

Wojciech FEDYK, Mariusz SOŁTYSIK, Dariusz ILNICKI

Akademia Wychowania Fizycznego

Wydział Wychowania Fizycznego

Wrocław, Polska

e-mail: fedyk@tourist.net.pl, mariusz.soltysik@awf.wroc.pl, dariusz.ilnicki@awf.wroc.pl

**POŁUDNIOWO-ZACHODNI SZLAK CYSTERSKI
JAKO EFEKTYWNY MODEL ZAGOSPODAROWANIA
I KOMERCJALIZACJI SZLAKU TURYSTYCZNEGO**

***SOUTH-WESTERN CISTERCIAN ROUTE AS AN EFFECTIVE MODEL
OF DEVELOPMENT AND COMMERCIALIZATION OF TOURIST TRAIL***

Słowa kluczowe: polityka, kooperacja, modele, szlaki turystyczne, zrównoważony krajobraz turystyczny, Dolny Śląsk

Key words: policy, cooperation, models, tourist routes, sustainable tourism environment, Lower Silesia

Streszczenie

W artykule przedstawiono koncepcję oraz autorską ocenę zastosowanego modelu zagospodarowania turystycznego i elementów komercjalizacji szlaku turystycznego, łączącego obiekty dziedzictwa cystersów i pocysterskich, aktualnie tworzonego na obszarze 4 województw Polski południowej. Wskazano także na istniejące korelacje między nowotworzonym szlakiem turystycznym, a problemami sieci komunikacji turystycznej w regionie i przemian krajobrazu kulturowo-turystycznego, dla różnych form i typów turystyki wykorzystujących dziedzictwo kulturowe Dolnego Śląska, a także zwrócono uwagę na nowe, interesujące podejście do procesu badania potrzeb (motywów) w ruchu turystycznym, mających znaczenie dla budowy, a następnie oceny efektywności tworzonego turystycznego szlaku tematycznego. Zaproponowano także autorski model kształtowania regionalnej polityki turystycznej w zakresie rozwoju systemów i sieci szlaków tematycznych, a także strategiczne wytyczne do procesu projektowania szlaków.

Abstract

The paper shows the concept and authors' assessment of applied tourist development model and elements of tourist trail commercialization connecting Cistercian heritage' and post – Cistercian objects implemented contemporary on the area of four Southern regions (voivodeships) in Poland. In the paper the existing correlations between the new designed tourist route and regional tourist transportation network problems and changes in the cultural and tourism environment were pointed out as regards different types and forms of tourism taking advantage of Lower Silesian cultural heritage.

The new interesting approach was mentioned as regards motivation research process in tourist movement, relevant for creation and then effectiveness' assessment of new tourist thematic trail. The authors propose original model of designing regional tourist policy in the area of thematic trail system and network development and recommend strategic guidelines to design tourist routes.

WPROWADZENIE

Działania i lokalne projekty jednostek samorządu terytorialnego w zakresie tworzenia nowych możliwości przestrzennych i organizacyjno-technicznych dla rozwoju infrastruktury turystycznej i wypoczynkowej oraz ich zabiegi promocyjne są, od lat dziewięćdziesiątych poprzedniego stulecia, podstawę dla realizacji tego rodzaju przedsięwzięć. Szczególnie istotnym, jest coraz częściej obserwowane, przejmowanie od samorządów zadań w zakresie tworzenia warunków dla rozwoju kultury fizycznej i turystyki przez inne podmioty i instytucje publiczne, prywatne lub społeczne. Ośrodki, obiekty, urządzenia, ścieżki, trasy, szlaki itp. tworzone są obecnie przez administratorów terenów, organizacje pozarządowe, a nawet prywatnych właścicieli lub zlecane są do wykonania przez specjalistyczne podmioty. Wydaje się, że ta pozytywna niewątpliwie tendencja może utrwalić się przynajmniej na najbliższe lata, pod warunkiem jednak zachowania jednolitych standardów ich tworzenia i określania odpowiedzialności za ich utrzymanie i eksploatację.

Rozwój gospodarczy poszczególnych jednostek samorządu terytorialnego Dolnego Śląska „koreluje” ściśle ze zwiększeniem zainteresowania organów samorządowych rozwojem turystyki i rekreacji na ich terenach. Na ogół stosowane przez samorządy przedsięwzięcia, zachęcające do inwestowania proturystycznego lub prorekreacyjnego, „wpisane” są w ogólnie stosowany system form zachęty dla inwestorów. Najczęściej związane są one z wydzielaniem w miejscowych planach zagospodarowania przestrzennego terenów pod inwestycje turystyczne i sportowo-rekreacyjne w tym uwzględniających potrzeby zrównoważonego rozwoju lokalnego krajobrazu, systemem internetowej informacji, systemową obsługą zainteresowanych inwestorów itp.

Wysoki stopień ich rozwoju spowodował już w wielu gminach tego regionu zdecydowane zwiększenie platformy możliwości dla działań marketingowych, a przez to zdecydowany wzrost zainteresowania obszarem inwestorów polskich i zagranicznych.

W odniesieniu do turystyki i rekreacji niezwykle istotnym efektem zaistniałych zmian systemowych było usamodzielnienie się i wzrost znaczenia ekonomicznego jednostek samorządu terytorialnego, a poprzez to polaryzacja nakładów na turystykę i rekreację w zgodzie z potrzebami i zrównoważonym rozwojem zarządzanych przez nie obszarów i ochroną krajobrazu.

Rozwiązania w tym zakresie poszczególnych gmin, powiatów i województw stanowią najczęściej odzwierciedlenie społecznej i kulturowej ich tożsamości, przy jednoczesnym zachowaniu zasad racjonalnej gospodarki finansowej. Niewątpliwie dobrym przykładem tak prowadzonej polityki aktywizacji turystycznej i rekreacyjnej oraz wzbogacania atrakcyjności zarządzanych przestrzeni przez jednostki samorządu terytorialnego w dwudziestoletniej historii ich funkcjonowania w Polsce, stanowi Dolny Śląsk. Harmonijny rozwój obszaru (krajobrazu) i zrównoważone zarządzanie jego zasobami należą niewątpliwie do walorów, jakimi można określić działalność większości jednostek gminnych i powiatowych Dolnego Śląska, jak i samego samorządu województwa (Wyrzykowski i in., 2004; Sołtysik, 2007).

W ciągu minionych kilku lat w Polsce, ale i na Dolnym Śląsku, zdecydowanie wzrosła świadomość roli turystyki w rozwoju regionalnym, możliwości i zasad budowania liniowych produktów turystycznych oraz znaczenia rozwoju infrastruktury turystycznej i paraturystycznej dla komercjalizacji usług turystycznych, przy zachowaniu zrównoważonej ingerencji w krajobraz kulturowo-turystyczny i środowiskowy.

Dolny Śląsk ze względu na swoje niezwykle dogodne położenie na skrzyżowaniu ważnych dróg europejskich i pograniczu z Niemcami oraz Czechami, jak również ścisłą współpracę tak międzyregionalną, jak i międzynarodową, posiada szczególne uwarunkowania do rozwoju turystycznych szlaków tematycznych (tranzytowych-samochodowych, rowerowych czy pieszych, pielgrzymkowych), jako markowego produktu regionu, a jednocześnie racjonalnie wkomponowanego w krajobraz przyrodniczo-kulturowy, wynikający z dziedzictwa Dolnego Śląska (Dudzik, 2008).

Współczesny ruch turystyczny i wysoka konkurencyjność produktów turystycznych wymaga podejmowania szeregu działań w sferze kształtowania infrastruktury turystycznej i paraturystycznej podnoszącej jakość oraz świadomie i celowo kanalizującej strumienie ruchu turystycznego w danym regionie. Takie podejście pozwala także pośrednio na zrównoważony rozwój turystyczny, a także na zwiększenie dostępności komunikacyjnej do walorów i atrakcji turystycznych (Gryszel, 2005).

PRZESŁANKI I WARUNKI KONCEPCJI REGIONALNEGO SZLAKU TURYSTYCZNEGO

W opracowaniu autorzy podjęli się próby przedstawienia i oceny modelu zagospodarowania liniowego szlaku turystycznego w krajobrazie kulturowym Dolnego Śląska na przykładzie realizowanego projektu budowy Południowo-Zachodniego Szlaku Cysterskiego. Warto przypomnieć, że pierwsza koncepcja regionalnego szlaku cysterskiego powstała już w 2005r., z inicjatywy Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej, a w ramach projektu, z wykorzystaniem 50 znaków E-22, wytyczono szlak samochodowy między kluczowymi obiektami dziedzictwa cystersów na Dolnym Śląsku (Celka, 2005).

Jedną z przesłanek przedmiotowej analizy była rosnąca rola i znaczenie turystyki kulturowej, bazującej na dziedzictwie cysterskim dla rozwoju gospodarki turystycznej w regionie, jaka została podkreślona m.in. poprzez przypisanie tej formie turystyki znaczenia kluczowego w strategii rozwoju Dolnego Śląska (tab. 1).

Tab. 1. Segmentacja rynku turystycznego dla Województwa Dolnośląskiego

Tab. 1. Tourist market segmentation for Lower Silesia Voivodship

Segment Branch	Waga (*-****) Importance
Turystyka miejska i kulturowa, w tym również: <ul style="list-style-type: none">• turystyka przemysłowa• turystyka związana z dziedzictwem cysterskim	****
Turystyka aktywna i specjalistyczna	****
Turystyka uzdrowiskowa, w tym wellness & spa	***
Turystyka biznesowa / konferencyjno-kongresowa i podróże służbowe /	****
Turystyka na terenach wiejskich	***
Turystyka weekendowa	****
Turystyka tranzytowa	*

**** – im wyższa liczba * tym wyższa waga /potencjał i ranga/.

**** – higher the number, the higher the importance/potential and rank/.

Źródło: Polska Agencja Rozwoju Turystyki, 2009.

Source: Polish Tourism Development Agency, 2009.

Warto jednocześnie wskazać na zdiagnozowane dla Dolnego Śląska słabe strony rozwoju turystyki tranzytowej, pieszej i rowerowej, bazujących głównie na sieci regionalnych i lokalnych szlaków turystycznych zlokalizowanych w odmiennych typach regionalnego krajobrazu (tab. 2). Wskazują one m.in. na pilne potrzeby zrównoważonego rozwoju sieci komunikacyjnej, a także na konieczność i celowość podejmowania tematyki badania:

- stopnia przebiegu w przestrzeni kulturowej oraz rozwoju szlaków turystycznych przy zachowaniu zrównoważonego krajobrazu,
- stopnia przygotowania oraz poziomu nasycenia infrastrukturą szlaków, w celu absorpcji rosnącego ruchu turystycznego,
- wykorzystywania turystycznych sieci komunikacji w zarządzaniu strumieniami migracji turystycznych.

Dodatkowo podkreślić należy pilną potrzebę inwestowania w rozwój infrastruktury sieci szlaków turystycznych Dolnego Śląska, w tym prezentujących dziedzictwo cystersów, oraz w ich promocję ze względu na bardzo niską rozpoznawalność tego typu produktu turystycznego, wykazaną w badaniach ruchu turystycznego w regionie (Południowo-Zachodni Szlak..., 2010). Ponadto, należy ustawicznie akcentować i podnosić poziom znaczenia regionalnych produktów turystycznych, opartych na sieci szlaków komunikacyjno-turystycznych i dużą wartość marketingową szlaków tematycznych, a szczególnie tych wkomponowanych w krajobraz kulturowo-przyrodniczy regionu (Fedyk, 2008) (tab. 3).

Tab. 2. Słabe strony rozwoju turystyki na Dolnym Śląsku w sferze sieci komunikacyjnej
Tab. 2. Weaknesses of the development of tourism in the area of communication network in Lower Silesia

<p>Sieć komunikacyjna <i>Communication network</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • zły stan techniczny nawierzchni dróg szczególnie na końcowych odcinkach dojazdu do atrakcji turystycznych i słabe oznakowanie turystyczne E-22; • niezadowalający stan sanitarny w obszarach turystycznych (brak WC, parkingów); • zaniedbanie ważnego elementu infrastruktury, jakim są punkty widokowe na malowniczych trasach samochodowych (brak odpowiedniej ilości takich punktów, brak widoku z istniejących punktów, brak instalacji sanitarnych i miejsca odpoczynku).
<p>Turystyka piesza <i>Hiking</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • niepełne wykorzystywanie olbrzymiego potencjału i „białe plamy” w sieci szlaków turystycznych w regionie; • brak lub niedostatek infrastruktury: oznakowanie tras, miejsca wypoczynku, informacja zewnętrzna (mapy, opisy atrakcji), brak małej infrastruktury na szlakach - punkty postojowe, poboru wody, małej gastronomii; • niewystarczająca promocja i informacja turystyczna dotycząca sieci szlaków turystycznych (brak atlasu turystycznego wszystkich szlaków i serwisu www); • niedostateczne bezpieczeństwo turystów i sprzętu na szlaku /zniszczone odcinki, dewastacja oznakowania/.
<p>Turystyka rowerowa <i>Cycling tourism</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • tworzenie tras rowerowych bez głębszej analizy potrzeb i możliwości stworzenia produktu – brak systemów i sieci domkniętych pętli rowerowych; • brak wymaganej infrastruktury: oznakowanie tras, miejsca wypoczynku, stojaki rowerowe; • brak wypracowanego modelu finansowania, tworzenia, konserwacji i promocji tras rowerowych; • brak kompleksowego atlasu turystyki rowerowej regionu i serwisu www wszystkich tras wyznakowanych.
<p>Turystyka tranzytowa <i>Transit tourism</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • słaby stan techniczny i niska przepustowość niektórych dróg na głównych kierunkach tranzytowych; • nieczytelny system oznakowania drogowego i niewielki turystyczny.
<p>Turystyka kulturowa i miejska <i>Cultural and urban tourism</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • brak oznakowania turystycznego typu E-22 w większości miast na Dolnym Śląsku i na szlakach tematycznych. • brak infrastruktury turystycznej przy obiektach dziedzictwa kultury i architektury (parkingi, wc, tablice IT, itp.)

Źródło: opracowanie własne W. Fedyk na podstawie: Fedyk, 2008.

Source: own elaboration by W. Fedyk based on: Fedyk, 2008.

Tab. 3. Gradacja wartości produktów turystycznych (o charakterze liniowych szlaków komunikacyjnych) Dolnego Śląska na rynkach międzynarodowych

Tab. 3. Gradation of value of tourism products (linear transport routes) in Lower Silesia on international markets

PRODUKT Product	Niemcy	Wielka Brytania	USA	Włochy	Francja	Belgia	Hiszpania	Holandia	Austria	Czechy	Węgry	Rosja	Japonia	Szwecja	Norwegia	Dania	Ukraina	Chiny	Indie	Kraje arabskie	Izrael	POLSKA
Pielgrzymki/ turystyka pielgrzymkowa/	2	0	0	3	3	0	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
Wędrówki piesze	2	2	0	0	2	3	0	1	3	1	0	0	0	3	3	3	0	0	0	0	0	1
Turystyka rowerowa	1	2	0	0	2	3	0	1	3	1	2	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	1
Trasy tematyczne/thematic routes																						
Szlak Cystersów	2	0	2	2	1	2	2	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Szlak Benedyktynów	3	0	0	3	1	3	2	3	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Szlak Św. Jakuba	3	0	0	3	1	3	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3
Szlak Zamków Piastowskich	0	3	1	3	2	3	2	2	0	3	0	2	1	2	2	2	0	1	0	0	0	1
Szlak Zabytków Dziedzictwa Poprzemysłowego	0	2	0	0	0	0	0	0	0	3	0	3	2	0	0	0	0	3	0	0	3	2
Szlak Obiektów Podziemnych	0	3	2	2	0	0	0	3	0	3	0	0	2	0	0	0	0	3	0	0	2	1
Dolina Pałaców i Ogrodów	1	1	1	0	0	0	0	1	0	2	3	2	2	2	2	2	0	3	0	3	3	1
Szlak Odry	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2

WARTOŚĆ MARKETINGOWA i planowana aktywność na rynku/Priorytety produktowe i rynkowe
(MARKETING VALUE and planned activity in the market/product and market priorities)

1 – priorytet – I kategoria (1 – priority – 1st category);

2 – drugorzędna kategoria ważności – II kategoria (2 – secondary category of importance – 2nd category);

3 – niewielka kategoria ważności – III kategoria (3 – marginal category of importance – 3rd category);

0 – bez działalności marketingowej (0 – no marketing activities).

Źródło: opracowanie własne W. Fedyk na podstawie: Fedyk W., 2008.

Source: own elaboration by W. Fedyk based on: Fedyk W., 2008.

Wskazane zagadnienia, zdaniem autorów, powinny być przedmiotem odrębnych pogłębionych badań i analiz naukowych w celu określenia poziomu efektywności i skuteczności kierowania ruchem turystycznym w regionie oraz kierunków komercjalizacji dziedzictwa kulturowego, z wykorzystaniem infrastruktury turystycznej i paraturystycznej szlaków tematycznych, przy jednoczesnym dążeniu do zachowania regionalnego krajobrazu kulturowo-przyrodniczego.

EFEKTYWNY MODEL SZLAKU TURYSTYCZNEGO

W artykule, w celu prezentacji koncepcji budowy i zagospodarowania Południowo-Zachodniego Szlaku Cysterskiego, wykorzystano opracowania analityczne i statystyczne, a także wyniki badań ankietowych, przygotowane dla lidera projektu, tj. Samorządu Województwa Dolnośląskiego, w ramach obowiązków wynikających z przyznania dotacji z funduszy europejskich PO Innowacyjna Gospodarka 6.4, nadzorowanego przez Polską Organizację Turystyczną (Charakterystyka aktualnej sytuacji..., 2010; Południowo – Zachodni Szlak... , 2010; Walas, 2008).

Analiza w/w dokumentów pozwala wskazać i ocenić kilka istotnych elementów decydujących o przyjętym modelu zagospodarowania turystycznego tworzonego Południowo-Zachodniego Szlaku Cysterskiego (PZSC). Podstawowy przebieg PZSC z symbolicznym oznaczeniem elementów realizowanej infrastruktury i zagospodarowania turystycznego szlaku w ramach projektu przedstawiają rycina 1 i 2¹.

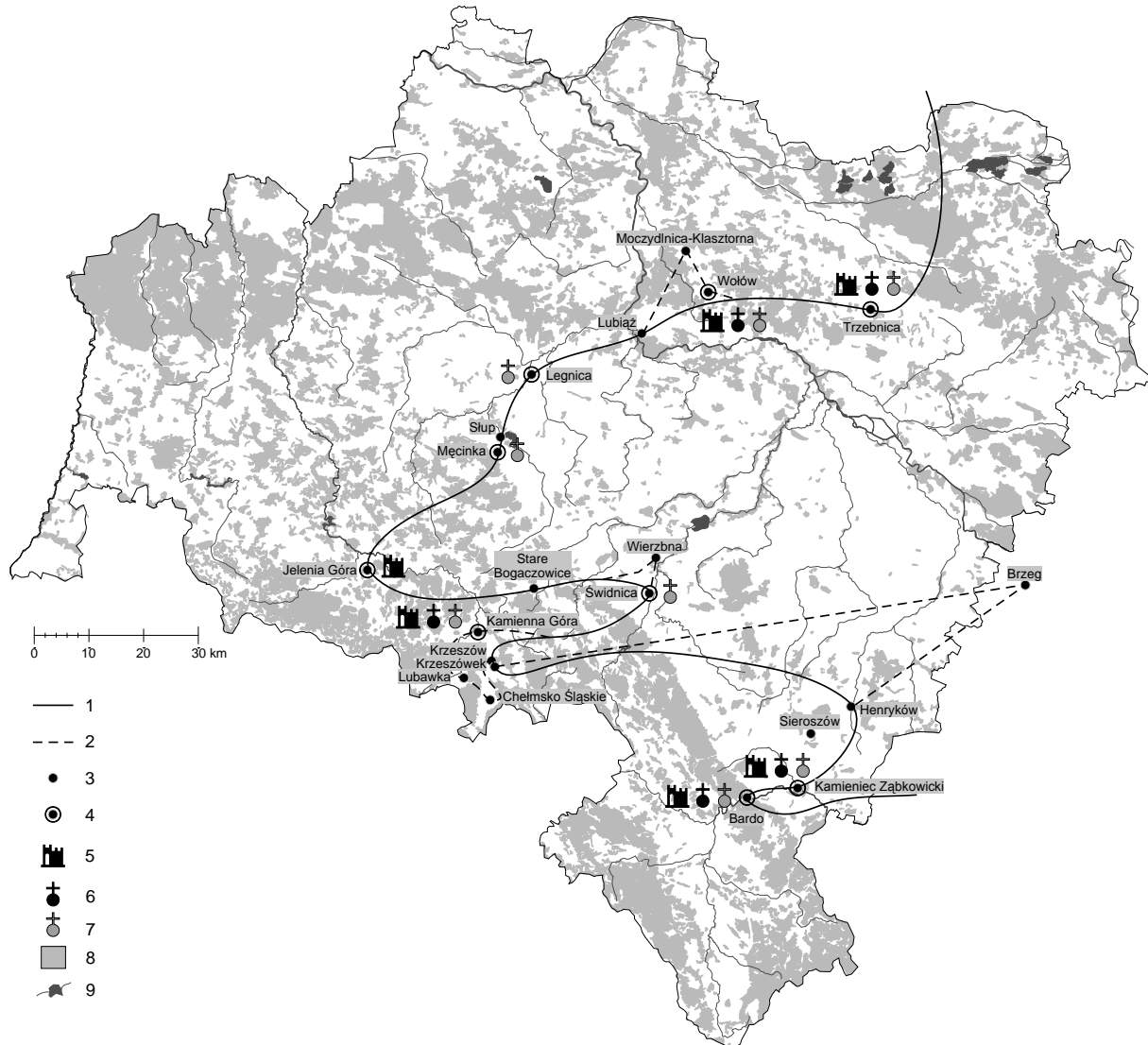
Interesującym elementem przyjętego modelu PZSC jest widoczna korelacja celów samego projektu i powiązanych z nimi narzędzi operacyjnych oraz elementów zagospodarowania turystycznego szlaku, a także uwzględnienie analizy SWOT w zakresie słabych stron sieci komunikacyjnej Dolnego Śląska, co bez wątpienia ma znaczenie dla efektywności i komercjalizacji tego produktu turystycznego na rynku w przyszłości. Jednocześnie powinno być, zdaniem autorów, wzorem do naśladowania w fazie planowania budowy turystycznych szlaków tematycznych, aspirujących do miana sieciowych lub liniowych produktów turystycznych prawidłowo wkomponowanych w krajobraz kulturowo-przyrodniczy (tab. 4).

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że obecnie przebiegający przez teren kraju Polski Szlak Cystersów, nie stanowi jednolitego i spójnego marketingowo produktu turystycznego, który byłby rozpoznawalny przez turystów, głównie poprzez autonomię występujących na nim obiektów i brak spójnych elementów zagospodarowania (np. oznakowania, systemu IT, kanałów dystrybucji i promocji).

Cenną innowacją przy tworzeniu modelu przebiegu i zagospodarowania PZSC było przeprowadzenie kompleksowych badań wizerunku (atrakcyjności obiektów dziedzictwa kulturowego regionu, w tym cysterskiego) oraz ocena potrzeb

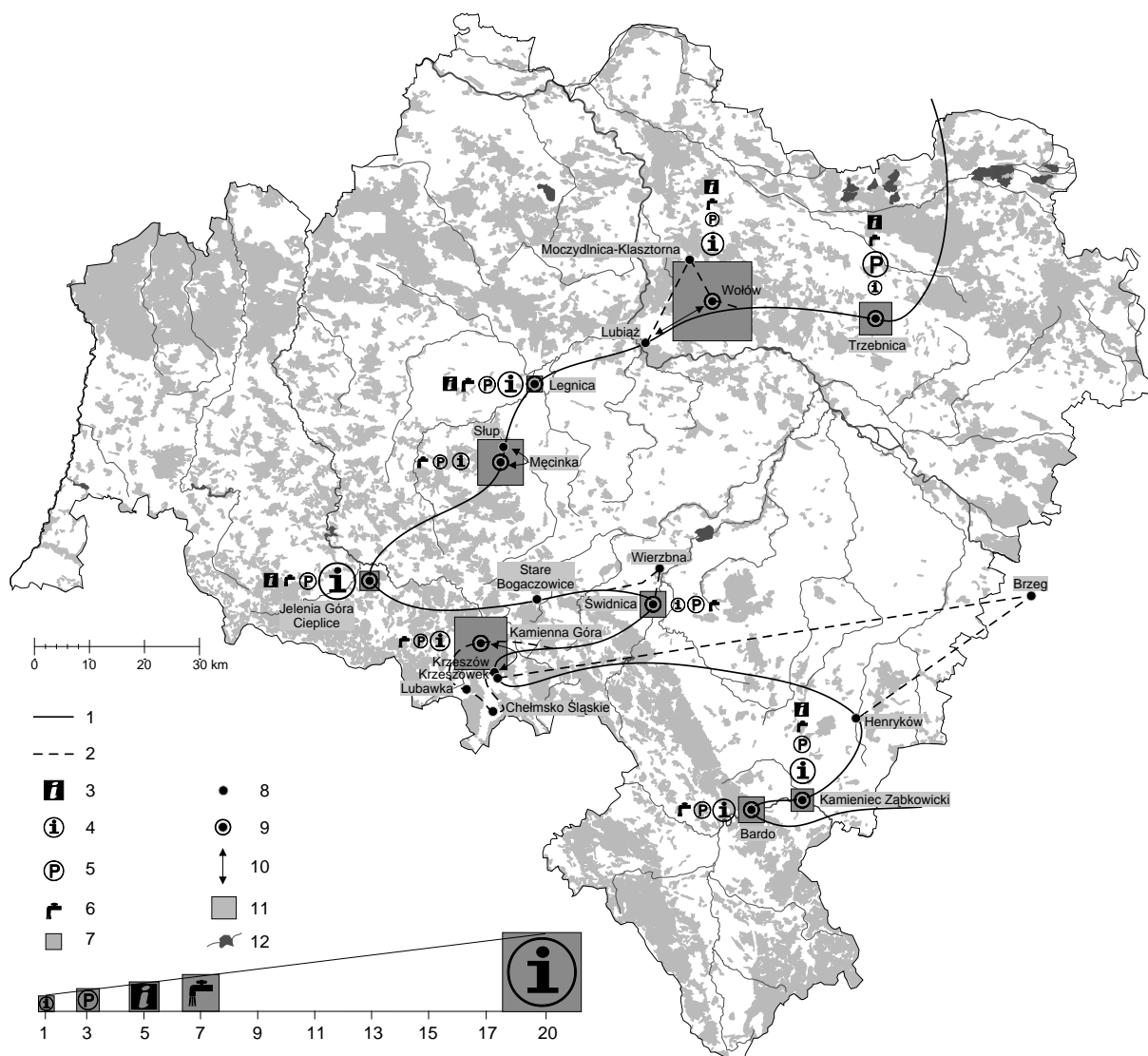
¹W okresie przygotowywania artykułu trwały prace koncepcyjne nad lokalizacją oznakowania typu E-22 (400 szt.) na trasach towarzyszących głównemu ciągowi PZSC (łączniki, trasy dojazdowe, pętle towarzyszące), mających na celu ukierunkowanie migracji turystycznych, budowanie sieci skorelowanych produktów turystycznych i wzrostu atrakcyjności turystycznej, i z tego powodu nie oznaczono tych elementów zagospodarowania na przedmiotowej rycinie.

potencjalnych turystów w zakresie niezbędnej i oczekiwanej infrastruktury turystycznej na tworzonym szlaku, poziomu zadowolenia z aktualnego stanu czy także deklaracji odwiedzenia obiektów dziedzictwa cysterskiego na nowotworzonym Południowo-Zachodnim Szlaku Cysterskim (Południowo-Zachodni Szlak..., 2010).



Ryc. 1. Koncepcja przestrzenna i zagospodarowanie Południowo-Zachodniego Szlaku Cysterskiego w obszarze Dolnego Śląska – obiekty kultury materialnej: 1 – Szlak Cysterski, 2 – podpętłe Szlaku, 3 – miejscowości Szlaku, 4 – miejscowości Szlaku objęte analizą, 5 – zespół klasztorny lub klasztor, 6 – kościół, 7 – inne budowle i obiekty pocysterskie, 8 – lasy, 9 – rzeki, akwawy. *Źródło: opracowanie własne D. Ilnicki.*

Fig. 1. The spatial conception and development of South-Western Cistercian Route in the area of Lower Silesia – material culture (heritage) objects: 1 – Cistercian Route, 2 – sub-loops of the route, 3 – villages and towns of the route, 4 – villages and towns included in the analysis, 5 – monastery complex or convent, 6 – church, 7 – other Cistercian buildings and objects, 8 – forests, 9 – rivers, reservoirs. *Source: own elaboration by D. Ilnicki.*



Ryc. 2. Koncepcja przestrzenna i zagospodarowanie Południowo-Zachodniego Szlaku Cysterskiego w obszarze Dolnego Śląska – infrastruktura turystyczna:
 1 – Szlak Cysterski, 2 – podpętle Szlaku, 3 – punkt IT, 4 – infokiosk, 5 – parking, 6 – WC,
 7 – oznakowane obiekty turystyczne, 8 – miejscowości Szlaku, 9 – miejscowości Szlaku objęte analizą,
 10 – łączna analiza, 11 – lasy, 12 – rzeki, akweny.

Źródło: opracowanie własne D. Ilnicki.

Fig. 2. The spatial conception and development of South-Western Cistercian Route in the area of Lower Silesia – tourist infrastructure:

- 1 – Cistercian Route, 2 – sub-loops of the route, 3 – tourist information, 4 – tourist information box,
 5 – parking, 6 – toilets, 7 – marked tourist facilities, 8 – villages and towns of the route,
 9 – villages and towns included in the analysis, 10 – aggregate analysis, 11 – forests,
 12 – rivers, reservoirs.

Source: own elaboration by D. Ilnicki.

Ważnym celem budowy szlaków migracji turystycznych jest także taka ich konstrukcja w przestrzeni kulturowo-społecznej i geograficznej regionu (przy silnym zróżnicowaniu typów krajobrazu w tle linii przebiegu szlaku), aby uzyskana poprawa stanu infrastruktury (parkingowej, sanitarnej, informacyjnej) mogła korzystnie

oddziaływać na jakość życia mieszkańców, w tym również osób niepełnosprawnych. Taki element widoczny jest w modelu zagospodarowania badanego szlaku, który biegnie także przez obszar znaczącej części województwa dolnośląskiego, i jednocześnie przez kilka unikalnych typów jednostek krajobrazowych (fizjograficznych) regionu.

Tab. 4. Koncepcja strategiczna modelu zagospodarowania Południowo-Zachodniego Szlaku Cysterskiego

Tab. 4. Strategic concept of the development model for South-Western Cistercian Route

Typ celu <i>Type of aim</i>	Rodzaj celu <i>Kind of aim</i>	Zastosowane narzędzia realizacji celu (w tym elementy zagospodarowania turystycznego szlaku) <i>Applied tools of realization of aims (including</i> <i>elements of tourist management of the route)</i>
Cel główny	Stworzenie konkurencyjnego i spójnego produktu turystycznego o charakterze unikatowym i ponadregionalnym, przyczyniającego się do wzrostu atrakcyjności turystycznej kraju	Budowa szlaku turystycznego w formule trans wojewódzkiej (4 regiony, obszar 16 gmin) w układzie kilku oznakowanych w terenie pętli szlaku (linii głównej, lokalnych pętli, łączników) łączącego ogółem ponad 40 obiektów (pojedynczych i kompleksów) dziedzictwa cysterskiego i pocysterskiego
Cele szczegółowe	Podniesienie atrakcyjności kraju i województw uczestniczących w projekcie	Promocja krajowa i międzynarodowa (w tym reklama prasowa i radiowa, kampanie ATL i BTL, strona internetowa i wykorzystanie portali społecznościowych – planowane łączne wydatki na poziomie 2mln zł)
	Promocja dziedzictwa kulturowego oraz kraju, budowa pozytywnego wizerunku – stworzenie unikatowego produktu turystycznego, mającego potencjał zainteresowania kibiców EURO 2012	Budowa 21 parkingów, 15 sanitariatów, 9 punktów informacji turystycznej. Zakup i instalacja 49 zintegrowanych w sieci teleinformatycznej infokiosków wraz ze stroną internetową zawierających dane o wszystkich typach walorów turystycznych regionu. Oznakowanie szlaku 400 znakami typu E (sieć znaków drogowych kierujących i informujących o obiektach cysterskich). Oznakowanie i opis obiektów 160 znakami (tablice informacyjne opisujące obiekty oraz obrazujące szlak główny i pętle lokalne). Projekt PZSC zakłada wykorzystanie napływu turystów związanego z EURO 2012 do promowania szlaku oraz szeroką ogólnokrajową i międzynarodową promocję
	Wydłużenie czasu przebywania turystów w	Przeprowadzenie badań ilościowych i jakościowych turystów pozwalających na działania

regionie – zwiększenie PKB województw i kraju	komercjalizacji produktu turystycznego PZSC. Wytyczenie i oznakowanie trasy PZSC łączącej wszystkie obiekty cysterskie wraz z zagospodarowaniem turystycznym pozwalającym na tworzenie programów typu sightseeing czy typowych pakietów turystyki krajoznawczej (samochodowej, rowerowej, pieszej)
Rozwój gospodarczy terenów wiejskich w oparciu o dziedzictwo kulturowe i turystykę	Budowa i zagospodarowanie infrastruktury turystycznej (parkingi, WC, punkty informacji turystycznej, oznakowanie informacyjne i typu E-22) na terenie gmin o niższym potencjale rozwoju turystycznego
Poszerzenie grupy odwiedzających województwa, wzrost ruchu turystycznego	Wskazanie kilku typów grup docelowych turystów na PZSC: - kulturowych, - pielgrzymkowych, - uczestników turystyki edukacyjnej, - tranzytowych. Przeprowadzenie badań wizerunkowych i potrzeb klienta PZSC

Źródło: opracowanie własne W. Fedyk na podstawie: Południowo-Zachodni Szlak Cysterski, 2010, Progress Consulting Sp. z o. o. na zlecenie Województwa Dolnośląskiego, materiał niepublikowany.

Source: own elaboration by W. Fedyk based on: South-Western Cistercian Route, 2010, Progress Consulting Sp. z o. o. commissioned by of Lower Silesia Voivodship, unpublished material.

Jednym z kluczowych elementów w projektowaniu tematycznych szlaków turystycznych jest zapewnienie skutecznej promocji oraz prowadzenia stałego monitoringu ruchu turystycznego (w tym również możliwości wystąpienia potencjalnych zagrożeń dla krajobrazu przy wzmożonej penetracji turystycznej) i efektywności komercjalizacji, co daje podstawy do wzrostu ruchu turystycznego w regionie i wzrostu dochodów z tego sektora turystyki na coraz bardziej konkurencyjnym rynku turystycznym Polski, Europy i świata.

W koncepcji Południowo-Zachodniego Szlaku Cysterskiego zaproponowano autorski model narzędzi marketing-mix dla promocji potencjału turystycznego dziedzictwa kulturowego Cystersów, a co istotne, także innych walorów i atrakcji turystycznych powiązanych przestrzennie z przebiegiem szlaku w terenie².

Zdaniem autorów, to ten element modelu budowania liniowego produktu turystycznego powinien być powszechnie stosowany, bowiem jest pragmatyczną drogą

² W koncepcji PZSC przewiduje się szerokie działania promocyjne (ok. 2mln zł) z wykorzystaniem: materiałów promocyjnych (mapa, ulotki, przewodnik – łącznie 360.000szt.), reklamy prasowej i radiowej o dużym zasięgu – RMF FM (min. 52 spoty reklamowe), konferencji prasowych, eventów, study press, targów turystycznych (3), strony internetowej oraz portali społecznościowych NK, Facebook, GoldenLine, Twitter, kampanii ATL i BTL (m.in. billboardy – 1200, oznakowanie stacji benzynowych – 50, tablice informacyjne).

do ukształtowania turystycznego wizerunku regionu, jako interesującej destynacji turystycznej z bogatym dziedzictwem szlaków kulturowych wkomponowanych w regionalny krajobraz. Wzrost atrakcyjności obszaru (dzięki lokalizacji pętli PZSC po pełnej realizacji założeń projektu) będzie miał konsekwencje w postaci wzmożonego ruchu turystycznego (Południowo-Zachodni Szlak...,2010), który pobudzi lokalną przedsiębiorczość w zakresie usług turystycznych i okołoturystycznych, co z kolei będzie miało pozytywny wpływ na wymiar materialny życia mieszkańców. Zdaniem autorów, wskaźnik ten powinien być jedną ze stałych miar efektywności przy podejmowaniu decyzji o tworzeniu nowych szlaków turystycznych.

PODSUMOWANIE

Dla rozwoju i funkcjonowania szlaków tematycznych na Dolnym Śląsku istotnym jest budowanie struktur sieciowych i partnerskich, które skutecznie mogłyby inspirować lub wprost tworzyć szeroki wachlarz produktów turystycznych w oparciu o wyznakowany i prawidłowo zagospodarowany ciąg komunikacyjny, a także skutecznie konkurować o klienta na rynku turystycznym krajowym i zagranicznym, przy jednoczesnym zapewnieniu zrównoważonego rozwoju i zachowaniu unikalnych cech regionalnego krajobrazu kulturowo-przyrodniczego.

W rozwoju i promocji oraz komercjalizacji szlaków turystycznych na Dolnym Śląsku, a także w Polsce, można przyjąć następujące modelowe rozwiązania kooperacji instytucjonalnej dla kształtowania produktu turystycznego, wykorzystane i zastosowane w przypadku PZSC:

1. Samorząd Województwa Dolnośląskiego:

- wdrażanie elementów regionalnej strategii turystyki, powiązanych z rozwojem sektora turystyki krajoznawczej, aktywnej oraz tranzytowej-samochodowej w oparciu o szlaki turystyczne (w tym dotacje inwestycyjne);
- utrzymywanie i konserwacja oznakowania typu E-22 na turystycznych szlakach tematycznych w regionie;
- pozyskiwanie i przekazywanie środków na prowadzenie badań ruchu turystycznego na ciągach szlaków turystycznych;
- pozyskiwanie i przekazywanie środków na organizację kampanii promocyjnych turystycznych szlaków tematycznych, w tym szczególnie szlaków umożliwiających włączenie w system europejski;
- opracowywanie danych i stała ich ewidencja w zakresie istniejącej na szlaku (lub skorelowanych przestrzennie) bazy obiektów i atrakcji turystycznych umożliwiających budowanie sieciowych produktów i usług turystycznych;
- pozyskiwanie i przekazywanie środków, np. z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, na szkolenia kadr zajmujących się profesjonalnym projektowaniem turystycznych ciągów komunikacyjnych oraz szkolenie przewodników turystycznych;

- podejmowanie działań w zakresie zrównoważonego rozwoju, ochrony i kształtowania krajobrazu w otoczeniu szlaków turystycznych o znaczeniu regionalnym.

2. Jednostki samorządu terytorialnego:

- wdrażanie elementów lokalnych strategii turystyki w oparciu o szlaki turystyczne (w tym dotacje inwestycyjne);
- aktywne wspieranie promocji potencjału turystycznego szlaków w systemach sieciowych i trans-gminnych w kooperacji międzysektorowej;
- utrzymywanie i konserwacja oznakowania typu E-22 na turystycznych szlakach tematycznych o znaczeniu regionalnym lub lokalnym;
- budowanie systemu kooperacji nadzorowanych punktów IT w celu promocji szlaków turystycznych oraz aktualizacji baz danych;
- ochrony dziedzictwa krajobrazu kulturowo-przyrodniczego w otoczeniu szlaków turystycznych o znaczeniu lokalnym.

3. Dolnośląska Organizacja Turystyczna i organizacje lokalne:

- prowadzenie badań ruchu turystycznego na ciągach szlaków turystycznych w poszczególnych kategoriach typów turystyki oraz w zakresie potencjalnych zagrożeń dla krajobrazu kulturowo-przyrodniczego na szlakach;
- opracowywanie i dystrybucja katalogów turystycznych szlaków tematycznych oraz bazy obiektów, atrakcji i produktów im towarzyszących;
- prowadzenie promocji potencjału turystycznego szlaków tematycznych z wykorzystaniem branżowych ekspozycji targowych;
- organizacja study tour i study-press oraz workshopów.

4. Oddziały PTTK, organizacje turystyki aktywnej lub wyspecjalizowane firmy szkoleniowe oraz eksperci z wyższych uczelni regionu:

- prowadzenie szkoleń dla kadr zajmujących się profesjonalnym projektowaniem i oznakowywaniem turystycznych ciągów komunikacyjnych (przy uwzględnieniu ochrony krajobrazu) oraz szkolenie przewodników turystycznych po trasach tematycznych;
- Public Relations dla danych szlaków tematycznych poprzez przynależność organizacji turystycznych z regionu do międzynarodowych stowarzyszeń i organizacji czy systemów szlaków np. cysterskich, Greenways, Eurovello, itp.;

5. Dolnośląska Izba Turystyki:

- współdziałanie z DOT (LOT) i JST w organizacji kampanii promocyjnych turystycznych szlaków tematycznych;
- aktywne włączenie się do organizacji study tour i study-press oraz workshopów dla wybranych przedstawicieli firm;
- budowanie komercyjnej oferty turystycznej (sightseeing dla różnych form i typów turystyki) z wykorzystaniem potencjału szlaków tematycznych, ale nie powodującej zagrożeń dla krajobrazu kulturowo-przyrodniczego.

6. Dolnośląska Izba Gospodarcza:

- wsparcie i lobbing w zakresie pozyskiwania dla regionu firm, zainteresowanych w inwestowanie w infrastrukturę pro turystyczną, prawidłowo wkomponowaną w lokalny krajobraz.

7. Konwent Rektorów Wyższych Uczelni Dolnego Śląska lub wyspecjalizowane jednostki badawcze i wyższe uczelnie z kierunkami turystycznymi:

- aktywne włączenie się w proces szkolenia kadr, zajmujących się profesjonalnym projektowaniem turystycznych ciągów komunikacyjnych;
- prowadzenie badań naukowych, dotyczących projektowania szlaków w przestrzeni, w danym typie krajobrazu, zasad zagospodarowywania oraz komercjalizacji szlaków;
- aktywne włączanie się w prowadzenie badań ruchu turystycznego na ciągach szlaków turystycznych (w tym w zakresie potencjalnych zagrożeń dla krajobrazu kulturowo-przyrodniczego na szlakach).

Zaproponowany autorski model struktury działań międzysektorowych powinien być stałym elementem procesu komercjalizacji wyznakowanych szlaków turystycznych, jako warunek osiągnięcia oczekiwanej ich efektywności (m.in. wzrostu ruchu turystycznego, ukierunkowania strumieni migracji turystycznych, wzrostu marki turystycznej, rozwoju usług komplementarnych ze szlakiem, zachowania dziedzictwa krajobrazu kulturowo-przyrodniczego, itp.). Taki model powinien też być wytyczną do realizacji regionalnej polityki turystycznej w sferze projektowania sieci połączeń komunikacyjnych, służących ruchowi turystycznemu.

W literaturze przedmiotu, problematyka kształtowania elementów zagospodarowania szlaków turystycznych jest szeroko prezentowana, ale brak jest większej liczby prac dotyczących diagnozy czy oceny stopnia komercjalizacji i efektywności (w wielu jej wymiarach społecznych i ekonomicznych, czy potencjalnych zagrożeń dla krajobrazu) wyznaczanych szlaków turystycznych a także jasnych i czytelnych zasad prowadzenia regionalnej polityki turystycznej w sferze kształtowania sieci ciągów komunikacyjnych dla obsługi ruchu turystycznego. Niniejszy artykuł jest przyczynkiem do podjęcia naukowej dyskusji, w tych ważnych kwestiach dla rozwoju turystyki w regionach.

LITERATURA

Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego, Polska Agencja Rozwoju Turystyki S.A, Warszawa, 2009.

Celka A., 2005: Koncepcja Samochodowy Szlak Cysterski na Dolnym Śląsku jako markowy produkt turystyczny. Założenia metodologiczne, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, Wrocław, materiał niepublikowany.

Charakterystyka aktualnej sytuacji gospodarki turystycznej na Dolnym Śląsku [w]: Identyfikacja spodziewanych trendów rozwojowych w turystyce regionu, Raport

- 2a, praca zbiorowa, Arleg S.A w Legnicy na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Dolnośląskiego, Wrocław, 2010.
- Dudzik M.R., 2008: Koncepcja rozwoju liniowych produktów kulturowych Dolnego Śląska ze szczególnym uwzględnieniem ich włączenia w przebieg ogólnopolskich i międzynarodowych szlaków kulturowych: Tom I – Inwentaryzacja istniejących liniowych produktów kulturowych na Dolnym Śląsku, Tom II – Inwentaryzacja istniejących szlaków kulturowych w regionie i w kraju oraz na terenie przygranicznym: Saksonii oraz Czech, Viridiana S.C. Maciej R. Dudzik, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, materiał niepublikowany.
- Fedyk W., 2008: Promocja turystyczna Dolnego Śląska – analizy, Dolnośląska Organizacja Turystyczna, praca niepublikowana, Wrocław.
- Gryszel P., 2005: Szlak Cysterski na Dolnym Śląsku jako produkt turystyczny. Założenia metodologiczne [w:] Prace Naukowe AE we Wrocławiu 1074: 295-304.
- Południowo – Zachodni Szlak Cysterski, praca zbiorowa, Progress Consulting Sp. z o.o. na zlecenie Województwa Dolnośląskiego, Wrocław 2010, materiał niepublikowany.
- Sołtysik M., 2007: Strategie samorządu terytorialnego w zakresie organizacji czasu wolnego społeczności lokalnej (na przykładzie wybranych gmin strefy podmiejskiej Wrocławia) [w:] Edukacja Jutra, XIII Tatrzańskie Seminarium Naukowe, (red.): K. Zatoń i wsp., Wrocław.
- Walas B. (red.), 2008: Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015, Polska Organizacja Turystyczna, Warszawa.
- Wyrzykowski J. (red.), 2004: Turystyka na Dolnym Śląsku. Stan i kierunki rozwoju, Studia i Monografie nr 73, AWF Wrocław.