodnich z Podkarpaciem. Północna i środkowa część znajduje się w obrębie Wyżyny Śląsko-Krakowskiej (Wyżyna Śląska, Woźnicko-Wieluńska, Krakowsko-Częstochowska) i Wyżyny Małopolskiej (Wyżyna Przedborska, Niecka Nidziańska). W zachodniej części przeważają obszary nizinne Nizin Środkowopolskich (Nizina Śląska). Z kolei na południu pas kotlin Północnego Podkarpacia (Kotlina Oświęcimska, Ostrawska) przechodzi

w Zewnętrzne Karpaty Zachodnie obejmujące Pogórze Zachodniobeskidzkie i Beskidy Zachodnie.

Występująca tu georóżnorodność przy intensywnej antropopresji zadecydowała o ukształtowaniu heterogenicznych krajobrazów. Pojawiają się elementy charakterystyczne dla terenów nizinnych, wyżynnych, górskich czy kotlin podgórskich.

Lesistość województwa śląskiego wynosi 31,9%, co w skali kraju jest wartością ponadprzeciętną. Największe powierzchnie zalesione występują w południowej części województwa (Beskidy) oraz wokół Metropolii Górnośląskiej: lasy pszczyńskie, lublinieckie i w subregionie zachodnim – lasy raciborskie. Lasy w sąsiedztwie dużych miast służą w dużej mierze wypoczynkowi weekendowemu oraz spełniają funkcję turystyczną i rekreacyjną.

W regionie najliczniejszą formą ochrony przyrody są parki krajobrazowe, których jest 8 i obejmują łączną powierzchnię 2 296,69 km<sup>2</sup>, tj. 18% powierzchni województwa i stanowią 84% powierzchni obszarów chronionych w województwie. Cztery z nich znajdują się w północnej części województwa – Załęczański Park Krajobrazowy, „Lasy nad Górną Liswartą”, „Orlich Gniazd” oraz „Stawki”, w zachodniej części województwa zlokalizowany jest Park Krajobrazowy „Cysterskie Kompozycje Krajobrazowe Rud Wielkich”, a na obszarach górskich trzy: Park Krajobrazowy Beskidu Małego, Park Krajobrazowy Beskidu Śląskiego oraz Żywiecki Park Krajobrazowy. Wymienione obszary chronione są niezwykle cenne ze względu na swe wartości przyrodnicze, historyczne i kulturowe oraz walory krajobrazowe.

Istotną formą ochrony przyrody w regionie są również rezerваты, wśród których największe to Łęczczok i Barania Góra. Warto również tu wspomnieć o rezerwacie „Borek”, który wraz z innymi zasobami przyrodniczymi, tj. rzeką Białką i Pilicą, stanowi podstawę do rozwoju atrakcyjnej oferty turystycznej północno-wschodniej części województwa. W województwie śląskim znajdują się również obszary Natura 2000. Powierzchnia obszarów specjalnej ochrony ptaków wynosi 623,6 km<sup>2</sup> (5,1% powierzchni ogólnej), natomiast specjalnych obszarów ochrony siedlisk – 920,9 km<sup>2</sup> (7,5% powierzchni ogólnej).

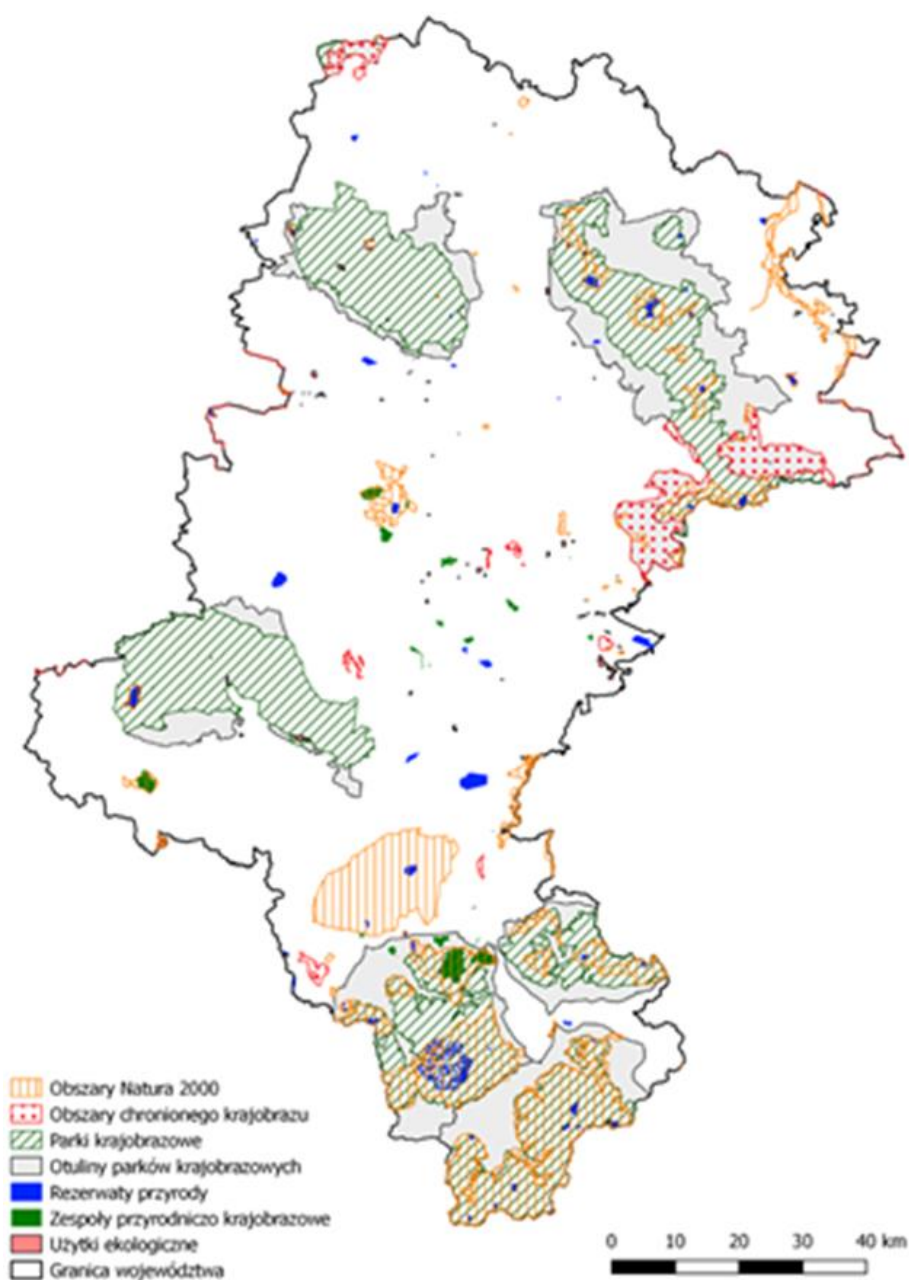
Znaczna część zasobów środowiska przyrodniczego podlega różnym zagrożeniom ze strony naturalnych zjawisk przyrodniczych oraz działań człowieka. Wymieranie gatunków w związku ze zmniejszaniem liczby stanowisk oraz liczebności populacji jest zjawiskiem obserwowanym zarówno w odniesieniu do świata fauny, jak i flory. Główną przyczyną





zanikania gatunków jest utrata siedlisk, czyli niszczenie przez człowieka warunków odpowiednich dla życia danych gatunków.

**Rysunek 6 Obszary ochrony przyrody w województwie śląskim**



Źródło: Strategia Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2030”

## Wyzwania klimatyczne

Istotnym wyzwaniem współczesnych czasów są zmiany klimatyczne<sup>3</sup>. Zgodnie z prognozami będą one skutkowały zwiększeniem liczby dni upalnych i natężeniem fal upałów oraz wzrostem liczby dni z wysokimi opadami. Obserwowany wzrost średniej rocznej temperatury powietrza sprzyja zwiększeniu intensywności i częstotliwości niekorzystnych dla człowieka i środowiska zjawisk pogodowych.

Należy mieć na uwadze, że zmiany klimatu oraz spadek bioróżnorodności odbija się również w znaczący sposób na jakości życia mieszkańców w miastach, jak i na terenach wiejskich.

W szczególny sposób skutki zmian klimatu widoczne są na obszarach zurbanizowanych, gdzie charakter i intensywność zabudowy zwiększają zagrożenia klimatyczne lub powodują nowe zjawiska specyficzne dla miast, np. zjawisko miejskiej wyspy ciepła<sup>4</sup>, będące konsekwencją braku odpowiednich proporcji pomiędzy terenami zabudowanymi a terenami zieleni miejskiej. Z uwagi na wysoki poziom urbanizacji województwo śląskie będzie szczególnie narażone na wskazane powyżej niekorzystne zjawiska.

## Ograniczone zasoby wodne

Województwo śląskie charakteryzuje się skąpyimi zasobami wodnymi, jednocześnie stan czystości większości cieków wodnych jest niezadowalający. Taki stan rzeczy może ograniczać i zniechęcać do rozwoju sportów wodnych i turystyki z tym związanej. Jednakże niektóre rzeki w regionie cechują się korzystnymi warunkami do rozwoju sportów wodnych, w tym np. kajakarstwa. Wśród rzek umożliwiających rozwój tego typu form turystyki i aktywności wymienić należy Małą Panew, Liswartę, Odrę, Wartę, Rudą, Pilicę, Białą Przemszę czy Wiercicę. W regionie liczba naturalnych zbiorników wodnych jest niewielka, jednak cechą wyróżniającą województwo na tle kraju są liczne zbiorniki antropogeniczne, z których największym pod względem powierzchni i pojemności jest zbiornik Goczałkowice

---

3 Na podstawie „Strategii Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2030”, [www.slaskie.pl](http://www.slaskie.pl)

4 Zjawisko klimatyczne wynikające ze specyfiki terenów zurbanizowanych, polegające na znacznym podwyższeniu temperatury w mieście w stosunku do otaczających je terenów.



na Małej Wiśle (32 km<sup>2</sup> powierzchni oraz 165,6 hm<sup>3</sup> całkowitej pojemności przy maksymalnym piętrzeniu). Do zbiorników wodnych oferujących bardzo duże możliwości rozwoju turystyki wodnej zalicza się Jezioro Żywieckie, zalewy nad rzeką Pilicą w Koniecpolu oraz zbiorniki w wyrobiskach: Dzierżno Duże, Dzieńkowice (Zbiornik Imieliński), Kuźnica Warężyńska. Wolorami rekreacyjnymi charakteryzują się także zbiorniki takie jak m.in. Jezioro Międzybrodzkie, Pogoria, Paprocany, Sosina oraz Chechło-Nakło. Należy tu również wspomnieć o Zbiorniku Porajskim, który jest zbiornikiem zaporowym na rzece Warta i zajmuje powierzchnię ok 5,5 km<sup>2</sup>.

## Niska jakość powietrza

Województwo śląskie boryka się z dużym zanieczyszczeniem powietrza, co związane jest zarówno z rozwiniętym sektorem przemysłu, jak również tzw. niską emisją. Element ten jest istotnym czynnikiem niekorzystnego wizerunku województwa obniżającym jego atrakcyjność turystyczną.

Ze względu na silną koncentrację przemysłu z obszaru regionu emituje się duże ilości pyłów oraz zanieczyszczeń gazowych z zakładów szczególnie uciążliwych (ok. 17% emisji w kraju).

W województwie śląskim wśród zanieczyszczeń gazowych zdecydowanie dominuje dwutlenek węgla, którego udział wynosi ok 98,1%. Kluczową przyczyną wystąpienia przekroczeń pyłu zawieszonego PM<sub>10</sub>, PM<sub>2,5</sub> i benzo(a)pirenu w okresie zimowym w województwie śląskim jest emisja z indywidualnych systemów ogrzewania budynków, natomiast w okresie letnim duże natężenie ruchu drogowego, emisja wtórna zanieczyszczeń pyłowych z powierzchni odkrytych (np. dróg, chodników, boisk) oraz niekorzystne warunki meteorologiczne, występujące podczas powolnego rozprzestrzeniania się emitowanych lokalnie zanieczyszczeń, w związku z małą prędkością wiatru.

## Różnorodność kulturowa

Na wysoki potencjał turystyczny regionu wpływ ma bogactwo zasobów kulturowych. Województwo śląskie za sprawą swojej bogatej przeszłości jest obszarem o wyjątkowo różnorodnym dziedzictwie kulturowym. Duże znaczenie ma folklor oraz sztuka ludowa, gwara śląska i góralska, stroje ludowe, rzemiosło oraz kuchnia regionalna.

Zasoby materialne i niematerialne województwa mają kluczowe znaczenie dla tożsamości regionu i kształtują jego atrakcyjność turystyczną. W województwie śląskim znajduje się ponad 4 000 zabytków wpisanych do rejestru, a wśród nich m.in. obiekty architektoniczne: zamki, pałace, dwory, kościoły i kaplice, układy urbanistyczne poszczególnych miast, kolonie robotnicze, a także zabytki techniki i przemysłu oraz cmentarze i parki.

## Zróznicowana baza i oferta turystyczna

Województwo śląskie to atrakcyjny region o bogatej i zróżnicowanej ofercie turystycznej, rekreacyjnej oraz czasu wolnego.

Na obszarze całego województwa śląskiego wyznaczono liczne szlaki: piesze, rowerowe i konne, a ich łączna długość wynosi 6 177,2 km. Największa ich część znajduje się w Beskidach, gdzie najbardziej znanym górskim szlakiem jest Główny Szlak Beskidzki, którego fragment przebiega przez województwo śląskie, zaczyna się w Ustroniu i prowadzi w Bieszczady. Poza górami szlaki turystyczno-krajoznawcze poprowadzono również w innych częściach województwa, w tym m.in. przez Jurę Krakowsko-Częstochowską – Szlak Orlich Gniazd oraz Szlak Warowni Jurajskich. Przez województwo śląskie przebiegają również szlaki turystyczne o charakterze religijnym, np. Droga św. Jakuba, Szlak Papieski, Europejski Szlak Dziedzictwa Kulturowego Paulinów.

W odpowiedzi na rosnące zainteresowanie nordic walking wyznaczono również trasy do uprawiania tego typu rekreacji. Wiele miejsc atrakcyjnych jest oznakowanych, ustalono ścieżki dydaktyczne wzbogacone tablicami informacyjnymi i mapami terenu.

Na terenie województwa wyznaczono również szereg tras rowerowych. Przebiega tu m.in. odcinek Europejskiej Trasy Rowerowej EuroVelo4 przez powiaty: raciborski, wodzisławski,



Jastrzębie-Zdrój, powiat cieszyński i pszczyński, odcinek Międzynarodowego Szlaku Rowerowego Greenways przez powiaty: pszczyński, bielski, Bielsko-Białą, cieszyński oraz Wiślana Trasa Rowerowa przez powiat cieszyński i bielski. Atrakcyjnym elementem tras rowerowych w regionie jest również Rowerowy Szlak Orlich Gniazd biegnący przez Jurę pomiędzy Częstochową a Krakowem.

Z kolei w Beskidach tworzone są specjalne trasy umożliwiające uprawianie kolarstwa górskiego (przykładem mogą być przygotowane ścieżki rowerowe Enduro na Koziej Górze w Bielsku-Białej). W miastach infrastrukturę rowerową tworzą trasy i drogi rowerowe oraz coraz bardziej popularne wypożyczalnie rowerów.

Należy podkreślić, że rozwój tras i dróg rowerowych jest istotnym działaniem podejmowanym w regionie przez władze samorządowe szczebla regionalnego i lokalnego. Na poziomie regionalnym opracowano m.in. „Założenia regionalnej polityki rowerowej województwa śląskiego wraz z koncepcją sieci regionalnych tras rowerowych”, które stanowią punkt wyjścia do opracowania kompleksowej polityki rowerowej regionu i jej wdrażania w kolejnych latach.

Urozmaicona rzeźba terenu sprzyja rozwojowi turystyki zimowej, stąd w Beskidach powstały liczne ośrodki narciarskie. Najwięcej tras narciarskich znajduje się na obszarze Beskidu Śląskiego i Żywieckiego.

Większość z nich jest oświetlona i sztucznie naśnieżana. Takie miejscowości jak Szczyrk, Wisła, Ustron, Korbielów czy Zwardoń znane są polskim narciarzom. Również w innych częściach województwa można znaleźć miejsce do uprawiania tego typu turystyki, np. w Metropolii Górnośląskiej na hałdach pokopalnianych (Sosnowiec, Bytom) oraz na Jurze (Cisowa, Morsko, Smoleń koło Zawiercia). Wśród wyciągów znajduje się kilka znanych kolejek: gondolowa na Szyndzielnię w Bielsku-Białej, linowo-terenowa na Górę Żar oraz kilkanaście wyciągów krzeselkowych, najdłuższe to: wyciągi na Skrzyczne w Szczyрку oraz na Czantorię w Ustroniu. Istnieją też warunki do tworzenia tras narciarstwa biegowego. Na terenie województwa śląskiego znajdują się fragmenty szlaków konnych: Transjurajskiego Szlaku Konnego oraz Transbeskidzkiego z bazami turystyki jeździeckiej.

Występujące naturalne warunki lecznicze umożliwiły rozwój ośrodków sanatoryjnych w Ustroniu czy w Goczałkowicach-Zdroju. Miejscowości te posiadają rozbudowaną infrastrukturę uzdrowską oferującą szeroki wachlarz usług medycznych i rehabilitacyjnych.

Region jest również miejscem, gdzie można uprawiać sporty ekstremalne i sport profesjonalny. W Beskidach istnieją możliwości uprawiania paralotniarstwa, lotnictwa szybowcowego – Górską Szkołą Szybowcowa „Żar”, a skały Jury Krakowsko-Częstochowskiej stwarzają idealne warunki do wspinaczki. W województwie śląskim ważnym segmentem rynku turystycznego jest turystyka biznesowa. W jej zakres wchodzi turystyka wystawowa, korporacyjna turystyka biznesowa, turystyka konferencyjna i kongresowa oraz turystyka motywacyjna. Biorąc pod uwagę szeroki zakres turystyki biznesowej należy uznać, że potencjał do jej rozwoju posiada zarówno obszar Metropolii, który jest już miejscem dynamicznego rozwoju przemysłu spotkań i wielkich wydarzeń, jak również inne obszary marek terytorialnych w regionie oferujące szerokie możliwości rozwoju tego typu usług turystycznych.

## Baza gastronomiczna

W 2020 roku liczba obiektów gastronomicznych w województwie śląskim wyniosła 1434, w tym 440 restauracji, 348 barów, 148 stołówek oraz 498 punktów gastronomicznych. Należy tu podkreślić, że w stosunku do 2010 roku nastąpił spadek liczby tego typu podmiotów o 147, co niewątpliwie może mieć związek z trudną sytuacją tego typu placówek w wyniku pandemii, a w roku 2019 liczba placówek gastronomicznych była zdecydowanie wyższa niż w 2020 r. W turystycznych obiektach noclegowych w województwie liczba placówek gastronomicznych wyniosła 520, co było 5. wartością w kraju. Wyżej znalazły się województwa: dolnośląskie (763 obiekty), zachodniopomorskie (789 obiektów), pomorskie (810 obiektów) i małopolskie (1 017 obiektów). W odniesieniu do 2010 roku najwięcej obiektów przybyło w województwie małopolskim (107 obiektów), a najmniej w wielkopolskim (174 obiekty).

W województwie śląskim w 2020 roku funkcjonowało 249 restauracji, była to szósta wartość w kraju. Najwięcej tego typu obiektów funkcjonowało w województwie małopolskim (379 obiektów), a najmniej w opolskim (62 obiekty). Barów i kawiarni w tym samym roku w regionie zarejestrowano 158. Była to piąta wartość w kraju. Województwo małopolskie odnotowało najwyższą wartość wskaźnika 248 obiektów, a najmniej opolskie – 32 obiekty. Liczba stołówek w województwie śląskim wyniosła 86 obiektów, była to szósta wartość w kraju.

**Tabela 2 Punkty gastronomiczne w województwie śląskim w 2019 i 2020 r.**

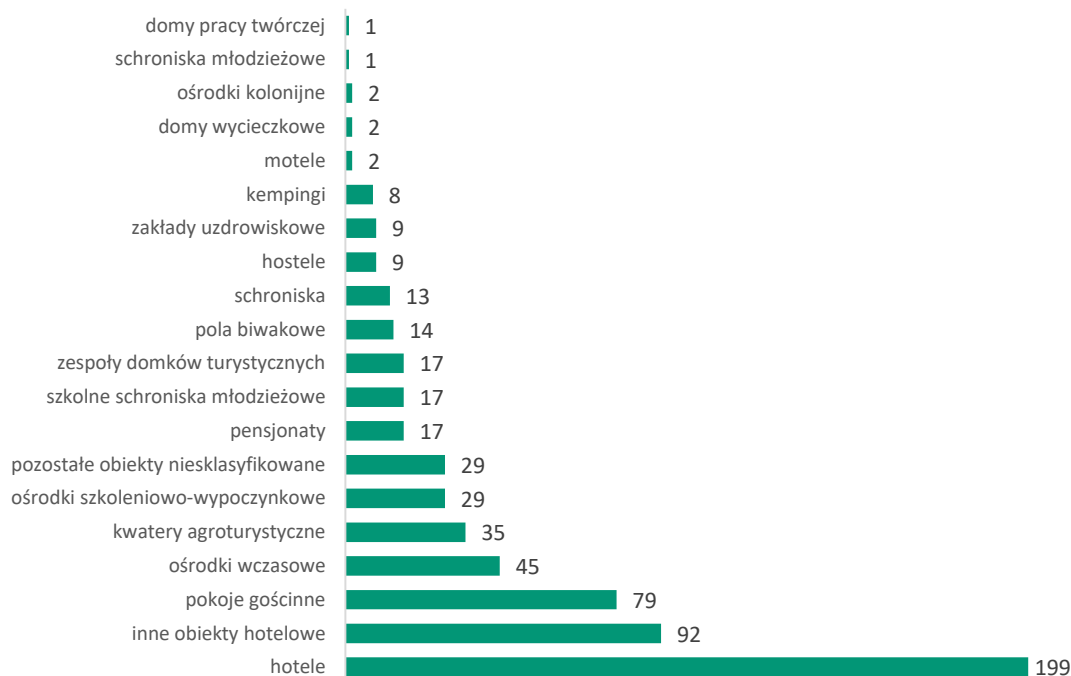
	restauracje		bary		stołówki		punkty gastronomiczne	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
<b>ogółem w regionie</b>	571	440	455	348	183	148	563	498
<b>w obiektach noclegowych turystyki</b>	288	249	187	158	95	86	43	27

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

## Obiekty noclegowe

W województwie śląskim w 2020 roku działało 620 turystycznych obiektów noclegowych, co stanowiło 6% tego typu obiektów w skali kraju. Była to piąta pozycja w kraju. Na pierwszym miejscu pod tym względem znalazło się województwo pomorskie z 1 555 obiektami, co stanowiło 15,1% w skali kraju. W powiatach województwa śląskiego najwięcej obiektów odnotowano w powiecie cieszyńskim (133 obiekty), na drugim miejscu znalazł się powiat żywiecki (76 obiektów). W odniesieniu do rodzajów turystycznych obiektów noclegowych w województwie śląskim odnotowano najwięcej hoteli (199). Na drugim i trzecim miejscu znalazły się inne obiekty hotelowe: 92 obiekty i pokoje gościnne oferowane przez 79 obiekty.

## Rysunek 7 Turystyczne obiekty noclegowe, całoroczne według rodzaju w województwie śląskim w 2020 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Liczba obiektów posiadających zaplecze sportowo-rekreacyjne w województwie śląskim wyniosła ponad 1, 5 tys. obiektów, co stanowiło 7,6% wszystkich tego typu obiektów w kraju. Była to 5. wartość w kraju. Pod względem rodzajów obiektów związanych z zapleczem sportowo-rekreacyjnym najwięcej w województwie śląskim odnotowano saun (172 obiekty), niewiele mniej stołów do tenisa stołowego z wyposażeniem (152 obiekty). Na trzecim miejscu znalazły się stoły bilardowe z wyposażeniem (141 obiektów).





## Liczne szlaki turystyczne

W województwie śląskim funkcjonuje kilka szlaków tematycznych. Najważniejsze z nich to:

- Szlak Zabytków Techniki<sup>5</sup> jest tematycznym, samochodowym szlakiem turystyczno-kulturowym, łączącym obiekty związane z kulturą dziedzictwa przemysłowego województwa śląskiego. To drugi pod względem wielkości w Europie szlak prezentujący dziedzictwo przemysłowe. Obecnie w jego skład wchodzi 40 obiektów. Szlak ten jest markowym produktem turystycznym prezentującym najważniejsze i najciekawsze pod względem walorów turystycznych, historycznych i architektonicznych obiekty przemysłowe w regionie śląskim. Obiekty znajdujące się na Szlaku związane są z tradycją górnictwem, hutnictwem, energetyką, kolejnictwem, łącznością, włókiennictwem, produkcją wody oraz przemysłem spożywczym. W skład Szlaku Zabytków Techniki wchodzi muzea, zamieszkałe kolonie robotnicze, działające zakłady pracy. Właścicielami poszczególnych obiektów są samorządy lokalne, osoby prywatne, przedsiębiorstwa prywatne i państwowe. Szlak Zabytków Techniki to wielokrotnie nagradzany produkt turystyczny. Od 2010 r. corocznie organizowane jest Święto Szlaku Zabytków Techniki – INDUSTRIADA.
- Szlak Kulinarny Śląskie Smaki<sup>6</sup> to jeden z pierwszych szlaków kulinarnych w Polsce. Na Szlaku znajdują się restauracje i lokale gastronomiczne oferujące tradycyjne dania regionalne. Członkiem Szlaku może być tylko ten, kto uzyskał certyfikat „Śląskie Smaki”, potwierdzający jakość dań i ich regionalną autentyczność. Szlak ten, podobnie jak Szlak Zabytków Techniki, był wielokrotnie nagradzany i wyróżniany, w tym przez Komisję Europejską w Międzynarodowym Konkursie EDEN na Najlepszą Europejską Destynację Turystyczną 2015. Marka „Śląskie Smaki” oraz „Festiwal Śląskie Smaki [www.slaskiesmaki.pl](http://www.slaskiesmaki.pl)” są zastrzeżonymi znakami towarowym.

---

5 Źródło: <https://zabytkitechniki.pl/>

6 Źródło: <https://slaskiesmaki.pl/>

- Szlak Architektury Drewnianej<sup>7</sup> obejmuje 97 zabytkowych obiektów i zespołów architektonicznych. Znalazły się na nim przede wszystkim liczne obiekty sakralne, tj. drewniane kościoły, ale także i karczmy, chałupy, leśniczówki, młyny i skanseny. W skład Szlaku Architektury Drewnianej wchodzi pięć pętli umożliwiających zwiedzanie obiektów w poszczególnych, mniejszych obszarach.
- Szlak Orlich Gniazd<sup>8</sup> to jeden z najpiękniejszych turystycznych szlaków w Polsce. Ma dwa warianty: pieszy (168,7 km) i rowerowy (186 km). Swą nazwę szlak zawdzięcza ruinom i zamkom znajdującym się wzdłuż trasy, które budowane były najczęściej na szczytach wzniesień, pośród trudno dostępnych skał wapiennych, stąd wzięła się ich nazwa – „Orle Gniazda”. Oprócz zamków na szlaku można również podziwiać szereg innych atrakcji – zabytkowe budowle sakralne, wytwory przyrody, co czyni go niewątpliwie jednym z najbardziej malowniczych szlaków w Polsce. Dziś szlak biegnący przez prawie cały teren Wyżyny Krakowsko-Częstochowskiej to atrakcja nie tylko dla pieszych turystów. Dzięki stale rozwijającej się infrastrukturze oraz przybywającym z roku na rok atrakcjom to doskonałe miejsce dla turysty, który chce aktywnie spędzić czas. Tutaj ma możliwość jazdy po szlaku rowerem, wspinania się, zwiedzania jaskiń, może uprawiać nordic walking lub wybrać się na narty. W 2012 roku Szlak Orlich Gniazd, którym opiekuje się Związek Gmin Jurajskich, otrzymał Złoty Certyfikat Polskiej Organizacji Turystycznej stając się najlepszym produktem turystycznym Polski.

Szlak Przyrody Województwa Śląskiego<sup>9</sup> obejmuje miejsca o wysokich walorach przyrodniczych, obszary stanowiące dziedzictwo przyrody ożywionej i nieożywionej. Szlak ten to liczne obiekty cenne przyrodniczo na terenie całego województwa śląskiego, pomiędzy którymi turysta przemieszcza się w wybrany przez siebie sposób, samodzielnie dokonując selekcji interesujących go atrakcji.

Bogactwo i zróżnicowanie oferty turystycznej przyciąga turystów zarówno krajowych, jak i zagranicznych. Na podstawie badania przeprowadzonego na zlecenie Śląskiej Organizacji Turystycznej szacuje się, że<sup>10</sup>:

---

7 Źródło: <https://sad.slaskie.travel/>

8 Źródło <https://orlegniazda.pl/>

9 Źródło <https://przyroda.slaskie.travel/>

10 Raport z badania Przygotowany dla Śląskiej Organizacji Turystycznej, Selectivv



- w 2021 roku łączny ruch turystyczny w województwie śląskim osiągnął wartość 3,3 mln unikalnych turystów i odwiedzających jednodniowych. W porównaniu do 2019 roku (a więc przed ograniczeniami związanymi z epidemią Covid-19) odnotowano spadek wielkości ruchu turystycznego o 64%. W porównaniu do 2020 roku zaobserwowano spadek wielkości ruchu turystycznego o 11%,
- turyści (spędzający minimum 1 noc w województwie śląskim) stanowili 57% całości ruchu turystycznego (ponad 1,8 mln) w 2021 roku,
- najliczniejszą grupą spośród turystów byli turyści krajowi zewnątrzregionalni (1,4 mln), a w dalszej kolejności turyści krajowi wewnątrzregionalni (0,4 mln) oraz zagraniczni (0,08 mln),
- turyści krajowi w 2021 roku najczęściej pochodzili z województw: śląskiego, mazowieckiego, wielkopolskiego i małopolskiego.

Najpopularniejszymi regionami odwiedzanymi przez turystów krajowych były okolice Katowic, Chorzowa, Bytomia, Zabrze i Gliwic, natomiast turyści zagraniczni najchętniej odwiedzali okolice Pszczyny, Bielska-Białej, Szczyrku, Żywca, Jeleśni i Korbielowa.





# Uwarunkowania rozwoju sektora turystyki

---

## Wzrastająca rola turystyki w rozwoju społeczno-gospodarczym

Branża turystyczna oraz gastronomia przed pandemią koronawirusa były jednymi z dynamiczniej rozwijających się stref gospodarki w Polsce, co miało związek ze wzrostem zamożności Polaków i zmianami modeli spędzania wolnego czasu. Jednakże wybuch pandemii Covid-19 i ograniczenia z nią związane, zarówno te w formie odgórnych restrykcji, oszczędności gospodarstw domowych związanych z kryzysem, a także strachu przed zachorowaniem znacząco odbiły się na całości sektora<sup>11</sup>.

Jednak sektor turystyki stać się może istotnym czynnikiem odbudowy gospodarki, a w przypadku województwa śląskiego także czynnikiem wzmacniającym i dynamizującym proces transformacji.

Sektor turystyki jest elementem wdrażania polityki Unii Europejskiej na okres programowania 2021-2027, która opiera się na pięciu celach tematycznych.

---

<sup>11</sup> Trendy rozwojowe turystyki w Polsce przed i w trakcie pandemii COVID-19, Instytut Turystyki w Krakowie sp. z o.o., Instytut Turystyki w Krakowie sp. z o.o.

## Rysunek 8 Cele Polityki Unii Europejskiej na lata 2021-2027

**Cel Polityki 1** – bardziej inteligentna Europa dzięki wspieraniu innowacyjnej i inteligentnej transformacji gospodarczej;

**Cel Polityki 2** – bardziej przyjazna dla środowiska niskoemisyjna Europa dzięki promowaniu czystej i sprawiedliwej transformacji energetyki, zielonych i niebieskich inwestycji, gospodarki; o obiegu zamkniętym, przystosowania się do zmiany klimatu oraz zapobiegania ryzyku i zarządzania ryzykiem;

**Cel Polityki 3** – lepiej połączona Europa dzięki zwiększeniu mobilności i udoskonaleniu regionalnych połączeń teleinformatycznych;

**Cel Polityki 4** – Europa o silniejszym wymiarze społecznym – wdrażanie Europejskiego filaru praw socjalnych;

**Cel Polityki 5** – Europa bliżej obywateli dzięki wspieraniu zrównoważonego i zintegrowanego rozwoju obszarów miejskich, wiejskich i przybrzeżnych w ramach inicjatyw lokalnych

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie ROZPORZĄDZENIA PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY (UE) 2021/1060 z dnia 24 czerwca 2021 r.*



## Turystyka w polityce UE

W Rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i Funduszu Spójności wskazuje się, że<sup>12</sup>:

- należy określić cel szczegółowy dedykowany wsparciu gospodarek regionalnych w dużym stopniu zależnych od sektorów turystyki i kultury, co umożliwiłoby wykorzystanie pełnego potencjału kultury i zrównoważonej turystyki na rzecz odbudowy gospodarki, włączenia społecznego i innowacji społecznych,
- zrównoważona turystyka wymaga zapewnienia równowagi między zrównoważonym rozwojem gospodarczym, społecznym, kulturowym i środowiskowym, a jej rozwój powinien uwzględniać korzyści dla turystów, szanować potrzeby środowiska naturalnego i kulturowego oraz zapewniać rozwój społeczno-gospodarczy i konkurencyjność ośrodków turystycznych i przedsiębiorstw za pomocą zintegrowanej i całościowej koncepcji politycznej,
- EFRR powinien wspierać zrównoważoną turystykę w sposób zintegrowany, w szczególności poprzez zacieśnianie współpracy w ramach terytoriów funkcjonalnych,
- przedsiębiorstwa i instytucje publiczne powinny systematycznie współpracować w celu efektywniejszego świadczenia wysokiej jakości usług na obszarach o dużym potencjale dla turystyki.

Rozporządzenie określa cele szczegółowe związane z turystyką dla CP5, tj.: Europa bliższa obywatelom dzięki wspieraniu zrównoważonego i zintegrowanego rozwoju wszystkich rodzajów terytoriów oraz inicjatyw lokalnych (CP 5) – poprzez:

- wspieranie zintegrowanego i sprzyjającego włączeniu społecznemu rozwojowi społecznego, gospodarczego i środowiskowego, kultury, dziedzictwa naturalnego, zrównoważonej turystyki i bezpieczeństwa na obszarach miejskich,
- wspieranie zintegrowanego i sprzyjającego włączeniu społecznemu rozwojowi społecznego, gospodarczego i środowiskowego, na poziomie lokalnym, kultury,

---

12 ROZPORZĄDZENIE PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO I RADY (UE) 2021/1058 z dnia 24 czerwca 2021 r. w sprawie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i Funduszu Spójności

dziedzictwa naturalnego, zrównoważonej turystyki i bezpieczeństwa na obszarach innych niż miejskie.

Rozwój turystyki ujęto również w CP4 pn. Europa o silniejszym wymiarze społecznym, bardziej sprzyjająca włączeniu społecznemu i wdrażająca europejski filar praw socjalnych, wyznaczając cel szczegółowy VI Wzmacnianie roli kultury i zrównoważonej turystyki w rozwoju gospodarczym, włączeniu społecznym i innowacjach społecznych.





# Sektor turystyki jako element rozwoju i transformacji regionu

---

## Śląskie w transformacji

Kluczowym dokumentem określającym politykę rozwoju województwa śląskiego w perspektywie roku 2030 jest Strategia Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2030”. W dokumencie tym turystyka traktowana jest jako istotny element życia społeczno-gospodarczego wpływający z jednej strony na jakość życia mieszkańców, a z drugiej jako element transformacji gospodarki, w tym kreujący nowe atrakcyjne i bezpieczne miejsca pracy.

W strategii regionalnej, wskazując na wyzwania i zróżnicowania w wymiarze terytorialnym, w układzie subregionów województwa śląskiego turystyka stanowi element będący z jednej strony potencjałem poszczególnych obszarów, z drugiej wskazuje się na potrzebę skuteczniejszego wykorzystywania potencjałów przyrodniczych i kulturowych w rozwoju produktów turystycznych, w tym rozwój infrastruktury turystycznej oraz produktów turystycznych.

W wizji rozwoju regionu wskazuje się, że województwo w 2030 roku będzie regionem o dużych walorach przyrodniczych, kulturowych i krajobrazowych, a także turystycznych oraz rekreacyjnych.

W strategii regionalnej zagadnienie rozwoju turystyki ujęto w:

- obszarze dot. procesów transformacji gospodarczej, tj. w celu strategicznym A pn. „Województwo śląskie regionem odpowiedzialnej transformacji gospodarczej”, w celu operacyjnym: A.3. Silna lokalna przedsiębiorczość, wskazując kierunki:

- Wsparcie rozwoju przedsiębiorczości w obszarze turystyki oraz usług czasu wolnego wykorzystujących atrakcje i potencjały lokalne.
- Rozwój istniejących i tworzenie nowych produktów turystycznych oraz wzmacnianie marek terytorialnych, w tym poprzez rozwój infrastruktury turystycznej i okołoturystycznej.

W obszarze dot. rozwoju społecznego – w celu strategicznym: B Województwo śląskie regionem przyjaznym dla mieszkańca, w celu operacyjnym B.2. Aktywny mieszkaniec, w tym kierunki:

- Podniesienie jakości i poprawa dostępu do oferty i infrastruktury kultury, sportu, rekreacji i turystyki umożliwiającej wszechstronny rozwój mieszkańców.
- Promowanie, upowszechnianie i ochrona dziedzictwa kulturowego.
- Wyposażanie przestrzeni publicznych w infrastrukturę umożliwiającą wspólne spędzanie czasu przez mieszkańców oraz integrację społeczności lokalnych, w tym zapewniającą dostępność urbanistyczno-architektoniczną dla osób ze szczególnymi potrzebami.

W strategii województwa w grupie przedsięwzięć kluczowych, stanowiących zbiór typów projektów, zadań i aktywności samorządu województwa, ujęto przedsięwzięcie pn. Turystyczne Śląskie, obejmujące:

- Tworzenie i rozwój atrakcyjnej oferty turystycznej: Beskidów, Śląska Cieszyńskiego, Jury Krakowsko-Częstochowskiej, Krainy Górnej Odry.
- Popularyzacja rozpoznawalności i dalszy rozwój marki Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego i Szlaku Orlich Gniazd.
- Upowszechnienie wiedzy na temat unikalnej wartości historycznej i kulturowej Podziemi Tarnogórskich wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO.
- Rozwój turystyki biznesowej i przemysłu wielkich wydarzeń.
- Popularyzacja i rozwój infrastruktury służącej turystyce pielgrzymkowej i turystyce sentymentalno-kulturowej.
- Rozwój turystyki bez barier oraz rozwój bezpieczeństwa na szlakach turystycznych.

Efektom tych działań powinno być podniesienie atrakcyjności turystycznej województwa opartej na lokalnych potencjałach, a tym samym zwiększenie poziomu dywersyfikacji gospodarki regionu oraz budowanie pozytywnego wizerunku.



## Turystyka jako czynnik podnoszenia innowacyjności

Turystyka, będąc istotnym czynnikiem zrównoważonego rozwoju regionalnego, rozwoju gospodarczego i społecznego odgrywać może znaczącą rolę w procesach rozwoju gospodarki i transformacji województwa śląskiego. Turystyka i jej wieloaspektowość oraz powiązanie aktywności społecznej, edukacji, kultury i przyrody stanowi zarówno samodzielny sektor, jak i jest elementem innych sektorów i obszarów nowoczesnej gospodarki.

Zgodnie z zapisami dokumentu regionalnego w zakresie rozwoju innowacji, tj. Regionalna Strategia Innowacji Województwa Śląskiego 2030 wśród wskazanych tam Inteligentnych specjalizacji wskazuje się obszary, w których turystyka może być istotnym elementem procesów rozwojowych. Do obszarów tych zaliczyć należy obszar inteligentnej specjalizacji:

- Przemysły wschodzące, wśród których wskazuje się m.in. przemysły kreatywne, które „obejmują branże związane z tworzeniem, produkcją i/lub dystrybucją dóbr i usług kreatywnych oraz włączeniem elementów kreatywnych w szersze procesy i inne sektory. Przedsiębiorstwa z tego obszaru opierają swoje działania na reklamie, architekturze, sztuce, rzemiośle, projektowaniu, modzie, filmie, muzyce, sztukach widowiskowych, publikacjach, zabawkach i grach oraz telewizji i radiu. Integrują je w produktach, usługach i pakietach ofert przedsiębiorstw różnych sektorów”.

Zielona gospodarka, której „działania wspierają wzrost i rozwój gospodarczy, z zapewnieniem stałej dostępności kapitału naturalnego i usług ekosystemowych (green growth), politykę środowiskową, gospodarczą, społeczną oraz innowacje zapewniające społeczeństwu efektywne wykorzystanie zasobów w procesach produkcji i konsumpcji (green economy)”. Do obszarów kluczowych dla zielonej gospodarki należą m.in. zrównoważone wykorzystanie gruntów, wody, lasów oraz ekoturystyka.

## Postawy turystyczne

W toku przygotowania dokumentu dokonano analizy wyników istniejących badań przeprowadzanych przez Polską Organizację Turystyczną oraz Śląską Organizację Turystyczną.

W oparciu o ww. badania można stwierdzić, że<sup>13</sup>:

- w 2021 roku łącznie 14,3% Polaków deklaruje wizytę przynajmniej z jednym noclegiem w województwie śląskim. Szacowana przybliżona całkowita liczba turystów, którzy odwiedzili województwo w zeszłym roku, to około 4,5 mln (w poprzednim pomiarze za rok 2019: 5,4 mln),
- najpopularniejszy cel wizyty to, podobnie jak w latach poprzednich, odwiedziny u rodziny i bliskich (44% wskazań). Cel wizyty warunkuje również najbardziej powszechny rodzaj zakwaterowania – u rodziny i znajomych (53% wskazań) oraz wypoczynek na łonie natury (33%),
- średni czas spędzony podczas pobytów w województwie śląskim przez turystów spoza województwa wyniósł w 2020 roku 7 dni i był to najkrótszy średni czas pobytu w całej historii pomiarów (w 2019 roku średni deklarowany czas pobytu wyniósł ponad 9 dni). W przypadku turystów z regionu również zaobserwowano podobną prawidłowość – średni czas pobytu to w 2020 roku 6 dni (8 dni w 2019 roku),
- województwo najczęściej odwiedzane jest w okresie letnim. Na ten okres przypada 46% wszystkich wizyt turystów spoza regionu. Jednak turyści z województwa śląskiego najczęściej wyjeżdżali turystycznie w sezonie zimowym (44% wszystkich podróży),
- średnie wydatki turystów spoza regionu wyniosły w obecnym pomiarze 143 zł dziennie na osobę, co jest wartością bardzo zbliżoną do tej deklarowanej w 2019 roku (142 zł). Biorąc pod uwagę liczbę turystów, średnie wydatki oraz długość pobytu w regionie, łączne wydatki turystów spoza województwa śląskiego w roku 2020 oszacowano w bardzo dużym przybliżeniu na około 2,9 mld złotych (w poprzednim roku: 2,7 mld). Łączne wydatki turystów z województwa (średnia

---

13 BADANIE RUCHU TURYSTYCZNEGO W WOJEWÓDZTWIE ŚLĄSKIM W 2021 ROKU, przeprowadzone przez RESEARCH COLLECTIVE, maj 2022. Dokument udostępniony przez Śląską Organizację Turystyczną



wydatków na osobę na dzień to 246 zł) oszacowano natomiast na 2,4 mld złotych (w poprzednim roku 2,1 mld),

- łączne szacowane wydatki turystów w województwie śląskim to kwota ok. 5,3 mld zł.

W toku przygotowania dokumentu przeprowadzono badania ankietowe wśród mieszkańców regionu dotyczące ich potrzeb i aspiracji w zakresie turystyki<sup>14</sup>.

W oparciu o ich wyniki można stwierdzić, że:

- ponad 10% mieszkańców nie wyjeżdża w celach turystycznych na dłużej niż 3 dni, natomiast 27% realizuje tego typu wyjazdy częściej niż 8 razy w roku, a 54% wyjeżdża na ten krótki okres 1-3 razy w roku,
- ponad 27% nie wyjeżdża również na dłuższe pobyty, tj. powyżej 7 dni, natomiast 64% wyjeżdża na tego typu wyjazdy 1-3 razy w roku,
- do najbardziej preferowanych typów obiektów odwiedzanych przez mieszkańców województwa zaliczyć należy: pensjonaty, apartamenty, hotele o średnim lub niskim standardzie, domki kempingowe,
- preferowana forma spędzania wolnego czasu w trakcie wyjazdów turystycznych to przede wszystkim zwiedzanie oraz spacer, wędrówki piesze i rowerowe
- do najbardziej atrakcyjnych miejsc turystycznych mieszkańcy województwa zaliczają: plaże, atrakcje przyrodnicze, zabytki, miasta, rzeki lub jeziora z ofertą aktywnej rekreacji oraz parki rozrywki,
- mieszkańcy regionu najczęściej w celach turystycznych podróżują w gronie rodzinnym (66%),
- do największych atrakcji województwa śląskiego zaliczono Beskidy, Jurę Krakowsko-Częstochowską, jeziora, miasta z ich ofertą.

---

<sup>14</sup> Badanie własne przeprowadzone na próbie 415 dorosłych mieszkańców województwa śląskiego, dobór próby przeprowadzono proporcjonalnie do liczby mieszkańców w poszczególnych podregionach województwa śląskiego. Badanie przeprowadzono w okresie październik-listopad 2021 roku.

# Turystyka w rozwoju lokalnym województwa śląskiego

---

## Turystyka siłą napędową rozwoju lokalnego

Jednym z etapów prac diagnostycznych realizowanych w toku prac związanych z przygotowaniem niniejszego dokumentu Polityki było rozpoznanie i ocena roli i znaczenia turystyki w rozwoju gmin i powiatów województwa śląskiego.

W oparciu o badanie ankietowe przeprowadzane wśród jednostek samorządu terytorialnego można stwierdzić, że:

- zdecydowana większość jednostek samorządu terytorialnego w regionie uczestniczących w badaniu i posiadających strategię rozwoju uznaje turystykę jako istotny czynnik rozwoju swoich jednostek (75%),
- ponad 22% samorządów lokalnych posiada branżowy dokument określający lokalną politykę rozwoju turystyki,
- promocja oferty turystycznej jednostek w zdecydowanej części jednostek samorządu terytorialnego realizowana jest w ramach ogólnych działań promocyjnych (68%), tylko w przypadku 15% uczestniczących w badaniu jednostek działania dotyczące promocji turystyki stanowią odrębny obszar aktywności samorządu w zakresie promocji,
- jednostki samorządu terytorialnego w ograniczonym zakresie wykorzystują narzędzia systemu informacji turystycznej. Prawie połowa z nich nie posiada własnego systemu i nie jest aktywnym uczestnikiem istniejących ponadlokalnych i regionalnych systemów informacji turystycznej.



Istotnym wyzwaniem jest rozwój współpracy pomiędzy samorządami w zakresie rozwoju oferty turystycznej. Nieznacznie ponad połowa (53%) uczestniczących w badaniu jednostek współpracuje z innymi samorządami w zakresie realizacji inwestycji infrastruktury turystycznej. Tylko 30% jednostek współpracuje w zakresie rozwoju usług i systemu informacji turystycznej. Również w zakresie współpracy z przedsiębiorcami sektor turystyki stanowi obszar, w którym powinna nastąpić intensyfikacja działań samorządów. W największym zakresie jednostki samorządu współpracują z przedsiębiorcami w obszarze organizacji wydarzeń przyciągających turystów (50%), a w mniejszym stopniu w zakresie: wspólnej promocji walorów i oferty turystycznej (35%) oraz rozwoju infrastruktury turystycznej (25%).

# Terytorialny wymiar podejmowanych działań – Marki terytorialne województwa śląskiego

---

## Marki terytorialne

Województwo śląskie charakteryzuje się wysoką atrakcyjnością turystyczną oraz licznymi walorami umożliwiającymi rozwój zróżnicowanej oferty turystycznej. Należy jednak podkreślić przestrzenne zróżnicowanie charakteru oferty opartej na specyfice i zasobach miejsca, co wymaga zindywidualizowanych działań dostosowanych do ich potencjałów. Efektywnemu wykorzystaniu potencjału zróżnicowań województwa śląskiego służy kreowanie i rozwój marek terytorialnych. Markami terytorialnymi, podobnie jak mówi definicja marek turystycznych<sup>15</sup>, są miejsca, obszary, szlaki i inne produkty turystyczne, które w sposób odpowiednio zorganizowany wykorzystują posiadane aktywa do tworzenia atrakcyjnej i wiarygodnej obietnicy oraz spójnego jej doświadczenia i komunikowania.

Na terenie województwa śląskiego wskazać można 5 marek terytorialnych. Wśród marek tych trzy posiadają tytuł „Polska Marka Turystyczna”, tj. Beskidy, Śląsk Cieszyński i Jura Krakowsko-Częstochowska.

Ponadto w regionie aktywnie kreowana jest marka: Kraina Górnej Odry, a w centralnej części województwa śląskiego można wskazać piątą markę, tj. Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia.

---

<sup>15</sup> Za <https://polskiemarkiturystyczne.gov.pl>





**Marka terytorialna – Beskidy**<sup>16</sup> to region na południu Polski, obejmujący pasma Beskidu Śląskiego, Żywieckiego, Małego i Makowskiego. Beskidy są dostępne dla wszystkich, a ich kluczowymi walorami jest natura, krajobrazy, w tym panoramy widziane ze Skrzycznego, Pilska czy Babiej Góry. Obszar charakteryzuje się gęstą siecią doskonale oznakowanych szlaków. Oferta turystyczna Beskidów powoduje, że jest to miejsce przyciągające zarówno na dłuższe pobyty, letnie i zimowe, jak również krótkie jedno- lub dwudniowe. Tym ostatnim sprzyja dobre skomunikowanie z całą Polską oraz transgraniczne położenie. Beskidy oferują prawie 200 km tras zjazdowych oraz liczne trasy biegowe i skiturowe. Region ten ma też do zaoferowania wypoczynek nad wodą, w szczególności Jezioro Żywieckie oraz Międzybrodzkie. Obszar ten to także bogactwo kultury i dziedzictwa kulturowego, w tym: folklor, stare, kilkusetletnie kościółki, malowane chaty czy przydrożne kapliczki. Beskidy ze względu na transgraniczne położenie stanowią atrakcyjny cel zarówno dla turystów z kraju, jak i zagranicy.



**Marka terytorialna Jura Krakowsko-Częstochowska**<sup>17</sup> obejmuje obszar atrakcyjny dla turystów pieszych i rowerowych, miłośników nordic walkingu, wspinaczek skalnych i eksploracji jaskiń, jazdy konnej, spływów kajakowych, żeglarstwa, paralotniarstwa i innych form aktywnego wypoczynku.

---

<sup>16</sup> Za <https://polskiemarkiturystyczne.gov.pl/szczegoly-marki/38-beskidy>

<sup>17</sup> Za <https://polskiemarkiturystyczne.gov.pl/szczegoly-marki/45-jura-krakowsko---czestochowska>

Obszar Jury Krakowsko-Częstochowskiej rozciąga się od Częstochowy do Krakowa, obejmując dwa województwa: śląskie oraz małopolskie. U podstaw atrakcyjności tego obszaru leżą liczne walory, w tym krajobraz i przyroda, zabytki świeckie i sakralne oraz bogata oferta turystyczna, sportowa i rekreacyjna.

Na Jurze Krakowsko-Częstochowskiej znajduje się duża liczba zamków oraz historycznych pałaców. Szlak Orlich Gniazd obejmuje klasztor na Jasnej Górze w Częstochowie oraz liczne zamki, które powstały za czasów króla Kazimierza Wielkiego, tj. zamek w Olsztynie, zamek w Mirowie, zamek w Bobolicach, zamek Bąkowiec w Zawierciu, zamek Ogrodzieniec w Podzamczu, zamek Pilcza w Smoleniu, zamek w Rabsztynie, zamek Pieskowa Skała, zamek w Ojcowie czy zamek w Korzkwi i Zamek Królewski na Wawelu w Krakowie. Na Jurze znajdują się również pałac w Pilicy, pałac w Złotym Potoku, zamek w Siewierzu czy zamek w Tenczynie.

Długość pieszego Szlaku Orlich Gniazd wynosi około 168 km, a rowerowego – około 186 km. Najważniejszą plenerową imprezą jest Juromania, czyli Święto Jury Krakowsko-Częstochowskiej. Inne imprezy odbywające się na Jurze to między innymi Święto Ciulimu i Czulentu w Lelowie; Światowy Festiwal Prażonek w Porębie; Festiwal Zalewajki w Łazach, Międzynarodowy Festiwal Kultury Wczesnego Średniowiecza – Najazd Barbarzyńców oraz Międzynarodowy Turniej Rycerski na Zamku Ogrodzieniec w Podzamczu, Chorońskie Prażuchy i Święto Miodu w gminie Poraj, Herbatka u Zieleniewskich, czyli Piknik w stylu Retro w Trzebini, Święto Polskiego Chochoła w Zawierciu czy Gminny Przegląd Pucheroków w Zielonkach, Festiwal Miłośników Koni i Muzyki „Z Kopyta” oraz Święto Jabłka w Mstowie.



**Marka terytorialna Śląsk Cieszyński**<sup>18</sup> jest obszarem transgranicznym, gdzie oprócz miast i miasteczek, z Cieszynem na czele, występują również góry Beskidu Śląskiego. Do najbardziej znanych szczytów górskich należą Skrzyczne, Klimczok, Barania Góra,

---

<sup>18</sup> <https://polskiemarkiturystyczne.gov.pl/szczegoly-marki/42-slask-cieszynski>



Czantoria, Stożek i Równica. Główne górskie miejscowości regionu to Wisła, Ustroń, Brenna i Trójwieś Beskidzka, czyli Istebna, Jaworzynka i Koniaków.

Śląsk Cieszyński to atrakcyjna oferta kulturalna związana głównie z kulturą góralską i tradycjami ludowymi. W obszarze są liczne szlaki i ścieżki prowadzące do zabytkowych kościołów, dawnych siedzib szlacheckich, pałacyków i zamków. Dzięki mikroklimatowi i złożom solanek w Ustroniu i Wiśle znajdują się liczne sanatoria, leczące schorzenia narządów ruchu, choroby układu krążenia, górnych dróg oddechowych. Największą imprezą folklorystyczną jest Tydzień Kultury Beskidzkiej organizowany w lipcu i sierpniu każdego roku, na który co roku zjeżdżają liczne zespoły ludowe z całego świata. Do innych atrakcyjnych imprez należą również: „Święto Trzech Braci” w Cieszynie, „Kino na Granicy” w Cieszynie, festiwal teatralny „Bez Granic” w Cieszynie, festiwal operowy „Viva il Canto”, „Cieszyńska Jesień Jazzowa” oraz „Dekada Muzyki Organowej, Chóralnej i Kameralnej”, organizowane po obu stronach granicy – w Cieszynie i Czeskim Cieszynie. Do najpopularniejszych wydarzeń kulturalnych w beskidzkiej części Śląska Cieszyńskiego zaliczyć można: „Bieg po Nowe Życie” (Wisła), „Tradycyjne Mijszanie Owiec” (Koniaków), „Noc Świętojańska” (Brenna), „Święto baraniny” (Ustroń), „Dni koronki koniakowskiej” (Koniaków), „Romantyczny Bieg Parami” (Ustroń).



**Marka terytorialna Kraina Górnej Odry<sup>19</sup>** to obszar terenów rolnych, lasów i wód w południowo-zachodniej części województwa śląskiego (w granicach subregionu zachodniego), na pograniczu z Republiką Czeską. Obejmuje ona powiaty: rybnicki, raciborski, wodzisławski oraz miasta na prawach powiatu: Rybnik, Żory i Jastrzębie-Zdrój. W tym obszarze Odra i jej dopływy: Olza, Szotkówka, Psina, Ruda i Bierawka wyznaczają jej terytorialny zasięg i łączą poszczególne części składowe. Prawie jedną trzecią

---

<sup>19</sup> <https://krainagornejodry.travel/>

powierzchni Krainy Górnej Odry stanowią lasy, sporą część terenu obejmuje Park Krajobrazowy „Cysterskie Kompozycje Krajobrazowe Rud Wielkich” i przylegająca do niego otulina, zaś poza nim znajdują się tutaj też rezerваты przyrody i obszar ochrony siedliskowej Natura 2000 – Graniczne Meandry Odry, rezerwat „Łęczczok” i zespół przyrodniczo-krajobrazowy „Wielikąt”. Na tych obszarach występuje prawie 60% wszystkich gatunków ptaków występujących w Polsce. Niezwykle atrakcyjnym miejscem jest też Arboretum Bramy Morawskiej w Raciborzu (ścieżka edukacyjna, minizoo).

Kraina Górnej Odry to bogactwo dziedzictwa historycznego, kulturowego i przemysłowego obszaru, w tym: średniowieczny Racibórz, opactwo cystersów w Rudach, pałace m.in. w Wodzisławiu Śląskim, Wojnowicach, Krzyżanowicach, Krowiarkach, Chałupkach czy wymagający renowacji obiekt w Tworkowie, obiekty kopalni Ignacy w Rybniku i ekspozycje czynnych maszyn i urządzeń górniczych w Wodzisławiu Śląskim, kolonia i osiedle robotnicze ze śląskimi familokami w Czerwionce-Leszczynach oraz skansen kolei wąskotorowej w Rudach.

W Krainie Górnej Odry organizowanych jest wiele imprez cyklicznych, związanych zarówno z tradycjami, jak i współczesną kulturą i rozrywką, np. Procesja Ogniowa w Żorach czy msza na wodzie na Zalewie Rybnickim w ostatnią niedzielę czerwca: Festiwal Filmów Niezależnych ReFeNe w Rybniku, RYJEK – czyli Rybnicka Jesień Kabaretowa, liczne festiwale muzyczne (Ogólnopolski Festiwal Piosenki Artystycznej, Pokłady Rocka, Silesian Jazz Meeting) i imprezy sportowe: biegi, rajdy kolarskie, regaty żeglarskie, spływy kajakowe. Największym wydarzeniem jest święto marki terytorialnej, czyli Festiwal Górnej Odry, który odbywa się co roku w czerwcu.



**Marka terytorialna Górnśląsko-Zagłębiowskiej Metropolii** obejmuje obszar 41 miast i gmin z terenu Górnego Śląska i Zagłębia Dąbrowskiego, w którym corocznie organizowanych jest wiele wydarzeń kulturalnych, sportowych i rozrywkowych oraz biznesowych przyciągających wielu turystów z kraju i zagranicy. W 2021 roku aż 1 026 wydarzeń zgłoszonych zostało przez Convention Bureau Katowice dla grup liczących 50 i



więcej osób, w których uczestniczyło 641 312 osób. W tej grupie 45% stanowiły wydarzenia korporacyjne i motywacyjne, 42% konferencje i kongresy, 13% targi i wystawy. Należy jednak podkreślić, że rok 2021 to okres wielu ograniczeń związanych z Covid-19. Dla porównania w 2019 roku zorganizowano w Katowicach łącznie 6453 wydarzenia biznesowe. Organizacji wielkich, międzynarodowych imprez sprzyja istniejąca infrastruktura oraz liczne obiekty o najwyższym standardzie, w tym Centrum Kongresowe w Katowicach, Hala Widowiskowo-Sportowa „Spodek”, Arena Gliwice.

Metropolia to również ważny ośrodek kultury z atrakcyjną ofertą i nowoczesnymi obiektami, w szczególności sala koncertowa NOSPR i Muzeum Śląskie.

Obszar Metropolii to też miejsce, w którym zlokalizowanych jest wiele obiektów na Szlaku Zabytków Techniki oraz innych o wyjątkowych wartościach kulturowych, architektonicznych i sentymentalnych. Znajdują się tu także obiekty Zabytkowej Kopalni Srebra oraz - Sztolni Czarnego Pstrąga, które objęte są wpisem na listę światowego dziedzictwa UNESCO "Kopalni ołowiu, srebra i cynku wraz z systemem gospodarowania wodami podziemnymi w Tarnowskich Górach". Wpis obejmuje 28 obiektów położonych w Tarnowskich Górach, Bytomiu i Zbrostawicach, stanowiących pozostałości po dawnych kopalniach rud srebra, ołowiu i cynku - kopalniane wyrobiska, szyby górnicze, cały system odwadniania i wykorzystania wody pogórnicy oraz elementy krajobrazu kulturowego<sup>20</sup>.

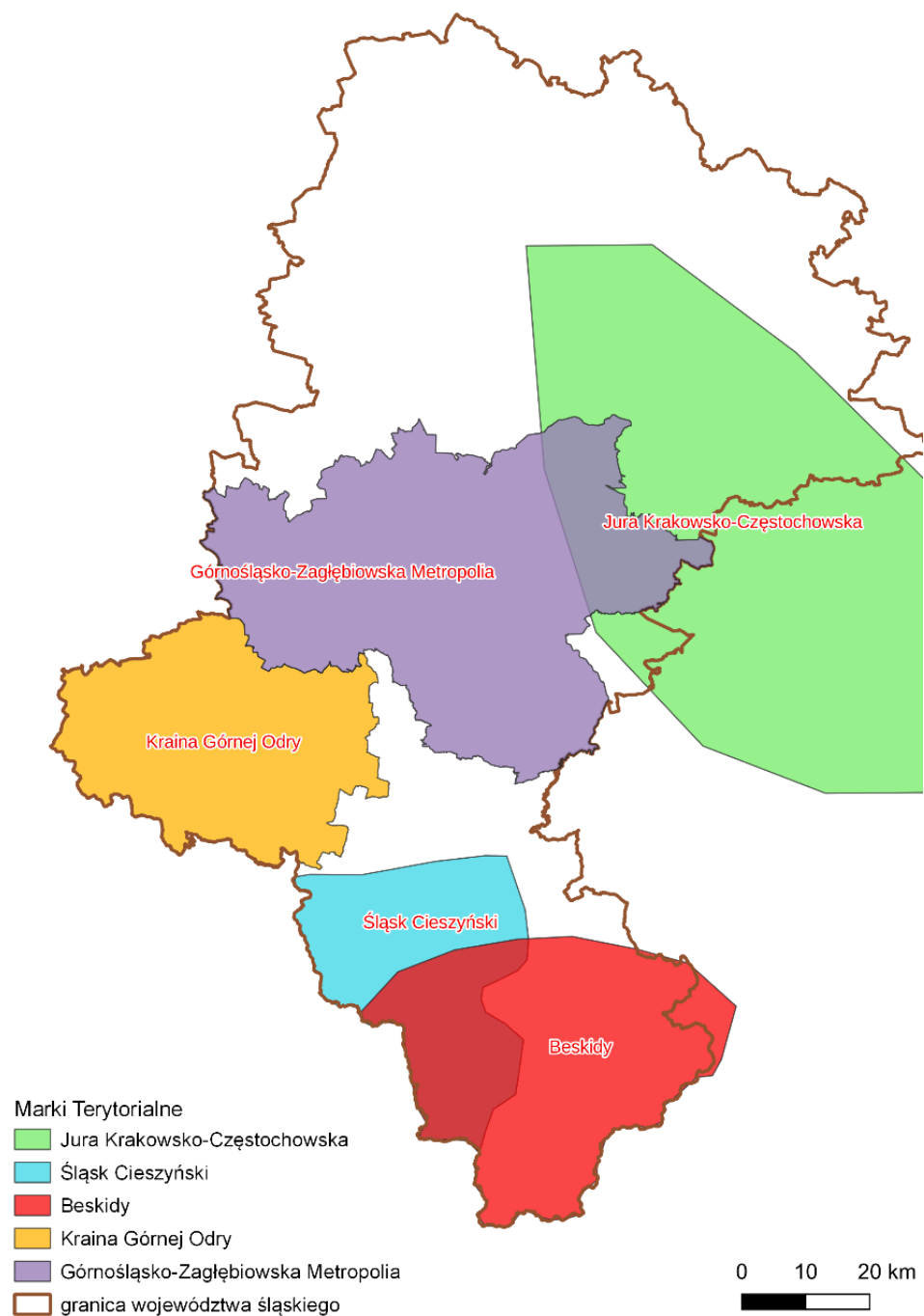
Metropolia to również szeroka oferta sportowa i rekreacyjna. Tu zlokalizowany jest Stadion Śląski, na którym corocznie organizowanych jest wiele imprez o randze międzynarodowej. Tu również jest Park Śląski oferujący możliwość atrakcyjnego spędzenia wolnego czasu z rodziną, a w którym funkcjonujące zoo, park rozrywki Legendia czy Planetarium są magnesem przyciągającym turystów.

Kluczowym wydarzeniem w GZM jest święto marki terytorialnej, czyli Kierunek GZM, które odbywa się co roku w pierwszy weekend lipca.

---

<sup>20</sup> <https://slaskie.travel/article/1011531>

**Rysunek 9 Rdzenie obszarów marek terytorialnych województwa śląskiego**



Źródło: Opracowanie własne



Biorąc pod uwagę zróżnicowane oferty w ramach poszczególnych marek można uznać, że są one tzw. wielofunkcyjnymi regionami turystycznymi. Mianem tym określane są regiony, które nie mają jednej wyraźnie wyspecjalizowanej funkcji turystycznej. Na ich obszarze turyści mogą realizować różne formy aktywności turystycznej od wypoczynkowej i krajoznawczej po aktywną. Ten rodzaj regionu jest najpowszechniejszy, a jego przewaga, polegająca na zaspokajaniu różnych celów wyjazdów, może stanowić o sile przyciągania różnych grup o różnych potrzebach turystycznych<sup>21</sup>.

W odniesieniu do funkcjonujących marek należy podkreślić znaczenie i funkcjonowanie zarządców tych marek, tj. Stowarzyszenie Region Beskidy, Stowarzyszenie Rozwoju i Współpracy Regionalnej „Olza” z siedzibą w Cieszynie, Związek Gmin Jurajskich, Związek Gmin i Powiatów Subregionu Zachodniego Województwa Śląskiego oraz Urząd Metropolitalny Górnośląsko-Zagłębiowskiej Metropolii, które realizują długofalową politykę ich rozwoju opartą na przygotowanych strategiach rozwoju marki.

---

21 [https://www.polskiemarkiturystyczne.gov.pl/uploaded\\_files/1587450492\\_podrecznik-dobrych-praktyk.pdf](https://www.polskiemarkiturystyczne.gov.pl/uploaded_files/1587450492_podrecznik-dobrych-praktyk.pdf)

**Tabela 3 Marki terytorialne w województwie śląskim – potencjały i wyzwania**

Marka	Obszar	Potencjały	Wyzwania
<b>BESKIDY</b>	Obszar powiatu bielskiego, powiatu żywieckiego oraz częściowo powiatu cieszyńskiego	<ul style="list-style-type: none"> <li>– turystyka piesza i rowerowa</li> <li>– sporty zimowe</li> <li>– turystyka kulturowa (kultura góralska i folklor)</li> <li>– sporty ekstremalne</li> <li>– walory przyrodniczo-krajobrazowe (góry, jeziora)</li> <li>– turystyka rodzinna</li> <li>– produkty regionalne</li> <li>– całosezonowość regionu</li> <li>– bogata oferta noclegowa i gastronomiczna</li> <li>– rozwijająca się oferta Wellness i SPA</li> <li>– turystyka biznesowa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– podniesienie aktywność marketingowej na poziomie ponadlokalnym, krajowym i międzynarodowym</li> <li>– poprawa stanu powietrza, szczególnie w okresie grzewczym</li> <li>– rozwój współpracy między podmiotami branży turystycznej oraz branżą i samorządami</li> <li>– rozwój komunikacji i transportu publicznego</li> <li>– wzmocnienie oferty całorocznej</li> </ul>
<b>ŚLĄSK CIESZYŃSKI</b>	powiat cieszyński, zachodnia część powiatu bielskiego oraz miasto Bielsko-Biała i Cieszyn	<ul style="list-style-type: none"> <li>– walory krajobrazowe i architektoniczne</li> <li>– walory kulturowe np. koronka koniakowska</li> <li>– rozwinięta infrastruktura okołoturystyczna</li> <li>– turystyka aktywna</li> <li>– potencjał uzdrowiskowy, leczniczy, turystyka osób III wieku</li> <li>– rzeka Wisła</li> <li>– Wiślańska Trasa Rowerowa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– rozwój komunikacji i transportu publicznego</li> <li>– rozwój zaplecza noclegowego oraz gastronomicznego</li> <li>– słaba aktywność marketingowa na poziomie ponadlokalnym</li> <li>– niskie kompetencje w sektorze nowoczesnego marketingu i oferty turystycznej wśród branży turystycznej</li> <li>– brak współpracy między podmiotami branży oraz branżą i samorządami</li> <li>– ograniczona oferta poza sezonem turystyki zimowej</li> </ul>



<b>JURA KRAKOWSKO - CZĘSTOCHOWSKA</b>	Powiaty: częstochoowski, myszkowski, zawierciański,  będziński, olkuski, krakowski, chrzanowski. Częstochowa, Dąbrowa Górnicza, Kraków	<ul style="list-style-type: none"> <li>- walory przyrodniczo-krajobrazowe</li> <li>- dziedzictwo kulturowe materialne (zamki, pałace, kościoły, obiekty poprzemysłowe, zabytki kultury żydowskiej)</li> <li>- Szlak Orlich Gniazd</li> <li>- wspinaczka skałkowa</li> <li>- turystyka piesza i rowerowa</li> <li>- turystyka wodna (spływy kajakowe, żeglarstwo)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- problemy własnościowe obiektów i terenów;</li> <li>- niewystarczający rozwój komunikacji i transportu publicznego</li> <li>- niskie kompetencje i wiedza na temat możliwości rozwojowych i znaczenia turystyki na Jurze</li> <li>- słaba aktywność marketingowa na poziomie ponadlokalnym</li> <li>- niskie kompetencje w sektorze nowoczesnego marketingu i oferty turystycznej wśród branży turystycznej</li> <li>- brak współpracy między podmiotami branży oraz branżą i samorządami</li> <li>- rozwój zaplecza noclegowego oraz gastronomicznego</li> </ul>
<b>Kraina Górnej Odry</b>	Powiaty: raciborski, wodzisławski, rybnicki, miasta na prawach powiatu: Rybnik, Żory, Jastrzębie-Zdrój	<ul style="list-style-type: none"> <li>- walory przyrodnicze</li> <li>- turystyka rowerowa</li> <li>- dziedzictwo kulturowe materialne (zamki, pałace, kościoły, układy urbanistyczne, architektura drewniana i przemysłowa)</li> <li>- turystyka wodna (spływy kajakowe, żeglarstwo)</li> <li>- turystyka miejska</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- niska rozpoznawalność marki</li> <li>- słaba aktywność marketingowa</li> <li>- niskie kompetencje w sektorze nowoczesnego marketingu i oferty turystycznej wśród branży turystycznej</li> <li>- brak współpracy między podmiotami branży oraz branżą i samorządami</li> <li>- rozwój zaplecza noclegowego oraz gastronomicznego</li> </ul>
<b>Metropolia Górnśląsko-Zagłębiowska</b>	Miasta i gminy Metropolii	<ul style="list-style-type: none"> <li>- turystyka biznesowa</li> <li>- przemysł spotkań i wielkich wydarzeń, rozbudowana baza noclegowa o zróżnicowanym standardzie, w tym klasy premium</li> <li>- liczne nowoczesne obiekty umożliwiające organizację międzynarodowych imprez kulturalnych, kongresowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zły stan powietrza, szczególnie w okresie grzewczym</li> <li>- słaba aktywność marketingowa na poziomie ponadlokalnym oraz niskie kompetencje w sektorze nowoczesnego marketingu i oferty turystycznej wśród branży turystycznej</li> <li>- niski poziom współpracy między podmiotami branży oraz branżą i samorządami</li> </ul>

		<p>i targowych</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– dogodne usytuowanie i dostępność komunikacyjna</li><li>– tereny leśne, parkowe i wodne</li><li>– zróżnicowana oferta turystyki: turystyka rowerowa, piesza, konna, sporty wodne itp.)</li><li>– bogactwo oferty kulturalnej i dziedzictwo kultury przemysłowej</li><li>– odmienność kulturowa na tle innych subregionów i regionów (kultura górnicza)</li><li>– unikatowe obiekty na liście światowego dziedzictwa UNESCO</li></ul>	
--	--	--	--

*Źródło: opracowanie własne*



# Wizja turystyki w województwie śląskim

---

## Uwarunkowania i aspiracje kształtujące wizję turystyki w województwie śląskim

Wizja turystyki odzwierciedla postulowany kształt i rolę tej dziedziny w rozwoju regionu. Wizja to swego rodzaju scenariusz sformułowany na fundamencie aspiracji podmiotów regionalnych, a równocześnie uwzględniający możliwości i ograniczenia wynikające z wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań rozwojowych – potencjałów, zjawisk, procesów, aktywności różnych podmiotów. Zaprezentowana wizja opiera się na oczekiwaniu, że turystyka w województwie śląskim w horyzoncie roku 2030 oraz w perspektywie 2030+ stawać się będzie jedną z kluczowych dziedzin społeczno-ekonomicznego rozwoju regionu. Podstawowe założenie odnoszące się do przyszłości turystyki w regionie to traktowanie rozwoju tej dziedziny w kontekście szerszym niż tylko sektorowy. Znaczenie turystyki widoczne jest w wielu aspektach; przejawia się w zdolności do generowania nowych miejsc pracy zagospodarowujących zróżnicowane kompetencje kapitału ludzkiego regionu; wpływa na poprawę jakości życia lokalnych społeczności – zarówno w wymiarze ekonomicznym, jak też w kontekście poszerzania oferty spędzania czasu wolnego; jest determinantą konkurencyjności regionu, wpływając na możliwości rozwoju gospodarki kreatywnej oraz zatrzymania w regionie kadr o wysokich kwalifikacjach. Rozwój turystyki przyczynia się do odkrywania i doceniania przez mieszkańców najcenniejszych zasobów kulturowych i przyrodniczych, których eksponowanie wzmacnia wewnętrzny i zewnętrzny wizerunek całego regionu oraz jego części.

Kreowanie i rozwijanie oferty turystycznej musi uwzględniać zasady rozwoju zrównoważonego. Jego fundamentem jest wysoki poziom świadomości lokalnych



społeczności w zakresie dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego, które z jednej strony jest traktowane jako wartość sama w sobie, zaś z drugiej strony jako potencjał umożliwiający wzmacnianie lokalnej i regionalnej gospodarki.

Województwo śląskie jest regionem posiadającym szeroki wachlarz różnego rodzaju atrakcji o potencjale turystycznym. Równocześnie jest to region, przed którym stoi wyzwanie zmiany wizerunkowej i podniesienia konkurencyjności oferty turystycznej; w szczególności chodzi o konsekwentne kreowanie i rozwijanie konkurencyjnych produktów turystycznych spajających różne atrakcje i usługi regionu z uwzględnieniem zróżnicowanych segmentów odbiorców. W tym ujęciu przyszłość turystyki i oferty turystycznej województwa śląskiego zasadza się na takich aktywnościach jak:

- rozwijanie dotychczasowych produktów turystycznych posiadających korzystne perspektywy rynkowe oraz niedegradujących dziedzictwa przyrodniczo-kulturowego regionu,
- kreowanie nowych produktów – odkrywających potencjały regionu i odpowiadających na zmiany trendów społecznych, ekonomicznych, technologicznych oraz przekształcenia ekosystemów (w tym generowane przez działalność człowieka oraz zmiany klimatyczne),
- wzmacnianie konkurencyjności i podwyższanie jakości produktów turystycznych oraz ich wzbogacanie o kolejne atrakcje i usługi z uwzględnieniem segmentów rynku,
- integrowanie produktów w kompleksową, zdywersyfikowaną, synergiczną ofertę o znaczeniu krajowym i międzynarodowym,
- rozwijanie współpracy podmiotów w województwie eliminujące zbędną konkurencję pomiędzy różnymi obszarami regionu oraz na tworzeniu zdywersyfikowanych wiązek produktów wykorzystujących specyfikę lokalną i regionalną,
- monitorowanie przemian zachodzących na rynku produktów turystycznych, ale także trendów społecznych, gospodarczych i technologicznych oraz kontekstowe dostosowywanie oferty do zmieniających się uwarunkowań.

## Rysunek 10 Struktura wartości składających się na wizję

### Turystyka województwa śląskiego 2030+

- impuls transformacji
- rozwój inteligentny i gospodarka kreatywna
- aktywizacja i integracja społeczności lokalnych
- czynnik równoważenia rozwoju
- wzbogacony i uatrakcyjniony wizerunek regionu
- integracja potencjałów rynkowych i nierynkowych

Źródło: opracowanie własne

## Generalna wizja turystyki w województwie śląskim w perspektywie 2030+

W świetle nakreślonych powyżej założeń oraz opisanych we wcześniejszych częściach uwarunkowań sformułowano wizję rozwoju turystyki w województwie śląskim w perspektywie 2030+.

Szczegółowa wizja turystyki w województwie śląskim to formuła złożona; rozwój turystyki powiązany jest z osiąganiem sześciu wartości powiązanych z przyszłością regionu. Wizja uszczegółowiona, w formie scenariusza pożądanej przyszłości, została przedstawiona poniżej.



## **Wizja turystyki w województwie śląskim 2030+**

**Województwo śląskie  
regionem zrównoważonej i zdywersyfikowanej  
turystyki wykorzystującej unikatowość  
i bogactwo dziedzictwa przyrodniczego  
i kulturowego,**

### **Turystyka w województwie śląskim w horyzoncie roku 2030+ to dziedzina:**

- eksponująca atrakcyjność kulturową i przyrodniczą regionu, wydobywająca i upowszechniająca piękno, różnicowanie i wyjątkowość województwa,
- o silnym oddziaływaniu kulturotwórczym, kształtująca wrażliwość i poczucie piękna, dostarczająca przeżyć duchowych,
- ważny, nowoczesny sektor gospodarki regionu, tworzący trwałe i atrakcyjne miejsca pracy,
- wspierająca wielowymiarową transformację gospodarki regionu, w tym poprzez otwieranie nowych możliwości kariery zawodowej,

- tworząca warunki dla rozwoju osobowego mieszkańców, w tym poprawy ich kondycji psychofizycznej,
- kreująca wartościowe propozycje zagospodarowania wolnego czasu, umożliwiającą zachowania prozdrowotne i prorodzinne oraz tworzenie ściślejszych relacji międzyludzkich,
- aktywizująca różne środowiska i potencjały endogeniczne, wyzwalająca przedsiębiorczość i aktywność społeczną,
- łącząca działalności podejmowane w sferze społecznej, biznesowej i publicznej prowadząc do osiągnięcia wartości o znaczeniu społecznym i rynkowym
- wykorzystywania i rozwijania nowoczesnych technologii i wdrażania rozwiązań typu smart city i smart village,
- wzmacniająca pozycję ośrodków metropolitalnych, a równocześnie nadająca nową dynamikę rozwoju ośrodkom mniejszym, peryferyjnym oraz ośrodkom o wyczerpanych dotychczasowych potencjałach rozwojowych,
- będąca spoiwem obszarów funkcjonalnych, łącząca obszary miejskie z wiejskimi, aktywizująca i dywersyfikująca gospodarkę wsi,
- dziedzina przyczyniająca się do rewitalizacji obszarów zdegradowanych, nadająca nowy sens obszarom podmiejskim z funkcjami turystyczno-rekreacyjnymi,
- pozytywnie przekształcająca przestrzeń regionu, wzbogacając ją o nowe urządzenia i ożywiając różnymi aktywnościami i wydarzeniami,
- rozwijająca się w zgodzie z zasadami rozwoju zrównoważonego, z poszanowaniem wartości przyrodniczych i kulturowych oraz relacji społecznych,
- stanowiąca jedno z głównych pól współpracy transgranicznej i wykorzystywania wielokulturowości regionu.





# Cele strategiczne i cele operacyjne rozwoju turystyki w województwie śląskim

---

W oparciu o zarysowaną wizję rozwoju turystyki w perspektywie do 2030 roku wskazano cele strategiczne oraz cele operacyjne.

Wysoka atrakcyjność oferty i infrastruktury turystycznej województwa śląskiego

Turystyka silną gałęzią gospodarki województwa śląskiego

Turystyka dziedziną kreującą pozytywny wizerunek województwa śląskiego

Koegzystencja turystyki z dziedzictwem kulturowym i przyrodniczym regionu



**Tabela 4 Cele rozwoju turystyki w województwie śląskim**

<b>Cele strategiczne</b>	<b>Cele operacyjne</b>
<b>CS1. Wysoka atrakcyjność oferty i infrastruktury turystycznej województwa śląskiego</b>	C1.1. Przestrzeń województwa śląskiego o wysokiej atrakcyjności i rozwiniętej infrastrukturze turystycznej
	C1.2. Zintegrowana oferta turystyczna wykorzystująca specyficzne walory regionu
	C1.3. Dogodne warunki dla funkcjonowania w sferze turystyki podmiotów z różnych sektorów
<b>CS2. Turystyka silną gałęzią gospodarki województwa śląskiego</b>	C2.1. Przedsiębiorczość rozwijająca się w branżach turystycznych i okołoturystycznych
	C2.2. Synergiczny rozwój turystyki z inteligentnymi specjalizacjami regionu (gospodarką opartą na wiedzy, gospodarką kreatywną)
	C2.3. Atrakcyjne miejsca pracy w turystyce wykorzystujące szerokie spektrum specjalności profesjonalnych
	C2.4. Silny potencjał kadrowy wspierający rozwój branży turystycznej
<b>CS3. Turystyka dziedziną kreującą pozytywny wizerunek województwa śląskiego</b>	C3.1. Atuty regionu eksponowane przez ofertę turystyczną
	C3.2. Oferta turystyczna wspierająca atrakcyjność zamieszkania w regionie
<b>CS4. Koegzystencja turystyki z dziedzictwem kulturowym i przyrodniczym regionu</b>	C4.1. Społeczność regionu świadoma wartości dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego województwa śląskiego
	C4.2. Organizacyjne, technologiczne i infrastrukturalne warunki dla zrównoważonego rozwoju turystyki

Źródło: Opracowanie własne

Wyznaczone cele strategiczne rozwoju turystyki są ściśle powiązane z celami określonymi w Strategii Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2030” – Zielone Śląskie.

**Tabela 5 Relacje Polityki Rozwoju Turystyki ze Strategią Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2030”**

Cele strategiczne Polityki Rozwoju Turystyki Województwa Śląskiego	Strategia Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2030”	
	Cele osiągnięte poprzez działania wynikające z Polityki	Przedsięwzięcia regionalne
<b>CS1. Wysoka atrakcyjność oferty i infrastruktury turystycznej województwa śląskiego</b>	<p>→ Cel operacyjny: B.2. Aktywny mieszkaniec</p> <p>→ Cel operacyjny: C.2. Efektywna infrastruktura</p> <p>Cel operacyjny: D.1. Zrównoważony rozwój terytorialny</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Turystyczne Śląskie</u></li> <li>oraz</li> <li>•Zdrowe Śląskie</li> <li>•Kulturalne Śląskie</li> <li>•Park Śląski – zielone serce regionu</li> <li>•Eko Śląskie</li> </ul>
<b>CS2. Turystyka silną gałęzią gospodarki województwa śląskiego</b>	<p>→ Cel operacyjny: A.1. konkurencyjna gospodarka</p> <p>Cel operacyjny: A.2. Innowacyjna gospodarka</p> <p>→ Cel operacyjny: A.3. Silna lokalna przedsiębiorczość</p>	
<b>CS3. Turystyka dziedziną kreującą pozytywny wizerunek województwa śląskiego</b>	<p>Cel operacyjny: B.2. Aktywny mieszkaniec</p> <p>→ Cel operacyjny: D.2. Aktywna współpraca z otoczeniem i kreowanie silnej marki regionu</p>	
<b>CS4 Koegzystencja turystyki z dziedzictwem kulturowym i przyrodniczym regionu</b>	<p>Cel operacyjny: B.2. Aktywny mieszkaniec</p> <p>Cel operacyjny: C.1. Wysoka jakość środowiska</p>	

Źródło: Opracowanie własne



# Główne kierunki na rzecz realizacji celów operacyjnych oraz związane z nimi podstawowe typy działań

---

Dla osiągnięcia celów polityki rozwoju turystyki w województwie śląskim należy podjąć szereg działań składających się na kierunki wspierające realizację celów. Działania te realizowane powinny być przez różne podmioty zarówno publiczne, jak i prywatne. W poniższej tabeli przedstawiono podstawowe typy działań; ponadto dla części typów działań zaproponowano ich przykładową zawartość. Proces wdrażania polityki to także proces ciągłego poszukiwania kolejnych działań oraz kreowania przedsięwzięć możliwych do podjęcia w kolejnych okresach implementacji polityki.

**Tabela 6 Cele, kierunki oraz typy działań**

Cel strategiczny CS1 Wysoka atrakcyjność oferty turystycznej województwa śląskiego	
<b>Cel operacyjny</b>	C1.1. Przestrzeń województwa śląskiego o wysokiej atrakcyjności turystycznej
<b>Kierunek</b>	K1.1.1. Poszerzanie wachlarza atrakcji turystycznych w regionie
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Nowe oraz modernizowane przestrzenie z atrakcjami turystycznymi, w tym:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– różnorodne obiekty turystyczne z atrakcyjną ofertą – tworzone i modernizowane w powiązaniu z walorami turystycznymi danego obszaru</li> <li>– szlaki turystyczne, jak i kulturowe tworzące możliwości przemieszczania się turystów między atrakcjami</li> <li>– obiekty turystyczne możliwe do zwiedzania w przestrzeni wirtualnej (oferta udostępniająca atrakcje dla grup społecznych o ograniczonych możliwościach bezpośredniego zwiedzania, rozwiązania promujące obiekty i ofertę, poszerzanie wiedzy i urozmaicanie doznań dzięki rozwiązaniom wirtualnym)</li> <li>– „Park Śląski – zielone serce regionu” – modernizacja i rozbudowa infrastruktury Parku, podniesienie atrakcyjności przestrzeni, obiektów i urządzeń w Parku, rozwój funkcji: społecznej, przyrodniczej, kulturowej, edukacyjnej, rekreacyjnej i sportowej, integracja i promocja oferty Parku</li> </ul> <p><b>2. Kreowanie skutecznych instrumentów finansowych i pozafinansowych na rzecz obszarów o niskim stopniu rozwoju gospodarczego, wymagających transformacji, a równocześnie posiadających szczególne walory turystyczne</b></p> <p><b>3. Rozwój wyspecjalizowanej infrastruktury turystycznej tworzonej w powiązaniu z wykorzystywaniem atutów przyrodniczo-kulturowych regionu, w tym:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozwój wokół szlaków turystycznych infrastruktury związanej z podnoszeniem jakości</li> </ul>

- i komplementarnością oferty turystycznej oraz ograniczaniem negatywnego wpływu turystyki na otoczenie
- tworzenie udogodnień i usprawnień dla uprawiania niszowych form turystyki stających się załącznikiem nowych produktów turystycznych
  - rozwój infrastruktury kluczowej dla integrowania produktów wykraczających poza granice regionu (układ międzyregionalny i transgraniczny)

**4. Rozwój infrastruktury wspomagającej konkurencyjność produktów turystycznych oraz niwelującej ograniczenia związane z sezonowością oferty, w tym:**

- infrastruktura rozwijająca możliwości wykorzystywania walorów przyrodniczych i kulturowych regionu przez cały rok
- infrastruktura zabezpieczająca elementy produktu turystycznego przed zmianami klimatu oraz wahaniami pogodowymi (w tym ekstremalne zjawiska pogodowe)

**5. Rozwój infrastruktury synergicznie powiązanej z turystyką, w tym:**

- kulturalna
- sportowa i rekreacyjna
- edukacyjna
- informatyczna
- infrastruktura bezpieczeństwa turystów i podmiotów działających w sferze turystyki (monitoringowa, ratownicza, zarządzania kryzysowego)

**6. Rozwój zielonej i błękitnej infrastruktury podnoszącej atrakcyjność przestrzeni regionu, w tym w oczach osób odwiedzających województwo, w tym:**

- kształtowanie atrakcyjnych przestrzeni zieleni w obszarach zamieszkania
- budowa zbiorników retencyjnych pełniących również funkcje krajobrazowe i rekreacyjne

**7. Informacja w przestrzeni eksponująca specyfikę i atrakcje regionu:**

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– oznakowanie atrakcji wraz z informacją o obiektach, miejscach, historii itp.</li> <li>– porządkowanie informacji graficznej w przestrzeniach turystycznych</li> </ul>
<b>Kierunek</b>	K1.1.2. Podnoszenie komunikacyjnej dostępności przestrzeni turystycznej
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Rozwój zrównoważonego systemu transportowego, w szczególności:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– tworzenie atrakcyjnej alternatywy dla indywidualnego ruchu samochodowego: poszerzanie możliwości przemieszczania się turystów przy wykorzystaniu różnych rozwiązań infrastrukturalnych i organizacyjnych</li> <li>– rozwój ilościowy aktualnego potencjału oraz nowe rodzaje przemieszczania się</li> <li>– wykorzystanie możliwości transportu wodnego dla rozwoju oferty turystycznej i przemieszczania się turystów; rozwój infrastruktury wodnych szlaków śródlądowych</li> <li>– organizacja systemu parkingowego w powiązaniu z dostępnością do innych sposobów transportu oraz z uwzględnieniem potrzeb ochrony miejsc o najwyższej wartości przyrodniczej i kulturowej</li> </ul> <p><b>2. Kształtowanie ruchu turystycznego przez nowe rozwiązania transportowe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozwój transportu zbiorowego udostępniający atrakcje turystyczne i umożliwiający przemieszczanie się między nimi</li> <li>– poprawa skomunikowania obszarów o potencjalnie wysokiej atrakcyjności turystycznej – aktywizacja potencjału turystycznego regionu oraz odciążenie ośrodków najbardziej obleganych</li> <li>– inteligentne narzędzia zarządzania i sterowania ruchem generowanym przez turystykę</li> <li>– rozwój sieci regionalnych tras rowerowych pełniących funkcje elementu systemu transportu i czynnik podnoszący atrakcyjność turystyczną</li> </ul> <p><b>3. Integracja rozwiązań transportowych:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– tworzenie intermodalnego systemu transportu turystycznego (w tym integracja: transportu zbiorowego, dróg rowerowych, szlaków pieszych, konnych, kolejowych, np. wąskotorowych, szlaków wodnych, tras narciarstwa biegowego itp.)</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>– integracja transportowa umożliwiająca tworzenie oferty turystycznej wykorzystującej transgraniczne położenie regionu</li> </ul> <p><b>4. Uzupełnianie podstawowej infrastruktury transportowej przez budowę i modernizację dróg oraz linii kolejowych, z uwzględnieniem połączeń z obszarami atrakcyjnymi turystycznie (z uwzględnieniem poszanowania dla wartości dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego)</b></p> <p><b>5. Tworzenie ekonomicznych zachęt dla proekologicznych zachowań transportowych turystów</b></p>
<b>Cel operacyjny</b>	C1.2. Zintegrowana oferta turystyczna wykorzystująca specyficzne walory regionu
<b>Kierunek</b>	K1.2.1. Kreowanie i rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych wykorzystujących zróżnicowane walory regionu
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Wspieranie tworzenia i rozwijania regionalnych, subregionalnych i lokalnych produktów turystycznych o wysokiej złożoności (łączenie wielu atrakcji i usług w produkty)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozwój marek terytorialnych województwa śląskiego – podniesienie atrakcyjności przestrzeni, obiektów i urzędzeń tworzących marki, inwestycje w rozwój infrastruktury turystycznej i okołoturystycznej zarówno letniej, jak i zimowej, wsparcie integracji partnerów w obszarach marki</li> <li>– tworzenie zintegrowanych strategii, programów, projektów oraz systemów wspólnego marketingu i promocji, dystrybucji, zarządzania produktem turystycznym</li> <li>– rozwijanie produktów wokół wybranych szlaków terytorialnych wraz z infrastrukturą specjalistyczną oraz zagospodarowaniem głównych atrakcji; nowe szlaki turystyczne, np. szlak piwowarstwa i browarnictwa, szlak turystyki wodnej; inwentaryzacja obiektów i zasobów, sieciowanie oferty, organizacja podmiotów, poprawa dostępności i bezpieczeństwa obiektów na szlaku, organizacja wydarzeń i imprez przyciągających turystów, sieciowanie współpracy w ramach szlaku, rozwój współpracy międzysektorowej, marketing i promocja marek i produktów</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– identyfikacja potencjału i możliwości rozwoju produktów niszowych, z uwzględnieniem specyfiki lokalnej i subregionalnej</li> <li>– kreowanie i rozwój transgranicznych produktów turystycznych o atrakcyjności międzynarodowej</li> <li>– narzędzia kompetencyjnego wsparcia podmiotów w regionie w zakresie udziału w tworzeniu produktów turystycznych</li> <li>– rozwijanie edukacji regionalnej w kierunku pokazywania możliwości tworzenia produktów turystycznych opartych na lokalnym i regionalnym dziedzictwie</li> <li>– wsparcie ochrony własności intelektualnej i patentów w dziedzinie turystyki</li> </ul> <p><b>2. Wdrażanie systemowych mechanizmów oraz narzędzi podnoszenia i zapewnienia jakości elementów produktu turystycznego i marek:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– badania satysfakcji klientów</li> <li>– promowanie standardów obsługi</li> </ul> <p><b>3. Unowocześnianie, dynamizowanie form i metod prezentacji atrakcji i oferty turystycznej z uwzględnieniem specyficznych potrzeb i oczekiwań różnych grup turystów, np. dzieci, rodzin, osób z niepełnosprawnościami, seniorów oraz klienta biznesowego i korporacyjnego, w tym:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– uatrakcyjnianie sposobu ekspozycji, prezentacje interaktywne, udogodnienia techniczne dla poszczególnych grup</li> </ul> <p><b>4. Rozwój sfery naukowej i badawczo-rozwojowej nakierowanej na tworzenie nowatorskich produktów turystycznych regionu, w tym integrowanie w produktach:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wiedzy o dziedzictwie przyrodniczym i kulturowym regionu</li> <li>– rozwiązań technologicznych</li> <li>– badań rynkowych</li> </ul>
<b>Kierunek</b>	K1.2.2. Integrowanie oferty turystycznej regionu

<p><b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Kreowanie i rozwój zintegrowanych markowych produktów turystycznych:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wymiana i wspólne wykorzystywanie doświadczeń w zakresie rozwoju produktów turystycznych</li> <li>– opracowanie efektywnych, możliwych do upowszechniania modeli kreowania i rozwoju produktów turystycznych i transferu technologii powiązanych z produktami</li> <li>– tworzenie modelowych rozwiązań organizacyjnych, mających na celu inicjowanie przez samorzady procesów tworzenia lokalnych i regionalnych produktów turystycznych, a także wspieranie funkcjonowania produktów turystycznych</li> <li>– tworzenie procedur umożliwiających tworzenie partnerstwa publiczno-prywatnego przez samorząd, partnerów społecznych i gospodarczych</li> </ul> </li> <li><b>2. Nowe rozwiązania organizacyjne i technologiczne w zarządzaniu atrakcjami:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozwiązania siecujące podmioty w turystyce</li> <li>– rozwiązania klastrowe</li> <li>– platformy partnerstwa wokół strategii, programów, projektów</li> <li>– rozwój partnerstwa publiczno-prywatnego na rzecz rozwoju turystyki</li> <li>– wdrażanie innowacji technicznych</li> </ul> </li> <li><b>3. Zarządzanie ofertą wydarzeń:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– kreowanie i promowanie wydarzeń flagowych</li> <li>– rozwój mniejszych wydarzeń towarzyszących wydarzeniom flagowym,</li> <li>– kalendarz komplementarnej oferty wydarzeń</li> </ul> </li> <li><b>4. Ułatwienia dla odbiorców w zakresie korzystania ze złożonych produktów turystycznych:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– współpraca podmiotów sektora turystyki w zakresie wzajemnej promocji</li> <li>– rozwój zintegrowanych systemów informacji i rezerwacji</li> </ul> </li> </ol>
<p><b>Kierunek</b></p>	<p>K1.2.3. Dostosowywanie oferty turystycznej regionu do trendów rynkowych i społecznych</p>

<p><b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Monitorowanie zmian w trendach rozwoju turystyki, zarówno w ujęciu popytowym, jak i podażowym:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– analizy zmian ruchu turystycznego w regionie i jego konsekwencji,</li> <li>– analiza trendów w turystyce krajowej i światowej,</li> <li>– analiza uwarunkowań determinujących zmiany w turystyce.</li> </ul> </li> <li><b>2. Tworzenie koncepcji zmian w turystyce regionalnej oraz ich konsultowanie z podmiotami sektora turystyki:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– prowadzenie foresightu w dziedzinie turystyki (prognozowanie i planowanie przekształceń oferty turystycznej)</li> <li>– upowszechnianie wyników analiz i koncepcji rozwoju turystyki wśród zainteresowanych podmiotów w regionie</li> </ul> </li> </ol>
<p><b>Cel operacyjny</b></p>	<p>C1.3. Dogodne warunki dla funkcjonowania w sferze turystyki podmiotów z różnych sektorów</p>
<p><b>Kierunek</b></p>	<p>K1.3.1. Podnoszenie kompetencji mieszkańców regionu w zakresie świadomego korzystania z oferty turystycznej</p>
<p><b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Promowanie wśród mieszkańców regionu oferty turystycznej dostępnej w województwie</b></li> <li><b>2. Wychowywanie młodych pokoleń do aktywnego spędzania czasu wolnego w regionie:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– promowanie odpowiedzialnej turystyki i rekreacji – w zgodzie z zasadami rozwoju zrównoważonego</li> <li>– promowanie turystyki wspierającej rozwój osobowy i społeczny</li> </ul> </li> <li><b>3. Rozpoznawanie oczekiwań różnych grup odbiorców w zakresie preferowanych sposobów spędzania czasu wolnego</b></li> </ol>
<p><b>Kierunek</b></p>	<p>K1.3.2. Rozwijanie istotnych dla rozwoju turystyki w regionie aktywności sektora obywatelskiego</p>
<p><b>Podstawowe typy działań w ramach</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Wspieranie aktywności społecznych powiązanych z pielęgnacją lokalnego i regionalnego dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego:</b></li> </ol>

<b>kierunku</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– podnoszenie kompetencji sektora obywatelskiego</li> <li>– wzmacnianie powiązań między sektorem obywatelskim i biznesem</li> <li>– promowanie dobrych praktyk – sukcesów sektora obywatelskiego w zakresie pielęgnacji, upowszechniania oraz społecznego i rynkowego wykorzystywania dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego</li> </ul> <p><b>2. Rozwój przedsiębiorczości społecznej w dziedzinie turystyki:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– promowanie przedsiębiorczości społecznej w turystyce</li> <li>– narzędzia wsparcia kompetencyjnego, finansowego, organizacyjnego, lokalowego</li> </ul>
<b>Kierunek</b>	K1.3.3. Zwiększanie udziału instytucji w regionie w kreowaniu wartości istotnych dla turystyki
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Włączanie instytucji kultury, sportu, rekreacji w działania na rzecz rozwoju turystyki w regionie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wspieranie rozwoju oferty o znaczeniu ponadlokalnym</li> <li>– włączanie oferty w produkt turystyczny</li> </ul> <p><b>2. Wspieranie relacji między sektorem turystyki a instytucjami tworzącymi i upowszechniającymi wiedzę</b></p>
<b>Cel strategiczny</b>	CS2 Turystyka silną gałęzią gospodarki województwa śląskiego
<b>Cel operacyjny</b>	C2.1. Przedsiębiorczość rozwijająca się w branżach turystycznych i okołoturystycznych
<b>Kierunek</b>	K2.1.1. Rozwijanie istniejących przedsiębiorstw w kierunku działalności związanych z turystyką
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Wspieranie poszerzania działalności przedsiębiorstw w regionie w kierunku tworzenia rynkowej oferty dla turystów:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– podnoszenie kompetencji</li> <li>– instrumenty finansowe</li> </ul> <p><b>2. Tworzenie struktur ułatwiających współpracę firm w zakresie tworzenia oferty turystycznej:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozwiązania wspierające komplementarność oferty</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– rozwiązania typu klastrowego</li> <li>– instrumenty wspólnej promocji, w tym z wykorzystaniem rozwiązań w przestrzeni wirtualnej</li> </ul> <p><b>3. Rozwój społecznej odpowiedzialności biznesu w zakresie odpowiedzialnego wykorzystywania wartości kulturowych i przyrodniczych dla rozwoju oferty turystycznej</b></p>
<b>Kierunek</b>	K2.1.2. Nowe firmy w branżach turystycznych
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Promowanie możliwości przekształcania działalności społecznej w działalność komercyjną w sektorze turystyki (w tym w powiązaniu z rozwojem przedsiębiorczości społecznej).</b></p> <p><b>2. Wsparcie dla absolwentów szkół posiadających kompetencje umożliwiające prowadzenie biznesu w sektorze turystyki:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– doradztwo, pomoc w pozyskiwaniu środków na rozpoczęcie działalności</li> <li>– wzmocnienie kompetencyjne</li> <li>– miejsca dla prowadzenia biznesu</li> </ul> <p><b>3. Kreowanie innowacyjnych usług turystycznych przyciągających odbiorców, a tym samym tworzących rynek zbytu dostępny dla mniejszych firm (nowych lub rozwijających swoją działalność)</b></p>
<b>Kierunek</b>	K2.1.3. Firmy w regionie kreujące popyt na usługi turystyczne
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Kooperacja firm turystycznych z regionu prowadząca do wzbogacania oferty turystycznej, podnoszenia satysfakcji odbiorców z tytułu poszerzenia możliwości spędzania wolnego czasu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– promowanie specjalizacji firm i tworzenia sieci współpracy (wzrost jakości realizowanych działań)</li> <li>– narzędzia wspólnej promocji prowadzące do pełniejszej obsługi odbiorców i zwiększania popytu w regionie</li> </ul>
<b>Cel operacyjny</b>	C2.2. Synergiczny rozwój turystyki z inteligentnymi specjalizacjami regionu (gospodarką opartą na wiedzy, gospodarką kreatywną)

<b>Kierunek</b>	K2.2.1. Rozwój działalności turystycznych wpisujących się w przemysły kreatywne
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Wspieranie tworzenia w sektorze turystyki łańcuchów podażowych, gdzie wartość źródłowa kreowana jest przez podmioty kultury lub nauki:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wspieranie tworzenia relacji międzysektorowych na rzecz wykreowania łańcuchów podażowych</li> <li>– wspieranie rozwiązań klastrowych w branżach kreatywnych na rzecz rozwoju turystyki</li> <li>– promowanie produktów turystycznych o wysokiej wartości kreatywnej</li> </ul>
<b>Kierunek</b>	K2.2.2. Turystyka rozwijana jako dopełnienie i wsparcie dla rozwoju inteligentnych specjalizacji regionalnych
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Wdrażanie regionalnych i lokalnych programów doradztwa dla innowacyjnych przedsiębiorstw turystycznych:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– zapewnienie przedsiębiorcom specjalistycznego doradztwa związanego z uzyskiwaniem certyfikatów, wykorzystywaniem i promowaniem nowoczesnych technologii, wdrażaniem i projektowaniem systemów zarządzania jakością oferty, relacjami ze środowiskiem, organizacją atrakcyjnych miejsc pracy</li> </ul> <p><b>2. Rozwój typów turystyki wspierających innowacyjny i kreatywny rozwój gospodarczy regionu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– turystyka zdrowotna dopełniająca i wykorzystująca rozwój medycznych specjalizacji regionu</li> <li>– turystyka kulturowa oparta na wykorzystywaniu potencjału oraz działań podejmowanych w regionie zmierzających do rozwoju instytucji kultury i promowania lokalnego dziedzictwa kulturowego</li> <li>– typy turystyki rozwijające się dzięki rozwiązaniom w przestrzeni technologii informacyjno-komunikacyjnej</li> </ul> <p><b>3. Rozwój turystyki biznesowej wspierającej:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– otwieranie gospodarki na kontakty międzynarodowe</li> <li>– przyciąganie do regionu osób, instytucji i firm reprezentujących inteligentne specjalizacje województwa śląskiego</li> </ul>

<b>Kierunek</b>	K2.2.3. Rozwój w regionie biznesów dostarczających nowoczesne rozwiązania dla sektora turystyki
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Wsparcie dla powstawania w regionie nowoczesnych technologii do stosowania w sektorze turystyki (wytwarzanie w regionie innowacyjnych produktów/usług do wykorzystania w turystyce) – głównie technologie cyfrowe oraz inne technologie zmieniające sposób realizacji oferty turystycznej:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– technologie na rzecz podnoszenia atrakcyjności ekspozycji, przeżyć związanych z usługami turystycznymi</li> <li>– technologie wspierające wymianę informacji między różnymi podmiotami w sektorze turystyki</li> <li>– technologie i rozwiązania organizacyjne związane z transportem w turystyce (np. technologie związane z niskoemisyjnym transportem, rozwiązania <i>sharingowe</i> itp.)</li> </ul>
<b>Cel operacyjny</b>	C2.3. Atrakcyjne miejsca pracy w turystyce wykorzystujące szerokie spektrum specjalności profesjonalnych
<b>Kierunek</b>	K2.3.1. Rozwijanie rynku pracy w branżach turystycznych
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Wsparcie przedsiębiorców kreujących miejsca pracy w branżach turystycznych – w tym narzędzia doradcze i finansowe</b></p> <p><b>2. Wsparcie dla przekształcania sezonowych miejsc pracy w turystyce w stałe miejsca pracy</b></p>
<b>Kierunek</b>	K2.3.2. Miejsca pracy w działalnościach na styku rynkowego i pozarynkowego oddziaływania turystyki
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Wsparcie dla tworzenia „zielonych miejsc pracy”:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wspieranie rozwoju ekoturystyki i agroturystyki</li> <li>– tworzenie miejsc pracy w otoczeniu turystyki związanych z ochroną przyrody, krajobrazu, zachowaniem wartości kulturowych</li> </ul> <p><b>2. Wsparcie dla tworzenia miejsc pracy w turystyce i działalnościach okołoturystycznych jako elementu transformacji miast oraz restrukturyzacji zatrudnienia na obszarach wiejskich</b></p>



<b>Cel operacyjny</b>	C2.4. Silny potencjał kadrowy wspierający rozwój branży turystycznej
<b>Kierunek</b>	K2.4.1. Kształcenie kadr dla sektora turystyki
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Rozwój oferty edukacyjnej na poziomie branżowym, średnim i wyższym w zakresie kompetencji istotnych w branżach turystycznych i okołoturystycznych, w tym:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wspieranie rozwoju kształcenia dualnego w szkołach ponadpodstawowych na kierunkach związanych z turystyką, w tym system staży i praktyk w przedsiębiorstwach turystycznych</li> <li>– rozwój kształcenia na poziomie wyższym na kierunkach związanych w rozwojem usług i produktów turystycznych</li> </ul> <p><b>2. Podnoszenie poziomu kwalifikacji nauczycieli przedmiotów zawodowych:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– inicjatywy edukacyjne jak np. konferencje metodyczne, specjalistyczne szkolenia w zakresie współczesnych wyzwań w edukacji na rzecz turystyki</li> <li>– podnoszenie kompetencji w zakresie zaszczepiania idei rozwoju zrównoważonego i odpowiedzialnego prowadzenia biznesu turystycznego</li> </ul> <p><b>3. Realizacja lokalnych i regionalnych programów przekwalifikowania pracowników innych sektorów do pracy w sektorze turystycznym</b></p> <p><b>4. Włączanie przedsiębiorców w kompleksowe działania na rzecz podnoszenia kompetencji kadr dla turystyki (współpraca biznes – instytucje edukacyjne)</b></p> <p><b>5. Wykorzystywanie narzędzi online dla podnoszenia kompetencji (usuwanie barier w dostępie do oferty podwyższania kompetencji)</b></p>
<b>Kierunek</b>	K2.4.2. Profesjonalizacja kadr turystycznych
<b>Podstawowe typy</b>	<b>1. Upowszechnianie systemu kwalifikacji profesjonalnych w usługach turystycznych, w tym</b>

<b>działań w ramach kierunku</b>	z wykorzystaniem kryteriów uwzględnianych w certyfikatach międzynarodowych (np. analogicznie do Certified Tour Directors and Guides ITMI, systemy dla hoteli, restauracji, biur podróży itd.)
<b>Cel strategiczny</b>	CS3. Turystyka dziedziną kreującą pozytywny wizerunek województwa śląskiego
<b>Cel operacyjny</b>	C3.1. Atuty regionu eksponowane przez ofertę turystyczną
<b>Kierunek</b>	K3.1.1. Poprawa wizerunku regionu poprzez atrakcyjność oferty turystycznej
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<p><b>1. Regionalny System Informacji i Promocji Turystycznej</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozwój i integracja systemu informacji turystycznej, w tym z wykorzystaniem rozwijających się narzędzi ICT</li> <li>– budowanie baz danych pozwalających na stałą integrację i promocję oferty turystycznej</li> <li>– prowadzenie akcji promocyjnych w skali regionalnej krajowej i międzynarodowej</li> <li>– wspieranie rozwoju stałej współpracy z touroperatorami</li> <li>– uczestnictwo w krajowych i międzynarodowych imprezach i targach turystycznych</li> </ul> <p><b>2. Promowanie wartości przyrodniczych i kulturowych województwa śląskiego dostępnością atrakcyjnej oferty turystycznej:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– eksponowanie w ofercie turystycznej atutów przyrodniczych i kulturowych regionu</li> <li>– kreowanie oferty umożliwiającej poznawanie najciekawszych miejsc oraz historii regionu</li> <li>– wzmacnianie produktów turystycznych w najpełniejszy sposób ukazujących specyfikę regionu</li> <li>– rozwijanie typów turystyki aktywnej podnoszących atrakcyjność regionu w oczach osób o wysokiej mobilności (szczególnie osoby młode oraz osoby zaliczające się do klasy kreatywnej)</li> <li>– rozwój kompetencji w zakresie przygotowania i realizacji działań promocyjnych i kreowania produktów turystycznych</li> </ul> <p><b>3. Rozwijanie oferty turystycznej towarzyszącej wydarzeniom organizowanym w regionie:</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– oferta dla uczestników kongresów, konferencji, różnych spotkań typu biznesowego i naukowego</li> <li>– komplementarna oferta adresowana do uczestników dużych wydarzeń sportowych i kulturalnych realizowanych w regionie</li> </ul> <p><b>4. Organizacja systemu pobytów krótko- i długoterminowych dla uczniów z województwa śląskiego i studentów studiujących w regionie</b></p>
<b>Cel operacyjny</b>	C3.2. Oferta turystyczna wspierająca atrakcyjność zamieszkania w regionie
<b>Kierunek</b>	K3.2.1. Wykorzystywanie funkcji turystycznych dla poszerzania oferty czasu wolnego w regionie
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Wykorzystywanie obiektów turystycznych dla realizacji funkcji spędzania czasu wolnego adresowanych do mieszkańców regionu</b></li> <li><b>2. Realizacja inwestycji w infrastrukturę i obiekty turystyczne wpływających równocześnie na poprawę jakości przestrzeni</b></li> </ol>
<b>Kierunek</b>	K3.2.2. Eliminowanie kolizji między funkcjami mieszkaniowymi a turystycznymi
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Działania planistyczne ograniczające uciążliwy wpływ turystyki na codzienne funkcjonowanie mieszkańców</b></li> <li><b>2. Kształtowanie infrastruktury turystycznej w sposób ograniczający kolizję między osadnictwem a turystyką</b></li> </ol>
<b>Cel strategiczny</b>	CS4. Koegzystencja turystyki z dziedzictwem kulturowym i przyrodniczym regionu
<b>Cel operacyjny</b>	C4.1. Społeczność regionu świadoma wartości dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego województwa śląskiego
<b>Kierunek</b>	K4.1.1. Włączanie mieszkańców w proces rozwijania i wykorzystywania dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego

<p><b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b></p>	<p><b>1. Działania włączające mieszkańców w pielęgnowanie i wzbogacanie lokalnego i regionalnego dziedzictwa:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rozwój różnych kolekcji prywatnych</li> <li>– rozwój amatorskich ruchów artystycznych</li> <li>– aktywności badawcze mieszkańców związane z historią, kulturą, przyrodą obszaru</li> <li>– akcje polegające na gromadzeniu wiedzy o obszarze (ciekawostki, historie rodzin itp.) oraz artefaktów związanych z lokalnym i regionalnym dziedzictwem</li> </ul> <p><b>2. Działania włączające mieszkańców w ochronę dziedzictwa:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– działania na rzecz ochrony przyrody</li> <li>– działania związane z rewitalizacją cennych obiektów</li> </ul>
<p><b>Cel operacyjny</b></p>	<p>C4.2. Organizacyjne, technologiczne i infrastrukturalne warunki dla zrównoważonego rozwoju turystyki</p>
<p><b>Kierunek</b></p>	<p>K4.2.1. Rozwój infrastruktury ograniczającej antropopresję ze strony ruchu turystycznego oraz zabezpieczającej trwałość produktu turystycznego</p>
<p><b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b></p>	<p><b>1. Wsparcie rozwoju infrastruktury proekologicznej na obszarach turystycznych, w szczególności w zakresie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– gospodarki wodno-ściekowej</li> <li>– zielonej infrastruktury ograniczającej uciążliwość hałasu i zanieczyszczeń generowanych przez ruch turystyczny</li> <li>– dostępu do odnawialnych źródeł energii</li> </ul> <p><b>2. Specjalistyczne inwestycje infrastrukturalne mające na celu wzmocnienie ochrony przyrody i krajobrazu na najcenniejszych obszarach, w tym obszarach sieci NATURA 2000</b></p>

<b>Kierunek</b>	K4.2.2. Proekologiczne rozwiązania w obiektach turystycznych
<b>Podstawowe typy działań w ramach kierunku</b>	<ol style="list-style-type: none"><li><b>1. Promowanie rozwiązań proekologicznych stosowanych na świecie w obszarze turystyki.</b></li><li><b>2. Modernizacja obiektów turystycznych i zmiana sposobu realizacji funkcji turystycznych w kierunku:</b><ul style="list-style-type: none"><li>– wykorzystywania odnawialnych źródeł energii</li><li>– ograniczania zużycia energii i materiałów</li><li>– wykorzystywania lokalnych surowców do realizacji inwestycji oraz działalności operacyjnej</li><li>– wprowadzania gospodarki cyrkularnej</li></ul></li></ol>

*Źródło: Opracowanie własne*

# Analiza SWOT

---

W poniższej tabeli przedstawiono uwarunkowania wpływające na rozwój turystyki w województwie śląskim:

- siły i słabości – potencjały/deficyty, zjawiska, procesy o charakterze wewnętrznym (z województwa śląskiego), kształtujące pozycję konkurencyjną oferty turystycznej regionu, pozytywnie lub negatywnie oddziałujące na osiągnięcie założonych celów,
- szanse i zagrożenia – czynniki o charakterze zewnętrznym (spoza województwa) oraz najważniejsze zjawiska spoza sfery turystyki.

W tabeli zostały zaprezentowane tylko czynniki najistotniejsze.

*C1. Wysoka atrakcyjność oferty i infrastruktury turystycznej województwa śląskiego*

*C2. Turystyka silną gałęzią gospodarki województwa śląskiego*

*C3. Turystyka dziedziną kreującą pozytywny wizerunek województwa śląskiego*

*C4. Koegzystencja turystyki z dziedzictwem kulturowym i przyrodniczym regionu*



Tabela 7 Czynniki analizy SWOT

	Cele strategiczne	C1	C2	C3	C4
<b>Uwarunkowania realizacji celów</b>					
<b>Sily</b>					
S1.	<b>Zróźnicowane środowisko przyrodnicze, w tym ekosystemy o wysokich walorach będące podstawą dla kreowania produktów turystycznych o wysokiej atrakcyjności</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
S2.	Zróźnicowany i atrakcyjny krajobraz regionu – zarówno naturalny (góry, akweny), jak i antropogeniczny (np. Cysterskie Kompozycje Krajobrazowe Rud Wielkich, krajobraz postindustrialny, zabudowa miast i wsi)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
S3.	Znaczący potencjał metropolii i dużych miast województwa – kultura, nauka, edukacja, biznes, sieci kooperacji, wydarzenia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
S4.	<b>Miejscowości i obszary o pozytywnym wizerunku, w tym także z ukształtowanymi elementami wizerunku turystycznego</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
S5.	Wysoki potencjał turystyczny i doświadczenie w realizowaniu funkcji turystycznych województwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
S6.	Produkty i usługi turystyczne o wysokim potencjale marketingowym	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
S7.	Ukształtowane wiodące marki turystyczne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
S8.	Wielokulturowość regionu	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
S9.	<b>Funkcjonowanie placówek edukacyjnych specjalizujących się w kształceniu kadr dla turystyki oraz coraz liczniejsze kierunki i specjalności kształcenia na uczelniach wyższych</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
S10.	Silny sektor otoczenia biznesu wspierający rozwój i współpracę podmiotów gospodarczych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
S11.	Wysokie zainteresowanie samorządów i społeczności lokalnych kreowaniem oferty turystycznej jako kierunkiem dywersyfikacji struktury gospodarczej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
S12.	Realne działania samorządów zmierzające do poprawy estetyki miejscowości, zwłaszcza zabytkowych i centralnych części miast, prowadzenie działań rewitalizacyjnych, wzrost uwagi poświęcanej ładowi przestrzennemu i ochronie walorów środowiskowych	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	
S13.	Poprawiające się wyposażenie infrastrukturalne – zarówno infrastruktura techniczna, jak również społeczna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
S14.	Rosnące grono osób i organizacji zajmujących się pielęgnowaniem dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

S15. Duża liczba podmiotów gospodarczych, które mogą realizować działania w sektorze turystyki oraz mogą tworzyć popyt na produkty turystyczne	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
S16. Wzrost gospodarczy skutkujący rosnącymi możliwościami inwestycyjnymi podmiotów gospodarczych w regionie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
S17. Duża liczba ludności w regionie kreująca duży rynek zbytu na usługi turystyczne w regionie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
S18. Transgraniczne usytuowanie województwa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
S19. Dobra lokalizacja województwa na międzynarodowych szlakach komunikacyjnych – dostępność drogowa, kolejowa, lotnicza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
<b>Słabości</b>				
W1. Stereotypowy generalny wizerunek województwa śląskiego nacechowany negatywnymi skojarzeniami związanymi z przemysłem ciężkim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
W2. Niewystarczająco ukształtowany i utrwalony w skali ponadregionalnej wizerunek turystyczny województwa i marek terytorialnych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
W3. Deficyt modelowych rozwiązań w zakresie współpracy międzysektorowej (partnerzy publiczni, biznesowi, pozarządowi) na rzecz opracowywania nowych produktów oraz tworzenia komplementarnej oferty turystycznej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
W4. Deficyty infrastrukturalne hamujące rozwój turystyki w nowych lokalizacjach i turystyczne ożywianie kolejnych obszarów	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
W5. Relatywnie niska w stosunku do potencjału regionu oferta produktów turystycznych o wysokiej jakości i wysokiej dochodowości	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
W6. Niewystarczający poziom wykorzystania nowoczesnych technologii wspierających realizację funkcji turystycznych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
W7. Nieefektywny system informacji turystycznej oraz systemu wspierającego korzystanie z usług turystycznych w regionie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
W8. Niezadawalający poziom estetyki i uporządkowania przestrzeni turystycznej (zaśmiecenie obszarów turystyki) rzutujący negatywnie na atrakcyjność oferty turystycznej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
W9. Utrudniona dostępność komunikacyjna części obszarów atrakcyjnych turystycznie – szczególnie w aspekcie dostępności za pośrednictwem transportu zbiorowego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
W10. Lokalne braki w infrastrukturze technicznej ograniczające możliwości absorpcji ruchu turystycznego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>





Szanse				
O1. Globalny rozwój turystyki wskazujący, że jest to dziedzina należąca do sektorów o najszybszym wzroście	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
O2. <b>Poszukiwanie przez odbiorców nowych kierunków turystycznych i zainteresowanie nowymi produktami</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
O3. Wzrost gospodarczy	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
O4. Trendy społeczne i zmiany w profilu konsumpcji wspierające generowanie nowych i wzmacnianie dotychczasowych produktów turystycznych – aktywny i zdrowy styl życia, nowe aktywne formy spędzania wolnego czasu, rosnący rynek konferencji i kongresów oraz incentives)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
O5. Łatwość przemieszczania się w Unii Europejskiej wspierająca pozyskiwanie odbiorców oraz umożliwiająca realizację działań turystycznych w wymiarze transgranicznym	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
O6. Szybki postęp technologiczny kreujący rozwiązania umożliwiające łatwiejsze realizowanie i korzystanie z usług turystycznych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		<input type="radio"/>
O7. <b>Rozwój technologii proekologicznych, w tym związanych z konsekwencjami zmian klimatycznych</b>	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>
O8. Wysokie zainteresowanie podwyższaniem kwalifikacji – nie tylko kompetencjami profesjonalnymi dla sektora turystyki, ale także szerzej, kompetencjami językowymi i technologicznymi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
O9. Dostępność środków na podwyższanie kwalifikacji i przekwalifikowania	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
O10. <b>Wysoki poziom przedsiębiorczości możliwy do wykorzystania w dziedzinie turystyki</b>		<input type="radio"/>		
O11. Realizacja europejskich projektów rozbudowy sieci transportowej – kolejowej i drogowej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
O12. Rozwój ruchu lotniczego, bezpośrednich połączeń lotniczych, skracanie czasu dojazdu do miejsca wypoczynku (z ryzykami generowanymi przez zagrożenia epidemiczne i geopolityczne)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		
O13. Dostępność środków na działania zmierzające do rewitalizacji oraz do przywracania bądź zachowywania walorów środowiska naturalnego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zagrożenia				
T1. Niestabilność geopolityczna utrudniająca prognozowanie przyszłości branży turystycznej	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
T2. Zagrożenia epidemiczne radykalnie ograniczające lub wstrzymujące ruch turystyczny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
T3. Globalizacja i wiążący się z nią wzrost konkurencji głównych europejskich i światowych ośrodków turystycznych	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>		

T4. <b>Bardzo silnie rozwijające się turystycznie inne regiony, w tym ościenne, przeznaczające duże środki na rozwój infrastruktury i promocji turystycznej</b>				
T5. Zagrożenia dekonunktury światowej mogące odbić się na rozwoju turystyki	○	○		
T6. Wysoka inflacja wpływająca na wzrost kosztów inwestycji				
T7. Wzrost cen ograniczający możliwości wydatkowania środków na turystykę (od strony popytu oraz od strony inwestycyjnej)	○	○		
T8. Zagrożenia dla dostaw nośników energii		○		
T9. Degradacja zasobów naturalnych oraz zagrożenia związane ze zmianami klimatu powodowane przez rozwój gospodarki	○	○	○	○
T10. Odływ profesjonalnych kadr za granicę		○		
T11. Wysoka dynamika zmian w zakresie wymagań klientów i związane z tym trudności w stałym dostosowywaniu kwalifikacji	○	○		
T12. Trudności w rzetelnym badaniu procesów rozwoju turystyki (m.in. ze względu na szarą strefę)	○	○		○
T13. <b>Niekontrolowana „prywatyzacja” przestrzeni prowadząca do utrudniania powszechnego dostępu do miejsc o wysokich walorach turystycznych i rekreacyjnych</b>	○			○

Źródło: Opracowanie własne



# Kryteria wyboru innych istotnych projektów

---

## Mechanizm wyboru projektów wdrożeniowych

Dokument Polityki wyznacza wizję, cele oraz ramy działań. Wskazane w nim kluczowe projekty stanowią grupę projektów inicjalnych, które powinny zostać podjęte w ramach działań różnych podmiotów uczestniczących w rozwoju rynku usług turystycznych w województwie śląskim. W toku wdrażania dokumentu możliwe i konieczne będzie poszukiwanie nowych i efektywnych projektów podnoszących konkurencyjność i atrakcyjność sektora turystyki, będącej istotnym elementem gospodarki regionu i jej transformacji.

W toku wdrażania Polityki, zarówno kreując nowe projekty, jak i oceniając projekty innych partnerów, tj. samorządów, przedsiębiorstw czy podmiotów sektora NGO ubiegających się o wsparcie, należy opierać się na jasnych kryteriach, w szczególności w aspekcie wpływu danych projektów na osiąganie celów wyznaczonych w Strategii Rozwoju Województwa i niniejszej Polityce Rozwoju Turystyki.

Dla oceny nowych projektów możliwe będzie wykorzystanie różnego rodzaju rekomendacji płynących z badań ewaluacyjnych, diagnoz i analiz aktualizujących ocenę sytuacji sektora turystyki, które będą przygotowywane przez i na potrzeby samorządu województwa śląskiego.

Do kluczowych kryteriów oceny i wyboru projektów wdrożeniowych zaliczyć należy:

- stopień realizacji celów i działań wskazanych w Strategii Rozwoju Województwa i Polityce Rozwoju Turystyki,
- kompleksowość projektu, przejawiająca się w zakresie wpływu na liczbę celów oraz możliwości generowania efektów synergicznych,
- komplementarność z innymi działaniami i projektami realizowanymi w ramach subregionu i/lub marki terytorialnej i/lub produktu turystycznego,

- stopień realizacji partnerstw terytorialnych i międzysektorowych realizowanych w ramach projektu na etapie przygotowania, realizacji i wykorzystania produktów projektu,
- wpływ na zwiększenie liczby turystów, charakter i skalę oddziaływania projektu: międzynarodowy, krajowy, regionalny, ponadlokalny, lokalny.

# System wdrażania

---

## Ramy realizacyjne

Realizacja Polityki Rozwoju Turystyki Województwa Śląskiego do 2030 roku, podobnie jak kluczowy dokument rozwoju regionu, tj. Strategia „Śląskie 2030”, oparty będzie na zasadzie partnerstwa i współpracy. Kluczowym podmiotem odpowiedzialnym za jego realizację jest Zarząd Województwa Śląskiego wraz z administracją samorządu województwa, w szczególności Urzędem Marszałkowskim Województwa Śląskiego w strukturze, którego kluczową będzie komórka właściwa ds. turystyki.

Należy podkreślić, że niniejszy dokument wyznaczając cele rozwoju, kierunki działań oraz projekty realizacyjne dotyka szerokiego zakresu aktywności, jakie należy podjąć dla rozwoju sektora turystyki zależnego często od innych podmiotów niż samorząd województwa.

Z tego też względu rola samorządu województwa śląskiego będzie polegała nie tylko na realizacji i finansowaniu określonych zadań będących w jego kompetencjach. Rola samorządu województwa śląskiego w procesie realizacji polityk rozwojowych została określona w Strategii Rozwoju Województwa Śląskiego i polega na pełnieniu funkcji:

- efektywnego realizatora działań o charakterze inwestycyjnym i organizacyjnym w zakresie kompetencji i zadań wynikających z ram prawnych,



- aktywnego partnera w zakresie działań, na które samorząd województwa może mieć pośrednie oddziaływanie, w tym wsparcie finansowe działań jednostek samorządu terytorialnego niższego szczebla w realizacji zadań o charakterze regionalnym oraz współdziałanie w zakresie kierunków alokacji środków i realizacji projektów współfinansowanych ze środków zewnętrznych silnego promotora, wspierającego działania innych podmiotów publicznych i prywatnych, w tym projektów i zadań JST oraz innych podmiotów z obszaru regionu lub planujących swoje działania na jego obszarze, m.in. w zakresie pozyskiwania finansowania zewnętrznego w regionie.

Do partnerów realizacji Polityki należą:

- gminy i powiaty z obszaru województwa śląskiego,
- związki i stowarzyszenia gmin i powiatów,
- Górnośląsko-Zagłębiowska Metropolia,
- Śląska Organizacja Turystyczna,
- lokalne organizacje turystyczne,
- zarządzający markami terytorialnymi,
- społeczności lokalne,
- NGO,
- przedsiębiorcy z branży turystycznej,
- szkoły wyższe z województwa śląskiego,
- administracja rządowa.

Współpraca z ww. podmiotami odbywać się będzie poprzez partnerską realizację projektów i przedsięwzięć oraz realizację procesów konsultacyjnych w toku podejmowania kluczowych decyzji inwestycyjnych.

Jedną z kluczowych form współpracy będzie pogłębianie debaty prowadzonej w ramach już działającej Śląskiej Rady Turystyki.

Istotnym partnerem procesu wdrażania będzie również aktywnie działająca w regionie Śląska Organizacja Turystyczna (ŚOT), której członkami są jednostki samorządu terytorialnego – gminy, powiaty i ich stowarzyszenia i związki oraz przedsiębiorcy z branży turystycznej i innych organizacji turystycznych.

Zgodnie z ustawą z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej do zadań regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych należy:

- promocja turystyczna obszaru ich działania,
- wspomaganie funkcjonowania i rozwoju informacji turystycznej,
- inicjowanie, opiniowanie i wspieranie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej,
- współpraca z Polską Organizacją Turystyczną.

Celem działania ŚOT jest kreowanie atrakcyjnego wizerunku województwa śląskiego w kraju i za granicą, sprzyjającego zwiększeniu liczby turystów odwiedzających województwo śląskie oraz zwiększenie dochodów z turystyki. Śląska Organizacja Turystyczna prowadzi działalność promocyjną, edukacyjną, szkoleniową oraz wydawniczą. Ponadto ŚOT stale współpracuje z zarządcami marek terytorialnych oraz prowadzi badania oraz analizy na potrzeby rozwoju sektora turystyki i działania w zakresie rozwoju systemu informacji turystycznej i rozwija współpracę z podmiotami mającymi wpływ na rozwój tego sektora.

# Ramy finansowe

---

## Źródła i montaż finansowy

Polityka Rozwoju Turystyki Województwa Śląskiego jest dokumentem opartym na zasadzie partnerstw i wielopodmiotowym zarządzaniu. Z tego też względu mechanizm finansowania oparty powinien być w głównej mierze na mechanizmie montażu finansowego zarówno w układzie publicznym, jak i publiczno-privatnym.

Do kluczowych źródeł finansowania Polityki zaliczyć należy środki:

- z budżetu województwa śląskiego,
- własne jednostek samorządu terytorialnego województwa śląskiego,



- budżetu państwa,
- pochodzące z budżetu Unii Europejskiej, m.in. w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, mechanizmu sprawiedliwej transformacji oraz innych instrumentów związanych z transformacją regionów pogórnich,
- krajowych funduszy celowych, w tym z PFOŚiGW, WFOŚiGW, Funduszu Rozwoju Kultury Fizycznej, Narodowego Funduszu Ochrony Zabytków, instrumentów Banku Gospodarstwa Krajowego,
- z innych źródeł zagranicznych, w tym m.in. z Norweskiego Mechanizmu Finansowego, Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego, Europejskiego Banku Inwestycyjnego, Bank Światowy,
- funduszy prywatnych podmiotów branży turystycznej i NGO.

Kluczowym podmiotem wdrażającym i realizującym część zadań wynikających z Polityki jest samorząd województwa śląskiego. Z tego też względu należy przyjąć, że środki finansowe zaplanowane w ramach budżetu województwa śląskiego w zakresie działań związanych bezpośrednio z turystyką oraz pośrednio z promocją, sportem i kulturą służyć będą realizacji Polityki.

Ponadto będą podejmowane działania w zakresie przygotowania i realizacji projektów własnych, samorządu województwa i jednostek podległych, współfinansowanych ze środków UE.

### **Fundusze dla Śląskiego**

Istotnym źródłem finansowania zarówno projektów samorządu województwa, jak i samorządów lokalnych i innych podmiotów działających w sferze turystyki są środki przewidziane w ramach Programu Fundusze Europejskie dla Śląskiego 2021-2027. W ramach projektu dokumentu do kluczowych priorytetów działań zaplanowanych do realizacji i wsparcia wskazano m.in.:

- Priorytet VII: Śląskie bliżej obywateli, w tym cel szczegółowy: (I) Wspieranie zintegrowanego i sprzyjającego włączeniu społecznemu rozwoju społecznego, gospodarczego i środowiskowego, kultury, dziedzictwa naturalnego, zrównoważonej turystyki i bezpieczeństwa na obszarach miejskich. W ramach tego celu wsparcie będzie przeznaczone na tworzenie i rozwój zrównoważonej infrastruktury turystycznej, jak również sieciowanie tej infrastruktury na rzecz utworzenia lub rozszerzenia szlaków turystycznych różnych rodzajów (m.in.: pieszych, rowerowych,

konnych, narciarskich, wodnych), w tym infrastrukturę poprawiającą dostępność obiektów i atrakcji turystycznych i zagospodarowanie ich otoczenia. Działania te powinny być realizowane z poszanowaniem lokalnych zasobów przyrody i przy minimalnej ingerencji w środowisko naturalne oraz z wykorzystaniem rozwiązań cyfrowych. Ponadto, wsparcie będzie przeznaczone na wzmocnienie prorozwojowej i wspólnototwórczej roli kultury poprzez przekształcenie istniejących instytucji kultury w wielofunkcyjne centra oferujące zróżnicowaną ofertę m.in. kulturalną, animacyjną, edukacyjną dla wszystkich grup mieszkańców oraz prowadzące aktywne działania na rzecz rozwoju kapitału społecznego na poziomie lokalnym.

Ponadto będą wspierane działania odpowiadające na wyzwania i problemy społeczne obszarów rewitalizacji, ze szczególnym uwzględnieniem rozwiązań zrównoważonych, niskoemisyjnych, zasobooszczędnych, wykorzystaniem zielonej i błękitnej infrastruktury, przywróceniem i poprawą jakości środowiska naturalnego oraz dostosowaniem obiektów i przestrzeni do potrzeb osób z niepełnosprawnościami.

W ramach tego celu zaplanowano interwencję m.in. w obszarze:

- ochrona, rozwój i promowanie publicznych walorów turystycznych i usług turystycznych,
  - ochrona, rozwój i promowanie dziedzictwa kulturowego i usług w dziedzinie kultury.
- Priorytet VII: Śląskie bliżej obywateli, wyznaczono cel szczegółowy: (II) Wspieranie zintegrowanego i sprzyjającego włączeniu społecznemu rozwoju społecznego, gospodarczego i środowiskowego, na poziomie lokalnym, kultury, dziedzictwa naturalnego, zrównoważonej turystyki i bezpieczeństwa na obszarach innych niż miejskie. Dla osiągnięcia tego celu wsparcie zostanie przeznaczone na zagospodarowanie terenów i obiektów na obszarach wiejskich, w tym pogórnich/poprzemysłowych/ powojkowych/ popegeerowskich/ pokolejowych wraz z zagospodarowaniem przyległego otoczenia na cele realizacji zadań i funkcji niezbędnych dla zaspokojenia potrzeb społeczności gmin wiejskich. Wsparcie zostanie dedykowane projektom kompleksowym, adresującym zróżnicowane potrzeby i problemy obszarów wiejskich w sferze ekonomicznej, społecznej, przestrzennej, środowiskowej i technicznej, w szczególności odpowiadające na pogłębiające się procesy depopulacyjne i starzenie się mieszkańców obszarów wiejskich regionu oraz wymagających dostosowania infrastruktury usług publicznych, w tym społecznych, edukacyjnych, kulturalnych, opiekuńczych do sytuacji demograficznej.





W ramach tego celu zaplanowano interwencję m.in. w obszarze:

- pozostała infrastruktura społeczna przyczyniająca się do włączenia społecznego,
- fizyczna odnowa i bezpieczeństwo przestrzeni publicznych.

W priorytecie tym wyznaczono również cel szczegółowy: (III) Wzmacnianie trwałego wzrostu i konkurencyjności MŚP oraz tworzenie miejsc pracy w MŚP, w tym poprzez inwestycje produkcyjne. W ramach interwencji planowane jest systemowe wsparcie przyczyniające się do zwiększenia poziomu przedsiębiorczości oraz wzrostu liczby miejsc pracy w regionie oraz wsparcie obejmujące przedsięwzięcia realizowane przez MŚP poprzez rozwój bądź też poprawę infrastruktury turystycznej oraz okołoturystycznej, jak również budowę i rozwój infrastruktury rekreacyjnej. Planuje się, że wsparcie obejmować będzie w szczególności rozwój turystyki miejskiej, przemysłowej i ekoturystyki jako endogennych potencjałów rozwojowych regionu, w tym także krajobrazowych i kulturowych w kierunku dywersyfikacji gospodarczej i kreowania miejsc pracy w regionie (m.in. turystyka weekendowa, turystyka rodzinna, turystyka biznesowa). Działania te wzmacniać powinny potencjał regionu na rzecz rozwoju przemysłu spotkań i wydarzeń, jako dynamicznie rozwijającego się sektora gospodarki. W ramach celu zaplanowano interwencję m.in. w obszarze:

- rozwoju działalności i umiędzynarodowienie MŚP, w tym inwestycje produkcyjne,
- procesów innowacji w MŚP (innowacje w zakresie procesów, organizacji, marketingu, i współtworzenia, innowacje zorientowane na użytkownika i motywowane popytem).

Ponadto obszary przygraniczne, obok środków przewidzianych w ramach programu Fundusze, będą mogły aplikować w ramach programów transgranicznych, tj.:

- Programu współpracy transgranicznej Interreg Polska – Słowacja 2021-2027, w którym wyznaczono cel: 2.3. Priorytet 3. Twórcze i atrakcyjne turystycznie Pogranicze,
- Programu Interreg Czechy – Polska 2021-2027, w którym ujęto priorytet 2 – Turystyka.

# System monitoringu i ewaluacji

---

## Ramy monitorowania

Rozwój sektora turystyki i przypisana mu istotna rola w procesie transformacji i rozwoju gospodarczym województwa śląskiego wymaga ciągłego monitorowania skuteczności i efektywności podejmowanych działań oraz zmiany warunków realizacji zamierzeń wskazanych w Polityce.

Z tego też względu konieczne jest stworzenie mechanizmu gromadzenia i oceny informacji charakteryzujących sektor turystyki oraz podejmowanych przez główny podmiot wdrażający Politykę działań określonych w dokumencie i partnerów procesu wdrażania.

Dla realizacji tego zadania konieczne jest określenie zbioru kluczowych wskaźników oraz prowadzenia systematycznych badań aspiracji i preferencji turystycznych mieszkańców regionu i innych grup turystów.

System monitoringu Regionalnej Polityki Turystyki Województwa Śląskiego będzie opierał się przede wszystkim na analizie wskaźnikowej opartej na ogólnodostępnych danych statystycznych, które będą uzupełniane dodatkowymi, prowadzonymi cyklicznie badaniami, w tym na bazie modeli badawczych realizowanych już przez Śląską Organizację Turystyczną.

Badania i analizy prowadzone w ramach procesu monitoringu Polityki turystyki będą stanowiły materiał zasilający przygotowywany Raport monitoringowy z realizacji strategii rozwoju województwa oraz coroczny Raport o stanie województwa.

Przygotowany zbiór informacji monitoringowych zawierający wartości kluczowe wskaźników oraz informacje z badań branżowych, a także dyskusja ekspercka w ramach Śląskiej Rady Turystyki będzie podstawą do podejmowania decyzji ewentualnej



modyfikacji Polityki oraz zainicjowania nowych działań służących osiągnięciu celów w niej wyznaczonych.

Zakłada się, że na podstawie zgromadzonych wartości wskaźników monitoringowych oraz informacji z badań sektora prowadzonych przez samorząd województwa i inne podmioty raz w kadencji samorządu przygotowany będzie raport ewaluacyjny.

Jednostką odpowiedzialną za gromadzenie odpowiedniej informacji dotyczących kluczowych wskaźników, współpracę z podmiotami w zakresie prowadzenia badań branżowych oraz przygotowanie okresowego raportu ewaluacyjnego będzie komórka właściwa ds. turystyki w strukturze organizacyjnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego.

**Tabela 8 Kluczowe wskaźniki monitoringowe**

Cele	Wskaźnik	Wartość bazowa	Częstotliwość monitorowania	Pożądany kierunek zmiany
<b>Wysoka atrakcyjność oferty i infrastruktury turystycznej województwa śląskiego</b>	stopień wykorzystania miejsc noclegowych w %	28,6	corocznie	wzrost
	liczba turystycznych obiektów noclegowych	614	corocznie	wzrost
	liczba obiektów z zapleczem konferencyjnym – salą konferencyjną	285 (dana za 2017r)	raz na 4 lata	wzrost
	liczba obiektów z zapleczem konferencyjnym – liczba miejsc konferencyjnych	45 081 (dana za 2017r)	raz na 4 lata	wzrost
	liczba placówek gastronomicznych w turystycznych obiektach noclegowych	520	corocznie	wzrost
	turystyczne obiekty noclegowe ogółem na 10 tys. ludności	1,4	corocznie	wzrost
	obiekty posiadające zaplecze sportowo – rekreacyjne			raz na 4 lata

boisko do siatkówki lub koszykówki	93		
boisko do piłki nożnej	52		
kort tenisowy	49		
basen kryty	49		
basen otwarty	35		
siłownia	92		
sauna	146		
solarium	14		
zabiegi SPA	60		
zabiegi rehabilitacyjne (masaże, fizykoterapia itp.)	60		
zajęcia prowadzone przez instruktora (np. fitness, joga, aerobik, gimnastyka)	34		
stół do bilardu z wyposażeniem	78		
stół do tenisa stołowego z wyposażeniem	95		
kręgle	19		
minigolf	3		
wypożyczalnia sprzętu pływającego	16		
wypożyczalnia sprzętu turystycznego (np. rowery, nordic walking, narty, łyżwy, rolki)	83		



	pokój zabaw dla dzieci	91		
	hipodrom/stadnina koni w obiekcie	1		
<b>Turystyka silną gałęzią gospodarki województwa śląskiego</b>	miejsca noclegowe na 1000 ludności	10,57	corocznie	wzrost
	udzielone noclegi na 1000 ludności	916,48	corocznie	wzrost
	turyści korzystający z noclegów na 1000 ludności	378,97	corocznie	wzrost
	wielkość zatrudnienia w sekcji I (zakwaterowanie i usługi gastronomiczne) i w sekcji R (kultura, rozrywka i rekreacja)	17 696 16 135	corocznie	wzrost
<b>Turystyka dziedziną kreującą pozytywny wizerunek województwa śląskiego</b>	udzielone noclegi turystom zagranicznym w turystycznych obiektach noclegowych na 10 tys. mieszkańców	947	corocznie	wzrost
	natężenie krajowego ruchu turystycznego mieszkańców Polski w wieku 15 lat lub więcej według województw – ogółem, podróże krótkoterminowe/długoterminowe	2046 tys. 1277,6 tys. 768,5 tys.	corocznie	wzrost
	przekroczenia granicy z krajami spoza strefy Schengen przez obywateli Polski i cudzoziemców	706 tys.	corocznie	wzrost
<b>Koegzystencja turystyki z dziedzictwem kulturowym i przyrodniczym</b>	liczba atrakcji, pokazów koncertów organizowanych w ramach promocji marek terytorialnych, np.: Juromanii,	301 100	corocznie	wzrost

<b>m regionu</b>	Festiwalu Górnej Odry			
	liczba uczestników wydarzeń w ramach atrakcji, koncertów w ramach promocji marek terytorialnych, np.:  Juromanii,  Festiwalu Górnej Odry	24,8 tys. os.  72,6 tys. os.	corocznie	wzrost

Źródło: Opracowanie własne



## Spis tabel i rysunków

Tabela 1 Uczelnie wyższe kształcące na kierunkach związanych z turystyką w województwie śląskim .....	20
Tabela 2 Punkty gastronomiczne w województwie śląskim w 2019 i 2020 r. ....	31
Tabela 3 Marki terytorialne w województwie śląskim – potencjały i wyzwania .....	56
Tabela 4 Cele rozwoju turystyki w województwie śląskim .....	67
Tabela 5 Relacje Polityki Rozwoju Turystyki ze Strategią Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2030” .....	68
Tabela 6 Cele, kierunki oraz typy działań .....	70
Tabela 7 Czynniki analizy SWOT.....	87
Tabela 8 Kluczowe wskaźniki monitoringowe .....	99
Rysunek 1 Logika prac .....	12
Rysunek 2 Subregiony województwa i ich ośrodki centralne .....	14
Rysunek 3 Stan ludności w województwie śląskim w latach 2010-2020 .....	16
Rysunek 4 Sieć drogowa i kolejowa w województwie śląskim .....	17
Rysunek 5 Rozmieszczenie szkół ponadpodstawowych kształcących w zakresie turystyki w województwie śląskim.....	19
Rysunek 6 Obszary ochrony przyrody w województwie śląskim .....	25
Rysunek 7 Turystyczne obiekty noclegowe, całoroczne według rodzaju w województwie śląskim w 2020 roku.....	32
Rysunek 8 Cele Polityki Unii Europejskiej na lata 2021-2027 .....	38
Rysunek 9 Rdzenie obszarów marek terytorialnych województwa śląskiego.....	54
Rysunek 10 Struktura wartości składających się na wizję .....	62







Zielone  
Śląskie.