

***STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI
DLA MIASTA ŚWIDNICY
NA LATA 2016-2026***



Spis treści

Spis treści.....	3
Od Autorów.....	5
Skróty użyte w opracowaniu.....	6
Wprowadzenie.....	7
1. Diagnoza zasobów i uwarunkowań rozwoju funkcji turystycznej na obszarze Miasta..	12
1.1. Położenie i warunki geograficzne.....	12
1.2. Krótki rys historyczny miasta.....	14
1.3. Dostępność komunikacyjna.....	18
1.4. Najważniejsze walory turystyczne Świdnicy.....	20
1.4.1. Zasoby dziedzictwa kulturowego (antropogeniczne i przyrodnicze).....	20
1.4.2. Obiekty rekreacyjno-sportowe.....	31
1.4.3. Imprezy, eventy.....	34
1.5. Diagnoza potencjału turystycznego Świdnicy w odniesieniu do innych ośrodków w regionie.....	35
1.5.1. Metodyka i podstawowe założenia diagnozy.....	35
1.5.2. Analiza ruchu turystycznego.....	36
1.5.3. Baza noclegowa.....	40
2. Obszary problemowe oraz postulowane kierunki rozwoju turystyki dla miasta Świdnicy	49
2.1. Obszary problemowe w zakresie rozwoju funkcji turystycznej miasta.....	49
2.2. Preferowane kierunki rozwoju turystyki w mieście.....	53
2.2.1. Sposoby osiągnięcia rozwoju funkcji turystycznej miasta – opcje strategiczne.....	58
2.2.2. Ocena opcji strategicznych.....	59
3. Strategiczne obszary rozwoju turystyki w mieście.....	60
3.1. Wizja rozwoju turystyki dla miasta Świdnicy.....	60
3.1.1. Główne założenia realizacji wizji.....	61
3.2. Misja miasta Świdnicy w obszarze rozwoju turystyki.....	61
3.3. Nadrzędne wymiary rozwoju i struktura celów strategicznych dla funkcji turystycznej miasta Świdnicy.....	63
3.4. Obszary aktywności - uszczegółowienie celów strategicznych.....	66
3.5. Komplementarność z innymi dokumentami strategicznymi i programami rozwoju turystyki.....	67

4. Rozwiązania produktowo-projektowe jako determinanty rozwoju funkcji turystycznej miasta Świdnicy	72
4.1. Propozycje rozwiązań produktowo-projektowych dla miasta Świdnicy	72
4.1.1. A. Tworzenie zintegrowanych produktów turystycznych miasta Świdnicy... ..	72
4.1.2. B. Tworzenie nowych i rozwijanie istniejących atrakcji turystycznych	74
4.1.3. C. Tworzenie nowej i rozwijanie istniejącej infrastruktury turystycznej ...	76
4.1.4. D. Wsparcie i rozwój współpracy z przedsiębiorstwami i organizacjami działającymi w sferze szeroko pojętej turystyki	77
4.1.5. E. Promocja i informacja turystyczna.....	79
4.2. Mapy priorytetów dla propozycji rozwiązań produktowo-projektowych	82
4.3. Powiązanie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych z celami strategicznymi.....	90
4.4. Powiązanie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych z grupami docelowymi	91
4.5. Powiązanie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych z grupami interesariuszy – analiza instytucjonalno-organizacyjna	93
4.6. Dodatkowe działania wspomagające rozwój funkcji turystycznej miasta – aspekty architektoniczno-przestrzenne	96
4.7. Dodatkowe działania wspomagające rozwój funkcji turystycznej miasta – aspekty współpracy lokalnej i regionalnej	97
5. Wdrożenie, monitoring i ewaluacja Strategii	100
Podsumowanie	106
Bibliografia	107
Spis rysunków	108
Spis tabel	110
Załącznik nr 1	112

Od Autorów

Niniejszy dokument został opracowany dla prawidłowego i ukierunkowanego rozwoju turystyki dla Miasta Świdnicy. Podstawą Strategii Rozwoju Turystyki dla miasta Świdnicy na lata 2016-2026 (SRTŚ) jest sformułowanie poszczególnych jej elementów w szczególności Wizji, Misji i celów strategicznych oraz określenie propozycji przedsięwzięć, projektów i działań pozwalających te cele osiągnąć. Opracowanie składa się z 5 rozdziałów.

Rozdział 1 obejmuje diagnozę zasobów i uwarunkowań rozwoju funkcji turystycznej na obszarze Świdnicy. Ta część dokumentu zawiera zestawienie danych i informacji nt. potencjału położenia geograficznego, dostępności komunikacyjnej, uwarunkowań historycznych, zasobów dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego, infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej oraz krótką charakterystykę głównych imprez organizowanych na terenie miasta. Druga część tego rozdziału obejmuje diagnozę potencjału turystycznego Świdnicy w odniesieniu do innych ośrodków w regionie.

W rozdziale 2 dokonano weryfikacji obszarów problemowych oraz zestawiono wewnętrzne i zewnętrzne czynniki rozwoju funkcji turystycznej miasta. Bazą do tych działań była analiza SWOT. Istotnym elementem tego rozdziału jest również określenie preferowanych kierunków rozwoju turystyki w mieście oraz określenie docelowych segmentów rynku.

Rozdział 3 zawiera zestawienie wizji i misji wraz z wyznaczonymi strategicznymi wymiarami rozwoju, celami strategicznymi oraz obszarami aktywności. Rozdział ten obejmuje również analizę komplementarności niniejszego opracowania z innymi dokumentami strategicznymi o charakterze lokalnym, regionalnym i krajowym.

W rozdziale 4 dokonano zestawienia rozwiązań produktowo-projektowych jako determinant przyszłego rozwoju funkcji turystycznej miasta Świdnicy oraz przeprowadzono ich wielokierunkową analizę wraz z wyznaczeniem tzw. map priorytetów w oparciu o wyniki badań ankietowych i informacje uzyskane podczas konsultacji społecznych. Rozdział ten zawiera również zestawienie dodatkowych działań o charakterze architektoniczno-przestrzennym oraz w zakresie współpracy lokalnej i regionalnej, których realizacja może wspomagać rozwój funkcji turystycznej miasta.

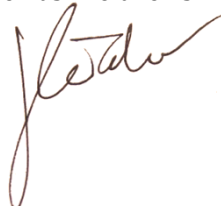
Rozdział 5 dotyczy aspektów związanych z wdrażaniem, monitoringiem i ewaluacją zapisów Strategii. Obejmuje on dwa zestawy wskaźników służących monitorowaniu postępów w realizacji Strategii.

Całość poprzedzona została wprowadzeniem, w którym w sposób ogólny nakreślono istotę i znaczenie rozwoju funkcji turystycznej dla gospodarki lokalnej.

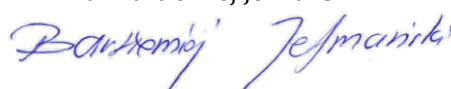
W miejscu tym autorzy pragną podziękować za pomoc przy opracowywaniu niniejszego dokumentu władzom Miasta Świdnicy, przedstawicielom Rady Miejskiej w Świdnicy, pracownikom Urzędu Miejskiego, w szczególności Referatowi Turystyki oraz wszystkim osobom, organizacjom i podmiotom, które uczestniczyły w konsultacjach społecznych lub w jakikolwiek inny sposób przyczyniły się do powstania Strategii.

Mamy nadzieję, że konsekwentna realizacja zapisów zaprezentowanych w dokumencie, będzie jednym z elementów, który przyczyni się do wzmocnienia potencjału turystycznego miasta, a funkcja turystyczna stanie się istotnym obszarem zrównoważonego rozwoju Świdnicy.

dr Tomasz Kołakowski



dr Bartłomiej Jefmański



Skróty użyte w opracowaniu

- *SRTŚ - Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Świdnicy na lata 2016-2026*
- *OOSRTŚ - Obszar Oddziaływania Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świdnicy*
- *UMWD - Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego*
- *LOT KSJ - Lokalna Organizacja Turystyczna „Księstwo Świdnicko-Jaworskie”*
- *CITiK - Centrum Informacji Turystycznej i Kulturalnej w Świdnicy*
- *PKB - Produkt Krajowy Brutto*
- *OECD - Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju*
- *GUS - Główny Urząd Statystyczny*
- *BDL - Bank Danych Lokalnych*
- *POT - Polska Organizacja Turystyczna*
- *DOT - Dolnośląska Organizacja Turystyczna*
- *LOT AW - Lokalna Organizacja Turystyczna Aglomeracji Wałbrzyskiej*
- *STGGS - Stowarzyszenie Turystyczne Gmin Gór Sowich*
- *PTTK - Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze*
- *RDOŚ - Regionalna Dyrekcja Ochrony Środowiska*
- *WUOZ - Wojewódzki Urząd Ochrony Zabytków*
- *RZGW - Regionalny Zarząd Gospodarki Wodnej*
- *ŚOSiR - Świdnicki Ośrodek Sportu i Rekreacji*
- *ŚOK - Świdnicki Ośrodek Kultury*
- *MBP - Miejska Biblioteka Publiczna w Świdnicy*
- *PIT - Polska Izba Turystyki*
- *ODK - obiekt dziedzictwa kulturowego*

Wprowadzenie

W nowoczesnej gospodarce prawidłowy i zrównoważony rozwój społeczno-ekonomiczny miasta i poszczególnych jego obszarów, a co za tym idzie również jego mieszkańców, przy zachowaniu społecznej odpowiedzialności w procesach zarządzania jego obszarami, wymaga niejednokrotnie zastosowania odpowiedniego zestawu działań i narzędzi oraz podejścia zintegrowanego i systemowego. Szeroko pojęta dbałość o poprawę jakości życia mieszkańców danego miasta powinna pojawiać się i być zauważalna na wielu płaszczyznach jego rozwoju. Brak takiego podejścia oraz odpowiednich mechanizmów i działań na poziomie decydenckim może spowodować, iż rozwój ten zostanie zahamowany, co w konsekwencji może doprowadzić to do przejścia takiego obszaru w stan stagnacji, oraz niekorzystnie wpływać na zaspokajanie potrzeb jego mieszkańców w sferze gospodarczej, społecznej czy środowiskowej.

Miasta i ich poszczególne obszary, które stanowią dziś główną oś życia społecznego, gospodarczego i politycznego, są obecnie również ważnym ogniwem w procesach internacjonalizacji i globalizacji. Specyfika dynamicznych miast, polegająca na koncentracji przemysłu, handlu, usług i ludzi na niewielkim obszarze, powoduje powstawanie wielu problemów, w szczególności konkurowania o ograniczoną infrastrukturę i przestrzeń. To z kolei wpływa na rosnące koszty działalności i życia. Taka sytuacja wymaga właściwego zarządzania poszczególnymi obszarami miasta, a istotną rolę w osiągnięciu skuteczności i efektywności podejmowanych działań, pełni ukierunkowany rozwój oparty o opracowaną, a następnie realizowaną strategię rozwoju konkretnego obszaru. Zawarte w takim dokumencie cele, priorytetowe obszary rozwoju czy różnego rodzaju projekty i przedsięwzięcia, stać się mogą ważnym narzędziem poprawy jakości życia mieszkańców miasta i stanowić przejaw społecznie odpowiedzialnego zarządzania jego obszarami.

Jednym z priorytetowych obszarów rozwoju miasta, jakim jest Świdnica, cechującym się dużym potencjałem turystycznym, powinna być szeroko rozumiana turystyka, obejmująca zarówno walory i infrastrukturę turystyczną, jak również podmioty kształtujące gospodarkę turystyczną danego obszaru.

W ciągu minionych kilkunastu lat na całym świecie, w tym również w Polsce, nastąpił bardzo dynamiczny rozwój turystyki. Towarzyszący temu duży wzrost obrotów towarowych i usługowych jest źródłem korzyści zarówno dla podmiotów prywatnych, samorządów oraz całej społeczności lokalnej.

W założeniach dotyczących kierunków rozwoju turystyki na świecie podkreśla się, iż ściśle relacje, jakie zachodzą pomiędzy rozwojem turystyki a rozwojem regionu czy miasta, stanowią istotny element podnoszący jego atrakcyjność i konkurencyjność w zakresie warunków życia, pracy i inwestowania. Dlatego też identyfikacja i waloryzacja lokalnych atrakcji turystycznych, w tym walorów naturalnych i antropogenicznych, zasobów kulturowych, dziedzictwa przyrodniczego oraz stwarzanie warunków do rozwoju przedsiębiorczości w zakresie turystyki, stanowi istotny element w zakresie realizacji polityki na rzecz konkurencyjności i zrównoważonego rozwoju gospodarki oraz stanowi istotny element dynamizowania obszarów¹.

Tematyka ta jest również analizowana w dokumentach podnoszących problematykę konieczności ulepszania danych i opracowania wskaźników, które uzupełniłyby PKB i pozwoliły na uzyskanie dokładniejszych informacji służących do uzasadniania decyzji gospodarczych, społecznych i politycznych. Na przykład OECD, prowadząc światowy projekt dotyczący pomiaru postępu w społeczeństwie, w którym proponuje się stosowanie nowych wskaźników, wskazuje na kulturę i turystykę jako jeden z trzech głównych obszarów pośrednich (obok ładu

¹ A. Dupeyras i in., *OECD Tourism Trends and Policies 2010*, OECD, Paris, 2010.

społecznego i rozwoju gospodarki) oddziałujących i pozwalających osiągnąć dobrobyt społeczny i określoną jakość ekosystemów, a w dłuższej perspektywie czasowej międzypokoleniową sprawiedliwość podziału i zrównoważony rozwój².

Dokumentem na poziomie krajowym wskazującym na silną zależność pomiędzy rozwojem turystyki a rozwojem poszczególnych obszarów kraju, jest m.in. rządowy „Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku”³. Zarówno na poziomie zapisów strategicznych (wizja, cele strategiczne), jak i operacyjnych (priorytety, działania) wskazuje się w nim na istotną rolę rozwoju turystyki oraz jej wpływu na rozwój gospodarczy i społeczny kraju. W ramach wizji podkreśla się, iż wszystkie przedsięwzięcia realizowane w ramach Programu służyć będą realizacji turystyki jako: „nowoczesnej i otwartej gospodarki turystycznej, opartej na inteligentnych specjalizacjach turystycznych w polskich regionach” oraz „jednego z kluczowych sektorów rozwoju polskich regionów i kraju”. Natomiast wśród obszarów priorytetowych wskazuje się na turystykę „jako czynnik rozwoju regionalnego i lokalnego, zwiększający spójność społeczną i gospodarczą regionów”⁴. Na poziomie celów operacyjnych podkreśla się wykorzystanie zasobów kulturowych i przyrodniczych określonych terenów o potencjalnym znaczeniu dla turystyki i wskazuje na konieczność współpracy i wspierania rozwoju turystyki w szczególności aktywnej (rekreacja) i kulturowej oraz wspierania inwestycji turystycznych w ramach programów rewitalizacji, rozwoju miast, a także tworzenie nowych usług turystycznych.

Turystyka jako zjawisko złożone odnosi się do wielu aspektów życia człowieka oraz wpływa na wiele dziedzin funkcjonowania miasta, takich jak: kultura, sport, rekreacja, bezpieczeństwo, transport, ład przestrzenny, ochrona zabytków, itp. Ponadto wielopłaszczyznowy charakter turystyki przejawia się tym, że przybiera ona różne formy (m.in. turystyka kulturowa, sentymentalna, kulinarna, festiwalowa, przyrodnicza, ekoturystyka, agroturystyka, piesza, rowerowa, narciarska, uzdrowiskowa, itd.) i jest motywowana wieloma bodźcami (m.in.: wypoczynek, poznanie, rekreacja, rozrywka, ekscytacja, poprawa stanu zdrowia, aspekty biznesowe czy religijne), dlatego też jest uprawiana przez różnorodne grupy społeczne.

Turystyka jest więc tą częścią gospodarki, która może dynamizować rozwój na poziomie podmiotów prywatnych, publicznych, jak i instytucji pozarządowych. Powodem takiego stanu rzeczy jest fakt, iż jak wskazuje G. Gołębski, zarówno dobra powstałe w wyniku działalności człowieka, jak również dobra stworzone przez naturę, są zwykle dla turysty podstawowym celem podróży. Stanowią one walor turystyczny danego obszaru, czyli specyficzną cechę lub element środowiska naturalnego bądź antropogenicznego, będący przedmiotem zainteresowania turystycznego oraz podstawowym elementem struktury podaży turystycznej⁵. Jednocześnie wspomniane walory turystyczne stanowią dla gospodarki turystycznej potencjalny zasób, którego odpowiednie zagospodarowanie i udostępnienie może przynieść wiele korzyści materialnych jak i niematerialnych: duchowych, estetycznych, itp.

Bez wątpienia jedną z najważniejszych dla rozwoju turystyki grup walorów turystycznych są walory krajoznawcze - antropogeniczne, jak i przyrodnicze w tym zabytki dziedzictwa kulturowego i towarzyszące im obiekty przyrodnicze oraz infrastruktura turystyczna pozwalająca z nich korzystać. Rozwijająca się na ich podstawie branża turystyczna może stać się motorem napędowym lokalnej i regionalnej gospodarki. Znajomość walorów turystycznych i uwarunkowań prowadzenia działalności turystycznej jest podstawą dla planowania rozwoju turystyki na

² J. Hall i in., *A Framework to Measure the Progress of Societies*, OECD Statistics Working Paper Series, Statistics Directorate, Working Paper No 34, Paris 2010, s. 14-17; D. Trewin, J. Hall, *Developing Societal Progress Indicators: A Practical Guide*, OECD Statistics Working Paper Series, Statistics Directorate, Working Paper No 35, Paris 2010, s. 10.

³ *Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku*, Załącznik do uchwały nr 143/2015 Rady Ministrów z dnia 18 sierpnia 2015 r., Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa, sierpień 2015 r.

⁴ Ibidem.

⁵ G. Gołębski (pod red.), *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009, s. 40-41.

danym terenie, jak również stanowi punkt wyjścia do prawidłowego zagospodarowania turystycznego i inwestowania w obiekty turystyczne.

Niniejsza Strategia ma stać się wspomnianą podstawą i punktem wyjścia do konkretnych działań wspierających rozwój turystyki oraz przejawem dbałości i dążeń do ukierunkowanego, zrównoważonego wykorzystania potencjału i warunków rozwoju turystyki miasta Świdnicy. W wyniku przeprowadzonych diagnoz oraz analiz określono, iż jedną z istotnych funkcji kształtujących przyszły rozwój Świdnicy jest właśnie funkcja turystyczna.

Świdnica jako największe miasto Przedgórze Sudeckiego, i drugie co do wielkości miasto Aglomeracji Wałbrzyskiej, predestynuje do jednego z istotnych punktów rozrządu ruchu turystycznego na obszar Przedgórze Sudeckiego i Sudetów Środkowych.

Z dokumentu *Strategia Rozwoju Województwa Dolnośląskiego 2020* wynika, iż obszar miasta Świdnicy, jest elementem szerszego agregatu przestrzennego, jakim jest Sudecki Obszar Integracji, który z jednej strony charakteryzuje się wieloma barierami rozwojowymi, jak: depopulacja obszaru, duże bezrobocie, czy utrudnione warunki prowadzenia inwestycji prorozwojowych i infrastrukturalnych (ze względu na liczne tereny górskie i podgórskie oraz cenne przyrodniczo obszary chronione). Z drugiej strony cechuje go wyjątkowość właśnie pod względem walorów przyrodniczych i krajobrazowych, a jako determinantę jego rozwoju wskazuje się na stworzenie i wypromowanie kompleksowej oferty turystycznej, wypoczynkowej i uzdrowskiej⁶.

Z punktu widzenia podziału administracyjnego niniejsza Strategia i jej założenia odnoszą się będą w szczególności do obszaru Świdnicy jako gminy miejskiej. Jednakże specyfika turystyki jako zjawiska przestrzennej ruchliwości społeczeństwa oraz pretendowanie Świdnicy do roli regionalnego centrum rozrządu ruchu turystycznego powoduje, iż pewne zapisy i wytyczne SRTŚ obejmować będą gminy ościenne, głównie z obszaru powiatu świdnickiego, a niekiedy dotyczyć dalszych obszarów, zarówno w ujęciu administracyjnym (powiat dzierzoniowski, wałbrzyski, jaworski), jak i ujęciu fizycznogeograficznym np. Góry Sowie, Masyw Ślęży, itp. Tak nakreślony układ przestrzenny stanowić będzie punkt odniesienia niniejszej Strategii i nazywany będzie Obszarem Oddziaływania Strategii Rozwoju Turystyki dla miasta Świdnicy (OO-SRTŚ).

Ideą opracowania i wdrażania zapisów SRTŚ jest rozwój turystyczny miasta, zwiększenie ruchu turystycznego na jego obszarze, a także wspieranie rozwoju lokalnych społeczności, ich otoczenia, warunków życia i prowadzenia działalności gospodarczej, które poprzez sieci formalnych i nieformalnych powiązań branżowych, tematycznych (z obszaru turystyki), w ramach zdefiniowanych celów, projektów i działań, będą mogły nawiązywać szerszą współpracę, przyczyniając się tym samym do rozwoju potencjału turystycznego Świdnicy oraz na terenie całego OOSRTŚ.

Niniejszy dokument powstał na zlecenie Urzędu Miejskiego w Świdnicy, jednostki organizacyjnej, której jednym z głównych celów i obszarów działalności jest wspieranie wszechstronnego rozwoju Miasta Świdnicy przy poszanowaniu zasad zrównoważonego rozwoju i budowania dobrobytu społecznego tego obszaru.

Dla prawidłowej realizacji zapisów niniejszej Strategii konieczna jest szeroko zakrojona ***współpraca Urzędu Miejskiego w Świdnicy z wszelkimi podmiotami i organizacjami, które bezpośrednio lub pośrednio mogą wpływać na kształtowanie funkcji turystycznej w mieście.*** Ponadto rozwój turystyki w Świdnicy wymaga ***prawidłowej współpracy i komunikacji wewnętrznej pomiędzy poszczególnymi jednostkami Urzędu Miejskiego, takimi jak wydziały i referaty: turystyki, sportu, kultury, promocji, transportu, dróg i infrastruktury***

⁶ UMWD, *Strategia Rozwoju Województwa Dolnośląskiego 2020*, Wrocław 2014.

miejskiej, organizacji pozarządowych, spraw społecznych, inwestycji miejskich, architektury i gospodarki przestrzennej, funduszy zewnętrznych i rozwoju gospodarczego, a także biura bezpieczeństwa, ochrony środowiska i pełnomocnika do spraw zabytków.

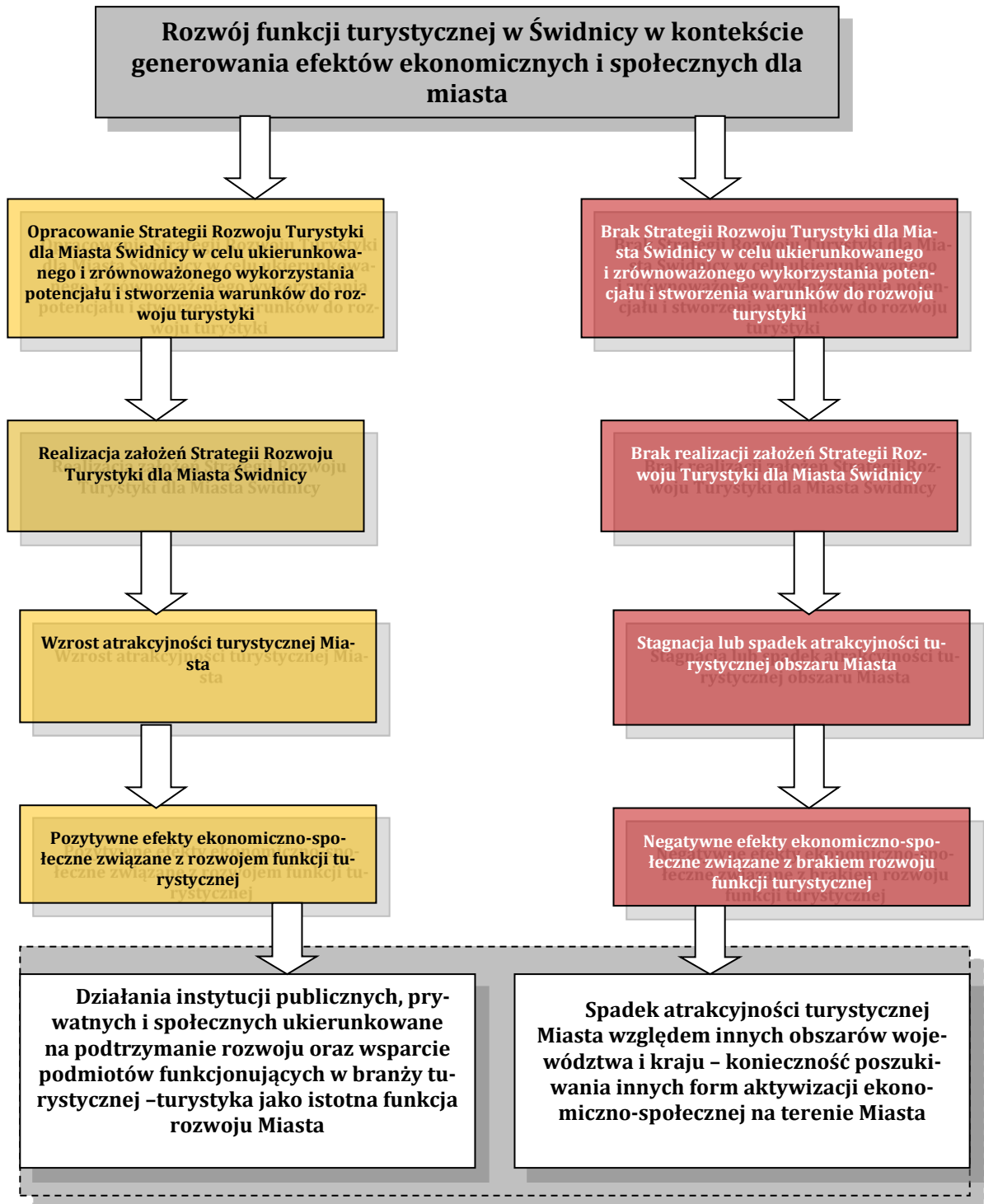
Podjęte działania w zakresie stworzenia niniejszego dokumentu wynikają z następujących przesłanek:

- Celem merytorycznym prac jest zbudowanie SRTŚ, opracowania wpisującego się w dokumenty o charakterze nadrzędnym i korelujące z istniejącymi lokalnymi i regionalnymi strategiami rozwoju i dokumentami planistycznymi, a jednocześnie, poprzez jej unikatowość tematyczną, wyróżniające na tle pozostałych dokumentów.
- SRTŚ będzie w najbliższych latach programem działania, stanowiącym podstawę do efektywnego zarządzania omawianym obszarem tematycznym oraz pozyskiwania zewnętrznych źródeł finansowania dla jego rozwoju.
- SRTŚ będzie pełnić funkcję informacyjną i promocyjną – powinna informować potencjalnych inwestorów o kierunkach rozwoju turystyki w Mieście, zarówno w obszarze społecznym, gospodarczym, jak również środowiska przyrodniczego i kulturowego.
- SRTŚ będzie ukazywać w hierarchiczny sposób, układ celów i kierunków działań, które powinny być zrealizowane w długofalowym okresie.
- SRTŚ ma charakter społeczny i partnerski – podstawą powodzenia jej realizacji i osiągnięcia przewagi konkurencyjnej w obszarze, którego dotyczy, jest szeroko rozumiany udział społeczności i władz lokalnych.

Przyjęcie zaproponowanego w Strategii podejścia, pozwoli zwiększyć prawdopodobieństwo osiągnięcia celów sprzyjających rozwojowi funkcji turystycznej dla całego rozpatrywanego obszaru. Przejawiać się to będzie poprzez:

- Kreowanie i upowszechnianie wizerunku Miasta Świdnicy jako obszaru atrakcyjnego turystycznie w skali regionu i kraju oraz za granicą.
- Integrację środowisk samorządu terytorialnego, gospodarczego i zawodowego oraz osób, instytucji i organizacji zainteresowanych rozwojem turystyki na terenie Miasta.
- Zwiększenie liczby turystów i osób odwiedzających Świdnicę i OOSRTŚ.
- Wzrost wpływów z obszaru gospodarki turystycznej, zarówno dla sfery prywatnej, jak i publicznej.
- Poprawę infrastruktury turystycznej na obszarze Miasta Świdnicy.
- Stworzenie subregionalnego systemu informacji turystycznej (branżowej).
- Poprawę współpracy podmiotów gospodarczych z władzami lokalnymi i organizacjami pozarządowymi w zakresie rozwoju turystyki.
- Prowadzenie i organizowanie szkoleń, warsztatów, konferencji i kongresów o tematyce turystycznej.
- Podejmowanie inicjatyw służących podnoszeniu jakości świadczonych usług i oferowanych produktów w branży turystycznej.
- Edukację w zakresie funkcjonowania i rozwoju branży turystycznej.

Wszystkie wymienione elementy decydują bowiem o możliwości wystąpienia oraz stopniu natężenia efektów ekonomiczno-społecznych w związku z rozwojem funkcji turystycznej na obszarze miasta. Efekty te będą występowały tak długo, jak długo rozwój tej funkcji będzie przebiegał w sposób ukierunkowany i zrównoważony, przy celowym wykorzystaniu potencjału i warunków rozwoju turystyki Miasta Świdnicy. Brak strategicznego podejścia (realizacji zapisów strategii) może spowodować zanik określonych zachowań i działań podmiotów bezpośrednio lub pośrednio powiązanych z rozwojem turystyki. W konsekwencji zaniknie również łańcuch gospodarczych i społecznych efektów odczuwanych na obszarze Miasta Świdnicy (rysunek 1).



Rysunek 1. Łańcuch powiązań w sytuacji realizacji lub zaniechania założeń Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świdnicy.

Źródło: Opracowanie własne.

1. Diagnoza zasobów i uwarunkowań rozwoju funkcji turystycznej na obszarze Miasta

W tej części opracowania dokonano charakterystyki miasta oraz prezentacji najważniejszych elementów i zasobów stanowiących podstawę funkcjonowania i rozwoju turystyki na obszarze Świdnicy. Zestawione informacje pochodzą z ogólnodostępnych publikacji, baz danych, statystyk publicznych, danych uzyskanych od pracowników Urzędu Miejskiego w Świdnicy oraz organizacji turystycznych funkcjonujących na terenie miasta, i odzwierciedlają aktualną sytuację na charakteryzowanym obszarze. Wszelkie dane statystyczne będą zestawiane na poziomie Miasta Świdnicy z jednoczesnym odniesieniem do innych porównywalnych ośrodków oraz konkurencji w regionie (m.in. Wałbrzych, Dzierżoniów, Kłodzko). W niektórych miejscach analiza danych odbywa się w oparciu o dane zagregowane w celu bardziej przejrzystej i poglądowej prezentacji.

1.1. Położenie i warunki geograficzne⁷

Miasto Świdnica leży w południowo-zachodniej Polsce, w województwie dolnośląskim, na Równinie Świdnickiej, nad rzeką Bystrzycą (zwaną dawniej Świdnicką Wodą). Zajmuje powierzchnię 21,76 km² i liczy 58 802 mieszkańców (77 lokata wśród miast Polski), mając największą w województwie dolnośląskim gęstość zaludnienia równą 2 702 osób/km² (20 miejsce w Polsce)⁸.

Miasto położone jest na Równinie Świdnickiej, na wysokości 204 - 266 m n.p.m., wciśnięte między góry wyspowe zachodniej partii Przedgórze Sudeckiego. Od południowego zachodu pas Obniżenia Podsudeckiego oddziela Równinę wraz z miastem od najniższej na tym odcinku, bo liczącej 200 m, krawędzi Gór Sowich i Pogórze Wałbrzyjskiego. Na północnym zachodzie znajdują się Wzgórze Strzegomskie, na północnym-wschodzie rozciąga się Nizina Śląska oraz Wzgórze Imbramowickie. Na południowym wschodzie Masyw Ślęży wraz ze Wzgórzami Kiełczyńskimi oraz wzgórzami Grodziszcza tworzy naturalną bramę terenową.

Geologicznie region Świdnicy leży w obrębie tzw. bloku przedsudeckiego składającego się z trzech elementów strukturalnych: skały metamorficzne, gnejsowa kra sowiogórska (fragment gór prekambryjskich) oraz element zbudowany z zieleńców i amfibolitów. Wymienione wzgórza i góry wyznaczające granice Równiny Świdnickiej, stanowią (i nadal stanowią) rejonu eksploatacji bogactw naturalnych dla miasta i okolicznych miejscowości, m.in.:

- Granity karbońskie - w rejonie Wzgórz Strzegomskich, Imbramowickich, Wzgórze Bagienieckich (k. Wierzbnej) i zachodnich partii Masywu Ślęży.
- Granity i serpentynity Wzgórze Kiełczyńskich – wyrób prymitywnych narzędzi i broni.
- Granit bagieniecki i gnejsy Wzgórze Grodziszcza - budulec średniowiecznych fortyfikacji, kościołów Świdnicy oraz materiał do budowy tamy w Lubachowie chroniącej Świdnicę przed powodzią.
- Złóża żyłowe magnezytów – północna strona Wzgórze Kiełczyńskich, surowiec do wyrobu materiałów ogniotrwałych.
- Gnejsy Gór Sowich - okolice Bystrzycy Górnej, Bojanic, Walimia i Jedliny Zdrój do i poł. XIX w. dostarczały ołowiu, srebra i miedzi.

⁷ Rozdział opracowany na podstawie: W. Korta (pod red.), *Świdnica. Zarys monografii miasta*, Wydawnictwo DTSK Silesia, Wrocław-Świdnica 1995, s. 7-15; M. Szvedo (red. prow.), *Encyklopedia Świdnicy*, Praca Zbiorowa, Towarzystwo Regionalne Ziemi Świdnickiej, Wydawca Gmina Miasto Świdnica, Świdnica 2010-2014.

⁸ GUS, *Powierzchnia i ludność w przekroju terytorialnym w 2015 r.*, Warszawa 2015, s. 62.



Rysunek 2. Panorama Świdnicy od strony południowej (widok od ul. Bystrzyckiej)

Źródło: Fotografia własna.

Klimat Świdnicy zaliczany do przedgórskiego charakteryzuje się:

- dość wysoką jak na ten rejon, średnią temperaturę roku 8,3°C,
- łagodnymi zimami,
- wpływem oceanizmu oraz efektem wiatrów fenowych podnoszących temperatury jesieni i przedzimia (dominujące wiatry południowo-zachodnie i zachodnie, spływając z Sudetów na Równinę Świdnicką, ogrzewają się poprzez sprężanie).
- częstym zanikiem chmur i opadów, a zimą szybkim topnieniem pokrywy śnieżnej (wpływ zjawiska fenu).

To wszystko powoduje, iż występuje tu jeden z najdłuższych w Polsce okresów wegetacyjny, wynoszący około 220 dni, a także nieco wyższa od średniej krajowej roczna suma opadów - 621 mm, co w znacznym stopniu sprzyja rozwojowi rolnictwa wokół miasta.

Spośród największych ośrodków miejskich Przedgórza Sudeckiego i Sudetów Wałbrzyjskich, warunki hydrograficzne Świdnicy są najlepsze. Bystrzyca, rzeka o największym dorzeczu i największych przepływach na Przedgórzu Sudeckim wraz z całym swoim systemem rzeczonym, przyczyniła się do naturalnego ukształtowania ciągów komunikacyjnych tego obszaru, które odegrały istotną rolę w tworzeniu przestrzeni gospodarczo-osadniczej miasta i jego okolic. Dawna Świdnica zawdzięczała wiele wodom powierzchniowym, natomiast na obecny rozwój miasta mają wpływ największe na Przedgórzu Sudeckim i w Sudetach Wałbrzyjskich zasoby wód głębinowych. Miasto leży bowiem w regionie hydrogeologicznym, którego cechą jest istnienie potężnego, podziemnego systemu rzeczno-geologicznego. Wody, których strumień, posiada stały, niezależny od pór roku przepływ rzędu kilkunastu tys. m³ na dobę, są odizolowane od wód powierzchniowych i odznaczają się najwyższą jakością.

Położenie geograficzne wpłynęło także na ogólną lokalizację Świdnicy oraz jej miejsce w hierarchii miast. Największy na Przedgórzu Sudeckim płat żyznych gleb, otoczony łatwo dostępnymi górniczo-wzgórzami, położony w zasięgu oddziaływania głównych szlaków wędrowniczych i handlowych, w znacznym stopniu zdecydował o układzie komunikacyjnym i powstaniu miasta. Coraz liczniej pojawiające się drogi handlowe i komunikacyjne na granicy regionów

o różnej produkcji przyczyniły się do powstania miasta o charakterze wielofunkcyjnym. Nieprzypadkowy wybór na stolicę księstwa wzmocnił pozycję miasta, wzbogacając ją o funkcje administracyjne i kulturalne.

Szczegółowa lokalizacja i rozwój przestrzenny Świdnicy związane jest w dużej mierze z topografią terenu. Widać to dość wyraźnie w położeniu rynku, przebiegu dawnych murów obronnych, a następnie w lokalizacji poszczególnych stref przemysłowych i mieszkaniowych miasta. Takie położenie powoduje, iż Świdnica pełni rolę jednego z ważniejszych węzłów drogowych na Przedgórzu Sudeckim. Ponadto lokalizacja miasta warunkuje wiele jego walorów, m.in.:

- obecny układ dróg naśladuje przebieg starych szlaków: droga krajowa nr 35 (Jakuszyce - Wrocław), droga nr 382 (Legnica - Nysa), droga nr 379 (Wałbrzych - Świdnica),
- dogodne połączenie z autostradą A4 za pośrednictwem tzw. łącznika autostradowego (droga powiatowa 3396D),
- miejsce w najbardziej uprzemysłowionej i zaludnionej części regionu,
- położenie w węźle dróg łączących obszar znacznej koncentracji przemysłu elektromaszynowego (Nysa - Ząbkowice - Bielawa - Dzierżonów - Pieszyce - Świdnica) z obszarami surowcowymi tego przemysłu, tj. legnicko-głogowskim okręgiem miedziowym i Górnym Śląskiem (przez Nysę - Kędzierzyn Koźle),
- w odległości 10 km znajduje się duży węzeł kolejowy w Jaworzynie Śląskiej.

Ponadto, w odległości 55 km, znajduje się stolica województwa dolnośląskiego - Wrocław wraz z międzynarodowym portem lotniczym. W niewielkiej odległości znajdują się również inne duże miasta regionu: Wałbrzych i Legnica ze Specjalnymi Strefami Ekonomicznymi (odpowiednio ok. 20 km i 60 km) oraz Jelenia Góra (65 km). Około 30 km jest do autostrady A4 (Zgorzelec-Wrocław) i zaprojektowanej drogi ekspresowej S3 w okolicach Bolkowa. Dodatkowo w odległości ok. 15 km znajduje się lądowisko trawiaste w Świebodzicach, a ok. 20 km lądowisko trawiaste w Mirosławicach.

Wszystkie te elementy warunkują dobrą dostępność komunikacyjną miasta, która z punktu widzenia rozwoju turystyki na jego obszarze, jest elementem niezwykle istotnym.

1.2. Krótki rys historyczny miasta⁹

Ślady osadnictwa w okolicach Świdnicy sięgają okresu epoki kamienia. Z okresu paleolitu i mezolitu pozyskano w pobliżu okolicznych miejscowości (Komorów, Mokrzeszów czy Grodziszcz) znaczne ilości zabytków archeologicznych. Natomiast na terenie obecnej Świdnicy dokonano znalezisk z młodszego okresu kamienia, tj. neolitu (ok. 4600-1800 r. p.n.e.). Są to znaleziska toporków i siekierkami kamiennymi oraz narzędzi krzemiennych z tego okresu. Znacznie liczniejsze i cenniejsze zabytki pochodzą z epoki brązu (1800-650 r. p.n.e.) oraz z okresu halstańskiego (650-400 r. p.n.e.), m.in. zapinka z brązu (datowana na ok. 1000-800 r. p.n.e.) zaliczana do najcenniejszych w Europie. We wczesnym średniowieczu rejon Świdnicy zamieszkiwany był przez lud zaliczany do plemienia Słężan.

⁹ Rozdział opracowany na podstawie: *Świdnica – panorama miasta, Informator wydany na zlecenie Urzędu Miasta Świdnicy*, Firma Wydawnicza Marrgo, Bydgoszcz 2002, s. 6-10; W. Zielony (pod red.), *Świdnica – Przewodnik*, Wydawnictwo „Hector”, Nakładem Urzędu Miejskiego w Świdnicy 1999, s. 6-9; R. Fronia, M. Papaj, *Ilustrowany przewodnik z mapami. Świdnica i okolice*, Wydawnictwa Turystyczne „PLAN”, Jelenia Góra 2015.



Rysunek 3. Herb miasta Świdnicy.

Źródło: http://um.swidnica.pl/media/strona/duze/herb_swidnicy.jpg

Najstarsza wczesnopolska osada rybacka położona była w pobliżu przeprawy przez Bystrycę, którą wiódł - czynny od czasów rzymskich - szlak handlowy zwany podsudeckim lub czeskim. Przypuszczalnie już w XI-XII wieku powyżej zagrożonej powodzią doliny Bystrzycy powstała osada targowa skupiona wokół drewnianego kościoła.

Nazwa Świdnica wywodzi się od słowiańskiego słowa *svida*, co znaczy krzew derenia. Świdnica zatem to nazwa topograficzna określająca miejsce leżące nad rzeką, porośnięte krzewami derenia. Pierwsza źródłowa wzmianka o Świdnicy pochodzi dopiero z 1243 roku. Nieznana jest ścisła data lokacji miasta. Przypuszcza się, że mogło to nastąpić około 1250 roku. Pierwsza wzmianka o Świdnicy jako o mieście pochodzi z 3 września 1267 roku. Najstarsza zachowana pieczęć miejska, z wizerunkiem kroczącego gryfa, pochodzi z 1280 r. W mieście już w 1284 r. istniała szkoła, rozwijało się rzemiosło i handel chronione nadanym w 1285 r. prawem mili. Jednocześnie rozpoczęto budowę murów miejskich. Początkowo w granicach księstwa wrocławskiego, w latach 1290-1392 Świdnica stała się stolicą suwerennego Księstwa Świdnicko-Jaworskiego, którym rządili kolejno piastowscy książęta: Bolko I Surowy, Bernard Stateczny, Bolko II Mały i jego żona księżna Agnieszka. Położenie na ruchliwym szlaku handlowym oraz liczne przywileje wpływały na szybki rozwój miasta i wzrost bogactwa mieszczan. Najważniejsze nadania książęce dla Świdnicy dotyczyły sprzedaży piwa i wina w beczkach (prawo szrotu z 1278 r.) oraz prawa targu. Szczególnie ważne dla Świdnicy było prawo mili z 1285 roku, które zabraniało osiedlania się rzemieślników i budowy karczm, o ile nie było się kupcem świdnickim. Ponadto miasto biło własną monetę, tzw. złote floreny (1290 r.), posiadało Dom Kupiecki wraz z 32 kramami w Rynku (1291 r.) oraz zamek. Ok. 1300 r. wprowadzono prawo łaski, którego relikty w postaci krzyży i kapliczek pojednania (pokutnych) przetrwały na ziemi świdnickiej w znacznych, nawet w skali europejskiej ilościach. Groźny pożar, jaki wybuchł 2 lipca 1313 r., strawił całe miasto prócz murowanego kościoła. Po Zgorzelcu, Świdnica była drugim miastem na Śląsku, gdzie zaczęto prowadzić księgi miejskie (od 1321 r.). W 1356 r. Świdnica otrzymała, od księcia Bolka II Małego, jedyne w całym księstwie prawo składu na marzannę (roślinę do barwienia sukna). W mieście rządziła sześciuosobowa rada miejska, na której czele stał burmistrz, wybierany co roku spośród członków rady. Drugim ważnym organem samorządu miejskiego była ława sądowa. Księstwo Świdnicko-Jaworskie, jako jedyne na Śląsku, nie



Rysunek 4. Renesansowy portal zamku świdnickiego (obecnie teren Zboru Zielonoświątkowego)

Źródło: Fotografia własna.

uznało zwierzchnictwa króla czeskiego Jana Luksemburczyka (1327) i nie poddało się mimo oblężenia w 1345 r. Za panowania Bolka II rozbudowano ratusz (1329-36 r.) i położono kamień węgielny (ok. 1330) pod nowy kościół parafialny. Rada wydała zalecenie, aby wszyscy mieszczanie mieli wyuczony zawód (1340). Rozpoczęto brukowanie kamieniami ulic (ok. 1344 r.). W 1345 roku świdniczanie uzyskali od króla Kazimierza III Wielkiego przywilej wolnego przejazdu przez Małopolskę w drodze na Ruś.

Pod koniec rządów Bolka II (ok. 1368 r.) ziemie należące do Księstwa Świdnickiego rozciągały się od Czech po Wielkopolskę i od Górnego Śląska (Siewierz, Grodków) aż poza linię Łaby, obejmując byłe posiadłości biskupa naumburskiego i granicząc z przedmieściami dzisiejszego Berlina. Miasto słynęło wówczas z wyrobu i eksportu doskonałego piwa. We Wrocławiu, Brzegu, Oleśnicy, Środzie Śląskiej, Krakowie, Toruniu, czeskiej Pradze, węgierskiej Budzie, niemieckim Heidelbergu, włoskiej Pizzie istniały „Piwnice Świdnickie”, gdzie piwo to podawano. W latach 1380-82 doszło nawet do tzw. „wojny piwnej”, w wyniku której, po interwencji króla czeskiego, piwo świdnickie wywalczyło sobie ostatecznie miejsce na stołach wszystkich miast śląskich. Prócz piwa miasto słynęło z wyrobu noży, płótna i sukna, wokół grodu kwitły winnice.

U schyłku rządów Piastów Świdnickich, w końcu XIV wieku, Świdnica zajmowała powierzchnię ok. 0,9 km² i liczyła ok. 6 tys. mieszkańców, będąc po Wrocławiu drugim miastem na Śląsku i jednym z najludniejszych miast w Polsce. W obrębie murów miejskich istniało 498 budynków, a na przedmieściach 451.

Po wymarciu miejscowej linii Piastów księstwo świdnicko-jaworskie stało się w 1392 roku częścią królestwa czeskiego i pozostawało w jego granicach aż do 1742 roku. Król czeski Wacław IV nadał miastu prawo wolnego wwozu tutejszego piwa do Pragi, zaś cesarz Zygmunt Luksemburczyk zezwolił Świdnicy na pieczętowanie dokumentów czerwonym woskiem, co w tych czasach było wyłącznie przywilejem książąt i możnych feudałów. Jako drugie miasto na ziemiach polskich Świdnica otrzymała w 1452 roku z rąk króla Władysława Pogrobowca przywilej herbowy.

W latach 1469-90 Świdnica należała przejściowo do monarchii węgierskiej. W mieście liczącym wówczas 12 tys. mieszkańców działało blisko 650 warsztatów reprezentujących 50 cechów (m.in. puszkarze, sukiennicy, wyrobownicy sakiewek, piwowarze, rękawicznicy, bednarze, piekarze, szewcy, krawcy, karczmarze i piernikarze). Kupcy świdniccy utrzymywali żywe kontakty z Królestwem Polskim, handlując między innymi skórami, rybami, suknem, piwem i słynnymi nożami. Duże znaczenie odgrywały na Śląsku targi wołami, z których jeden odbywał się w Świdnicy w dniu św. Galia, tj. 16 października. Od 1504 r. istniała w mieście, jako jedna z pierwszych na Śląsku, loteria miejska. W latach 1517-28 w zamkowej mennicy bito tzw. półgroszki świdnickie naśladujące półgroszki koronne polskie przy obniżonej stopie menniczej, co doprowadziło do reformy monetarnej w Polsce (1526 r.). W tym też roku po 134 latach rządów czeskich miasto przeszło na 214 lat pod panowanie austriackich Habsburgów.

W tym czasie w mieście kwitło rzemiosło. Świdnica posiadała liczne młyny zbożowe, olejowe, prochowe i folusze. Szczególnie jednak słynęła z młyna papierniczego powstałego pod koniec piętnastego wieku. W 1546 roku król Ferdynand i Habsburg nadał na prośbę miasta i właściciela młyna przywilej, na mocy którego papier wytwarzany w Świdnicy miał posiadać jako znak wodny wizerunek dzika. Zabezpieczało to miejscowych wytwórców przed nieuczciwą konkurencją, a pośrednio świadczyło o doskonałej jakości świdnickiego papieru. W szesnastym wieku miasto było kwitnącym ośrodkiem rzemiosła i handlu na Śląsku, licząc wówczas co najmniej 11 tys. mieszkańców. Było drugim, po Wrocławiu, miastem regionu, a zarazem stolicą księstwa o powierzchni około 2500 km². Podczas reformacji ludność całego prawie księstwa przyjęła protestantyzm w luterańskiej postaci.

W 1611 r. miasto liczyło ok. 9 tys. mieszkańców, posiadając wraz z przedmieściami ok. 1300 budynków. U progu wojny 30-letniej (1618-48 r.) Świdnica była znaczącym miastem w skali regionu. Otoczona fosami i potrójnym pierścieniem murów z kilkudziesięcioma wieżami, bastiejami i bramami przeżywała swój złoty wiek. W obrębie murów znajdował się ratusz, Dom

Kupiecki, mennica, drukarnia (od 1621 r.), szpitale, apteki, łaźnie, szkoły, liczne warsztaty (1188 rzemieślników), bogato zaopatrzone sklepy, piękne kamienice mieszczańskie i ogrody, a także 14 kościołów.

Rozkwit miasta zakończył się wraz z wybuchem wojny trzydziestoletniej. W jej trakcie Świdnica była trzykrotnie oblegana, a na jej mieszkańców nakładano kontrybucje. Podczas oblężeń wybuchały liczne pożary, a w 1633 roku straszliwa epidemia pochłonęła około 17 tys. ofiar. W chwili zawierania pokoju westfalskiego w Świdnicy pozostało niewiele ponad 100 domów, w których mieszkało około 200 osób. Stan rozwoju terytorialnego sprzed wojny trzydziestoletniej Świdnica osiągnęła dopiero na początku XX wieku. Mimo stopniowego podnoszenia się ze zgliszczy, miasto już nigdy nie powróciło do dawnego znaczenia na Śląsku.

W 1740 roku wybuchła na Śląsku tzw. pierwsza wojna śląska zakończona w 1742 roku podpisaniem pokoju berlińskiego. Na mocy jego postanowień tereny księstwa zostały włączone do Prus. W ich granicach Śląsk, a wraz z nim ziemia świdnicka, pozostawał do 1945 roku. Po zakończeniu drugiej wojny śląskiej (1745 r.) król Prus Fryderyk II docenił strategiczne położenie Świdnicy i nakazał modernizację starych oraz wybudowanie nowych fortyfikacji. Powstanie twierdzy spowodowało na ponad 100 lat ograniczenie rozwoju miasta i wyburzenie wielu budynków na przedmieściach. Dodatkowo wielu kupców, obawiając się działań wojennych, opuściło miasto. Podczas wojny siedmioletniej (1756-1763) Świdnica była czterokrotnie oblegana i zdobywana. Oblężenia przyniosły znaczne straty, spłonęło wówczas 230 domów, a dalszych 375 uległo uszkodzeniu.

Kolejne oblężenie, tym razem przez wojska napoleońskie, Świdnica przeżyła w 1807 roku. Po jej zdobyciu Francuzi przystąpili do częściowej likwidacji twierdzy. Rozpoczął się nowy etap w historii miasta. Założono Miejską Kasę Oszczędności (1819 r.), wybudowano teatr (1882 r.), powstała fabryka organów (1834 r.) i tkalnia mechaniczna (1840 r.), a liczba mieszkańców wzrosła do blisko 13 tys. Duże znaczenie dla rozwoju miasta miało doprowadzenie do niego w 1844 roku linii kolejowej. Po wojnie prusko-austriackiej w 1866 roku Świdnicę ogłoszono miastem otwartym. Umożliwiło to podjęcie burzenia średniowiecznych i nowożytnych fortyfikacji, których relikty przetrwały do naszych czasów. Wzorem Wrocławia, Legnicy i Zgorzelca licząca wówczas blisko 25 tys. mieszkańców Świdnica została wydzielona w ramach powiatu miejskiego w 1899 r.

Druga połowa dziewiętnastego wieku była okresem rozwoju przemysłu w mieście. Liczba ludności wzrosła z 14,5 tys. w 1852 r. do blisko 29 tys. w 1900 r. Rozbudowywano również infrastrukturę miejską: zbudowano gazownię (1863 r.), nową wieżę ciśnień (1877 r.) i elektrownię miejską (1907 r.). 12 grudnia 1907 r. popłynął do domów pierwszy prąd elektryczny, a od 1908 r. oświetlano nim też ulice. Pomiędzy I i II wojną światową następował dalszy rozwój miasta. W 1922 roku rozpoczęto budowę zakładów naprawczych taboru kolejowego, rozbudowano fabrykę liczników elektrycznych. W przeddzień wybuchu II wojny światowej w mieście mieszkało ponad 39 tys. osób.

Podczas ostatniej wojny miasto nie ucierpiało. Nadciągająca w styczniu 1945 r. fala uciekinierów spowodowała, iż mieszkało w nim, w pewnym momencie, naraz 80 tys. osób. Świdnica



Rysunek 5. Słupek graniczny Twierdzy Świdnickiej nr 147.

Źródło: Fotografia własna.

została zajęta przez Armię Czerwoną 8 maja 1945 roku. Zaczęto organizować akcje przesiedleńczą i zabezpieczać mienie. Do miasta napływali osadnicy polscy. Uruchamiano zakłady przemysłowe, otwierano szkoły i organizowano życie kulturalne.

W 1955 r. przyłączono do miasta wieś Kraszowice, a liczba mieszkańców osiągnęła 36 tys. W 1974 r. uruchomiono fabrykę domów i ukończono północną obwodnicę na trasie Świecie - Wrocław - Bolków (droga nr 35). W 1977 r. włączono do Świdnicy część wsi Pszenno, a w 1984 r. zakończono budowę Osiedla Młodych, jednocześnie kontynuując prace przy Osiedlu Zarzeczce i rozpoczynając roboty na Osiedlu Zawiszów (1987 r.). Od 1 stycznia 1999 roku Świdnica stała się ponownie stolicą powiatu, a od roku 2004 stolicą nowo utworzonej diecezji świdnickiej. W roku 2004 na terenie miasta wydzielono podstrefę Wałbrzyskiej SSE „INVEST-PARK” sp. z o.o., w ramach której wybudowano wiele nowych zakładów produkcyjnych, co znacznie przyczyniło się do zniwelowania wysokiej stopy bezrobocia, jaka wystąpiła w mieście, po likwidacji, pod koniec XX w., wielu dużych zakładów produkcyjnych. W roku 2001 jedna z najokazalszych drewnianych świątyń w Europie – Kościół Pokoju w Świdnicy, została wpisana na prestiżową listę obiektów UNESCO. W roku 2012 odbudowano, po 45 latach nieobecności w krajobrazie miasta, wieżę ratuszową, natomiast od 2015 w Świdnicy rezyduje Biskup Diecezji Wrocławskiej Kościoła Ewangelicko – Augsburskiego.

1.3. Dostępność komunikacyjna

Świdnica leży na przebiegu ważnych szlaków komunikacyjnych o znaczeniu lokalnym, regionalnym i krajowym. Przez teren miasta przebiegają:

- Droga krajowa 35 – od Wrocławia przez Marcinowice, Świdnicę i Świebodzice, w kierunku Wałbrzycha i przejścia granicznego z Republiką Czeską (Golińsk). Jest to ważna droga ze względu na ruch turystyczny głównie z okolic Wrocławia, prowadzi bezpośrednio w okolice Gór Wałbrzyskich i Kamiennych, pośrednio poprzez lokalne drogi w Masyw Ślęży i Góry Sowie.
- Droga wojewódzka nr 382 (część tzw. Starej Drogi Przedśudeckiej: Paczków - Ząbkowice Śląskie – Dzierżoniów – Świdnica – Jawor; obecnie przebieg na linii - granica państwa w pobliżu Paczkowa poprzez Ząbkowice Śląskie, Dzierżoniów, Świdnicę do DW374 w Stanowicach w pobliżu Strzegomia) i dalej jako DW 374 przez Strzegom w kierunku Jawora) – bogata w walory krajobrazowe ze względu na równoległy przebieg do Obniżenia Podsudeckiego z licznymi punktami widokowymi na trasie na Góry Sowie, Masyw Ślęży oraz Pogórze i Góry Wałbrzyskie.
- Droga wojewódzka 379 - łącząca DW382 w Świdnicy z DW381 oraz DK35 w Wałbrzychu (dzielnica Podgórze). Droga posiada bogate walory krajobrazowe. W okolicy Modliszowa otwiera się rozległa panorama na Góry Sowie oraz częściowo Góry Wałbrzyskie.
- Droga powiatowa nr 3396D (tzw. łącznik autostradowy) – łączący Świdnicę od DW 382 z DK 5 i dalej z autostradą A4 (węzeł Kostomłoty), stanowi istotny ciąg komunikacyjny doprowadzający ruch z A4 w kierunku Świdnicy i dalej lokalnymi drogami w kierunku Gór Wałbrzyskich, Kamiennych i Góry Sowie, alternatywa dla DK 35 z kierunku Wrocławia.
- Droga powiatowa 2876D – łącząca Świdnicę z istotnym punktem rozrządu ruchu turystycznego - Zagórzem Śląskim oraz z Górami Sowimi.

Opisane drogi stanowią główne osie transportowe miasta, a jednocześnie wpływają na dostępność komunikacyjną dla potencjalnych turystów i odwiedzających Świdnicę .

Dodatkowo w promieniu kilkunastu kilometrów od Świnicy przebiegają:

- Droga krajowa 5 – od Wrocławia, przez Strzegom i Dobromierz, w kierunku Kamiennej Góry i przejścia granicznego z Republiką Czeską (Lubawka) – ważna droga ze względu

na ruch turystyczny głównie z okolic Wrocławia, prowadzi bezpośrednio w okolice Rudaw Janowickich i Gór Kamiennych, pośrednio poprzez DK 3 w kierunku Karkonoszy i Gór Izerskich.

- Droga krajowa 34 - przebiega w całości przez powiat świdnicki pomiędzy Świebodzicami a Dobromierzem, wzdłuż granicy Książańskiego Parku Krajobrazowego i w okolicach Zalewu Dobromierz. Stanowi łącznik między DK5 i DK35.

Ponadto przez teren miasta przebiega istotna w skali regionu linia kolejowa:

- Linia kolejowa nr 137 – łącząca Katowice i Legnicę, nazywana też Podsudecką Magistralą Kolejową (PMK), której początkowy odcinek został otwarty w 1844 roku, i aż do roku 1876 była ona stopniowo wydłużana. Na trasie można spotkać wiele ciekawych miejsc m.in. Muzeum Przemysłu i Kolejnictwa na Śląsku w Jaworzynie Śląskiej oraz zabytkowy czy odrestaurowany dworzec kolejowy Świdnica Miasto. Stanowi ona główną oś kolejową Świdnicy, łącząc miasto z ważnym w skali regionu węzłem kolejowym w Jaworzynie Śląskiej (skrzyżowanie z linią kolejową nr 274 - łączącą Wrocław ze stacją Zgorzelec/Görlitz i dalej prowadząca do Drezna, stanowi oś północ – południe Śląskiej Kolei Górskiej).

Przez teren miasta przebiega także zamknięta dla ruchu pasażerskiego (na niektórych odcinkach użytkowana jedynie do przewozu towarów) linia kolejowa nr 285 - Wrocław - Świdnica - Jedlina Zdrój (tzw. Kolej Bystrzycka) - ruch pasażerski na linii zawieszono w 2000. Od kilku lat trwają działania w zakresie jej rewitalizacji, jako ciągu komunikacyjnego, a jednocześnie jednej z najbardziej atrakcyjnych turystycznie linii kolejowych w Polsce¹⁰. Pierwszy, interesujący pod względem krajobrazowym odcinek linii przebiega w okolicach Sobótki u podnóża Masywu Ślęży. Drugi o znacznych walorach turystycznych, nazywany Koleją Bystrzycką, powstał na bazie projektu z 1855 r., który zakładał przedłużenie Kolei Wrocławsko – Świdnicko – Świebodzkiej poprzez wytyczenie linii ze Świdnicy na południe, wzdłuż lewego i prawego brzegu Bystrzycy, w kierunku Nowej Rudy i dalej do Kłodzka. Jednak w wyniku budowy i oddania do użytku w 1880 r. linii Wałbrzych Główny – Kłodzko, postanowiono jedynie dobudować odcinek ze Świdnicy do Jedliny Zdroju. Głównym orędownikiem wzniesienia tej linii był ówczesny przewodniczący Świdnickiej Izby Handlowej, tajny radca handlowy dr E. Websky¹¹. Obecnie Kolej Bystrzycka, przede wszystkim na odcinku Świdnica-Kraszowice – Jedlina Zdrój, stanowi niemałą atrakcję turystyczną. Ten zabytek architektury technicznej jest cenny ze względu na liczne budowle inżynierskie, m.in.: mosty i przepusty (ok. 34, w tym wiadukt kratownicowy o długości ok. 180 m poprowadzony nad rzeką Bystrzycą), zabytkowe dworce, wieże ciśnienia dla zaopatrywania parowozów w wodę, itp. Ten odcinek linii poprowadzony jest przez większą część swojej długości po skalnych półkach i poprzez wąskie przesmyki, wzdłuż rzeki Bystrzycy, wznosząc się dość gwałtownie od ok. 240 m n.p.m. w Bystrzycy Dolnej do ok. 500 m n.p.m. na stacji końcowej w Jedlinie Zdroju. Dodatkowo ze względu na znaczne różnice wysokości pomiędzy ostatnimi stacjami Jedlinka – Jedlina Zdrój, tory muszą bieć przez 3 km (zamiast 1 km w linii prostej) i wykonać skręt o 180°¹². Ponadto w pobliżu trasy znajduje się wiele innych interesujących obiektów: kopalnie rud ołowiu i srebra, elektrownia wodna, zapora i utworzony w wyniku jej budowy sztuczny zbiornik wodny – Jezioro Bystrzyckie, Zamek Grodno, architektura przemysłu włókienniczego, a także podziemie trasy turystyczne kompleksu „Riese”.

¹⁰ W 2004 roku linia znalazła się na liście 60 największych kolejowych atrakcji turystycznych, które Polska Organizacja Turystyczna zamierzała promować i rozwijać w ramach koncepcji promocji i rozwoju markowego produktu turystycznego w zabytkach techniki i przemysłu w Polsce. Źródło: Polska Organizacja Turystyczna, *Turystyka w obiektach poprzemysłowych, Koncepcja promocji i rozwoju markowego produktu turystycznego w zabytkach techniki i przemysłu w Polsce*, Warszawa 2004.

¹¹ A. Scheer, *Zapomniane linie kolejowe w województwie wałbrzyskim* [w:] *Rocznik Świdnicki '84*, Towarzystwo Regionalne Ziemi Świdnickiej, Świdnica, 1985.

¹² A. Scheer, *Sto pięćdziesiąt lat kolei w Świdnicy na tle kolei śląskich (cz. II lata 1895-1995)* [w:] *Rocznik Świdnicki '95*, Towarzystwo Regionalne Ziemi Świdnickiej, Świdnica, 1996.

1.4. Najważniejsze walory turystyczne Świdnicy

Główne walory turystyczne Świdnicy można podzielić na trzy grupy, tj.:

1. **Zasoby dziedzictwa kulturowego (antropogeniczne i przyrodnicze)** - posiadające postać zarówno materialną (zwykle obiekty zabytkowe), jak i niematerialną (przekazy, legendy, kuchnia, tradycje, itp.), będące spuścizną po poprzednich pokoleniach, reprezentujące różne style architektoniczne i nawiązujące do różnych okresów w rozwoju miasta.
2. **Obiekty rekreacyjno-sportowe** – służące mieszkańcom, ale jednocześnie stanowiące pewien wyróżnik i potencjalny zasób generowania ruchu turystycznego.
3. **Imprezy, eventy** - zdarzenia zaplanowane i zorganizowane pod kątem ściśle określonego celu lub dla ściśle określonej grupy odbiorców, generujące wzmożony, zwykle krótkotrwały ruch turystyczny w mieście, bardzo często bazujące na zasobach i obiektach z dwóch poprzednich grup.

1.4.1. Zasoby dziedzictwa kulturowego (antropogeniczne i przyrodnicze)

Pierwsza grupa tj. obiekty dziedzictwa kulturowego od wieków stanowią dla człowieka przedmiot zainteresowania i poznania. Mogą być również istotnym elementem wpływającym na kierunki funkcjonalnego rozwoju danej przestrzeni, pod warunkiem, że są właściwie wykorzystywane. Szczególnymi elementami dziedzictwa kulturowego są te, które posiadają postać materialną (rzeczową, fizyczną, przestrzenną). Stają się one bowiem bezpośrednim obiektem poznania człowieka i w wyniku odpowiedniego zagospodarowania mogą przekształcić się w potencjalną atrakcję danego obszaru. Postrzeganie obiektów dziedzictwa kulturowego (ODK) jako elementu potencjału rozwojowego określonego obszaru (tu miasta Świdnicy) może przybierać różną postać:

- przedmiot bezpośredniej oferty rynkowej, w której ODK staje się swoistego rodzaju produktem turystycznym. Sam lub w połączeniu z innymi obiektami jest podstawą rozwoju turystyki kulturowej;
- stanowi istotny czynnik wzmacniający tożsamość lokalną i regionalną, co może sprzyjać mobilizacji społecznej, a przez to i rozwojowi danego obszaru;
- może być istotnym elementem promocji, tworzenia wizerunku i marki danego obszaru, a przez to wpływać na jego rozwój gospodarczy, w tym turystyczny¹³.

Dlatego ważnym jest, aby wykorzystywanie i zagospodarowywanie dziedzictwa kulturowego jako podstawowego zasobu w ramach konkretnego przedsięwzięcia, przybierało postać działań odpowiednio zaplanowanych i przemyślanych oraz uwzględniających wszelkie aspekty przestrzenne i funkcjonalne (np. zapisy w odpowiednich dokumentach strategicznych i planistycznych), zarówno na poziomie instytucji publicznych, podmiotów prywatnych oraz organizacji pozarządowych.

Świdnica jest jednym z najbardziej zasobnych w obiekty dziedzictwa kulturowego obszarem na mapie Dolnego Śląska. Wyróżnia się także pod tym względem w skali kraju (w szczególności wśród miast 50-100 tys. mieszkańców). W mieście i jego najbliższych okolicach można odnaleźć zabytki z różnych epok: od pamiątek po kulturach pogańskich (Masyw Ślęży), poprzez liczne obiekty średniowieczne, renesansowe i barokowe, aż po niepowtarzalne pomniki dynamicznego rozwoju przemysłowego miasta.

¹³ K. Broński, *Rola dziedzictwa kulturowego w rozwoju lokalnym. Doświadczenie polskie doby transformacji (po 1989 r.)*, Zeszyty Naukowe nr 706 Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2006, s. 14-18.

Poniżej zestawiono obiekty dziedzictwa kulturowego, w tym wpisane do rejestru zabytków. Stanowią one, lub stanowić mogą, istotny element dynamizujący ruch turystyczny, w szczególności w ramach rozwoju **turystyki kulturowej**.

Do najciekawszych obiektów i posiadających największy potencjał do generowania ruchu turystycznego na terenie miasta należą:

- **Kościół Pokoju pw. św. Trójcy** - jeden z dwóch zachowanych w Polsce, najcenniejszy zabytek sakralnej sztuki protestanckiej Śląska, uważany zarazem za największy drewniany kościół w Europie, o budowie szachulcowej. Oryginalne barokowe wnętrze świątyni jest jedynym swego rodzaju odstępstwem od typowego surowego kanonu protestanckiego. Na szczególną uwagę zasługują barokowe elementy zdobnicze ołtarza głównego, ambony, organy duże i małe oraz łoże okalające świątynię od wewnątrz. Kościół wraz z otaczającym go cmentarzem i zabudowaniami z pocz. XVIII m.in. dzwonnica i dawnym liceum parafialnym stanowi unikalne świadectwo burzliwej historii Świdnicy. Ogólnonarodową wartość zabytku potwierdza wpis na Listę Światowego Dziedzictwa Kultury UNESCO, w grudniu 2001 r.

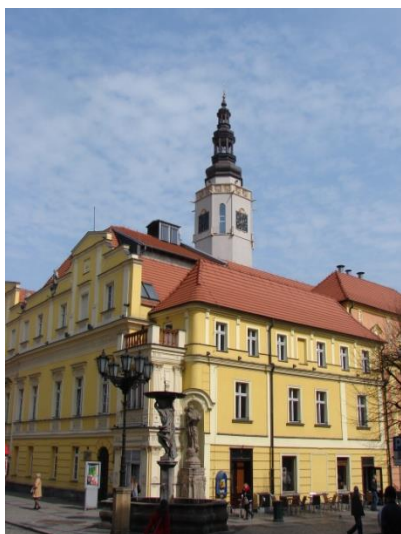


Rysunek 6. Kościół Pokoju (z lewej) oraz wieża Katedry Świdnickiej (z prawej).

Źródło: Fotografia własna.

- **Katedra pw. św. Stanisława i św. Wacława** - w głównej formie jest budowlą gotycką. Kościół posiada najwyższą wieżę na Śląsku i piątą w Polsce (101,5 m). Barokowe wnętrze pochodzi z przełomu XVII i XVIII wieku. Do najważniejszych elementów zdobniczych należą: Ołtarz Zaśnięcia NMP w formie pentaptyku z 1492 r. wzorowany na ołtarzu Wita Stwosza w Kościele Mariackim w Krakowie, chór Bractwa Maryjnego, zwany również Chórem Mieszczan z 1468 r., posiadający bogate późnogotyckie zdobienie oraz ołtarz główny z 1694 r. wzorowany na ołtarzu paryskiego kościoła Val De Grace. Od 2004 r. kościół podniesiony do rangi katedry, pełni funkcję głównej świątyni diecezji świdnickiej.
- **Świdnicki Rynek** - zespół staromiejski uznany za najcenniejszy, po wrocławskim, na Dolnym Śląsku, który zachował swoją formę od czasów średniowiecza. Niepowtarzalny urok zawdzięcza zabytkowym kamieniczkom i barokowym fontanom. Interesującym obiektem jest m.in. Galeria Fotografii, gdzie od XIV wieku, wg wzmianki w księdze miejskiej, w miejscu tym znajdowała się apteka. W środku, oprócz wystaw fotograficznych, można również podziwiać piękną barokową sztukaterię, znajdującą się na sklepieniu. Poza wymienionym obiektem na uwagę zasługują poszczególne kamienice mieszczańskie ze względu na ich: bogate zdobienia, historię użytkowania oraz znanych właścicieli

(m.in. kamienice: „Pod Złotym Chłopkiem”, „Pod Złota Koroną”, „Pod Orłami” czy „Pod Hermesem”).



Rysunek 7. Wieża ratuszowa i część bloku śródmiejowego w Świdnicy (z lewej) oraz południowa pierzeja świdnickiego Rynku (z prawej).

Źródło: Fotografia własna.

- **Ratusz z wieżą i Muzeum Dawnego Kupiectwa** - pochodząca z pocz. XIV w. budowla, z relikami architektury gotyckiej, renesansowej i barokowej, stanowi centrum świdnickiej starówki. W 2012 roku zakończono odbudowę wieży ratuszowej (zawaliła się w 1967 r.), która obecnie pełni funkcję punktu widokowego na miasto i okoliczne tereny. W budynku dawnego ratusza miejskiego mieści się natomiast jedyne w kraju Muzeum Dawnego Kupiectwa z unikatową kolekcją miar, wag i odważników, relikami kramów kupieckich oraz aranżacją np. sklepu kolonialnego z XIX/XX. Muzeum ukazuje kupieckie tradycje oraz historię miasta. W gotyckiej Sali Rajców można obejrzeć XVI-wieczne freski o tematyce religijnej (Sąd nad Jawnogrzesznicą, Sąd Ostateczny i Ukrzyżowanie Chrystusa).
- **Basteja Bramy Strzegomskiej i były Kościół Przybramny pw. św. Barbary** - miejsce to wyznaczało obszar miasta w obrębie średniowiecznych murów. W początkach XVI wieku postawiono tu kościół pw. św. Barbary. Przy jego wejściu znajdują się dwie płaskorzeźby św. Barbary i św. Katarzyny, pochodzące z tamtego okresu, a w dawnym prezbiterium zachowały się renesansowe malowidła ściennie o tematyce roślinnej. w XIX wieku mieścił się tu arsenał.



Rysunek 8. Fragment bastii Bramy Strzegomskiej (z lewej) oraz dawny kościół klasztorny p.w. św. Antoniego (z prawej).

Źródło: Fotografia własna.

- **Dawny kościół klasztorny i klasztor Kapucynów p.w. św. Antoniego** (obecnie **Zbór Zielonoświątkowy**) - w XIII wieku istniał na tym miejscu zamek książęcy, którego relikty zachowały się częściowo (portal z 1537 roku z renesansową ornamentyką).
- **Kościół pw. św. Józefa** - obiekt jest jednonawowy, posiadający wystrój i elewację w stylu barokowym. Nad portalem wejściowym znajdują się figury świętych (Augustyna, Józefa i Urszuli).
- **Cerkiew prawosławna św. Mikołaja** – dawna ewangelicka kaplica cmentarna, wzniesiona w stylu neoromańsko-bizantyjskim w roku 1889, zaadaptowana w latach 70. XX w.



Rysunek 9. Kościół pw. św. Józefa (z lewej) oraz cerkiew prawosławna św. Mikołaja (z prawej).

Źródło: Fotografia własna.

- **Pozostałości średniowiecznych murów obronnych oraz fortyfikacji fryderycjańskich z XVIII w.**, rozsianych po całym mieście, świadczą o potędze dawnej Twierdzy

Świdnickiej – najlepiej zachowane i uwidocznione relikty znajdują się: w ciągu Al. Niepodległości, na pl. Św. Małgorzaty, przy ul. Muzealnej oraz przy ul. Śląskiej – Flesza Nowomłyńska.

- **Kompleks parków miejskich** otaczający pierścieniem stare miasto, których układ odzwierciedla przebieg i granice dawnej Twierdzy Świdnickiej (zagłębienia w terenie, słupki graniczne, itp.). Jeden z największych historycznych miejskich kompleksów parkowych na Dolnym Śląsku.
- **Kamienica Pod Bykami** - od 1882 r. istnieje tutaj apteka. Średniowieczny budynek posiada neorenesansową dekorację, a na szczególną uwagę zasługują naturalnej wielkości sylwetki byków, umieszczone na wysokości pierwszego piętra w narożach budynku.
- **Dawny Pałac Opatów Cysterskich** - barokowy obiekt z ozdobiony portalem wejściowym (wazony i ślimacznice) oraz wewnętrznym dziedzińcem. Dziś mieści się w nim Biblioteka Miejska. Znajduje się on na południowo-zachodnim szlaku cysterskim.



Rysunek 10. Fragment Fleszy Nowomłyńskiej z zachowaną kaponierą i korytem Młynówki - widok w kierunku północnym (z lewej) oraz Dawny Pałac Opatów Cysterskich (z prawej).

Źródło: Fotografia własna.

- **Zabytkowa wieża ciśnień** przy ul. Nauczycielskiej – stanowiąca obok wieży ratuszowej i katedralnej istotną dominantę architektoniczną w krajobrazie miasta. Wieża wodna wzniesiona w 1877 r. jest przykładem myśli technicznej przełomu XIX i XX w. Na jej szczycie znajduje się zbiornik o pojemności 500 m³ zamontowany w 1903 r.

Poza wymienionymi obiektami na uwagę zasługują również:

- **Trakt o charakterze rezydencjalno-parkowym przy ul. Sikorskiego** z willami-pałaczkami z końca XIX w., w tym willa rodziny Richthofenów – budynek, w którym swe dzieciństwo i lata młodości spędził Manfred von Richthofen, jeden z najsłynniejszych pilotów z okresu I wojny światowej, znany powszechnie jako „Czerwony Baron”.
- Skupiska imponujących **czynszowych kamienic** o architekturze neogotyckiej, neorenesansowej, neoklasycystycznej czy secesyjnej m.in. ul. Jagiellońska, Chrobrego, Bolka Świdnickiego, Komunardów.



Rysunek 11. Dawna willa rodziny Richthofenów (z lewej) oraz czynszowa kamienica u zbiegu ul. Chrobrego, ul. Jagiellońskiej i pl. Św. Małgorzaty (z prawej).

Źródło: Fotografia własna.

- **Linia kolejowa na trasie Świdnica - Jedlina-Zdrój** – tzw. „Kolej Bystrzycka” lub „Kolej Doliny Bystrzycy”, będąca przedłużeniem linii nr 285 Wrocław-Świdnica, wybudowana w latach 1902-1904 oraz zabytkowa parowozownia wachlarzowa między ul. Okrężna i ul. Towarową.
- **Stacja wzmacniakowa sygnału telekomunikacyjnego z 1939 r.** na ul. Tołstoja - obiekt o powierzchni blisko 1,5 tys. m², gdzie zachowały się w stanie idealnym niektóre elementy wyposażenia (filtry powietrza, generatory spalinowe, itp.). Stanowi ewenement w skali kraju i rzadkość w skali europejskiej. Znajdował się tu system wzmacniania sygnału telefonicznego m.in. dla Kompleksu Riese.

Według stanu na grudzień 2015 roku, w Świdnicy było łącznie 1028 obiektów zabytkowych lub o charakterze zabytkowym wpisanych do rejestru zabytków prowadzonego przez Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków oraz do gminnej ewidencji zabytków (na liczbę 1028 obiektów - 139 z nich wpisanych jest do rejestru zabytków). Dokładne zestawienie obiektów wpisanych do rejestru zabytków prezentuje poniższa tabela.

Tabela 1. Zestawienie obiektów z terenu miasta Świdnica wpisanych do rejestru zabytków (stan na grudzień 2015 r.).

Obiekt	Ulica/działka	Numer	Nr rejestru	Data wpisu
Kościół farny, nast. Jezuitów, ob. Kościół Katedralny, parafialny pw. św. Stanisława i Wacława	Jana Pawła II pl.		A/1676/77	29.03.1949
Kolegium jezuickie, ob. plebania, Kuria Diecezji Świdnickiej	Jana Pawła II pl.		A/2195/1279	13.04.1965
Konwikt jezuicki, ob. Dom handlowy	Spółdzielcza	14	A/4803/1702	12.05.1966
Kościół paraf. pw. św. Józefa (d. Kościół urszulanek)	Kotlarska	21	A/1913/785/Wł	25.05.1981
Klasztor Urszulanek, ob. Plebania	Kotlarska	17,19, 21	A/4801/1277	13.04.1965
Kościół pom. pw. św. Krzyża, d. Kościół krzyżowców	Westerplatte	6	A/4798/699/Wł	14.12.1978
Komandoria Krzyżowców, ob. Dom parafialny	Westerplatte	6	A/4797/1276	13.04.1965
Kościół Pokoju	Pokoju pl.		A/1677/131	2.01.1950
Dzwonnica	Pokoju pl.		A/4799/1693	12.05.1966
Budynek rendantury, domu dzwonnika i dozorczy kościelnego, ob. Dom mieszk.	Pokoju pl.	1	A/5872	5.06.2013
Szkoła parafialna, ob. Dom mieszkalny	Pokoju pl.	2	A/4804/346	22.11.1956

Pastorówka, ob. Dom mieszkalny	Pokoju pl.	3 i 4	A/4804/346	22.11.1956
Dom członków kolegium szkoły ewangelickiej, ob. Kościół polskokatolicki p. W. Św. Antoniego	Saperów	20	A/4804/346	22.11.1956
Pastorówka zw. Nową, ob. Administracja parafii ewang. - augsb.	Pokoju pl.	6	A/4800/311	03.05.1956
Dom wartownika ob. Kawiarnia	Pokoju pl.	7	A/4805/1394/Wł	28.12.1992
Cmentarz	Pokoju pl.		A/4802/706/Wł	14.12.1978
Kaplica grobowa I	dz. 864		A/5962/1-5	23.04.2015
Kaplica grobowa II	dz. 864		A/5962/1-5	23.04.2015
Kaplica grobowa III	dz. 864		A/5962/1-5	23.04.2015
Wewnętrzny mur cmentarny	dz. 864		A/5962/1-5	23.04.2015
Mur ogrodzeniowy z bramami ifurtami	dz. 864, 870, 869, 868, 865, 863, 921, 922, 923		A/5962/1-5	23.04.2015
Kościół p.w. Św. Barbary ob. Klub not	Basztowa		A/4796/1278	13.04.1965
Barbakan bramy Strzegomskiej przy kościele p.w. Św. Barbary	Basztowa		A/4796/1278	13.04.1965
Kościół klasztorny Kapucynów p.w. Św. Antoniego, ob. Zbór Zielonoświątkowców	Zamkowa	6	A/4795/643/Wł	30.10.1976
Klasztor Kapucynów, ob. M.in. Plebania Zielonoświątkowców	Zamkowa	1	A/4795/643/Wł	30.10.1976
Kościół klasztorny, ob. kościół parafialny pw. Najświętszego Serca Pana Jezusa.	Przyjaźni	2	A/980/1-2	25.10.2006
Klasztor, ob. dom parafialny	Przyjaźni	2	A/980/1-2	25.10.2006
Kaplica grobowa rodziny Runge	Łukasińskiego		A/4793/648/Wł	20.12.1976
Kaplica cmentarna rodziny Jaensch	Łukasińskiego		A/4794/647/Wł	20.12.1976
Kościół i arsenał, ob. Sklepik	Kotlarska	16 b	A/4817/1590/Wł	20.11.1997
Ratusz, ob. Muzeum dawnego kupiectwa i świdnicki ośrodek kultury	Rynek (blok śródrzynkowy)	37	A/4838/154	21.03.1950
Budynek krużgankowy, pld. Skrzydło ratusza	Rynek (blok śródrzynkowy)		A/4838/154	21.03.1950
Przyziemie wieży ratusza	Rynek (blok śródrzynkowy)		A/4838/154	21.03.1950
Pałac Opatów Lubiąskich, ob. Biblioteka	Franciszkańska	18	A/4863/646	26.02.1960
Mury obronne	Zamkowa		A/4772/1694	13.04.1965
Park miejski Młodzieżowy - planty miejskie	Kolejowa, Spacerowa, Armii Krajowej i Czarna Droga		A/4773/705/Wł	14.12.1978
Budynek użyteczności publicznej	Tołstoja	2	A/4789/1349/Wł	2.08.1991
Budynek Teatru, ob. Ośrodek Kultury	Rynek (blok śródrzynkowy)	43/44	A/4838/154	24.03.1950
Hotel ob. Dom mieszkalny i zbór kościoła adwentystów dnia siódmego	Jagiellońska	3, 5, 7	A/4788/1369/Wł	13.05.1992
Dom mieszkalny z podwórzem	Długa	1	30/A/00	24.07.2000
Dom mieszkalny	Długa	23	A/4775/1700	12.05.1966
Dom mieszkalny	Długa	37	A/4776/1184/Wł	19.05.1986
Dom mieszkalny "Pod Bykami"	Długa	45	A/4777/1183/Wł	19.05.1986
Dom mieszkalny "Pod Merkurem"	Grodzka	1	A/4778/1254/Wł	23.12.1988

Dom mieszkalny	Grodzka	3	A/4779/1255/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Grodzka	5	A/4780/153	21.03.1950
Dom mieszkalny	Grodzka	8	A/4781/1257/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Grodzka	10	A/4782/1258/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Grodzka	12	A/4783/1703	12.05.1966
Dom mieszkalny	Grodzka	14	A/4784/151	21.03.1950
Dom mieszkalny	Grodzka	16	A/4785/152	21.03.1950
Dom mieszkalny	Grodzka	18	A/4785/152	12.05.1966
Dom mieszkalny	Grodzka	19	A/4786/1260/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Grodzka	20	A/4787/1261/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Jagiellońska	15	A/1102	11.02.2009
Dom mieszkalny	Kolejowa	21	A/4790/1343/Wł	7.06.1991
Dom mieszkalny	Komunardów	4	A/4806/1403/Wł	10.06.1994
Dom mieszkalny, ob. przychodnia	Konopnickiej	4	A/4791/1313/Wł	18.09.1990
Dom mieszkalny	Kościelna	5	A/4820/1695	12.05.1966
Dom mieszkalny	Kościelna	9	A/4819/1696	12.05.1966
Dom mieszkalny	Kotlarska	7	A/4818/1698	12.05.1966
Dom mieszkalny	Kotlarska	17	A/4816/1699	12.05.1966
Dom mieszkalny	Kotlarska	18	A/4821/1587/Wł	29.09.1997
Dom mieszkalny	Kotlarska	20	A/4822/1342/Wł	7.06.1991
Dom mieszkalny	Łukowa	1	A/4825/1592/Wł	27.11.1997
Dom mieszkalny "Pod Złotym Gryfem"	Łukowa	2	A/4826/1174/Wł	19.05.1986
Dom mieszkalny	Łukowa	2a	A/4827/1538/Wł	5.12.1996
Dom mieszkalny	Łukowa	4	A/4828/1697	12.05.1966
Dom mieszk. z terenem po d. Oficynie	Łukowa	6	25/A/00	10.07.2000
Dom mieszkalny	Łukowa	8	4/A/99	07.12.1999
Dom mieszkalny	Łukowa	12	A/4829/1508/Wł	2.07.1996
Dom mieszkalny - kamienica	Małgorzaty Św. Pl.	22	A/5917	07.04.2014
Dom mieszkalny	1000 - lecia Państwa Polskiego	2	A/5847	2.11.2012
Dom mieszkalny	Pułaskiego	2	A/4831/1244/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Pułaskiego	7	A/4832/1179/Wł	19.05.1986
Dom mieszkalny	Pułaskiego	8	1246/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Pułaskiego	12	A/4833/1247/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Pułaskiego	13	A/4834/1402/Wł	6.05.1994
Dom mieszkalny	Pułaskiego	14	A/4835/1182/Wł	19.05.1986
Dom mieszkalny	Pułaskiego	15	A/4836/1274/Wł	14.04.1989
Dom mieszkalny	Pułaskiego	16	A/4867/1273/Wł	14.04.1989
Dom mieszkalny	Pułaskiego	17	A/4866/1275/Wł	14.04.1989
Dom mieszkalny	Pułaskiego	19	A/4870/1249/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Pułaskiego	23	A/4871/1250/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Pułaskiego	24	A/4873/2090	20.08.1973
Dom mieszkalny	Pułaskiego	25	A/4872/1251/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Pułaskiego	28	A/4865/1276/Wł	14.04.1989

Dom mieszkalny	Pułaskiego	36	A/4875/1449/Wł	2.10.1995
Dom mieszkalny	Pułaskiego	38	A/4869/1252/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Pułaskiego	40	A/4868/1253/Wł	23.12.1988
Dom mieszkalny	Pułaskiego	51	A/4864/1277/Wł	14.04.1989
Dom mieszkalny	Pułaskiego	69	A/4874/1278/Wł	14.04.1989
Dom mieszkalny	Rynek	1, 1a,1b	A/4815/1705	12.05.1966
Dom mieszkalny	Rynek	2	A/4851/1268/Wł	14.04.1989
Dom mieszkalny	Rynek	3	A/4814/1706	12.05.1966
Dom mieszkalny	Rynek	4	A/4876/1450/Wł	2.10.1995
Dom mieszkalny	Rynek	5	A/4860/1180/Wł	19.05.1986
Dom mieszkalny	Rynek	6	A/4845/1280	13.04.1965
Dom mieszkalny "Pod Złotą Koroną"	Rynek	7	A/4847/644	26.02.1960
Dom mieszkalny	Rynek	8	A/4844/1281	13.04.1965
Dom mieszkalny	Rynek	9	A/4813/1707	12.05.1966
Dom mieszkalny	Rynek	13	A/4850/1269/Wł	14.04.1989
Dom mieszkalny	Rynek	15	A/4846/645	26.02.1960
Dom mieszkalny	Rynek	16	A/4849/1270/Wł	14.04.1989
Dom mieszkalny	Rynek	17	A/4848/1271/Wł	14.04.1989
Dom mieszkalny	Rynek	19	A/4854/1262/Wł	14.04.1989
Dom mieszkalny	Rynek	20	A/4812/1708	12.05.1966
Dom mieszkalny	Rynek	21	A/4858/1177/Wł	19.05.1986
Dom mieszkalno-usługowy	Rynek	23 a	A/4843/1282	13.04.1965
Dom mieszkalny	Rynek	23	A/4855/1173/Wł	19.05.1986
Dom mieszkalny	Rynek	24	A/4857/1176/Wł	19.05.1986
Dom mieszkalny	Rynek	25	A/4841/1284	13.04.1965
Dom mieszkalny	Rynek	26	A/4839/1285	13.04.1965
Dom mieszkalny	Rynek	27	A/4811/1709	12.05.1966
Dom mieszkalny	Rynek	28	A/4856/1175/Wł	19.05.1986
Dom mieszkalny	Rynek	29	A/4859/1178/Wł	19.05.1986
Dom mieszkalny	Rynek	31	A/4861/1181/Wł	19.05.1986
Dom mieszkalny	Rynek	32	A/4853/1266/Wł	14.04.1989
Dom mieszkalny	Rynek	33	A/4810/1710	12.05.1966
Dom mieszkalny	Rynek	34	A/4809/1711	12.05.1966
Dom mieszkalny	Rynek	35	A/4808/1712	12.05.1966
Dom mieszkalny	Rynek	36	A/4840/1286	13.04.1965
Dom mieszkalny	Rynek	41	A/4807/1713	12.05.1966
Dom mieszkalny	Rynek	42	A/4852/1267/Wł	14.04.1989
Willa	Sikorskiego	1	A/4862/1205/Wł	24.09.1986
Dom mieszkalny	Śródkowa	1	A/4879/1518/Wł	23.09.1996
Dom mieszkalny	Świętokrzyska	2	A/4842/1283	13.04.1965
Dom mieszkalny ob. budynek użyteczności publicznej	Trybunalska	1	A/4774/609	28.07.1959
Dom mieszkalny	Trybunalska	7	A/4877/1617/Wł	4.02.1998
Dom mieszkalny	Trybunalska	9	A/4878/1422/Wł	11.01.1995

Wodociągowa wieża ciśnień	Nauczycielska	3	A/4830/1415/Wł	8.10.1994
Willa Aarona fabrykancka	Łukasińskiego	26	A/4823/1570/Wł	21.05.1997
Warsztat obróbki mechanicznej nr 6	Łukasińskiego	26	A/4824/1569/Wł	21.05.1997
Budynek produkcyjny nr 7	Łukasińskiego	26	A/4824/1569/Wł	21.05.1997
Warsztat obróbki mechanicznej nr 8	Łukasińskiego	26	A/4824/1569/Wł	21.05.1997
Warsztat mechaniczny nr 9	Łukasińskiego	26	A/4824/1569/Wł	21.05.1997
Budynek główny maskujący w zespole stacji wzmacniakowej	Tołstoja	8/10	A/5838/1-2	26.07.2012
Schron w zespole stacji wzmacniakowej	Tołstoja	8/10	A/5838/1-2	26.07.2012
D. willa właściciela fabryki pasmante-ryjnej J. Rosenthala (ELMOT) ob. przy- chodnia	Równa	16	A/4880/1571/Wł	21.05.1997

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Wojewódzki Urząd Ochrony Zabytków we Wrocławiu, *Wykaz zabytków – dawne województwo wałbrzyskie*, <http://wosoz.ibip.wroc.pl/public/?id=92696#>

Istotnym elementem przestrzeni miasta są liczne elementy małej architektury, w tym **okazale fontanny i ciekawe rzeźby** wolnostojące lub zdobiące elewacje śródmiejskich kamienic. Najbardziej znane to: zespół barokowych fontann i Kolumna Świętej Trójcy w Rynku, figura nagiego Hermesa na kamienicy „Pod Hermesem”, rzeźba Marii Cunitz, rzeźba Świdnickich Dzików oraz osławiona w wielu przewodnikach, jedyna w Europie – rzeźba tzw. „Srającego Chłopka” lub „Bolka Myśliciela”, zlokalizowana na obrzeżach miasta.



Rysunek 12. Fontanna z Neptunem (lewy górny róg), rzeźba Marii Cunitz (w środku), figurka Hermesa (prawy górny róg) oraz rzeźba Świdnickich Dzików (lewy dolny) i rzeźba „Srającego Chłopka” (prawy dolny).

Źródło: Fotografia własna.

Miasto Świdnica oraz jego okolice są także wyróżniającym się obszarem w skali kraju pod względem ilości pamiątek średniowiecznego wymiaru sprawiedliwości. W szczególności można tu odnaleźć **liczne krzyże i kapliczki pojednania** (nazywane także pokutnymi). Stawiano je głównie w średniowieczu, na miejscu zbrodni, jako jeden z elementów pokuty i pojednania z rodziną ofiar. Na terenie miasta znajduje się siedem takich obiektów: pięć zlokalizowanych w terenie (pl. Św. Małgorzaty, ul. Wałbrzyska, ul. Westerplatte i dwa na obrzeżach miasta, w przy drodze do wsi Tomkowa) oraz dwa w zbiorach Muzeum Dawnego Kupiectwa.

Obok walorów materialnych na uwagę zasługują również walory niematerialne miasta, w szczególności kulinarne. Jako rozpoznawalne i posiadające już pewną renomę można wymienić następujące produkty i potrawy:

- Pierniki Świdnickie (związane z legendą o świdnickich piernikach i Kościołem Pokoju).
- Dziczyna (związana w szczególności ze Świętem Dzika, które nawiązuje do symbolu tego zwierzęcia w herbie miasta).
- Ciastko „Gryz Bolka” (serwowane w restauracji „Rynek 43”).
- Wino z Winnicy Świdnickiej.
- Piwo Marcegorz i Świdnickie.
- Majonez Świdnicki.

Poza walorami kulinarnymi warto wspomnieć także o bogatym zbiorze legend miejskich, wśród których najbardziej znane to:

- „Legenda o powstaniu Świdnicy”,
- „Legenda o chciwym rajcy”,
- „Legenda o Jakubie Tau i księciu Bolku III”,
- „Legenda o gryfie”.

W miejscu tym należy również podkreślić, iż w odległości kilkunastu kilometrów od miasta położone są **cztery parki krajobrazowe**, stanowiące istotny element wzbogacający potencjał turystyczny omawianego obszaru. Na ich terenie znajduje się również kilka rezerwatów przyrody. Są to:

- **Książański Park Krajobrazowy** – usytuowany na pograniczu dwóch odmiennych makroregionów fizyczno-geograficznych: Pogórza Sudeckiego i Sudetów Środkowych¹⁴.
- **Park Krajobrazowy „Dolina Bystrzycy”** - położony w sąsiedztwie aglomeracji Wrocławia. Łączy stosunkowo dobrze zachowane tereny leśne w Sudetach z jednym z najlepiej wykształconych na terenie Polski korytarzem ekologicznym Doliny Odry. Osią Parku jest rzeka Bystrzyca, jeden z najważniejszych lewobrzeżnych dopływów Odry, na której utworzony jest sztuczny zbiornik retencyjny zwany Zbiornikiem Mietkowskim, o powierzchni 9,2 km² ¹⁵.
- **Park Krajobrazowy Gór Sowich** - położony w Sudetach Środkowych. Obejmuje środkową część pasma Gór Sowich z najwyższą kulminacją Wielka Sowa (1015 m



Rysunek 13. Krzyż pojednania (pokutny) przy ul Wałbrzyskiej w Świdnicy.

Źródło: Fotografia własna.

¹⁴ <http://dzpk.pl/pl/parki-krajobrazowe/85-ksiazanski-park-krajobrazowy.html>

¹⁵ <http://dzpk.pl/pl/parki-krajobrazowe/88-park-krajobrazowy-dolina-bystrzycy.html>

n.p.m) oraz odosobniony masyw Włodarza (811 m n.p.m.). Największa jego część (3937 ha) leży na terenie Nadleśnictwa Świdnica¹⁶.

- **Ślezański Park Krajobrazowy** - położony na Przedgórzu Sudeckim. w jego granicach znajduje się Masyw Ślęży (ze Ślężą, Grupą Raduni, Wzgórzami Oleszeńskimi i Wzgórzami Kiełczyńskimi) oraz Jańska Góra (część Wzgórz Łagewnickich) - otoczone wspólną otuliną. Najwyższym punktem parku jest Góra Ślęza (718 m n.p.m.). Jest to zarazem najwyższy punkt Przedgórza Sudeckiego¹⁷.
- **Rezerwa florystyczno - krajobrazowy „Góra Choina”** - utworzony w 1957 r., wokół Zamku Grodno w Zagórzu Śląskim, w celu zachowania, ze względów kulturalno - społecznych, lasu mieszanego, porastającego wzgórze zamkowe¹⁸.
- **Rezerwat przyrody „Jeziorko Daisy”** - utworzony jest na terenie Książańskiego Parku Krajobrazowego o powierzchni 6,45 ha. Rezerwat został utworzony celem ochrony kopalnej fauny górnego dewonu odsłoniętej w nieczynnym kamieniołomie wapienia, jak również dla ochrony zbiorowisk leśnych otaczających kamieniołom i stanowiących jego strefę ochronną¹⁹.

Przedstawione powyżej dane ukazują istotny potencjał w zakresie możliwości generowania ruchu turystycznego w oparciu o dziedzictwo kulturowe miasta, a poprzez to dalszy rozwój turystyki kulturowej i poznawczej na terenie miasta. Dodatkowo dogodne położenie i walory krajobrazowe wokół Świdnicy, stwarzają warunki do utworzenia z miasta „bazy wypadowej” w okoliczne tereny.

1.4.2. **Obiekty rekreacyjno-sportowe**

Druga grupa obiektów - **obiekty rekreacyjno-sportowe** - pełni najczęściej rolę infrastruktury technicznej lub społecznej wykorzystywanej przez mieszkańców, ale poprzez swoją unikatowość stanowi lub stanowić może atrakcję turystyczną i istotny element dynamizujący ruch turystyczny w szczególności w ramach rozwoju **turystyki aktywnej**. Do tych obiektów zaliczyć możemy:

1. **Kompleks obiektów Ośrodka Sportu i Rekreacji w Świdnicy**, w szczególności:
 - a) **Lodowisko** – jedyne na Dolnym Śląsku kryte lodowisko, przyciągające rokrocznie dziesiątki tysięcy korzystających, w tym wielu z okolicznych powiatów.
 - b) **Kompleks boisk do gry w piłkę nożną** (w tym z oświetleniem i sztuczna nawierzchnią) – generuje ruch głównie w postaci przyjezdnych (krajowych i zagranicznych) drużyn piłkarskich w okresach przygotowawczych.

¹⁶ <http://dzpk.pl/pl/parki-krajobrazowe/91-park-krajobrazowy-gor-sowich.html>

¹⁷ <http://dzpk.pl/pl/parki-krajobrazowe/95-slezanski-park-krajobrazowy.html>

¹⁸ http://wroclaw.lasy.gov.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=718&Itemid=663&tpe=swidnica

¹⁹ http://wroclaw.lasy.gov.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=718&Itemid=663&tpe=swidnica



Rysunek 14. Obiekty Świdnickiego Ośrodka Sportu i Rekreacji – lodowisko (z lewej) i kemping nr 231 (z prawej).

Źródło: Fotografia własna.

- c) **Kemping nr 231 w Świdnicy** – spełniający najwyższe standardy dla tego typu obiektów dysponuje 15 stanowiskami carawaningowymi dla kamperów oraz obszernym polem namiotowym. Obiekt uzyskał liczne wyróżnienia i nagrody, a także rekomendację Polskiej Federacji Campingu i Caravaningu. Na jego terenie organizowano również **Międzynarodowe Złoty Carawaningowe**.
2. **Zalew Witoszówka** – 7 hektarowy sztuczny zbiornik na rzece Witoszówka, istotne miejsce rekreacyjne w mieście: trasy spacerowe, rowerowe, stanowiska wędkarskie, bosmanat i wypożyczalnia sprzętu pływającego (kajaki, rowery wodne, łódki Optimist).
3. **Euro Velo 9 (EV9)** - Bałtyk (Gdańsk) – Adriatyk (Pula) – przebiegający przez Świdnicę szlak rowerowy w ramach europejskiej sieci szlaków rowerowych, o długości 1 930 km. W powiązaniu ze spójną siecią dróg i szlaków rowerowych na terenie miasta i w najbliższym sąsiedztwie, może stanowić istotny element w zakresie rozwoju turystyki aktywnej.
4. **Szlaki i drogi rowerowe** wyznakowane przez Lokalną Organizację Turystyczną „Księstwo Świdnicko-Jaworskie” (LOT KSJ) – są to ponadlokalne szlaki poprowadzone po obszarach samorządów będących członkami LOT KSJ, znakowane w terenie standardowym znakiem szlaku rowerowego PTTK z dodatkowym symbolem „K” i cyfrą, o łącznej długości ok. 180 km. Ze Świdnicy wyprowadzone są dwa szlaki w ramach tej sieci:
- a) **Trasa rowerowa K-1 „Bolka”** - Świdnica – Świebodzice – Dobromierz – Bolków – Jawor. Oznaczona kolorem żółtym, długość ok. 75 km. Trudna, a jednocześnie niebywale atrakcyjna pod względem krajobrazowym i kulturowym trasa, która prawie w całości biegnie po wyżynnych i górskich terenach Pogórza Wałbrzyskiego, Świebodzickiego i Kaczawskiego. w Świdnicy przebiega kolejno ulicami: Polna Droga (Zalew Witoszówka), Nad Tamą, Przyjaźni i dalej w kierunku Bystrzycy Dolnej.
- b) **Trasa rowerowa K-2 „Granitowa” (Szlak Piastowski)** - Świdnica – Jaworzyna Śląska – Strzegom – Jawor. Oznaczona kolorem czerwonym, długość ok. 50 km.



Rysunek 15. Zalew Witoszówka w Świdnicy - w tle budynek bosmanatu i wypożyczalni sprzętu pływającego.

Źródło: Fotografia własna.

Trasa łatwa i zarazem bogata w walory widokowe i kulturowe, biegnie po nizinnych terenach Przedgórze Sudeckiego, a głównie drogami asfaltowymi o małym natężeniu ruchu, dlatego też nie wymaga zbytnej kondycji i profesjonalnego sprzętu. Na terenie Miasta przebiega kolejno ulicami: Polna Droga (Zalew Witoszówka), Kochanowskiego i dalej w kierunku Witoszowa Dolnego.



Rysunek 16. Oznaczenia szlaków rowerowych – na terenie miasta (z lewej) i szlaków LOT KSJ (z prawej).

Źródło: Fotografia własna.

Poprzez system wymienionych szlaków możliwe jest powiązanie miasta z innymi sieciami szlaków rowerowych, m.in.: Strefa MTB Sudety (okolice Lubachowa), szlaki na terenie Książańskiego Parku Krajobrazowego i Świebodzic, szlaki Gminy Bolków.

Ponadto na terenie miasta istnieje kilka ciągów dróg rowerowych ułatwiających poruszanie się cyklistom po jego obszarze. Najdłuższe odcinki to:

- trasa od Zalewu Witoszówka, przez ul. Pionierów, Śląską, Miłego Dnia wzdłuż rzeki Bystrzycy,
- trasa wzdłuż ul. Towarowej, Przemysłowej i Metalowców,
- trasa na Os. Zawiszów – ul. B. Stęczyńskiego, K. Wielkiego i Gen. W. Andersa oraz wzdłuż ul. T. Ząbka.
- trasa wzdłuż ul. Kliczkowskiej.

Łącznie w połowie roku 2016 długość dróg rowerowych na terenie miasta Świdnicy wynosiła około 17,3 km w najbliższym okresie planowane do realizacji jest dodatkowo ok. 11,5 km dróg rowerowych. Ponadto na terenie Miasta (głównie parków miejskich) wyznakowanych jest kilka kilometrów szlaków rowerowych.

5. **Szlaki piesze** – obszar miasta Świdnicy nie obfituje w gęstą sieć szlaków pieszych, jednak przez jego teren przebiegają dwa interesujące w skali ponadlokalnej. Komunikują one miasto z obszarem Pogórza Wałbrzyskiego, Gór Sowich i Masywem Ślęży.

- a) **Szlak Ułanów Legii Nadwiślańskiej** - kolor: żółto-niebiesko-żółty. Interesujący, choć nie do końca doceniany szlak, który praktycznie na całej swej długości przebiega po terenach powiatu świdnickiego. Ten pieszy szlak górski, o długości ok. 53 km, oznakowany jest w sposób nawiązujący do żółto-niebiesko-żółtych barw wyłogów mundurowych ułanów. Biegnie od Świdnicy do Strzegomia. Wytyczono go w 1960 r. w Oddziale PTTK w Wałbrzychu w celu upamiętnienia pochodu kilkusobowego oddziału polskich lansjerów, którzy podczas wojen napoleońskich wyruszyli z Neapolu, by wspomóc wojska cesarza Francuzów w walce z Prusami. Formację tę nazywano najpierw Legią Naddunajską lub Legią Polską, później Legią Nadwiślańską. Szlak ten przypomina także o pierwszej zwycięskiej po rozbiorach i bardzo spektakularnej, bitwie polskiej formacji z Prusakami 15

maja 1807 r. Na Czerwonym Wzgórzu w pobliżu Szczawna-Zdrój znajduje się pomnik z 1960 r. ku czci Ułanów Legii Nadwiślańskiej. Na terenie miasta jego przebieg jest następujący: Dworzec PKP Świdnica Miasto, ul. Dworcowa, ul. Wałbrzyska, ul. Kochanowskiego i dalej w kierunku Witoszowa Dolnego.

- b) **Szlak Żółty** – szlak łączący Sudety Środkowe (Góry Wałbrzyskie) z Masywem Ślęży. Długość: 75 km. Na terenie miasta przebiega od Bystrzycy Dolnej ulicami: Przyjaźni, Śląską, Pionierów, Park Kasprowicza, Traugutta, Dworcowa (Dworzec PKP) Pl. Grunwaldzki, Al. Niepodległości, Wyspiańskiego, Pl. Ludowy, Park Centralny, Śląska, Westerplatte i dalej przez Boleścin w kierunku Masywu Ślęży. Bogaty w walory krajobrazowe.

Dodatkowo w niedalekiej odległości od miasta, w pasie Pogórza Wałbrzyskiego, przebiegają następujące szlaki, które krzyżują się z wcześniej wymienionymi. Są to:

- c) **Szlak Zamków Piastowskich** - kolor: zielony. Szlak ten, jest rozpoznawany nie tylko na Dolnym Śląsku, ale również i w całej Polsce ze względu na swój charakterystyczny przebieg – łączący zamki i warownie piastowskie rozsiane na terenie Sudetów i Pogórza Sudeckiego. Jego długość wynosi 146 km. Rozpoczyna się na Pogórzu Kaczawskim, na górze Grodziec, gdzie znajduje się zamek o tej samej nazwie. Następnie prowadzi przez m.in. Wleń (zamek Wleń), Siedlęcín (wieża rycerska), Jelenią Górę, Rudawy Janowickie z ruinami zamku Bolczów, następnie ruiny zamku Niesytno, zamek Bolków i Świny, ruiny zamku Cisy, ruiny zamku Stary Książ, Zamek Książ. Szlak kończy się na zamku Grodno w Zagórzu Śląskim. w okolicy miasta szlak prowadzi przez: Złoty Las, Modliszów, Pogorzałę, Rezerwat „Jeziorko Daisy”.
- d) **Szlak Czerwony** - szlak przebiegający wzdłuż Sudeckiego Uskoku Brzeźnego o długości ok. 40 km. w pobliżu miasta szlak prowadzi przez okolice Mokrzeszowa (Kończyce), Witoszów Górny, Górę Widna, Bystrzycę Górną, Bystrzycki Las i dalej w kierunku Lutonii Górnej.
6. **Południowo-Zachodni Szlak Cysterski** – turystyczny szlak o charakterze samochodowym, poprowadzony na południowo zachodniej ścianie Polski, łączący miejscowości powiązane z funkcjonowaniem zakonu cystersów. Na terenie Świdnicy obiektem włączonym w sieć szlaku jest dawny Pałac Opatów Cysterskich - okazała barokowa rezydencja cystersów krzeszowskich położona jest centrum miasta, pomiędzy Rynkiem, a pl. św. Małgorzaty, w pobliżu dawnej bramy miejskiej. Od 2005 r. pałac jest siedzibą Miejskiej Biblioteki Publicznej im. C.K. Norwida²⁰.

W miejscu tym, należy jednak zauważyć, iż występuje deficyt szlaków turystycznych przebiegających przez miasto i wyprowadzonych z miasta w najbliższe okolice. W przypadku pieszych, uwidacznia się to w szczególności w kierunku Wzgórz Imbramowickich i wzdłuż Doliny Bystrzycy (od Świdnicy do Mietkowa). W przypadku rowerowych, brak spójnej sieci szlaków rowerowych w najbliższej okolicy miasta (są to głównie tereny Gminy Świdnica), głównie w kierunku Pogórza Wałbrzyskiego i Gór Sowich, Masywu Ślęży oraz wzdłuż Doliny Bystrzycy i Piławy.

1.4.3. Imprezy, eventy

Trzecia grupa to wydarzenia i imprezy (jednorazowe, nieregularne lub cykliczne), które poprzez swoją unikatowość dają uczestnikom (turystom, odwiedzającym, ale także mieszkańcom miasta) możliwość spędzenia czasu wolnego, dostarczając doświadczeń i przeżyć niedostępnych w ich normalnym, codziennym trybie życia. Stanowią one atrakcję turystyczną i istotny

²⁰ <http://www.szlak-cysterski.eu/tobject/details/110>

element dynamizujący ruch turystyczny w szczególności w ramach rozwoju **turystyki eventowej** (zwanej jest również **turystyką imprez i wydarzeń kulturalnych**), klasyfikowanej niekiedy jako specyficzna forma turystyki kulturowej.

Miasto Świdnica oferuje bogaty kalendarz imprez turystycznych, kulturalnych i sportowych z uwagi na aktywnie działające w mieście ośrodki i instytucje kultury, organizacje turystyczne oraz organizacje sportowe. Do najważniejszych imprez organizowanych cyklicznie na omawianym terenie można zaliczyć:

- 1. Imprezy i wydarzenia kulturalne:**
 - a) Międzynarodowy Festiwal Bachowski,
 - b) Świdnickie Noce Jazzowe,
 - c) Festiwal Teatru Otwartego w Świdnicy,
 - d) Międzynarodowy Festiwal Filmów Dokumentalnych „Oknem Młodych”,
 - e) Dni Fotografii i Fotomaraton Świdnicki,
 - f) Świdnicki Festiwal Filmowy SPEKTRUM,
 - g) Warsztaty Malowania Ikon.
- 2. Imprezy i wydarzenia sportowe:**
 - a) Rajd Świdnicki Krause (dawny Rajd Elmot),
 - b) Międzynarodowy Turniej Piłkarski Silesian Cup,
 - c) Półmaraton Świdnicki RST,
 - d) Bieg Kobiet,
 - e) Bieg Niepodległości,
 - f) Międzynarodowy Festiwal Piłki Ręcznej „Świdnica Cup”,
 - g) Międzynarodowy Turniej Bokserski,
 - h) Międzynarodowy Turniej im. Tadeusza Chmielewskiego w Akrobatyce Sportowej,
 - i) Ogólnopolski Turniej Siatkówki im. Tadeusza Ząbka,
 - j) Otwarte Mistrzostwa Miasta Świdnicy w JUDO,
 - k) Świdnickie Grand Prix Biegowe 2016.
- 3. Imprezy i wydarzenia tematyczne, specjalistyczne:**
 - a) Dni miasta – Dni Świdnicy,
 - b) Miasto Dzieci,
 - c) Dni Gór w Świdnicy,
 - d) Kongres Turystyki Polskiej,
 - e) Giełda Staroci, Numizmatów i Osobliwości,
 - f) Święto Dzika i Karpia,
 - g) Świdnicki Festiwal Piwa (I edycja),
 - h) Rekonstrukcje Historycznych Bitew,
 - i) Świdnicki Bieg na Wieżę Ratuszową,
 - j) Świdnicki Złot Carawaningowy,
 - k) Targi zdrowej żywności „Zdrowie ma smak”,
 - l) Świdnicki Przegląd Zespołów Kolędniczych,
 - m) Jarmark Bożonarodzeniowy i Świdnicka Kolęda.

1.5. Diagnoza potencjału turystycznego Świdnicy w odniesieniu do innych ośrodków w regionie

1.5.1. Metodyka i podstawowe założenia diagnozy

Na potrzeby diagnozy zastosowano metodę benchmarkingu osiągnięć w zakresie wielkości ruchu turystycznego, rozwoju infrastruktury turystycznej oraz stopnia jej wykorzystania. Przyjęte w analizie benchmarki stanowiły wybrane jednostki terytorialne. Dobór obiektów odniesienia miał charakter subiektywny. Za podstawowy benchmark uznano miasto Wałbrzych

stanowiące centralny ośrodek Aglomeracji Wałbrzyskiej, w skład której wchodzi również miasto Świdnica. O wyborze kolejnego benchmarku w postaci miasta Dzierżoniów zdecydowały: bezpośrednie sąsiedztwo Świdnicy, plany rozwoju turystyki aktywnej oraz położenie u podnóża Gór Sowich. Walory krajobrazowe oraz infrastruktura noclegowa Dzierżoniowa mogą decydować o wyborze tego miejsca jako docelowej destynacji turystycznej lub bazy wypadowej do pobliskich atrakcji turystycznych. Podobnie jest w odniesieniu do nieco dalej położonego od Świdnicy Kłodzka oraz Jeleniej Góry. Kłodzko stanowi wrota do całej Kotliny Kłodzkiej stając się celem głównie jednodniowych wycieczek. Analiza porównawcza Świdnicy z Jelenią Górą ma odrobinę mniejsze znaczenie ze względu na nieporównywalnie większy potencjał turystyczny tego benchmarku. Należy jednak mieć na uwadze fakt, że Jelenia Góra położona jest u podnóża Karkonoszy co może się przekładać, na krótkotrwałość wizyt w samym mieście²¹. Jednak z uwagi na potencjał turystyczny tego miejsca, a zwłaszcza całego powiatu jeleniogórskiego uznano, że interesującym będzie porównanie zachodzących tam zmian z sytuacją branży turystycznej w Świdnicy. W analizie porównawczej przyjęto również pewien specyficzny benchmark w postaci województwa dolnośląskiego, który dostarczył uśrednionych i/lub syntetycznych informacji na temat funkcjonowania wybranych aspektów branży turystycznej w województwie.

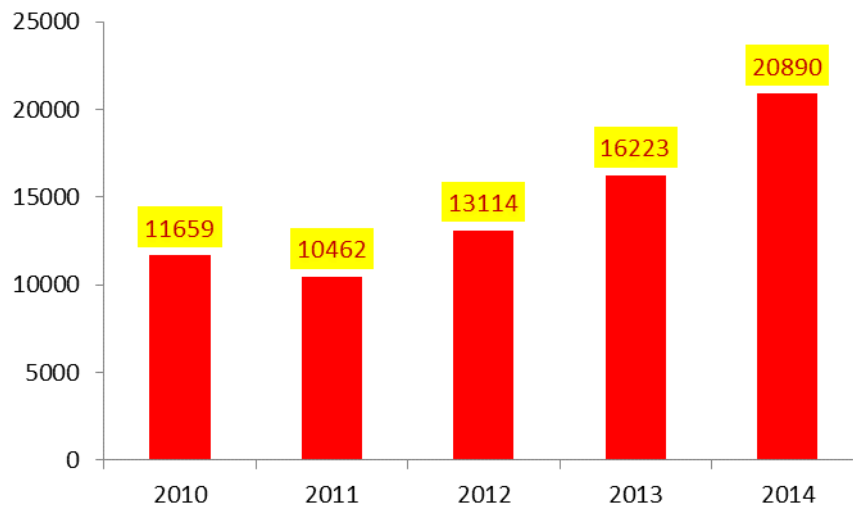
Diagnoza wykorzystuje dane statystyczne publikowane przez Główny Urząd Statystyczny oraz wyniki badań ruchu turystycznego przeprowadzonych przez Stowarzyszenie Lokalna Organizacja Turystyczna Księstwo Świdnicko-Jaworskie oraz Instytut Badawczy IPC na zlecenie Urzędu Miasta w Świdnicy. Dane analizowano w okresie 2010-2014. W momencie opracowywania niniejszej diagnozy dane za rok 2015 nie były jeszcze podane do publicznej wiadomości. Przyjęte w diagnozie wskaźniki poddano analizie zarówno na poziomie miast, jak i stosownych powiatów. W niektórych przypadkach, ze względu na brak odpowiednich danych statystycznych, analizę ograniczono wyłącznie do powiatów.

Z uwagi na brak możliwości bezpośrednich porównań Świdnicy do innych miast pod względem przyjętych wskaźników statystycznych interpretacji poddano głównie zmiany wartości tych wskaźników w stosunku do przyjętego roku bazowego 2010. Porównań przestrzennych również dokonano głównie w odniesieniu do skali dokonanych zmian na wybranych obszarach. W przypadku większości zestawień tabelarycznych wartości wskaźników dynamiki posłużyły do ustalenia rankingu porównywanych jednostek terytorialnych. Im wyższa dodatnia zmiana wartości wskaźnika w 2014 r. w stosunku do 2010 r. tym wyższa lokata danego miasta, powiatu w rankingu. Wartości wskaźników dla całego województwa dolnośląskiego nie były brane pod uwagę w konstrukcji rankingów – ich wyszczególnienie miało jedynie na celu zobrazowanie sytuacji w Świdnicy i powiecie świdnickim na tle całego województwa.

1.5.2. Analiza ruchu turystycznego

Jednym z podstawowych wskaźników atrakcyjności turystycznej miasta jest liczba odwiedzających je turystów (zob. rysunek 17 i tabela 2).

²¹ Z drugiej strony należy mieć na uwadze, że w ramach granic administracyjnych miasta znajdują się m.in. uzdrowisko Cieplice Zdrój i miejscowość turystyczna Jagniątków co musi znaleźć przełożenie w wartościach niektórych statystyk dla Jeleniej Góry związanych z ruchem i infrastrukturą turystyczną.



Rysunek 17. Liczba turystów ogółem w Świdnicy w latach 2010-2014 (w os.)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 2. Liczba turystów ogółem w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014 (w os.)

Jednostka terytorialna	2010	2011	2012	2013	2014	Zmiana 2014/2010	Miejsce w rankingu
ŚWIDNICA	11 659	10 462	13 114	16 223	20 890	79.17%	2
POWIAT ŚWIDNICKI	42 279	40 765	43 428	43 828	47 379	12.06%	6
WAŁBRZYCH	21 485	22 992	22 067	25 614	51 815	141.17%	1
POWIAT WAŁBRZYSKI	48 805	48 129	60 835	33 889	42 802	-12.30%	8
DZIERŻONIÓW	7 880	7 916	6 865	6 966	6 359	-19.30%	9
POWIAT DZIERŻONIOWSKI	19 979	17 873	16 924	16 235	18 594	-6.93%	7
POWIAT MIASTO JELE- NIA GÓRA	50 823	55 488	65 768	68 075	68 760	35.29%	3
POWIAT JELENIOGÓRSKI	365 411	402 237	481 829	476 249	479 840	31.32%	4
KŁODZKO	227 215	231 655	268 939	267 845	293 230	29.05%	5
POWIAT KŁODZKI	227 215	231 655	268 939	267 845	293 230	29.05%	5
WOJEWÓDZTWO DOL- NOŚLĄSKIE	1 895 540	2 026 726	2 186 248	2 195 284	2 416 382	27.48%	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W 2014 r. Świdnicę odwiedziło blisko 21 tys. turystów, co stanowiło 44,1% wszystkich turystów w powiecie świdnickim. Dla porównania miasto Wałbrzych odwiedziło w 2014 r. o 4436 turystów więcej niż cały powiat świdnicki. W stosunku do 2010 r. Świdnicę w 2014 r. odwiedziło o 9231 turystów więcej. Zaobserwowana w Świdnicy zmiana liczby turystów w przyjętym okresie analizy jest duża, zwłaszcza na tle innych miejscowości. Jedynie lider Aglomeracji Wałbrzyskiej odnotował lepszy wskaźnik dynamiki. Na ten wynik miała głównie wpływ duża liczba turystów, która odwiedziła Wałbrzych w 2014 roku. W Świdnicy obserwuje się zatem pozytywny trend w postaci systematycznego wzrostu liczby turystów odwiedzających miasto. W dalszym ciągu jednak wskaźnik liczby turystów odwiedzających miasto jest

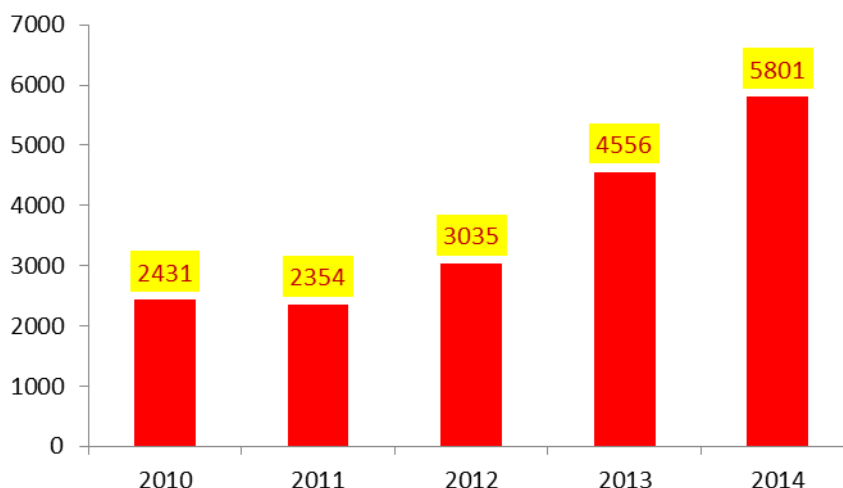
znacznie niższy niż wynik, jaki osiąga w okresie analizy mniejsze pod względem liczby mieszkańców Kłodzko oraz zdecydowanie wyższy od tego zaobserwowanego w ościennym Dzierżonowie.

Według wyników badań przeprowadzonych w 2015 r. przez Stowarzyszenie Lokalna Organizacja Turystyczna Księstwo Świdnicko-Jaworskie główną grupą turystów odwiedzających Świdnicę są mieszkańcy Dolnego Śląska. Są to najczęściej rodziny z dziećmi, których pobyt w Świdnicy ma charakter kilkugodzinny. W opinii samych turystów jest to spowodowane brakiem lub słabą ofertą miasta dla dzieci. Wyniki badania jednoznacznie wskazują, na konieczność stworzenia atrakcji dla dzieci i rodzin z dziećmi sugerując budowę parków rozrywki, parków linowych itp. Wydaje się, że zapewnienie tego typu atrakcji w Świdnicy, która postrzegana jest m.in. jako miasto spokojne, może być dobrym zaczynem do zatrzymania w mieście „na dłużej” rodzin z dziećmi, które przyjeżdżają zwiedzać atrakcje Aglomeracji Wałbrzyskiej i Dolnego Śląska. Z pewnością jedną z takich atrakcji będzie zagospodarowanie Zalewu Witoszówka, który jest wskazywany przez turystów jako jedno z miejsc godnych odwiedzenia w Świdnicy. Obecność na zalewie żaglówek i kajaków niewątpliwie uatrakcyjni ten teren pod względem rekreacyjnym i estetycznym, zarówno dla mieszkańców jak i turystów.

Turyści odwiedzający Świdnicę wskazują jakość usług hotelowych i gastronomicznych jako mocną stronę oferty turystycznej miasta. Jednocześnie skarżą się na niewystarczającą informację o atrakcjach oraz brak właściwej współpracy między zarządcami atrakcji turystycznych, bazy noclegowej i gastronomicznej oraz przedstawicielami miasta. Taka współpraca mogłaby się przyczynić do stworzenia spójnej strategii promocji oraz kreowania nowych produktów turystycznych. W procesie kreowania produktów turystycznych warto wziąć pod uwagę aktualne preferencje turystów, którzy odwiedzając Świdnicę zainteresowani są głównie uczestnictwem w zorganizowanych imprezach (50,1%), wycieczkami pieszymi (41,6%), kuchnią regionalną (27,2%), wycieczkami rowerowymi (15,4%) oraz zwiedzaniem miasta i okolic (14,2%). Warto wykorzystać m.in. zainteresowanie turystów kuchnią regionalną i szerzej promować tradycje piwowarskie Świdnicy.

Respondenci uczestniczący w badaniu ruchu turystycznego na terenie Świdnicy podkreślali, że miasto nie wykorzystuje swojego potencjału turystycznego bazując jedynie na najbardziej znanej atrakcji turystycznej w postaci Kościoła Pokoju. Z pewnością warty większego zagospodarowania jest świdnicki rynek, który oprócz Kościoła Pokoju jest znakiem rozpoznawczym Świdnicy. Jego zdjęcia wraz ze zdjęciami Katedry, a od niedawna także Wieży Ratuszowej są tymi, które najczęściej pojawiają się w największych przeglądarkach internetowych po wpisaniu hasła: „Świdnica”. Portale internetowe wskazują go jako drugi, tuż po rynku wrocławskim zespół obiektów zabytkowych na Dolnym Śląsku, podkreślając jego urok i panujący kameralny nastrój. Świdnica została również doceniona m.in. przez portal wyszukiwujący połączenia lotnicze Skyscanner, który zaliczył ją do siedmiu najbardziej niesamowitych miast w Polsce, nie w pełni odkrytych, wartych odwiedzenia. Autorzy rankingu docenili przede wszystkim świdnicki Rynek, kamienice, punkt widokowy na wieży ratuszowej i oczywiście Kościół Pokoju. Potencjał ten musi zostać wykorzystany poprzez organizację imprez aktywizujących ten obszar miasta. Walory architektoniczne centrum miasta oraz jego tradycje kupieckie powinny być wykorzystane w intensywnym rozwoju bardzo dochodowej turystyki biznesowej i kulturowej. Tym bardziej, że miasto posiada doświadczenie w organizowaniu dużych imprez o charakterze kongresowym. Istotne, aby flagowe wydarzenie w postaci Kongresu Turystyki Polskiej powieliło sukces wymienionych wcześniej przedsięwzięć i stało się cykliczną imprezą w mieście. Spośród osób planujących w najbliższym czasie wyjazd do Świdnicy blisko 15% respondentów deklaruje, że wizyta w mieście będzie miała charakter służbowy.

Świdnica staje się atrakcyjna turystycznie nie tylko dla gości z kraju. W stosunku do 2010 roku zdecydowanie wzrosła liczba turystów zagranicznych odwiedzających Świdnicę (zob. rysunek 18 i tabela 3).



Rysunek 18. Liczba turystów zagranicznych w Świdnicy w latach 2010-2014

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 3. Liczba turystów zagranicznych w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014 (w os.)

Jednostka terytorialna	2010	2011	2012	2013	2014	Zmiana 2014/2010	Miejsce w rankingu
ŚWIDNICA	2431	2 354	3 035	4 556	5801	138.63%	1
POWIAT ŚWIDNICKI	8062	8 452	9 070	9 973	11080	37.43%	4
WAŁBRZYCH	5774	6 242	5 203	5 118	8984	55.59%	3
POWIAT WAŁBRZYSKI	7914	8 876	7 283	1 805	2718	-65.66%	9
DZIERŻONIÓW	2572	3 244	3 069	3 029	2385	-7.27%	7
POWIAT DZIERŻONIOWSKI	4601	4 752	4 350	4 484	3855	-16.21%	8
POWIAT MIASTO JELENIA GÓRA	20062	21 181	24 002	23 600	19541	-2.60%	5
POWIAT JELENIOGÓRSKI	24850	22 927	28 686	26 971	25969	4.50%	5
KŁODZKO	661	568	646	681	667	0.91%	6
POWIAT KŁODZKI	22627	23 355	39 857	35 704	41174	81.97%	2
WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE	414800	430 745	483 946	465 911	510072	22.97%	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Miasto uzyskało najlepszy na tle innych benchmarków wskaźnik dynamiki liczby turystów zagranicznych. Spośród powiatów wybranych do analizy porównawczej bardzo dobry wynik uzyskał także powiat kłodzki dynamicznie zyskując przychylność zagranicznych turystów i mocno zawiązując wynik dla całego województwa dolnośląskiego.

Turyści oceniając pobyt w Świdnicy najbardziej podkreślają gościnność i otwartość jej mieszkańców. Taka opinia sprzyja promowaniu miasta jako miejsca otwartego na różnorodność kulturową co być może pozwoli w przyszłości wygenerować dodatkowe strumienie zagranicznych turystów (np. poprzez organizację imprez kulturalnych czy sportowych dla młodzieży z zagranicy).

1.5.3. Baza noclegowa

W 2014 r. Świdnica oferowała łącznie 685 miejsc noclegowych co stanowiło 57% wszystkich miejsc dostępnych w powiecie świdnickim. W stosunku do 2010 r. liczba miejsc noclegowych wzrosła o 389 (czyli o 76,1%). Według statystyki publicznej w 2014 r. w Świdnicy dominowały miejsca noclegowe oferowane przez obiekty hotelowe (291 miejsc) oraz kempingi (256 miejsc) (zob. tabela 4).

Tabela 4. Miejsca noclegowe w Świdnicy i powiecie świdnickim w latach 2010-2014*

Wyszczególnienie	2010	2011	2012	2013	2014
Świdnica					
Obiekty hotelowe razem	92	93	159	209	291
Domy wycieczkowe	50	50	50	50	50
Schroniska młodzieżowe	0	0	0	0	0
Szkolne schroniska młodzieżowe	90	88	88	88	88
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	50	0	0	0	0
Kempingi	14	256	296	256	256
Powiat świdnicki					
Obiekty hotelowe razem	476	469	532	536	540
Domy wycieczkowe	98	98	98	98	98
Schroniska młodzieżowe	123	123	123	135	136
Szkolne schroniska młodzieżowe	90	88	88	88	88
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	94	0	0	0	0
Kempingi	14	256	296	256	256

* Miejsc noclegowych w innych obiektach sklasyfikowanych w bazach GUS-u nie wyszczególniono ze względu na ich brak występowania na terenie miasta lub znikomy udział w ogólnej liczbie dostępnych miejsc noclegowych.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Zarówno w Świdnicy, jak i powiecie świdnickim zmiana w strukturze oferowanych miejsc noclegowych dotyczyła w zasadzie obiektów hotelowych oraz kempingów. Liczba tanich miejsc noclegowych na kempingach jest zbliżona do tych oferowanych przez obiekty hotelowe. Miasto posiada zatem ofertę noclegową zarówno dla mniej zamożnych nabywców (w tym młodzieży) oraz klientów o bardziej zasobnych portfelach (w tym m.in. klientów biznesowych i rodzin z dziećmi). Liczba oferowanych miejsc noclegowych przez obiekty hotelowe na terenie miasta stanowi 54% tych oferowanych w całym powiecie świdnickim. Jeżeli chodzi o miejsca kempingowe to są one oferowane na terenie OSIR-u. Jest to atrakcyjna lokalizacja zarówno pod względem dostępności dla zmotoryzowanych turystów (kemping oferuje m.in. 15 w pełni przystosowanych stanowisk dla amatorów carawaningu) jak i bliskości terenów rekreacyjnych (w tym Parku Centralnego), centrum miasta i zlokalizowanych w mieście zabytków.

Wzrost liczby turystów odwiedzających Świdnicę przełożył się również na wzrost liczby udzielonych noclegów (zob. tabela 5 i 6).

Tabela 5. Liczba udzielonych noclegów ogółem w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014.

Jednostka terytorialna	2010	2011	2012*	2013	2014	Zmiana 2014/2010	Miejsce w rankingu
ŚWIDNICA	25559	21178	26290	31840	39765	55.58%	5
POWIAT ŚWIDNICKI	95265	88971	94227	96539	108057	13.43%	7
WAŁBRZYCH	39999	41778	40500	45263	89925	124.82%	2
POWIAT WAŁBRZY-SKI	119244	126171	349750	249535	270784	127.08%	1
DZIERŻONIÓW	18458	17676	18423	20539	18484	0.14%	8
POWIAT DZIERŻO-NIOWSKI	73961	67843	66155	65211	67144	-9.22%	9
POWIAT MIASTO JE-LENIA GÓRA	148236	146743	234921	282509	305255	105.93%	3
POWIAT JELENIO-GÓRSKI	1225958	1306462	1490785	1496594	1486460	21.25%	6
KŁODZKO	13402	8306	9049	8272	9519	-28.97%	10
POWIAT KŁODZKI	788720	806279	964423	1104663	1296822	64.42%	4
WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE	4814319	4998693	5718092	5921122	6397928	32.89%	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 6. Liczba udzielonych noclegów ogółem turystom zagranicznym w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014.

Jednostka terytorialna	2010	2011	2012*	2013	2014	Zmiana 2014/2010	Miejsce w rankingu
ŚWIDNICA	5885	5930	7524	10949	13321	126.36%	1
POWIAT ŚWIDNICKI	25026	25337	29438	31808	34230	36.78%	3
WAŁBRZYCH	13283	14727	11856	12122	18295	37.73%	2
POWIAT WAŁBRZY-SKI	20803	22516	18597	5950	9261	-55.48%	10
DZIERŻONIÓW	5755	6181	5799	6310	4310	-25.11%	8
POWIAT DZIERŻONIOWSKI	10089	9989	8457	9726	7179	-28.84%	9
POWIAT MIASTO JE-LENIA GÓRA	69519	65874	69888	75238	68604	-1.32%	6
POWIAT JELENIOGÓRSKI	78585	71125	89533	75139	77737	-1.08%	5
KŁODZKO	1192	833	823	857	901	-24.41%	7
POWIAT KŁODZKI	75247	75176	89148	86993	86106	14.43%	4
WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE	1016644	1028065	1128799	1107198	1128234	10.98%	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Począwszy od 2011 r. liczba udzielonych noclegów systematycznie wzrasta. W zestawieniu jednostek terytorialnych ze względu na wartość tego wskaźnika zdecydowanie najlepszym wynikiem mogą poszczycić się Wałbrzych, powiat wałbrzyski oraz Jelenia Góra. Biorąc jednak pod uwagę zmianę wartości wskaźnika w całym województwie dolnośląskim to wynik dla Świd-

nicy należy uznać za zadowalający. Jeżeli zawężymy analizę wskaźnika do turystów zagranicznych to okazuje się, że Świdnica była w analizowanym okresie bezkonkurencyjna jeżeli chodzi o dynamikę wzrostu liczby noclegów udzielonych turystom zagranicznym (zob. tabela 6).

Informacje zestawione w tabeli 5 i 6 pozwoliły zorientować się w strukturze bazy noclegowej zarówno w mieście jak i całym powiecie. Które z nich cieszą się największą popularnością wśród polskich i zagranicznych turystów? Odpowiedź na to pytanie, umożliwia analiza statystyk wyszczególnionych w tabeli 7.

Tabela 7. Liczba korzystających z miejsc noclegowych w Świdnicy w latach 2010-2014 (w os.).

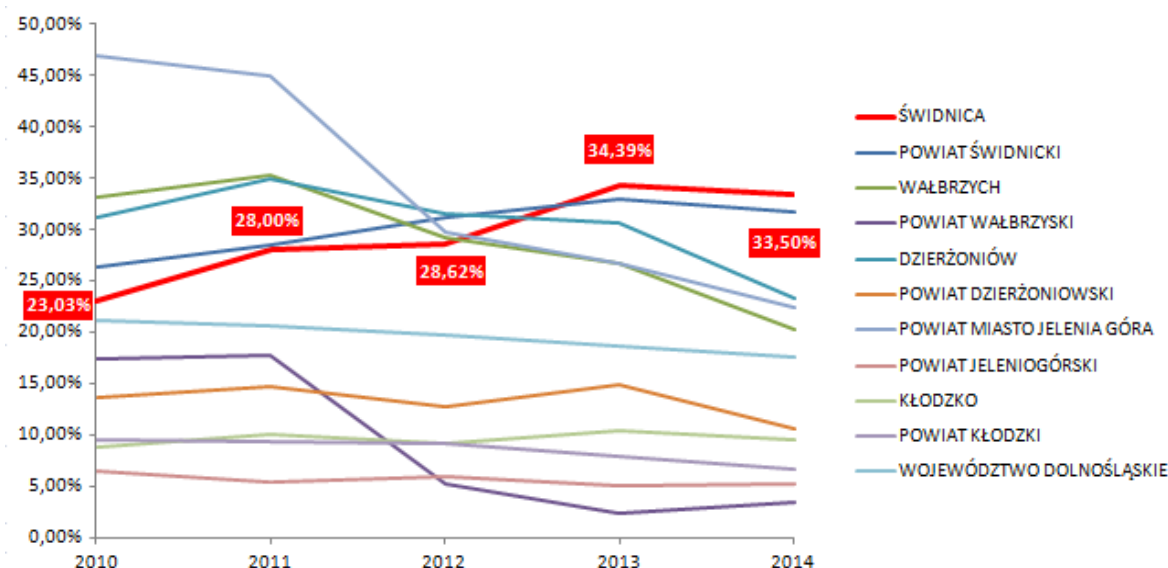
Wyszczególnienie	2010	2011	2012	2013	2014
Ogólna liczba korzystających turystów					
Obiekty hotelowe razem	5016	4876	7417	11465	14949
Domy wycieczkowe	2100	1714	2024	1448	1635
Schroniska młodzieżowe	0	0	0	0	0
Szkolne schroniska młodzieżowe	3382	3354	3224	2744	3523
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	722	0	0	0	0
Kempingi	439	518	449	566	783
Liczba korzystających turystów zagranicznych					
Obiekty hotelowe razem	1764	1710	2163	3666	4724
Domy wycieczkowe	334	335	390	331	242
Schroniska młodzieżowe	0	0	0	0	0
Szkolne schroniska młodzieżowe	86	151	229	296	422
Ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe	0	0	0	0	0
Kempingi	247	158	253	263	413

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Największym zainteresowaniem cieszyły się miejsca noclegowe oferowane przez obiekty hotelowe. Liczba korzystających z nich turystów wzrosła w 2014 r. o 9933 osoby w stosunku do 2010 r. w tej grupie turystów zaobserwowano względnie stabilny udział turystów zagranicznych, który średnio rzecz biorąc wyniósł 33%. Spadło zainteresowanie noclegami w domach wycieczkowych. Średni udział korzystających z nich turystów zagranicznych w ogólnej liczbie korzystających wyniósł 18,5%. Odwrotną tendencję obserwuje się w odniesieniu do stopnia wykorzystania miejsc noclegowych oferowanych przez kempingi. Ten sposób na nocleg w Świdnicy szczególnie doceniany jest przez turystów z zagranicy. W ciągu analizowanego okresu stanowili oni w zasadzie niezmiennie około połowę turystów korzystających z kempingów. Wyjątkiem był 2011 rok, kiedy udział tych turystów w ogólnej liczbie korzystających spadł do 30,5%. Prawdopodobnie w niedalekiej przyszłości zaistnieje potrzeba zwiększenia liczby miejsc przystosowanych do kamperów. Jest to segment rynku turystycznego bardzo dobrze rozwinięty m.in. u zachodnich sąsiadów z dużym potencjałem rozwojowym również w Polsce (coraz więcej Polaków interesuje się właśnie tą formą podróży). Aktualnie zwolennicy tego typu zwiedzania i spędzania wolnego czasu trafiają do Świdnicy przede wszystkim z Niemiec. Według wyników badania przeprowadzonego w 2015 r. przez Polską Organizację Turystyczną, w której 16% respondentów pochodziło z Niemiec, blisko jedno trzecia turystów kojarzy wypoczynek w Polsce z wycieczkami rowerowymi. Jest to jeden z argumentów przemawiających za koniecznością modernizacji i rozbudową ścieżek rowerowych w Świdnicy. Tym bardziej, że oceny większości turystów na temat istniejącej infrastruktury rowerowej są niskie.

Zainteresowanie turystów noclegami w szkolnych schroniskach młodzieżowych w zasadzie niewiele się zmieniło w całym okresie analizy (średnia liczba korzystających turystów dla 5 lat wyniosła 3246 osób), ale zmianie uległa struktura osób w nich wypoczywających. Systematycznie wzrastał bowiem udział turystów zagranicznych korzystających z tych schronisk z 2,5% w 2010 r. do 12% w 2014 r.

W Świdnicy, jako jedynym mieście w zestawieniu, systematycznie wzrastała liczba udzielanych noclegów turystom zagranicznym (zob. rysunek 19 i tabela 8).



Rysunek 19. Odsetek udzielonych noclegów turystom zagranicznym w ogólnej liczbie udzielonych noclegów w Świdnicy w latach 2010-2014.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 8. Odsetek udzielonych noclegów turystom zagranicznym w ogólnej liczbie udzielonych noclegów w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014.

Jednostka terytorialna	2010	2011	2012	2013	2014
ŚWIDNICA	23.03%	28.00%	28.62%	34.39%	33.50%
POWIAT ŚWIDNICKI	26.27%	28.48%	31.24%	32.95%	31.68%
WAŁBRZYCH	33.21%	35.25%	29.27%	26.78%	20.34%
POWIAT WAŁBRZYSKI	17.45%	17.85%	5.32%	2.38%	3.42%
DZIERŻONIÓW	31.18%	34.97%	31.48%	30.72%	23.32%
POWIAT DZIERŻONIOWSKI	13.64%	14.72%	12.78%	14.91%	10.69%
POWIAT MIASTO JELENIA GÓRA	46.90%	44.89%	29.75%	26.63%	22.47%
POWIAT JELENIOGÓRSKI	6.41%	5.44%	6.01%	5.02%	5.23%
KŁODZKO	8.89%	10.03%	9.09%	10.36%	9.47%
POWIAT KŁODZKI	9.54%	9.32%	9.24%	7.88%	6.64%
WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE	21.12%	20.57%	19.74%	18.70%	17.63%

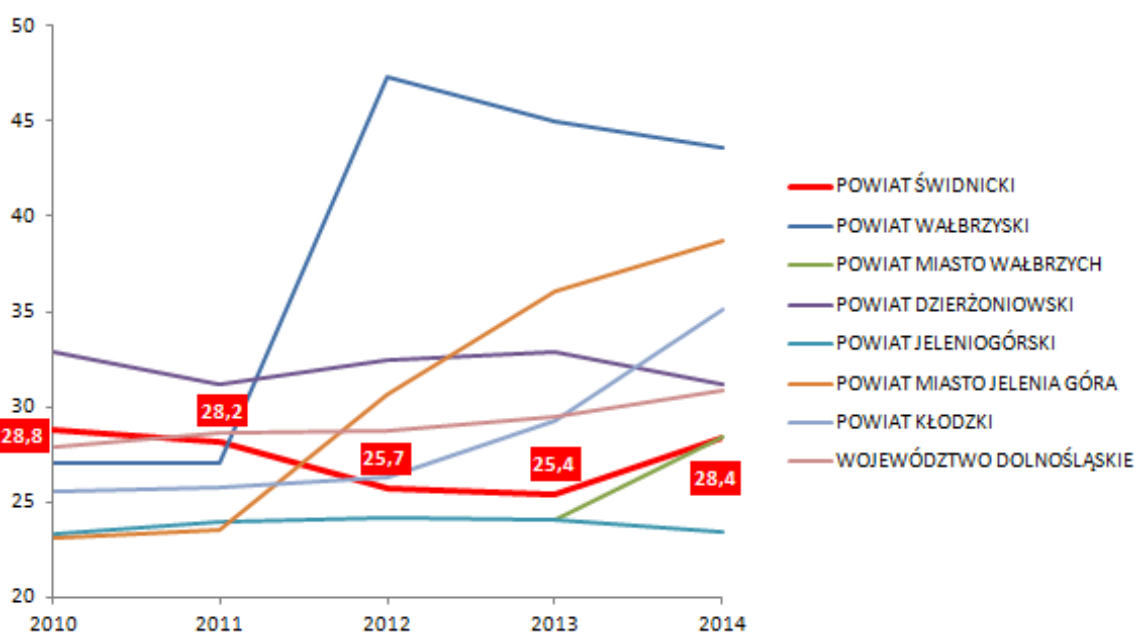
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Poza Świdnicą jedynie w Wałbrzychu odnotowano dodatnią zmianę pod względem liczby udzielonych noclegów turystom zagranicznym. Należy również podkreślić, że w 2014 r. Świdnica mocno zbliżyła się do lidera Aglomeracji Wałbrzyskiej pod względem wartości bezwzględnych wskaźnika.

Wzrost udzielonych noclegów turystom zagranicznym spowodował, że w 2014 r. Świdnica dominowała pod względem udziału noclegów udzielonych turystom zagranicznym w stosunku do wszystkich udzielonych noclegów (zob. tabela 8). Co trzeci nocleg udzielony został turyście zagranicznemu. W sąsiednim Wałbrzychu jedynie jedna piąta noclegów udzielona zastała turystom zagranicznym. Najliczniejszą grupą turystów zagranicznych korzystających z noclegów na terenie Świdnicy są goście z Niemiec (w 2014 r. udzielono im 2310 noclegów). Dla porównania drugiej w kolejności grupie turystów z Wielkiej Brytanii udzielono w tym samym okresie 302 noclegi. Inni turyści zagraniczni korzystający z bazy noclegowej pochodzą głównie z Czech, Belgii oraz Holandii.

Warto podkreślić, że w przypadku Wałbrzycha i Świdnicy zaobserwowano zupełnie odwrotne trendy. W pierwszym roku analizy Wałbrzych posiadał dużo wyższy wskaźnik od Świdnicy, ale w kolejnych latach jego wartość systematycznie malała. Odwrotnie niż w Świdnicy, w której liczba noclegów udzielonych turystom zagranicznym systematycznie rosła. Co ciekawe w 2014 r. wskaźnik dla Świdnicy osiągnął podobną wartość co w Wałbrzychu w 2010 r. Z kolei wartość wskaźnika w 2014 r. dla Wałbrzycha spadła do poziomu zaobserwowanego w 2010 r. w Świdnicy. Biorąc pod uwagę inne miasta stanowiące bazę porównawczą, to największa zmiana w strukturze noclegów nastąpiła w Jeleniej Górze i Dzierżoniowie. Jelenia Góra dominowała w pierwszym roku analizy pod względem udziału noclegów udzielonych turystom zagranicznym (blisko 50%) jednak w 2014 r. już jedynie co piąty nocleg udzielony został turyście z zagranicy. Wysoki spadek wartości wskaźnika odnotowano również w ościennym Dzierżoniowie.

Jednym z najważniejszych celów analizy bazy noclegowej jest odpowiedź na pytanie: czy jest ona adekwatna do wielkości zgłaszanego popytu? Niestety, informacje na ten temat nie są gromadzone przez statystykę publiczną na poziomie miast. Statystyki wykorzystania miejsc noclegowych dostępne są dla powiatów i to właśnie te wartości zilustrowano na rysunku 20 i wyszczególniono w tabeli 9.



Rysunek 20. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w powiecie świdnickim na tle wybranych powiatów województwa dolnośląskiego w latach 2010-2014 (w %).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Tabela 9. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych ogółem w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014 (w %)

Jednostka terytorialna	2010	2011	2012*	2013	2014
POWIAT ŚWIDNICKI	28,8	28,2	25,7	25,4	28,4
POWIAT WAŁBRZYSKI	27,0	27,0	47,3	45,0	43,6
POWIAT MIASTO WAŁBRZYCH	-	-	-	24,1	28,4
POWIAT DZIERŻONIOWSKI	32,9	31,2	32,5	32,9	31,2
POWIAT JELENIOGÓRSKI	23,3	24,0	24,2	24,1	23,4
POWIAT MIASTO JELENIA GÓRA	23,1	23,5	30,6	36,1	38,7
POWIAT KŁODZKI	25,6	25,8	26,3	29,3	35,1
WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE	27,9	28,6	28,7	29,5	30,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Pomimo wzrostu liczby turystów odwiedzających Świdnicę i powiat świdnicki stopień wykorzystania miejsc noclegowych w Powiecie w zasadzie nie uległ zmianie w całym okresie analizy i można przyjąć, że oscylował on wokół 28%. Zatem 2/3 miejsc noclegowych jest w Powiecie niewykorzystywana. Jest to wynik niższy niż dla całego województwa dolnośląskiego oraz większości powiatów uwzględnionych w analizie. Zdecydowanym liderem jest powiat wałbrzyski, ale warto również zwrócić uwagę na powiat kłodzki oraz miasto Jelenia Góra, gdzie odnotowano systematyczny wzrost stopnia wykorzystania miejsc noclegowych.

Słaby wynik powiatu świdnickiego pod względem wartości wskaźnika wykorzystania miejsc noclegowych dodatkowo pogarsza fakt, że powiat świdnicki posiada jeden z najniższych wskaźników miejsc noclegowych w przeliczeniu na 1000 mieszkańców (zob. tabela 10).

Tabela 10. Miejsca noclegowe ogółem na 1000 ludności w powiecie świdnickim i w wybranych powiatach w latach 2010-2014.

Jednostka terytorialna	2010	2011	2012	2013	2014
POWIAT ŚWIDNICKI	5,70	6,57	7,40	7,46	7,53
POWIAT WAŁBRZYSKI	6,45	6,34	12,14	27,83	30,28
POWIAT MIASTO WAŁBRZYCH	-	-	-	3,57	8,15
POWIAT DZIERŻONIOWSKI	5,92	5,22	5,28	5,27	6,03
POWIAT JELENIOGÓRSKI	215,18	235,19	267,51	266,31	277,01
POWIAT MIASTO JELENIA GÓRA	22,24	20,27	31,91	28,25	27,25
POWIAT KŁODZKI	52,64	52,64	66,10	65,96	67,05
WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE	16,82	16,99	20,26	20,08	20,74

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

Niższą wartość wskaźnika zanotowano jedynie w powiecie dzierżoniowskim co w dużej mierze tłumaczy lepsze osiągnięcia tego powiatu w stosunku do powiatu świdnickiego pod względem wykorzystania miejsc noclegowych (wyższy stopień wykorzystania miejsc noclegowych prawdopodobnie wynika z mniejszej podaży tych miejsc). Zupełnie innym przypadkiem jest powiat wałbrzyski. Zaobserwowano tam istotny wzrost wykorzystania miejsc noclegowych pomimo dużego wzrostu liczby miejsc noclegowych w przeliczeniu na 1000 mieszkańców. Podobna sytuacja miała miejsce w Jeleniej Górze.

Wyniki powyższej analizy, pomimo że odnoszą się do powiatu świdnickiego potwierdzają podnoszony w Świdnicy problem z zatrzymaniem turysty w mieście na dłużej niż jeden dzień

i traktowaniem przez turystów Świdnicy jako miasta tranzytowego. Jest to niewątpliwie główny problem, z jakim muszą się zmierzyć władze miasta. Miasto aktualnie postrzegane jest głównie przez pryzmat Kościoła Pokoju, Katedry i Rynku. Świdnica potrzebuje nowych produktów turystycznych, które będą przyciągać nowe segmenty turystów. W procesie kreowania nowych produktów istotne znaczenie będzie miało profesjonalne podejście uwzględniające uczestnictwo instytucji eksperckich i badawczych specjalizujących się w branży turystycznej a także osób i stowarzyszeń działających na terenie miasta w zakresie rozwoju turystyki. Autorzy diagnozy postulują, aby zainicjować w Świdnicy rozwój turystyki oparty na wiedzy. Pierwsze kroki zostały już poczynione bowiem miasto zleciło kompleksowe badanie ruchu turystycznego, a jego przedstawiciele uczestniczą w debatach poświęconych rozwojowi turystyki w Świdnicy. Przykładem może być ta zorganizowana przez fundację Symbioza, która stała się jednym z impulsów do rozpoczęcia prac nad zbudowaniem produktu turystycznego w oparciu o postać Czerwonego Barona. W momencie tworzenia niniejszej Strategii trwają prace nad organizacją Kongresu Turystyki Polskiej, ogólnokrajowego wydarzenia dedykowanego przedstawicielom branży turystycznej, realizowanego m.in. we współpracy z Ministerstwem Sportu i Turystyki. Z kolei współpraca z Lokalną Organizacją Turystyczną „Księstwo Świdnicko-Jaworskie” umożliwiła uwzględnienie w niniejszej diagnozie cennych wyników badań ruchu turystycznego prowadzonych w Wieży Ratuszowej, Informacji Turystycznej, Muzeum Dawnego Kupiectwa oraz Domu Wycieczkowym OSIR. Niezbędne będzie dalsze, systematyczne monitorowanie ruchu turystycznego w Świdnicy oraz monitorowanie postępów w realizacji niniejszej Strategii.

Według wyników badań ruchu turystycznego w Świdnicy, zasięg oddziaływania oferty turystycznej miasta jest niewielki i obejmuje przede wszystkim region Dolnego Śląska. Musi zatem nastąpić intensyfikacja działań promujących Świdnicę jako destynację turystyczną i biznesową. Działania takie nie muszą być kosztochłonne jeżeli oparte zostaną na nowoczesnych kanałach komunikacji w postaci mediów społecznościowych czy mikroblogów. Należy bowiem wykorzystać fakt, że większość turystów zatrzymujących się w Świdnicy na dłużej to osoby indywidualnie planujące swój wyjazd głównie z wykorzystaniem zasobów internetowych. Promocja walorów turystycznych może odbywać się za pośrednictwem samych mieszkańców, którzy dzięki mediom społecznościowym mogą pełnić rolę ambasadorów swojego miasta. Swoją aktywnością w mediach społecznościowych mogą w stosunkowo szybki sposób wypromować zarówno miejsca, jak i wydarzenia odbywające się na terenie miasta. Zasięg geograficzny takiej promocji jest w zasadzie nieograniczony. Nieoceniona dla miasta może być również współpraca z blogerami i vlogerami. Dobrym przykładem promocji miasta może być eloblog.pl gdzie Autor blogu umieszcza i opisuje Wieżę Ratuszową w Świdnicy jako jeden z dziesięciu najlepszych punktów widokowych na Dolnym Śląsku a także porusza temat podziemnej stacji wzmacniarkowej w Świdnicy.

Charakteryzując bazę noclegową w Świdnicy trudno nie odnieść się do samej branży hotelowej, która w ostatnich latach dynamicznie się w Polsce rozwija. W Polsce przybywa najwięcej hoteli trzygwiazdkowych. Analitycy branży prognozują również duży wzrost liczby hoteli ekonomicznych, zlokalizowanych w centrum miast z szybkim dostępem do miejskich atrakcji. Co istotne większy udział w systematycznym wzroście popytu na usługi hotelowe mają rodzimi turyści niż obcokrajowcy. Według danych z raportu pt. „Raport Hotelarski w Polsce. Raport 2015” w 2014 r. Polacy stanowili 72% wszystkich korzystających z polskiej bazy hotelowej. Polacy korzystający z noclegów w hotelach zlokalizowanych w Polsce najczęściej zatrzymują się na 2-3 dni (45% ogółu korzystających). Nieco dłuższy pobyt w hotelu liczący 3-5 dni deklaruje blisko 20% badanych. Wraz z popytem systematycznie wzrasta również podaż usług hotelowych. Tylko w pierwszej połowie 2015 r. baza hotelowa zwiększyła się o 73 skategoryzowane hotele. Największy udział w tym wzroście miały hotele trzygwiazdkowe (47 obiektów) oraz dwugwiazdkowe (15 obiektów). W efekcie w pierwszej połowie 2015 r. w Polsce funkcjonowało 201 hoteli jednogwiazdkowych, 676 dwugwiazdkowych, 1296 trzygwiazdkowych, 334

czterogwiazdkowych oraz 59 pięciogwiazdkowych. Wszystkie hotele łącznie oferowały 244750 miejsc noclegowych²².

W 2014 r. 45% wszystkich miejsc noclegowych w powiecie świdnickim oferowana była przez hotele, pensjonaty i inne obiekty hotelowe. Udział ten w zasadzie nie zmienił się od 2010 r. Te obiekty wybierane są przez 44% turystów decydujących się na nocleg w Świdnicy.

Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w obiektach hotelowych na Dolnym Śląsku według GUS wyniósł w 2014 r. 30,9%. w tym samym czasie stopień wykorzystania miejsc noclegowych oferowanych przez hotele wyniósł 32,8%. Niestety, informacje o stopniu wykorzystania miejsc noclegowych w obiektach hotelowych w Świnicy nie są dostępne dlatego kondycję branży hotelowej oceniono na podstawie dwóch wskaźników. Pierwszy z nich dotyczy ogólnej liczby noclegów udzielonych przez obiekty hotelowe (zob. tabela 11). Drugi wskaźnik informuje o liczbie noclegów udzielonych przez obiekty hotelowe turystom zagranicznym (zob. tabela 12).

Tabela 11. Liczba noclegów udzielonych w obiektach hotelowych w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014.

Jednostka terytorialna	2010	2011	2012*	2013	2014	Zmiana 2014/2010	Miejsce w rankingu
ŚWIDNICA	9469	9202	14477	21474	27519	190.62%	1
POWIAT ŚWIDNICKI	43523	42454	42083	44931	50765	16.64%	6
WAŁBRZYCH	39717	40811	37986	42393	81060	104.09%	2
POWIAT WAŁBRZYSKI	64540	63324	59782	19093	38137	-40.91%	10
DZIERŻONIÓW	15457	15878	18423	20539	17734	14.73%	7
POWIAT DZIERŻONIOWSKI	28469	27037	29937	32171	31416	10.35%	9
POWIAT MIASTO JELENIA GÓRA	109175	116127	117097	125758	129453	18.57%	5
POWIAT JELENIOGÓRSKI	534287	634316	739206	750527	768408	43.82%	3
KŁODZKO	7643	8306	8263	7761	8612	12.68%	8
POWIAT KŁODZKI	304240	313770	365196	376422	380464	25.05%	4
WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE	2794122	3055728	3249253	3369287	3707556	32.69%	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

²² Rynek Hotelarski w Polsce. Raport 2015, BROG Marketing Sp. z o.o. S.K., Warszawa 2015.

Tabela 12. Liczba noclegów udzielonych w obiektach hotelowych turystom zagranicznym w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014.

Jednostka terytorialna	2010	2011	2012*	2013	2014	Zmiana 2014/2010	Miejsce w ran- kingu
ŚWIDNICA	4526	4375	5576	8837	11374	151.30%	1
POWIAT ŚWIDNICKI	10880	10718	12283	15206	15693	44.24%	3
WAŁBRZYCH	13283	14727	11856	12122	18295	37.73%	4
POWIAT WAŁBRZYSKI	20227	22072	18023	5326	8885	-56.07%	10
DZIERŻONIÓW	4601	5672	5799	6310	4278	-7.02%	7
POWIAT DZIERŻONIOWSKI	8920	9450	8430	9638	7101	-20.39%	9
POWIAT MIASTO JELE- NIA GÓRA	53029	53839	51502	55915	49132	-7.35%	8
POWIAT JELENIOGÓRSKI	69245	60597	78654	66592	70812	2.26%	5
KŁODZKO	918	833	814	848	899	-2.07%	6
POWIAT KŁODZKI	46257	46324	58410	65203	66997	44.84%	2
WOJEWÓDZTWO DOL- NOŚLĄSKIE	821742	826951	916530	920609	953578	16.04%	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS.

W przypadku obu wskaźników największe zmiany dokonały się właśnie w Świdnicy. W 2010 r. liczba noclegów udzielonych przez obiekty hotelowe była bardzo niska. Jak pokazały kolejne lata duży wzrost liczby noclegów potwierdził potrzebę powstania kilku nowych obiektów hotelowych na terenie miasta. Trudno w tym miejscu nie odnieść się do sąsiedniego Dzierżoniowa, gdzie liczba udzielonych noclegów w 2010 była zdecydowanie wyższa (o 5988), ale w zasadzie niewiele się zmieniła w analizowanym okresie. Zupełnie inaczej niż w Świdnicy, w której w 2014 r. udzielono o 9785 noclegów w obiektach hotelowych więcej niż w Dzierżoniowie.

Charakterystyczną cechą jest bardzo wysoki udział noclegów udzielonych turystom zagranicznym (w 2014 r. wyniósł on 41,33%). Wskaźnik na zbliżonym poziomie zaobserwowano jedynie w Jeleniej Górze (37,95% w 2014 r.). W województwie dolnośląskim w tym samym okresie jedynie co czwarty nocleg udzielony został turystyce zagranicznej. Odwrotną sytuację w stosunku do tej w Świdnicy obserwuje się w pobliskim Wałbrzychu i Dzierżoniowie, gdzie dominują noclegi udzielone turystom krajowym (odpowiednio 23% i 24% noclegów udzielonych turystom zagranicznym w 2014 r.). Biorąc pod uwagę ogólną liczbę noclegów udzielonych w Wałbrzychu i jego bliskość Świdnicy - wydaje się, że miasto ma odpowiedni potencjał by „przejąć” część turystów korzystających z noclegów na terenie Wałbrzycha. Szansą dla świdnickiej branży hotelarskiej może być również zapowiadany wzrost wewnętrznego popytu na usługi hotelowe (zwłaszcza w obiektach o trzygwiazdkowym standardzie). To jednak wymaga wielu działań ze strony władz miasta, aby Świdnica stała się bazą wypadową w pobliżu Góry Sowich²³ oraz inne atrakcje Aglomeracji Wałbrzyskiej, a także dla zwiedzania Dolnego Śląska zwłaszcza przez gości spoza województwa dolnośląskiego. Warto podkreślić, że stosunkowo często wskazywanym przez turystów czynnikiem mogącym przyciągnąć do Świdnicy jest właśnie bliskość gór.

²³ Sąsiedni Wałbrzych uruchomił regularne połączenia autobusowe do miejscowości Rzeczka w Górach Sowich.

2. Obszary problemowe oraz postulowane kierunki rozwoju turystyki dla miasta Świdnicy

2.1. Obszary problemowe w zakresie rozwoju funkcji turystycznej miasta

Powyższa diagnoza i analiza danych dotyczących stanu rozwoju turystyki na terenie miasta Świdnicy pozwalają na wskazanie kilku istotnych tendencji - następuje:

- systematyczny wzrost liczby turystów odwiedzających miasto, zwłaszcza na tle innych miejscowości i obszarów poddanych badaniu,
- zdecydowany wzrost liczby turystów zagranicznych odwiedzających Świdnicę,
- od 2011 r. systematyczny wzrost liczby udzielonych noclegów na terenie miasta,
- od 2010 r. systematyczny wzrost w mieście liczby udzielanych noclegów turystom zagranicznym, w tym w szczególności w obiektach hotelowych,
- niezmienny stopień wykorzystania miejsc noclegowych w powiecie świdnickim (pomimo wzrostu liczby turystów odwiedzających Świdnicę) - 2/3 miejsc noclegowych w powiecie jest niewykorzystywana (wynik niższy niż dla całego województwa dolnośląskiego),
- powiat świdnicki posiada jeden z najniższych wskaźników miejsc noclegowych w przeliczeniu na 1000 mieszkańców (w stosunku do porównywanych miast).

Spośród wszystkich wskazanych pozytywne trendy mogą stanowić wyróżnik Świdnicy na tle sąsiednich obszarów.

Dodatkowo na podstawie analizy danych i informacji zawartych w dokumentach dotychczas opracowywanych na zlecenie Urzędu Miejskiego (Strategia Rozwoju Miasta²⁴, Strategia Promocji Świdnicy²⁵, Badanie i analiza ruchu turystycznego²⁶), przygotowywanych przez instytucje związane z rozwojem turystyki (wyniki badań ankietowych CITiK²⁷) oraz na podstawie własnych obserwacji i analiz w zakresie istniejących i potencjalnych walorów turystycznych miasta, zidentyfikowano następujące najważniejsze obszary problemowe, rzutujące na aktualną sytuację w zakresie rozwoju turystyki w Świdnicy:

- stosunkowo krótki czas pobytu odwiedzających miasto (przeważają pobyty kilkugodzinne) – miasto często traktowane jako punkt, przez który się przejeżdża, jako krótki przystanek w podróży,
- mała liczba działań i inicjatyw ukierunkowanych na „zatrzymanie” na dłuższy okres turysty odwiedzającego główną atrakcją miasta – Kościół Pokoju,
- mała liczba działań i inicjatyw ukierunkowanych na zwiększenie liczby atrakcji turystycznych (dywersyfikacja oferty, w szczególności w kierunku atrakcji dla rodzin z dziećmi), które spowodowałyby wydłużenie pobytu odwiedzającego/turysty na terenie miasta – dotychczas ruch koncentruje się wokół trzech miejsc: Kościół Pokoju, Katedra Świdnicka, Rynek z Wieżą Ratuszową i Muzeum Dawnego Kupiectwa.
- brak spójnego turystycznego systemu informacji miejskiej (atrakcji turystycznych, informacji historycznych, itp.),
- brak zintegrowanego i rozpoznawalnego produktu(ów) turystycznego na terenie miasta,

²⁴ R. Galar, J. Muszyński, J. Waszkiewicz, *Świdnica w perspektywie pokoleniowej. Strategia Miasta A.D. 2009*, Infrakom Sp. z o.o., Świdnica, październik 2009.

²⁵ *Strategia promocji Świdnicy*, Korporacja Reklamy Linea, Wrocław, wrzesień 2004.

²⁶ *Badanie i analiza ruchu turystycznego na terenie Świdnicy. Raport końcowy*, IPC Instytut Badawczy, Biostat Grupa, Świdnica, listopad 2015.

²⁷ J. Sikora, A. Deska, *Analiza wyników ankiety Centrum Informacji Turystycznej i Kulturalnej w Świdnicy*, Stowarzyszenie Lokalna Organizacja Turystyczna „Księstwo Świdnicko-Jaworskie”, Świdnica, 2015.

- brak regularnej współpracy pomiędzy podmiotami, instytucjami i organizacjami w zakresie kształtowania spójnej polityki rozwoju turystyki na terenie miasta,
- brak regularnej współpracy w zakresie kształtowania spójnej polityki rozwoju turystyki na obszarach otaczających miasto, w szczególności z Gminą Świdnica, w zakresie promocji obszaru Pogórza Wałbrzyskiego, Gór Sowich oraz Doliny Bystrzycy i Piławy, jako atrakcyjnych terenów, w szczególności do uprawiania turystyki aktywnej,
- brak spójnego i zintegrowanego systemu tras turystycznych na terenie miasta,
- brak spójnego i zintegrowanego systemu szlaków pieszych i rowerowych na terenie miasta i w najbliższych okolicach,
- brak spójnego programu promocji Świdnicy jako miejsca atrakcyjnego pod względem turystycznym.

Dotychczas przeprowadzony przegląd walorów turystycznych miasta oraz analiza danych i informacji daje możliwość przeprowadzenia analizy SWOT, stanowiącej strategiczne narzędzie pozwalające na zestawienie czynników rozwoju badanego obszaru. Szczegółową identyfikację silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń przeprowadzono z punktu widzenia rozwoju funkcji turystycznej w mieście Świdnica. Każdej szansie i zagrożeniu oraz każdej silnej i słabej stronie nadano ocenę siły oddziaływania w skali 1-5, gdzie 1 oznacza najniższy wpływ na rozwój lub osłabienie rozwoju funkcji turystycznej (w zależności od charakteru czynnika – stymulanta lub destymulanta rozwoju), zaś 5 ocenę najwyższą. Następnie dokonano sumowania ocen poszczególnych czynników uwzględnionych w analizie SWOT. Na podstawie sumy ocen dokonano wyznaczenia potencjalnej strategii działania w odniesieniu do rozwoju funkcji turystycznej w mieście. Szczegóły prezentuje poniższa tabela.

Tabela 13. Analiza SWOT - rozwoju funkcji turystycznej w mieście Świdnica

PKT	Lista mocnych stron miasta w kontekście rozwoju funkcji turystycznej		Lista słabych stron miasta w kontekście rozwoju funkcji turystycznej	
		PKT 46		PKT 42
PKT	Unikalne, w skali kraju i w wymiarze międzynarodowym, obiekty dziedzictwa kulturowego	5	Brak zintegrowanego i rozpoznawalnego produktu(ów) turystycznego na terenie miasta	5
	Zwarta zabudowa miasta pozwalająca na stosunkowo szybkie przemieszczanie się pomiędzy obiektami/atrakcjami	4	Mała liczba działań i inicjatyw ukierunkowanych na „zatrzymanie” turysty na dłuższy okres	5
	Unikalny charakter oraz wielowiekowe tradycje kupieckie i handlowe miasta	3	Nie w pełni wykorzystane zabytki i miejscowe atrakcyjne turystycznie – brak dywersyfikacji oferty, w szczególności w kierunku atrakcji dla rodzin z dziećmi	4
	Korzystne położenie geograficzne umożliwiające połączenie z głównymi atrakcjami w tej części regionu – miasto jako baza wypadowa	4	Ograniczone możliwości inwestycyjne w niektórych obiektach o znacznym potencjale turystycznym	3
	Korzystne położenie geograficzne umożliwiające połączenie z głównymi miastami w regionie	3	Słabo rozwinięta sieć przestrzennej (ulicznej) informacji turystycznej, w tym oznakowania atrakcji turystycznych i tras miejskich	5
	Sieć dróg krajowych i wojewódzkich przebiegających przez miasto, zapewniająca dobrą dostępność komunikacyjną	4	Brak spójnej sieci dróg i szlaków rowerowych na terenie miasta i w jego najbliższych okolicach	4
	Położenie w otoczeniu 4 parków krajobrazowych	3	Niedoinwestowana publiczna infrastruktura turystyczna, głównie brak centralnego parkingu w mieście, obsługującego m.in. ruch turystyczny (samochody, autokary)	4
	Dobre warunki klimatyczne	2	Małe zróżnicowanie w strukturze standardu miejsc noclegowych, ze szczególnym deficytem miejsc w standardzie turystycznym i niskobudżetowym	3
	Zainteresowanie mieszkańców prowadzeniem turystycznej i para-turystycznej działalności gospodarczej	3	Brak regularnej współpracy i niewystarczająca koordynacja działań pomiędzy podmiotami, instytucjami i organizacjami w opracowaniu spójnej turystycznej polityki rozwoju, oferty miasta oraz działań promocyjnych na jego terenie i najbliższej okolicy	5
	Rozwijająca się współpraca różnych podmiotów i organizacji na rzecz promocji i rozwoju turystyki w mieście	2	Małe zaangażowanie mieszkańców w rozwój i promocję rozwoju turystyki w mieście	2
	Występowanie rozpoznawalnych produktów lokalnych	2	Słabo wykorzystywana instytucja wolontariatu do rozwoju turystyki w mieście	2
	Potencjał w postaci ludzi z umiejętnościami artystycznymi (rzeźba, malarstwo, fotografia), którzy mogą wspierać rozwój turystyki	2		
	Dobra jakość bazy gastronomicznej, w szczególności w centrum miasta	3		
	Rozwinięta infrastruktura noclegowa	3		
	Gościnność i życzliwość mieszkańców miasta	3		

31	Lista szans w otoczeniu miasta w kontekście rozwoju funkcji turystycznej	<p><i>Przewaga silnych stron miasta Świdnicy oraz przewaga szans w otoczeniu miasta Świdnicy</i></p> <p><i>-</i></p> <p><i>przyjęcie strategii wykorzystania szans płynących z otoczenia przy zaangażowaniu silnych stron miasta w kontekście rozwoju funkcji turystycznej</i></p>		
3	Przynależność Polski do wielu organizacji międzynarodowych, w tym w szczególności UE (swobodne przemieszczanie się w granicach UE, większa możliwość współpracy między organizacjami)			
4	Wzrost poziomu PKB w Polsce (pozytywne zmiany w popycie krajowym, wzrost wydatków konsumpcyjnych, w tym na turystykę krajową, itp.)			
5	Korzystne tendencje w zakresie wzorców konsumpcji, stylu i jakości życia, w tym uprawianie turystyki, aktywny tryb życia – częstsze, a krótsze wyjazdy w celach rekreacyjno-wypoczynkowych, otwarcie na poznanie, przygodę i przeżycia			
3	Rosnący postęp technologiczny, szczególnie w dziedzinie IT, w tym rozwiązań wspierających turystykę			
4	Możliwości wykorzystywania zewnętrznych źródeł finansowania dla rozwoju turystyki (fundusze krajowe i europejskie), w tym we współpracy z krajami sąsiednimi w ramach współpracy transgranicznej			
3	Ogólna tendencja do wydłużania sezonu turystycznego na miesiące jesienno-zimowe i wczesnowiosenne – np. wyjazdy weekendowe			
2	Wzrost zainteresowania Polaków turystyką krajową w związku z ograniczeniami w turystyce zagranicznej: fala imigracji, terroryzm, itp.			
3	Rozwój i poprawa jakości infrastruktury transportowej kraju i regionu			
2	Rozwój działalności w niszach rynkowych, które mogą wspierać rozwój turystyki, np. produkcja lokalnych produktów spożywczych, rzemiosło i rękodzieło, itp.			
2	Wzrost rozpoznawalności i rangi obiektów i miejsc UNESCO wśród turystów			
23	Lista zagrożeń w otoczeniu miasta w kontekście rozwoju funkcji turystycznej			
3	Rozrost biurokracji utrudniającej prowadzenie działalności gospodarczej, w tym w obszarze turystyki.			
4	Starzenie się społeczeństwa, które może wpływać na ograniczenie mobilności, a przez to zmniejszenie ruchu turystycznego.			
3	Rosnący postęp techniczny i technologiczny może doprowadzić do wyparcia tradycyjnych odwiedzin obszaru na rzecz odwiedzin wirtualnych			
4	Niewystarczająca liczba sponsorów wspierających rozwój turystyki – turystyka postrzegana jako nieatrakcyjna forma promocji			
5	Utrzymujący się brak współpracy i relacji partnerskich pomiędzy podmiotami gospodarczymi, organizacjami branżowymi, samorządami oraz sferą szkolnictwa i nauki w obszarze turystyki			
4	Obecność wielu stref aktywności turystycznej i atrakcji turystycznych w kraju (Pomorze, Małopolska, Mazury) i regionie (Karkonosze, Dolina Baryczy, Uzdrowiska Kotliny Kłodzkiej, Wrocław) oferujących korzystne warunki do uprawiania turystyki i stanowiących potencjalną konkurencję o ograniczony czas wolny turysty			

Źródło: Opracowanie własne.

Dla większej czytelności wyników zestawienia, poniżej zaprezentowano uproszczoną tablicę dla analizy SWOT z danymi zagregowanymi.

Tabela 14. Uproszczona tablica SWOT dla rozwoju funkcji turystycznej w mieście Świdnica

PKT	Kategorie	Lista mocnych stron miasta w kontekście rozwoju funkcji turystycznej	PKT 46	Lista słabych stron miasta w kontekście rozwoju funkcji turystycznej	PKT 42
31	Lista szans w otoczeniu miasta w kontekście rozwoju funkcji turystycznej	<i>STRATEGIA MAXI-MAXI</i> <i>Przewaga silnych stron miasta Świdnicy oraz przewaga szans w otoczeniu miasta Świdnicy</i>		X	
23	Lista zagrożeń w otoczeniu miasta w kontekście rozwoju funkcji turystycznej	X		X	

Źródło: Opracowanie własne.

Jak wynika z przeprowadzonej analizy SWOT, w mieście Świdnica występuje przewaga silnych stron w wewnętrznej strukturze potencjału rozwojowego funkcji turystycznej oraz przewaga szans w otoczeniu dla rozwoju turystyki. Taka sytuacja wymaga zastosowania strategii maksymalnego wykorzystania szans płynących z otoczenia w zakresie rozwoju turystyki, przy jednoczesnym maksymalnym wykorzystaniu silnych stron miasta w zakresie jego wewnętrznego potencjału turystycznego. Strategia taka nosi nazwę maxi-maxi – w takim układzie źródłem rozwoju jest **silna ekspansja i zdywersyfikowany rozwój**, przy potencjalnie sprzyjających warunkach zewnętrznych. W takiej sytuacji konieczne jest jak najlepsze wykorzystywanie obecnego potencjału w zakresie posiadanych walorów turystycznych, przy jednoczesnej próbie poszerzenia i zdywersyfikowania oferty miasta o nowe, zintegrowane produkty turystyczne i ukierunkowanie na nowe segmenty rynku.

2.2. Preferowane kierunki rozwoju turystyki w mieście

Jak powszechnie wiadomo, obecnie turystyka przybiera różne formy (m.in. turystyka kulturalna, sentymalna, kulinarna, festiwalowa, przyrodnicza, ekoturystyka, agroturystyka, piesza, rowerowa, narciarska, uzdrowiskowa, itd.) i jest motywowana wieloma bodźcami (m.in. wypoczynek, poznanie, rekreacja, rozrywka, ekscytacja, poprawa stanu zdrowia, aspekty biznesowe czy religijne), dlatego też jest uprawiana przez różnorodne grupy społeczne. Przyjęty w dalszej części dokumentu podział na strategiczne i wspomagające segmenty rozwoju, wynika z potrzeby właściwego zdefiniowania przyszłych działań i projektów, które zapewnią maksymalizację efektów ekonomiczno-społecznych z rozwoju funkcji turystycznej w mieście.

Wyznaczenie strategicznych i wspomagających segmentów rozwoju oparte zostanie o trzy podstawowe kryteria podziału turystyki:

- motyw podróży,
- czas pobytu,
- wiek i styl życia uczestników.

Ponadto dla każdego segmentu zostaną w sposób ogólny określone uwarunkowania jego rozwoju na terenie miasta.

Poniżej dokonano zestawienia poszczególnych segmentów rozwoju turystycznego miasta (tabela 15).

Tabela 15. Strategiczne i wspomagające segmenty rozwoju turystyki w Świdnicy

KRYTERIUM	STRATEGICZNE SEGMENTY ROZWOJU	WSPOMAGAJĄCE SEGMENTY ROZWOJU
Motyw podróży	TURYSTYKA POZNAWCZA (w tym m.in. kulturowa, krajoznawcza, religijna) – silnie oparta o wykorzystywanie bogatych zasobów dziedzictwa kulturowego miasta i okolic, z ukierunkowaniem na 3-4 strategiczne produkty turystyczne, które staną się „znakiem” rozpoznawczym, wyróżnikiem miasta.	TURYSTYKA KWALIFIKOWANA, AKTYWNA (rowerowa, piesza) – wykorzystująca dogodne położenie miasta na styku dwóch krain geograficznych – rozległych nizin (Nizina Śląska) i obszarów górskich (Sudety). TURYSTYKA ROZRYWKOWA (eventowa) – powiązana z pełnieniem przez miasto roli istotnego ośrodka życia kulturalnego i społecznego w województwie dolnośląskim i najważniejszego ośrodka miejskiego subregionu Przedgórze Sudeckiego.
Czas pobytu	TURYSTYKA KRÓTKOOKRESOWA (jednodniowa, weekendowa) – ze względu na swoje położenie i potencjał turystyczny, Świdnica może stać się celem całoniedniowych wyjazdów poznawczych oraz weekendową bazą wypadową w okoliczne tereny.	TURYSTYKA DŁUGOOKRESOWA - pobyty związane ze zorganizowanymi grupami np. drużyny sportowe, kluby pasjonatów, itp.
Wiek i styl życia uczestników	TURYSTYKA RODZINNA (rodziny z dziećmi) - zmiany w trendach turystycznych przejawiające się ukierunkowaniem na rozrywkę, edukację i ekscytację (tzw. 3E) w coraz większym stopniu dotyczą wyjazdów rodzinnych, a główny punkt ciężkości takiej oferty turystycznej położony jest na przeżycia i ekscytację dzieci. TURYSTYKA SENIORÓW (osoby starsze) – ukierunkowanie na tę grupę turystów wynika z makroekonomicznych trendów w kraju, jak i za granicą. W najbliższych dekadach nastąpi pogłębienie problemów demograficznych, przejawiających się w postaci wzrostu liczby osób w wieku poprodukcyjnym. Ta grupa społeczna będzie stanowiła istotny segment rynku turystycznego.	TURYSTYKA MŁODZIEŻOWA (szkolna, studencka) – pobyty młodzieży szkolnej związane z wycieczkami krajoznawczymi oraz zorganizowanymi grupami sportowymi, mającymi bazę treningową na terenie miasta. W przypadku starszej młodzieży i studentów wyjazdy mają zwykle charakter spontaniczny i ukierunkowane są na rozrywkę. TURYSTYKA BIZNESOWA, KONGRESOWA – Świdnica jako miasto o istotnym potencjale gospodarczym oraz z racji pełnienia funkcji głównego ośrodka administracyjno-kulturalnego Przedgórze Sudeckiego może pełnić także rolę subregionalnego centrum biznesowo-konferencyjnego.

Źródło: Opracowanie własne.

Z przeprowadzonych analiz i rozważań wynika, iż podstawowym kierunkiem rozwoju funkcji turystycznej w mieście, ze względu na motyw podróży turystycznej, powinna być **turystyka poznawcza** (oparta głównie o zasoby dziedzictwa kulturowego), wsparta bardzo silnie przez **turystykę aktywną i turystykę eventową**.

Z punktu widzenia czasu pobytu turysty w mieście, jako priorytetowa powinna zostać przyjęta **turystyka krótkookresowa** (do 3-4 dni), rozumiana jako pobyty jednodniowe-poznawcze oraz pobyty weekendowe, związane ze zwiedzaniem miasta i okolicznych terenów.

Z punktu widzenia kryterium wieku, jako podstawowe należy wskazać **rodziny z dziećmi** (w szczególności niepełnoletnimi) oraz **osoby starsze**. Wybór tych segmentów wynika z zachodzących trendów oraz zmian w obszarze demografii, stylu życia i sposobu uprawiania turystyki.

Pozostałe wymienione segmenty powinny mieć charakter wspomagający i uzupełniać główne kierunki rozwoju funkcji turystycznej. Należy jednak podkreślić, iż przyjęty w tym dokumencie podział nie ma stałego charakteru i w trakcie realizacji zapisów niniejszej strategii lub przy opracowywaniu kolejnej strategicznej perspektywy rozwoju turystyki w mieście, może nastąpić naturalna zmiana w ramach przyjętych grup podziału. Mogą również pojawić się nowe, dotychczas nieuwzględnione segmenty rozwoju turystyki w mieście.

Jak już wcześniej wspomniano wypracowanie nowej branżowej (turystycznej) strategii rozwoju miasta oraz rozszerzenie oferty turystycznej, w szczególności o elementy na styku wymienionych form turystyki, stać się może istotnym obszarem rozwoju wielu dziedzin życia w mieście, rozpoczynając od prowadzenia działalności gospodarczej, kończąc na budowaniu lokalnej tożsamości i dumy mieszkańców z miejsca, w którym żyją i funkcjonują. Wymaga to jednak spełnienia pewnych warunków sprzyjających zbudowaniu potencjału poszczególnych grup turystów. W tabeli 16 i 17 wskazane zostały ogólne uwarunkowania rozwoju dla poszczególnych strategicznych i wspomagających segmentów ruchu turystycznego.

Tabela 16. Ogólne uwarunkowania rozwoju głównych segmentów turystyki w Świdnicy

TURYSTYKA POZNAWCZA	TURYSTYKA KRÓTKOOKRESOWA	TURYSTYKA RODZINNA	TURYSTYKA SENIORÓW
<p>W celu rozwoju tego segmentu konieczne jest zdywersyfikowanie oferty miasta w zakresie atrakcji turystycznych opartych o zasoby dziedzictwa kulturowego – wykorzystanie potencjału obiektów dziedzictwa kulturowego, które obecnie nie są w pełni lub w ogóle wykorzystywane oraz budowanie „klimatu” miasta z wielowiekową tradycją.</p>	<p>W celu rozwoju tego segmentu konieczne jest zbudowanie oferty turystycznej, która spowoduje osiągnięcie odpowiedniego „nasylenia” miasta atrakcjami (stworzenie pewnej „masy krytycznej”), dzięki czemu odwiedzający miasto wydłużą swoje kilkugodzinne pobyty w mieście do pobyków całonocnych. Z czasem ruch ten ma możliwość przerodzić się weekendowe pobyty w Świdnicy, jako miasteczko rozrządu ruchu turystycznego na okoliczne tereny.</p>	<p>W celu rozwoju tego segmentu konieczne jest stworzenie całościowej koncepcji pobytowej dla rodzin z dziećmi. Wymaga to uwzględnienia w ramach każdego nowopowstającego zintegrowanego produktu turystycznego miasta specjalnego pakietu dla tej właśnie grupy odwiedzających. Podejście takie sprzyjać może promowaniu miasta jako przyjaznego pobytom rodzinnym i rozpropagowaniu hasła promocyjnego „Świdnica – Miasto Dzieci” – m.in. próba przeniesienia idei wakacyjnego wydarzenia „Miasto Dzieci” na poziom najmłodszych turystów.</p>	<p>W celu rozwoju tego segmentu konieczna jest odpowiednia reakcja na wspomniany trend, w postaci:</p> <ul style="list-style-type: none"> – kampanii promocyjnej stargetowanej na tę grupę osób, – dostosowania infrastruktury turystycznej do potrzeb osób starszych, – przygotowania, we współpracy z podmiotami z branży turystycznej, specjalnych ofert dla osób starszych. <p>Takie działania mogą przyczynić się do stworzenia silnego docelowego segmentu turystycznego w mieście. Ta grupa docelowa wzmacniana może być ponadto przez:</p> <ul style="list-style-type: none"> – turystykę sentymentalną (głównie turyści z Niemiec) – zwiedzanie miejsc, powiązanych z rodziną, – turystykę religijną (pielgrzymkową) – na terenie miasta znajdują się bardzo cenne obiekty architektury i mają siedzibę (rezydują) biskupi dwóch kościołów: rzymskokatolickiego i ewangelicko-augsburskiego, – turystykę uzdrowiskową - rozwijająca się w okolicznych miejscowościach uzdrowiskowych: Szczawno Zdrój i Jedlina Zdrój oraz w Karkonoszach i Kotlinie Kłodzkiej.

Źródło: Opracowanie własne.

Tabela 17. Ogólne uwarunkowania rozwoju segmentów wspomagających rozwój turystyki w Świdnicy

TURYSTYKA KWALIFIKOWANA, AKTYWNA	TURYSTYKA ROZRYWKOWA	TURYSTYKA DŁUGOOKRESOWA	TURYSTYKA MŁODZIEŻOWA	TURYSTYKA BIZNESOWA, KONGRESOWA
<p>W celu rozwoju tego segmentu konieczne jest utworzenie spójnej sieci pieszych i rowerowych tras turystycznych po mieście oraz powiązanie ich z systemem szlaków pieszych i rowerowych wokół miasta. Działania te wymagają ścisłej współpracy miasta z sąsiednimi samorządami oraz nadleśnictwem.</p>	<p>W celu rozwoju tego segmentu konieczne jest świadome budowanie kalendarza imprez wyróżniających miasto na tle pozostałych destynacji turystycznych – wzmacnianie potencjału i promowanie imprez posiadających już pewną renomę i wieloletnie tradycje oraz poszukiwanie nowych, niestandardowych wydarzeń wpisujących się w nowozdefiniowane zintegrowane produkty turystyczne miasta.</p>	<p>W celu rozwoju tego segmentu konieczne jest docieranie do grup zainteresowanych dłuższym pobytem w mieście, poprzez ścisłą współpracę z instytucjami i organizacjami mającymi bezpośredni kontakt z organizatorami wspomnianych grup zorganizowanych. W dalszej perspektywie czasu, zaspokojenie potrzeb takich grup, będzie wymagało rozwoju infrastruktury turystycznej w szczególności specyficznej bazy noclegowej zbiorowego zakwaterowania, mogących obsłużyć większe zorganizowane grupy, przy zachowaniu odpowiedniego standardu.</p>	<p>W celu rozwoju tego segmentu konieczne jest zbudowanie wizerunku miasta otwartego na młodzież oraz przystosowanie oferty dla tej grupy wiekowej, w tym dla grup szkolnych zwiedzających miasto. Wymaga to zarówno współpracy ze szkołami i uczelniami, podmiotami działającymi w branży rozrywkowej, jak również rozwoju infrastruktury noclegowej i gastronomicznej dostosowanej do wymagań tej grupy odbiorców.</p>	<p>W celu rozwoju tego segmentu konieczne jest promowanie miasta jako miejsca posiadającego niepowtarzalny klimat do twórczej pracy i spotkań biznesowych oraz ciągle monitorowanie rozwój i przystosowywania obiektów z terenu miasta do pełnienia roli miejsc konferencyjno-kongresowych.</p>

Źródło: Opracowanie własne.

W tym miejscu należy dodać, iż czynnikiem, który pozytywnie wpłynęłyby na rozwój sektora turystycznego w mieście, będą wszelkie próby **rozszerzenia sezonu turystycznego** (niwelowanie problemu sezonowości), głównie **na okres jesienno-zimowy i wczesnowiosenny**, co wymaga stworzenia odpowiedniej oferty produktowej oraz infrastruktury turystycznej, głównie w postaci **tzw. produktów pod dachem** (centra i parki rozrywki, muzea, imprezy pod dachem, itp.) oraz stworzenie i promowanie szlaków wykorzystujących w tych okresach np. bazę gastronomiczną - przykładowo zimowy kulinarny szlak po mieście, itp.

Dodatkowo, w celu pobudzenia i wzmocnienia lokalnej przedsiębiorczości oraz potencjału tkwiącego w mieszkańcach miasta, należy organizować cyklicznie meetingi oraz imprezy wzmacniające ich aktywność i umiejętność pracy w zespole oraz kształtujące kapitał społeczny obszaru w zakresie szeroko pojętej turystyki.

2.2.1. Sposoby osiągnięcia rozwoju funkcji turystycznej miasta - opcje strategiczne

Opcje strategiczne stanowią różne sposoby osiągnięcia nakreślonych kierunków rozwoju. Należy je ocenić pod względem skuteczności, ale również efektywności i możliwości realizacji.

Opcja a – „zasobowo-modernizacyjna”

W przypadku wyboru tej opcji rozwój funkcji turystyki w Świdnicy dokonywany byłby w oparciu o standardowe, dotychczas przyjęte podejście przy realizacji działań i zadań w obszarze turystyki, i przy ukierunkowaniu na zachowanie dotychczas istniejących relacji pomiędzy nimi. Priorytetem w tej opcji, jest **utrzymanie istniejącej sytuacji, bez pogorszenia stanu posiadanego**, z niewielką działalnością polegającą na okresowym dostosowywaniu (modernizowaniu) lokalnej infrastruktury i oferty turystycznej do zaspokajania potrzeb kilkugodzinnego ruchu turystycznego. W opcji tej nie planuje się specjalnie wyodrębnionych i kształtowanych produktów turystycznych miasta oraz dywersyfikacji oferty turystycznej. Tak nakreślona opcja stanowi tym samym, kontynuację dotychczasowego rozwoju rozproszonego, bez wyznaczonych strategicznych obszarów działania w zakresie rozwoju funkcji turystycznej.

Opcja B – „specjalizacyjno-marketingowa”

W celu stworzenia atrakcyjnego turystycznie i rozpoznawalnego przez turystów obszaru – miasto Świdnica, poza dotychczas prowadzonymi standardowymi działaniami, w opcji tej proponuje się, w ramach zidentyfikowanych i zdefiniowanych segmentów rozwoju, określenie i realizację konkretnych produktów, projektów i działań pozwalających na dynamiczny rozwój funkcji turystycznej w mieście. Omawiany obszar zyska więc **ustrukturyzowaną specjalizację**. Przyczyni się to do budowania lokalnego turystycznego know-how, zwiększy atrakcyjność oferty i ułatwi segmentację odbiorców oraz projektowanie strategii marketingowej, zwiększy również spójność wewnętrzną poszczególnych interesariuszy, a poprzez to poprawi konkurencyjność całościowej turystycznej oferty miasta.

Opcja ta zakłada również **nasilenie działań marketingowych**, tj. zwiększania świadomości społeczności lokalnej w zakresie potencjału turystycznego miasta oraz kreowania, wśród odwiedzających, rozpoznawalnej marki miasta Świdnicy, jako obszaru atrakcyjnego pod względem turystycznym.

Zakładane w bieżącej opcji powiązanie konkretnych produktów, projektów i działań z celami strategii, pozwoli na zwiększenie skuteczności i efektywności jej wdrażania oraz pojawianie się efektu synergicznego.

2.2.2. Ocena opcji strategicznych

W poniższej tabeli dokonano zestawienia wag i ocen dla rozpatrywanych opcji w odniesieniu do czterech czynników sukcesu w zakresie skutecznego i efektywnego rozwoju funkcji turystycznej miasta. Każdemu czynnikowi nadano wagi wyrażając tym samym stopień jego intensywności. Następnie dla każdej opcji dokonano oceny czynnika w skali od 1 do 5 (gdzie 5 oznacza ocenę najwyższą / najkorzystniejszą). Iloczyn wagi i oceny daje częściową ocenę ważoną dla danego czynnika, zaś suma częściowych ocen ważonych wartość oceny dla całej opcji strategicznej. Szczegóły zaprezentowano w tabeli 18.

Tabela 18. Ocena opcji strategicznych dla rozwoju funkcji turystycznej miasta

Kryterium	Waga	Ocena (od 1-5)		Ocena ważona	
	(0-1)	Opcja A	Opcja B	Opcja A	Opcja B
Intensywność wpływu na rozwój funkcji turystycznej miasta	0,25	2	4	0,5	1
Wpływ na budowanie atrakcyjności turystycznej i rozpoznawalność miasta	0,3	2	4	0,6	1,2
Skala zmian w strukturze docelowych segmentów rynku	0,15	1	3	0,15	0,45
Możliwość w zakresie realizacji założeń strategii w sposób niskonakładowy	0,3	4	2	1,2	0,6
Suma	1	9	13	2,45	3,25

Źródło: Opracowanie własne.

Jak wynika z analizy, wyższą ocenę uzyskała opcja B (3,25 pkt.), która zakłada kompleksowy i wielopłaszczyznowy rozwój funkcji turystycznej z wyznaczeniem strategicznych segmentów rozwoju. Opcja ta uzyskała wyższe oceny w trzech spośród czterech czynników. Niższą ocenę zidentyfikowano jedynie dla czynnika *Możliwość w zakresie realizacji założeń strategii w sposób niskonakładowy*. Opcja B poprzez wskazaną specjalizację wymaga bowiem większych nakładów finansowych na realizację założeń strategii.

Na podstawie osiągniętych wyników, zalecana jest więc implementacja opcji B, która ma najbardziej kompleksowy charakter, a poprzez wskazaną **specjalizację i zdefiniowanie strategicznych segmentów rozwoju** przyczynia się do budowania bardziej atrakcyjnej oferty turystycznej miasta.

3. Strategiczne obszary rozwoju turystyki w mieście

3.1. Wizja rozwoju turystyki dla miasta Świdnicy

Diagnoza sytuacji i potencjału turystycznego miasta Świdnicy oraz analiza różnych uwarunkowań zewnętrznych kształtujących ogólny rozwój branży turystycznej, potwierdzają konieczność określenia ukierunkowanego i długofalowego rozwoju turystyki w postaci sformalizowanych zapisów strategicznych. Jednakże wyznaczenie i realizacja postawionych celów oraz wskazanie projektów, produktów i działań wspomagających rozwój funkcji turystycznej w mieście Świdnica wymaga określenia „punktu odniesienia” – czyli **wizji**, która będzie stanowiła **wyznacznik właściwego kierunku podejmowanych działań rozwojowych**.

Wizja dla funkcji turystycznej, jako istotnego obszaru kształtowania przestrzeni gospodarczej, społecznej i środowiskowej miasta Świdnicy w przyszłości, określa kierunki i zmiany, jakie nastąpią w zakresie jego rozwoju w ciągu najbliższy kilku lat. Wizji podporządkowane zostaną nadrzędne wymiary rozwoju i cele strategiczne. Miasto Świdnica jako przestrzeń o istotnym potencjale rozwojowym, powinno posiadać pozycję ważnego obszaru na mapie województwa dolnośląskiego, gdzie, poprzez ukierunkowany rozwój turystyki, dokonuje się szeroko rozumiana aktywizacja społeczna poprzez turystykę, animowane są działania na rzecz rozwoju specyficznych i unikatowych zasobów dziedzictwa kulturowego, a także reprezentowane i realizowane są wspólne interesy wszechstronnego grona środowisk i interesariuszy funkcjonujących w obszarze szeroko pojętej gospodarki turystycznej. Z tego też względu wizja rozwoju turystyki dla miasta Świdnicy do 2026 roku została określona następująco:

*Miasto Świdnica jest **silnym subregionalnym ośrodkiem ruchu turystycznego**, wyróżniającym się na tle regionu i kraju swoim unikatowym dziedzictwem kulturowym, wielowiekową historią i tradycją kupiecką oraz atrakcyjnym położeniem.*

*Funkcję tę realizuje poprzez **rozpoznawalne i wysokiej jakości produkty turystyczne**, tworzone i wdrażane przez **świadome i aktywne instytucje publiczne, podmioty gospodarcze i grupy społeczne**, wykorzystując dostępne środki finansowe i w sposób skuteczny **komunikując swoją atrakcyjność turystyczną**.*

*Poprzez kształtowanie nieszablonowych inicjatyw, z **wykorzystaniem dialogu społecznego i innowacyjności lokalnych podmiotów i instytucji**, miasto Świdnica osiąga wysoki poziom wielopłaszczyznowej atrakcyjności turystycznej stanowiącej przyjazny klimat do wspierania działań edukacyjnych, kulturotwórczych, sportowych, ekologicznych, badawczo-naukowych, społecznych i gospodarczych.*

*Poprzez intensyfikację kontaktów i **odpowiednie zarządzanie relacjami z otoczeniem**, miasto Świdnica zabiega o wsparcie finansowe i organizacyjne dla rozwoju turystyki, stając się miejscem działań i inwestycji na poziomie lokalnych podmiotów gospodarczych, instytucji samorządowych, organizacji zajmujących się rozwojem turystyki, jak również grup nieformalnych i wolontariuszy.*

*Ponadto, w wyniku **dalekowzrocznej i aktywnej polityki turystycznej** miasta znacznie wzrasta świadomość lokalnego społeczeństwa w zakresie wartości poznawczych jakich nośnikiem jest miasto Świdnica – jeden z najważniejszych celów turystów polskich i zagranicznych na Dolnym Śląsku.*

*Ostatecznie Świdnica, jako miasto posiadające rozpoznawalne produkty turystyczne i dynamicznie rozwijające swą funkcję turystyczną, wpływa na **podniesienie poziomu zaspokajania potrzeb odwiedzających i turystów**, poprzez pogłębianie związków emocjonalnych z dziedzictwem przyrodniczym i kulturowym miasta, przyczyniając się w ten sposób do jego **całościowego i zrównoważonego rozwoju społeczno – gospodarczego**.*

Tak zdefiniowany obraz przyszłości stanowi podstawę myślenia w zakresie strategicznych rozwiązań służących rozwojowi funkcji turystyki miasta Świdnicy w dwóch wymiarach: wewnętrznym i zewnętrznym.

3.1.1. Główne założenia realizacji wizji

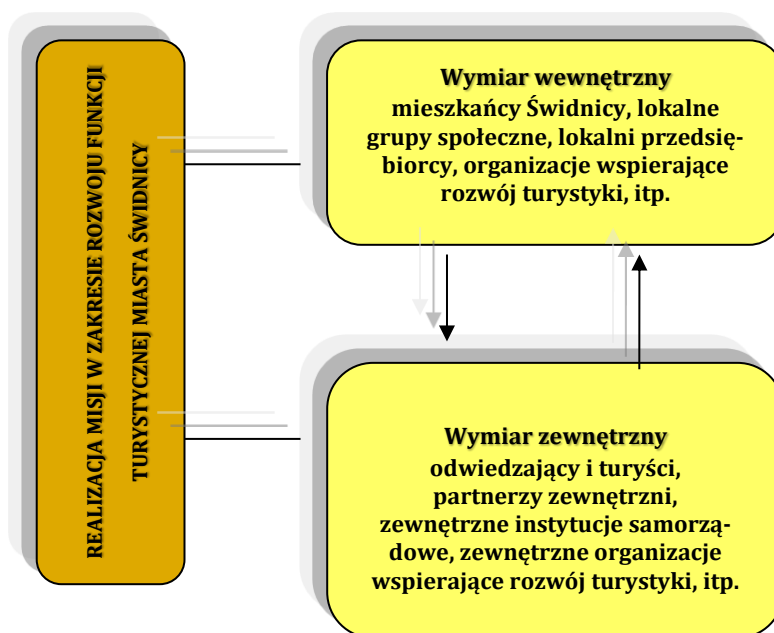
Zapisana powyżej wizja rozwoju turystyki miasta Świdnicy osiągnięta zostanie w sytuacji spełnienia następujących założeń:

- realizowane będą inicjatywy służące rozwojowi turystyki w mieście, a jakość poszczególnych projektów i działań zostanie utrzymana na wysokim poziomie;
- zostanie zmniejszony dysonans pomiędzy aktualną i preferowaną atrakcyjnością turystyczną, zarówno z punktu widzenia interesariuszy wewnętrznych, jak i zewnętrznych, poprzez realizowanie działań rozwojowych podporządkowanych Strategii;
- turystyczny wizerunek Świdnicy zostanie zmieniony ze stereotypowego, sprowadzającego się do postrzegania obszaru miasta jako miejsca „na kilka godzin”, zwiedzanego „przy okazji”, na nowoczesny i dynamicznie rozwijający się obszar, przyjazny turyście i odwiedzającemu, z atrakcyjnymi i innowacyjnymi miejscami turystycznymi, kulturalnymi i rekreacyjno-sportowymi;
- partnerzy i interesariusze miasta Świdnicy włączą się do realizacji wizji;
- zaproponowane zapisy zyskają ogólną akceptację społeczną.

3.2. Misja miasta Świdnicy w obszarze rozwoju turystyki

Misja każdej organizacji i jednostki przestrzennej jest podstawą jej wszelkich planów i nośnikiem informacji o najważniejszym zadaniu, które realizuje. Misja poprzez swoją ponadczasowość jest spoiwem łączącym daną jednostkę odniesienia z jej pracownikami, klientami, społeczeństwem oraz odwiedzającymi i przebywającymi na jej terenie, a więc szeroko postrzeganymi interesariuszami strategii.

W tym przypadku misja ma stanowić „spoiwo” łączące wszystkich interesariuszy działających w zakresie rozwoju turystyki na obszarze miasta Świdnicy i w jego najbliższych okolicach.



Rysunek 21. Wymiary realizacji misji rozwoju funkcji turystycznej miasta Świdnica

Źródło: Opracowanie własne.

Bazując na posiadanych walorach i atutach wewnętrznych oraz wykorzystując liczne szanse i minimalizując zagrożenia płynące z otoczenia, Świdnica będzie w stanie dążyć do dynamicznego i zrównoważonego rozwoju funkcji turystycznej, w szczególności w zakresie strategicznych segmentów rozwoju. W związku z tym, w horyzoncie czasowym do 2026 roku, misję dla miasta Świdnicy w zakresie rozwoju turystyki, można określić następująco:

Miasto Świdnica będąc silnym subregionalnym ośrodkiem ruchu turystycznego, tworzy odpowiednie warunki i przyjazny klimat dla rozwoju gospodarki turystycznej i innowacyjnych przedsięwzięć turystycznych, w szczególności w zakresie turystyki kulturowej i aktywnej oraz dąży do maksymalnego zaspokojenia potrzeb turystów i odwiedzających miasto, przy jednoczesnym wykorzystaniu: zasobów dziedzictwa kulturowego, środowiska naturalnego i walorów lokalizacyjnych, respektując przy tym zasady zrównoważonego rozwoju i budując kapitał społeczny w oparciu o wszechstronnie rozwijaną turystykę.

Dla celów budowy wewnętrznego i zewnętrznego turystycznego wizerunku miasta Świdnicy, misja powinna przyjąć również bardziej „przystępną” dla odbiorców formę, która może stać się jednocześnie turystycznym sloganem lub hasłem reklamowym miasta.

Wydaje się jednak, że istniejące hasło promujące Świdnicę tj. „**Świdnica – Rynek z tradycjami**”, stworzone na potrzeby promocji całego miasta, wpisuje się również w kontekst rozwoju funkcji turystycznej i związanej z nią Misji. W szczególności sprzyja ono rozwojowi turystyki kulturowej, gdzie hasła: „rynek” i „tradycja” przywodzą na myśl historyczne miejsce spotkań mieszkańców, wielowiekowość miasta, ale także miejsce handlu i kupiectwa, z którego miasto niegdyś słynęło. Natomiast dziś rynek z zabytkowymi kamienicami i wieżą ratuszową jest istotnym punktem na turystycznej mapie Świdnicy.



rynek z tradycjami

Rysunek 22. Aktualnie obowiązujące logo promocyjne miasta Świdnicy.

Źródło: <http://um.swidnica.pl/pages/turysci/nasze-miasto/symbole-swidnicy.php>

Jako uzupełnienie powyższego proponuje się hasło/slogan:

Świdnica – kupuję to!

Powiązanie wielowiekowych tradycji kupieckich i handlowych miasta, które istotnie ukształtowały jego obecny wygląd i klimat, z hasłem/sloganem podkreślającym atrakcyjność i akceptację

tego miejsca przez odwiedzającego (może ono być kojarzone z zatwierdzeniem wyboru podczas zakupów internetowych, a także hasłem „lubię to” na portalach społecznościowych).

Zawarte w tym hasle przesłanie pozwala na docelowy **kompromis pomiędzy przeszłością**, wyrażoną w kultywowaniu tradycji tego obszaru i zachowanym bogactwem zasobów dziedzictwa kulturowego a **przyszłością**, przejawiającą się potrzebą innowacyjnego i dynamicznego rozwoju sfery gospodarczej, społecznej i środowiskowej powiązanej z turystyką.

Realizacja założeń wynikających z powyższej misji, przyczyni się do wzrostu potencjału turystycznego miasta w skali regionalnej i ponadregionalnej, z jednoczesną dbałością o zachowanie największego bogactwa tego obszaru - dziedzictwa kulturowego.

Realizacja tak zdefiniowanej misji zapewni ponadto:

- zrównoważony rozwój obszaru przy poszanowaniu dla historii, zachowaniu dziedzictwa kulturowego i jego wszechstronnym udostępnianiu turystom reprezentującym różne grupy wiekowe,
- dobre warunki dla odwiedzających i turystów w zakresie dostępności do dóbr i usług turystycznych oraz poczucie bezpieczeństwa,
- standard turystyczny zbliżony do średniego standardu w krajach Unii Europejskiej,
- aktywną współpracę z innymi gminami i jednostkami samorządowymi, przedsiębiorcami oraz organizacjami pozarządowymi w zakresie rozwoju turystyki,
- wyposażenie miasta Świdnica w niezbędne i innowacyjne składniki infrastruktury turystycznej i paraturystycznej.

3.3. Nadrzędne wymiary rozwoju i struktura celów strategicznych dla funkcji turystycznej miasta Świdnicy

Realizacja sformułowanej Misji oraz dążenie do wyznaczonej Wizji wymaga określenia następujących **4 wymiarów rozwoju** funkcji turystycznej:

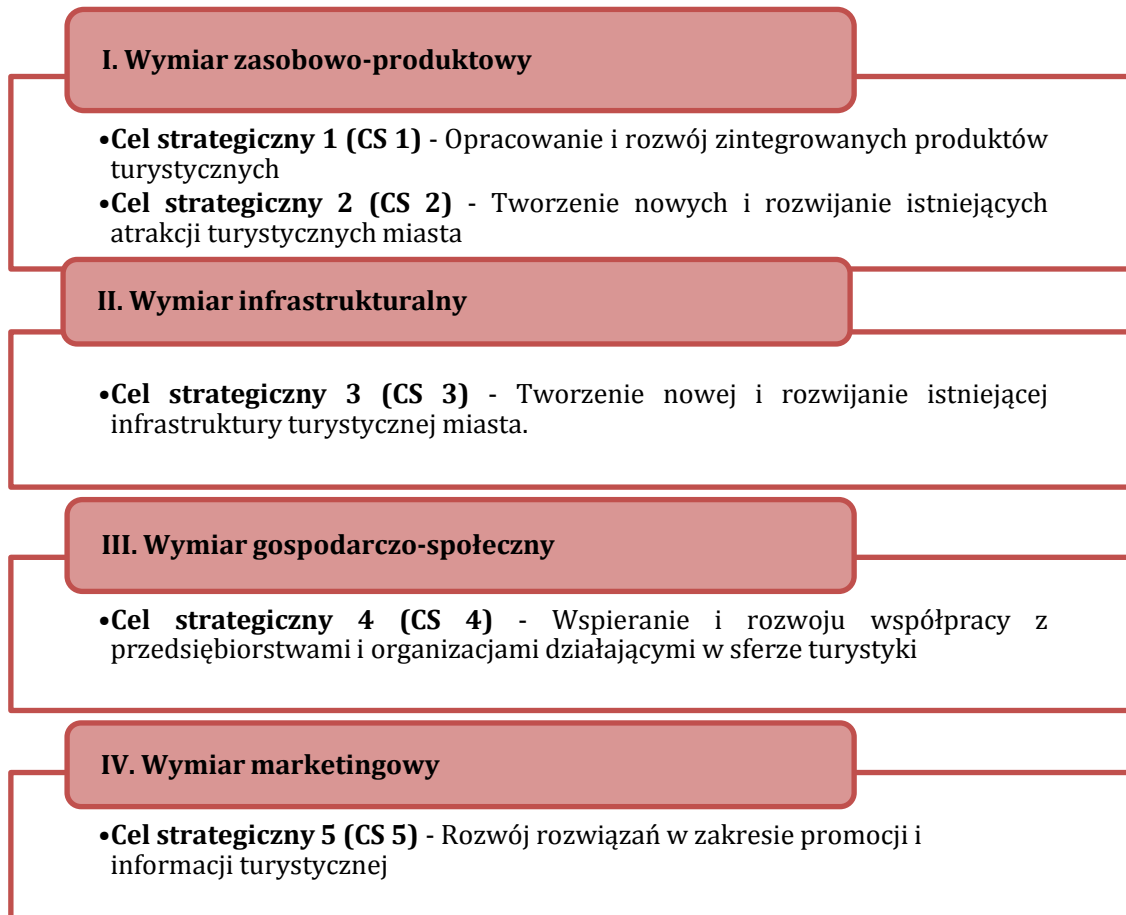
- I. **Wymiar zasobowo-produktowy** - rozumiany jako atrakcyjne i zharmonizowane walory kulturowe, przyrodnicze i krajobrazowe, których odpowiednie zagospodarowanie, zintegrowanie i wykorzystanie sprzyja rozwojowi funkcji turystycznej miasta.
- II. **Wymiar infrastrukturalny** - rozumiany jako elementy materialne na obszarze miasta i obszarach z nim powiązanych, które umożliwiają odwiedzającym i turystom pobyt i korzystanie z walorów turystycznych miasta i okolic.
- III. **Wymiar gospodarczo-społeczny** - rozumiany jako sprzyjające warunki dla rozwoju działalności gospodarczej i kształtowanie postaw i zachowań społecznych sprzyjających rozwojowi funkcji turystycznej miasta.
- IV. **Wymiar marketingowy** - rozumiany jako działania kształtujące wizerunek i postrzeganie miasta, tworzące wyobrażenie i oczekiwania co do sposobu ich realizacji w docelowym miejscu podróży.

Wskazanym wymiarom rozwoju funkcji turystycznej odpowiadają następujące **cele strategiczne**:

1. **Cel strategiczny 1 (CS 1)** - Opracowanie i rozwój zintegrowanych produktów turystycznych.
2. **Cel strategiczny 2 (CS 2)** - Tworzenie nowych i rozwijanie istniejących atrakcji turystycznych miasta.
3. **Cel strategiczny 3 (CS 3)** - Tworzenie nowej i rozwijanie istniejącej infrastruktury turystycznej miasta.
4. **Cel strategiczny 4 (CS 4)** - Wspieranie i rozwoju współpracy z przedsiębiorstwami i organizacjami działającymi w sferze turystyki.

5. **Cel strategiczny 5 (CS 5)** - Rozwój rozwiązań w zakresie promocji i informacji turystycznej.

W sposób graficzny powiązania pomiędzy wymiarami, a celami strategicznymi zaprezentowano na rysunku 23.



Rysunek 23. Powiązanie wymiarów rozwoju funkcji turystycznej miasta z celami strategicznymi.

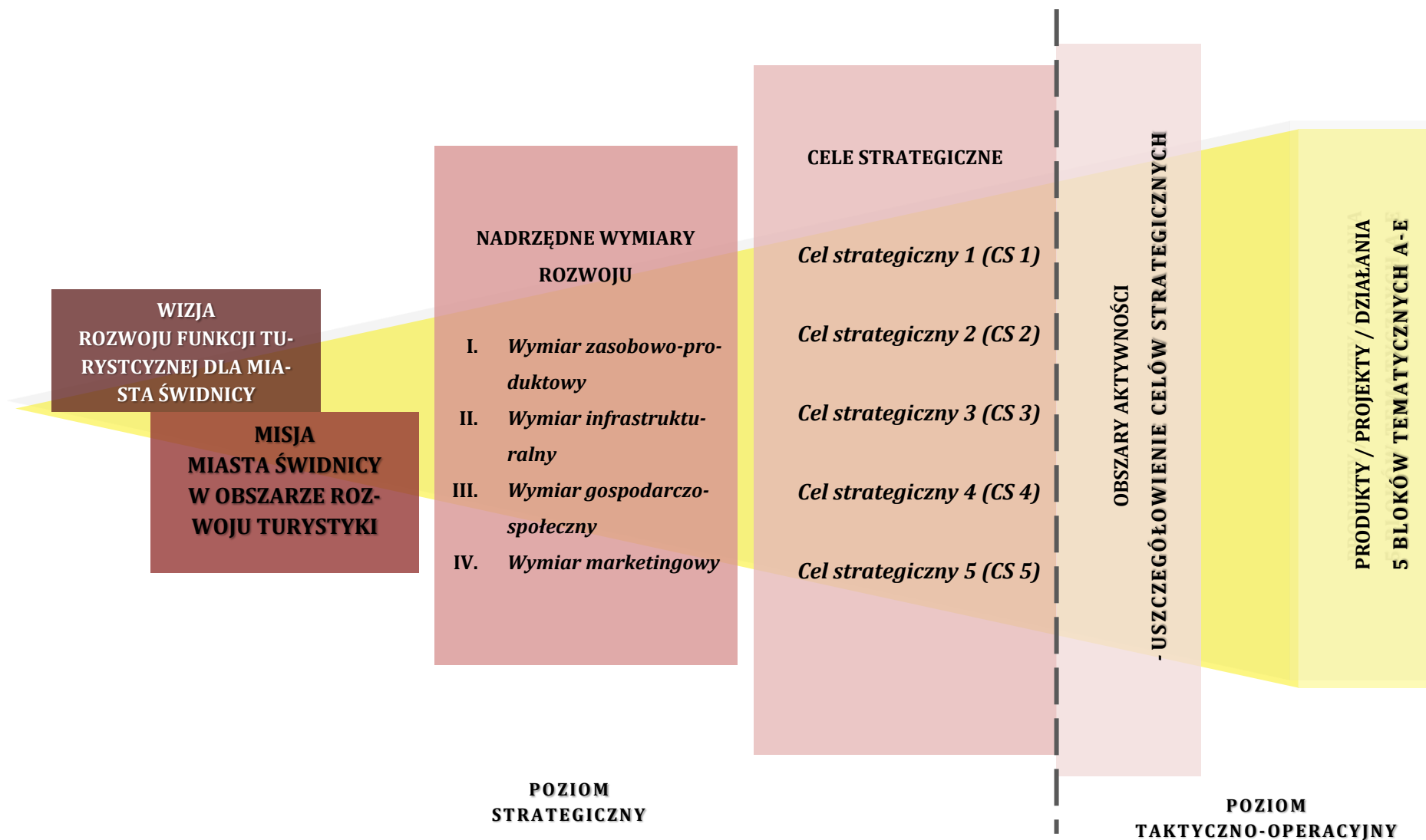
Źródło: Opracowanie własne.

Wymienione wymiary rozwoju i cele strategiczne są ze sobą ściśle powiązane, stąd też aktywność w jednym z obszarów może oddziaływać na aktywność w pozostałych. Wymiary, jak i cele niniejszej strategii powinny być postrzegane całościowo, a ich podział uwarunkowany jest przede wszystkim względami przejrzystości i czytelności.

Osiągnięcie celów strategicznych w ramach wskazanych wymiarów przejawiać się będzie dodatkowo poprzez realizację działań we wskazanych **obszarach aktywności**.

Oprócz wyznaczenia wymiarów, celów i obszarów aktywności, w strukturze strategicznej opracowania zaproponowano dodatkowo dla każdego celu strategicznego **zestawienie propozycji projektów/produktów/działań**. Ich właściwa realizacja pozwolić może na wypracowanie przez miasto Świdnica własnego modelu funkcjonowania jako obszaru atrakcyjnego turystycznie, a przez to przyczynić się do osiągnięcia wyższej atrakcyjności turystycznej. Propozycje te mają bardziej skonkretyzowany charakter i stanowią podstawę osiągnięcia założeń strategii. Szczegółowo zostaną one omówione w rozdziale 4.

Schematycznie logikę powiązań pomiędzy poszczególnymi elementami strategii zaprezentowano na poniższym rysunku.



Rysunek 24. Powiązanie pomiędzy poszczególnymi elementami strategii – schemat logiczny. Źródło: Opracowanie własne.

3.4. Obszary aktywności - uszczegółowienie celów strategicznych

Obszary aktywności wyznaczone zostały dla każdego celu strategicznego. Stanowią one uszczegółowienie tematyki zawartej w treści każdego z nich. Zestawione obszary nie odnoszą się do konkretnych obiektów, produktów czy wydarzeń, mają **charakter przekrojowy i ogólny**, stanowią zestaw pożądaných aktywności. Ich **właściwa i konsekwentna realizacja** pozwoli na osiągnięcie określonego poziomu rozwoju funkcji turystycznej miasta w sposób zrównoważony i harmonijny.

Poniżej zostało dokonane zestawienie celów strategicznych oraz odpowiadających im obszarów aktywności.

Tabela 19. Zestawienie celów strategicznych i odpowiadających im obszarów aktywności.

Cel strategiczny	Obszary aktywności
Cel strategiczny 1 (CS 1) - Opracowanie i rozwój zintegrowanych produktów turystycznych miasta	<ul style="list-style-type: none"> a) Opracowanie koncepcji i programów wdrażania zintegrowanych produktów turystycznych. b) Realizacja imprez promujących zintegrowane produkty turystyczne. c) Opracowanie artefaktów, gadżetów, produktów spożywczych, itp. promujących zintegrowane produkty turystyczne. d) Poszukiwanie źródeł finansowania dla rozwoju zintegrowanych produktów turystycznych. e) Monitorowanie efektów wdrożenia i rozwoju zintegrowanych produktów turystycznych.
Cel strategiczny 2 (CS 2) - Tworzenie nowych i rozwijanie istniejących atrakcji turystycznych miasta	<ul style="list-style-type: none"> a) Rozwój oferty turystycznej na obszarze miasta w szczególności w zakresie turystyki rodzinnej i aktywnej. b) Wspieranie ochrony obiektów zabytkowych i krajobrazu kulturowego. c) Poszukiwanie i wspieranie różnych form turystycznego zagospodarowania obiektów dziedzictwa kulturowego, przy możliwie maksymalnym zachowaniu ich pierwotnej architektury i funkcji. d) Wspieranie i kształtowanie świadomego wykorzystywania zasobów naturalnych oraz najcenniejszych walorów ekosystemu na terenie miasta, stanowiących potencjalną atrakcję turystyczną. e) Rozwój istniejących i nowych imprez turystycznych wspierających rozwój turystyki (dziedzictwo kulturowe, historia regionu, aktywne spędzanie czasu, ekstremalne przeżycia, itp.).
Cel strategiczny 3 (CS 3) - Tworzenie nowej i rozwijanie istniejącej infrastruktury turystycznej miasta	<ul style="list-style-type: none"> a) Rozwój infrastruktury turystycznej na obszarze Miasta w szczególności w zakresie turystyki rodzinnej i aktywnej. b) Usuwanie barier utrudniających dostępność atrakcji turystycznych dla osób niepełnosprawnych i starszych. c) Uporządkowanie i rozwój systemu szlaków turystycznych na terenie miasta i w najbliższej okolicy (piesze, rowerowe, tematyczne, itp.). d) Tworzenie nowoczesnego systemu informacji o środowisku kulturowym i przyrodniczym w postaci np. ścieżek edukacyjnych, tematycznych - budowa spójnego systemu informacji turystycznej w terenie. e) Tworzenie infrastruktury usprawniającej przemieszczanie się pomiędzy atrakcjami turystycznymi oraz parkowanie na terenie miasta. f) Wspieranie działań mających na celu maksymalne wydłużenie sezonu turystycznego, z jednoczesnym ukierunkowaniem na zaspokojenie popytu weekendowego. g) Rozwój centrum informacji turystycznej i kulturalnej miasta. h) Podnoszenie konkurencyjności produktów turystycznych miasta poprzez wspieranie rozwoju infrastruktury rekreacyjno-sportowej oraz kulturalnej.

Cel strategiczny 4 (CS 4) - Wspieranie i rozwój współpracy z przedsiębiorstwami i organizacjami działającymi w sferze turystyki

- a) Stworzenie systemu wsparcia i promocji dla istniejących przedsiębiorstw w obszarze turystyki.
- b) Wspieranie lokalizacji sklepów, punktów sprzedaży i lokali gastronomicznych w pobliżu głównych atrakcji i tras turystycznych (w szczególności oferujących pamiątki, artykuły i potrawy lokalne oraz specyficzne dla historii miasta).
- c) Kształtowanie i wspieranie postaw przedsiębiorczych mieszkańców w zakresie turystyki.
- d) Wspieranie powstawania sieci kooperacyjnych przedsiębiorstw turystycznych, tematycznych sieci branżowych, itp.
- e) Wspieranie przedsiębiorców z branży turystycznej w zakresie pozyskiwania zewnętrznych źródeł finansowania.
- f) Współpraca ze szkołami i uczelniami wyższymi w zakresie rozwoju turystyki na terenie miasta.
- g) Prowadzenie aktywnych działań ukierunkowanych na pozyskanie inwestorów zewnętrznych w obszarze turystyki.
- h) Współpraca z organizacjami turystycznymi w zakresie rozwoju gospodarki turystycznej i promocji walorów turystycznych miasta oraz całego Przedgórze Sudeckiego i Sudetów Środkowych.
- i) Wspieranie lokalnych animatorów turystyki.
- j) Tworzenie nowych płaszczyzn wspólnego planowania i realizowania projektów turystycznych z samorządami, uczelniami, podmiotami gospodarczymi i organizacjami pozarządowymi, m.in. w zakresie: systemów monitorowania ruchu turystycznego, kanałów przepływu informacji turystycznej, kreowania polityki turystycznej w odniesieniu do pozyskiwania inwestorów zewnętrznych, itp.

Cel strategiczny 5 (CS 5) - Rozwój rozwiązań w zakresie promocji i informacji turystycznej

- a) Opracowanie i wdrożenie programu promocyjno-marketingowego walorów turystycznych miasta i okolic w sposób tradycyjny i przy wykorzystaniu nowoczesnych nośników informacji i środków komunikacji społecznej.
- b) Poprawa dostępności do produktów i usług turystycznych na terenie miasta.
- c) Zainicjowanie i wsparcie kampanii promocyjno-marketingowej wyrobów i usług przedsiębiorstw turystycznych z terenu miasta (produkty spożywcze, rękodzieło, itp.).
- d) Budowanie na bazie walorów turystycznych zlokalizowanych na obszarze miasta tożsamości kulturowej jej mieszkańców oraz edukowanie turystów (np. organizacja imprez ukierunkowanych na porządkowanie dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego miasta).
- e) Wspieranie kontaktów mieszkańców Świdnicy z turystami przy podkreślaniu lokalnej tradycji i kultury.
- f) Uczestnictwo w krajowych i międzynarodowych targach, wizytacjach, spotkaniach turystycznych.
- g) Kreowanie i promocja nowych wzorców spędzania czasu wolnego na terenie miasta związanych z turystyką i rekreacją.

Źródło: Opracowanie własne.

3.5. Komplementarność z innymi dokumentami strategicznymi i programami rozwoju turystyki

Spójność planów rozwojowych w zakresie turystyki na terenie miasta Świdnicy z dokumentami przyjętymi na wyższych poziomach zarządzania, z jednej strony stwarza możliwości podjęcia współpracy z innymi jednostkami terytorialnymi w zakresie wspólnej realizacji zbieżnych celów bądź zadań, z drugiej strony zwiększa szanse pozyskania zewnętrznych źródeł finansowania.

Przeprowadzona analiza dokumentów wskazuje, że opracowana Strategia jest komplementarna z wieloma dokumentami o charakterze lokalnym, regionalnym i krajowym. Szczegółowe wyniki analizy wyszczególniono w tabeli poniżej.

Tabela 20. Wyniki analizy spójności zapisów Strategii Rozwoju Turystyki dla miasta Świdnicy na lata 2016-2026 z innymi dokumentami strategicznymi szczebla lokalnego, regionalnego i krajowego.

Nazwa dokumentu	Cele/priorytety/kierunki działania/zadania zgodne z zapisami Strategii Rozwoju Turystyki dla miasta Świdnicy na lata 2016-2026
Strategia Rozwoju Kraju 2020	<p style="text-align: center;">Poziom krajowy</p> <p>W opracowaniu wskazano turystykę jako istotny obszar dynamizowania rozwoju gospodarki kraju w perspektywie roku 2020. Znaczenie turystyki akcentowane jest w niżej wyszczególnionych obszarach strategicznych:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Obszar strategiczny II. Konkurencyjna gospodarka Cel II.2. Wzrost wydajności gospodarki II.2.4. Poprawa warunków ramowych dla prowadzenia działalności gospodarczej, m.in. stworzenie korzystnych warunków dla rozwoju przemysłu czasu wolnego (usługi kulturalne, sport, kinematografia, gry komputerowe i on-line, media, także cyfrowe, turystyka) ▪ Obszar strategiczny III. Spójność społeczna i terytorialna Cel III.3. Wzmocnienie mechanizmów terytorialnego równoważenia rozwoju oraz integracja przestrzenna dla rozwijania i pełnego wykorzystania potencjałów regionalnych III.3.3. Tworzenie warunków dla rozwoju ośrodków regionalnych, subregionalnych i lokalnych oraz wzmocnienia potencjału obszarów wiejskich, m.in. rozwój nowych funkcji obszarów wiejskich oraz wspieranie tworzenia nowych typów miejsc pracy zorientowanych na turystykę, ekologię, czy powiązanych z telepracą w różnych dziedzinach, działania na rzecz poprawy jakości życia i atrakcyjności turystycznej i inwestycyjnej.
Program Rozwoju Turystyki do 2020. Projekt	<p>Celem głównym programu jest „wzmocnienie rozwoju konkurencyjnej i innowacyjnej turystyki poprzez wspieranie przedsiębiorstw, organizacji i instytucji oraz inicjatyw sektora turystyki, z poszanowaniem zasad zrównoważonego rozwoju”. Przyjęto, że cel główny będzie realizowany za pośrednictwem 4 celów operacyjnych:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cel operacyjny 1: Rozwój innowacyjności, atrakcyjności, jakości usług i produktów turystycznych, jako czynnika konkurencyjnej gospodarki ▪ Cel operacyjny 2: Wzmocnienie aktywności społecznej i przedsiębiorczości w sektorze turystyki, zwiększenie kompetencji kadr w zarządzaniu przedsiębiorczością turystyczną ▪ Cel operacyjny 3: Promocja priorytetowych obszarów produktów turystycznych kraju i regionów oraz specjalizacji gospodarczych opartych na turystyce ▪ Cel operacyjny 4: Zagospodarowanie i modernizacja przestrzeni dla rozwoju turystyki i infrastruktury turystycznej, przy zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju i przepisów ochrony środowiska <p>Wyszczególnione cele operacyjne są zgodnie z zapisami zawartymi w Strategii Rozwoju Turystyki dla miasta Świdnicy na lata 2016-2026.</p>

W Strategii marketingowej Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020 sformułowano cel strategiczny w brzmieniu: Poprawa pozycji konkurencyjnej Polski na międzynarodowym rynku turystycznym. Celowi strategicznemu podporządkowano 3 cele operacyjne i 6 działań:

- Cel operacyjny 1 - Zaspokajanie potrzeb informacyjnych w zakresie turystyki
Działanie: 1.1. Badanie konsumentów usług turystycznych
Działanie: 1.2. Monitoring i analizy
- Cel operacyjny 2 – Marketingowe wspieranie rozwoju produktu turystycznego
Działanie: 2.1. Promocja i wspieranie rozwoju produktów na rynku krajowym
Działanie: 2.2. Komunikacja na rynku krajowym
- Cel operacyjny 3 – Zwiększanie dotarcia z przekazem informacyjnopromocyjnym o atrakcyjności turystycznej Polski
Działanie: 3.1. Promocja na rynkach zagranicznych
Działanie: 3.2. Informacja i promocja za pośrednictwem Internetu.

Wyszczególnione powyżej cele i działania korespondują z zapisami Strategii Rozwoju Turystyki dla miasta Świdnicy na lata 2016-2026.

Poziom lokalny i regionalny

Dokument zakłada realizację celów poprzez tzw. makrosfery, wśród których wyszczególniono TURYSTYKĘ. Działania planowane w ramach tej makrosfery zakładają „...wykorzystanie walorów krajobrazowych, kulturowych i środowiskowych Dolnego Śląska dla zapewnienia rozwoju społecznego i gospodarczego regionu poprzez wzmocnienie przemysłu turystycznego, w szczególności w oparciu o dolnośląskie uzdrowiska”.

W dokumencie przyjęto cztery priorytety dla makrosfery TURYSTYKA:

- 4.1.1. Wzmocnienie wizerunku regionu zarówno na terenie kraju, jak i Europy, jako atrakcyjnego miejsca wypoczynku, otwartego na świat, o nieprzeciętnych walorach przyrodniczych, kulturowych i uzdrowiskowych;
- 4.1.2. Udostępnienie obiektów dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego;
- 4.1.3. Rozwój produktów turystycznych i rozbudowa infrastruktury turystycznej regionu, m.in. dla pobudzania popytu na usługi turystyczno-rekreacyjne;
- 4.1.4. Wewnątrzregionalna promocja turystyki w oparciu o system edukacji.

W ramach planowanych przedsięwzięć znalazły się m.in.:

- 4.4.3. Wspieranie lokalnych inicjatyw na rzecz rozwoju turystyki oraz realizacja działań służących rozwojowi infrastruktury turystycznej określonych w obowiązujących subregionalnych strategiach rozwoju turystyki;
- 4.4.6. Rozbudowa jednolitego dla całego regionu systemu informacji turystycznej uwzględniającego standardy udostępniania informacji osobom niepełnosprawnym;
- 4.4.7. Rewitalizacja istniejących szlaków turystycznych, w tym także szczególnie atrakcyjnych pod względem krajoznawczym i widokowym linii kolejowych oraz tworzenie nowych tras turystycznych w oparciu o inwentaryzację krajoznawczą;
- 4.4.8. Utworzenie nowych tras turystycznych w oparciu o inwentaryzację krajoznawczą;

<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Strategia Rozwoju Województwa Dolnośląskiego 2020</p>	<p>4.4.9. Inicjowanie przeprowadzania cyklicznych badań jakościowych i ilościowych sektora turystyki;</p> <p>4.4.10. Wykorzystanie turystyki jako instrumentu poznawczego i wychowawczego na wszystkich szczeblach nauczania;</p> <p>4.4.11. Wdrożenie regionalnych programów edukacji w szkołach w oparciu o wyjazdy zorganizowane (zielone szkoły) do głównych turystycznych, historycznych czy przyrodniczych atrakcji regionu;</p> <p>4.4.12. Wdrożenie regionalnych programów edukacji w szkołach w oparciu o zajęcia wychowania fizycznego uczących wykorzystywania regionalnej infrastruktury sportowej;</p> <p>4.4.13. Wspieranie inwestycji niezbędnych do uprawiania turystyki kwalifikowanej, m.in.: narciarskiej, górskiej, rowerowej, pieszej, konnej i wodnej przy poszanowaniu wymogów ochrony przyrody;</p> <p>4.4.14. Wsparcie tworzenia regionalnego centrum szkolenia kadr dla turystyki wraz z zapleczem infrastruktury szkoleniowej;</p> <p>4.4.15. Opracowanie i wdrożenie programów inwentaryzacji, konserwacji, udostępnienia oraz ekspozycji, istniejących zabytków ruchomych;</p> <p>4.4.17. Tworzenie nowych oraz rozwój istniejących centrów wystawienniczych i kongresowych;</p> <p>4.4.18. Wsparcie dla ekspozycji prywatnych zbiorów muzealnych oraz tworzenia muzealnych izb regionalnych;</p> <p>4.4.19. Wsparcie projektów zwiększających atrakcyjność i konkurencyjność na rynku turystycznym w górskich ośrodkach turystycznych.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Aktualizacja Programu Rozwoju Turystyki dla Województwa Dolnośląskiego</p>	<p>W dokumencie sformułowano cel główny w brzmieniu: Budowa i rozwój konkurencyjnych produktów turystycznych Województwa Dolnośląskiego. Celowi głównemu podporządkowano 4 cele operacyjne. Propozycje zawarte w Strategii Rozwoju Turystyki dla miasta Świdnicy na lata 2016-2026 są zgodne z niżej wyszczególnionymi celami operacyjnymi:</p> <p>Cel 1.1. Rozwój produktów sieciowych, w tym szlaków tematycznych,</p> <p>Cel 1.2. Budowa jakościowej oferty produktów turystycznych subregionów Dolnego Śląska,</p> <p>Cel 1.3. Budowanie atrakcyjnego katalogu ofert wokół produktów wiodących regionu,</p> <p>Cel 1.4. Podnoszenie jakości organizacji, zarządzania i marketingu wokół flagowych atrakcji i produktów.</p>
<p style="writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Regionalny Program Operacyjny Województwa Dolnośląskiego 2014-2020</p>	<p>Zapisy nawiązujące do rozwoju turystyki zawarto na poziomie następujących priorytetów inwestycyjnych:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ochrona i udostępnianie zasobów przyrodniczych (PI 4.4) – realizowane będą projekty dot. wykorzystania i udostępnienia lokalnych zasobów przyrodniczych m.in. na cele turystyczne (np. tereny wypoczynkowe, ścieżki rowerowe, ścieżki konne), które pozwolą na zwiększenie atrakcyjności regionu przy zapewnieniu ochrony wartości przyrodniczych; ▪ Dziedzictwo kulturowe (PI 4.3) – realizowane będą przedsięwzięcia z zakresu ochrony, rozwoju i udostępniania zasobów dziedzictwa kulturowego przynoszące trwały efekt socjoekonomiczny w dłuższej perspektywie czasowej. Projekty wspierane w ramach priorytetu inwestycyjnego będą dotyczyły małej infrastruktury. Możliwe będzie przystosowanie obiektów zabytkowych do pełnienia przez nie nowych funkcji (w szczególności do prowadzenia działalności kulturalnej i turystycznej). Ponadto wsparcie dotyczyć będzie rozwoju zasobów kultury, w tym podnoszenia jakości funkcjonowania instytucji kultury jako miejsc ochrony i prezentacji dziedzictwa materialnego i niematerialnego. <p>Wśród beneficjentów wskazano m.in. organizacje pozarządowe, w tym regionalne i lokalne organizacje turystyczne.</p>

<p>Strategia rozwoju Aglomeracji Wałbrzyskiej na lata 2013-2020</p>	<p>W dokumencie wyszczególniono priorytety, na których będzie koncentrować się proponowana w strategii interwencja. Wśród nich znalazł się Priorytet PR3. Przyjazna przestrzeń publiczna. w ramach priorytetu wyszczególniono cel strategiczny CS3.1. Nowoczesna oferta turystyczna. Na cel CS3.1. składają się 3 kierunki skupiające 7 następujących działań:</p> <p>K3.1.1. Zapewnienie odpowiedniego standardu obiektów i urządzeń infrastruktury turystycznej D3.1.1.A. Przebudowa, remonty istniejących obiektów i urządzeń infrastruktury turystycznej D3.1.1.B. Pozyskanie inwestorów zainteresowanych budową bazy noclegowej i okołoturystycznej</p> <p>K3.1.2. Tworzenie kompleksowych produktów turystycznych D3.1.2.A. Stworzenie szlaków tematycznych Aglomeracji Wałbrzyskiej D3.1.2.B. Pakietyzacja usług turystycznych D3.1.2.C. Wspólne projekty turystyczne z gminami czeskimi</p> <p>K3.1.3. Poprawa atrakcyjności wydarzeń kulturalnych, sportowych i rekreacyjnych D3.1.3.A. Integrowanie wydarzeń kulturalnych, sportowych i rekreacyjnych z ofertą szlaków tematycznych Aglomeracji Wałbrzyskiej D3.1.3.B. Kreowanie imprez kulturalnych, sportowych i rekreacyjnych integrujących gminy Aglomeracji Wałbrzyskiej</p> <p>Jednym z priorytetów strategii jest również kompleksowa integracja gmin, w ramach której postuluje się stworzenie platformy współpracy wielopodmiotowej m.in. w zakresie współpracy turystycznej (działanie D6.1.2.C. Platformy współpracy turystycznej).</p>
<p>Świdnica w perspektywie pokoleniowej. Strategia Miasta A.D. 2009</p>	<p>W dokumencie wyszczególniono 7 postulatów dla przyszłego rozwoju turystyki w Świdnicy:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ rozbudowa bazy turystycznej indywidualnej i zbiorowej: camping, hotele, bary, restauracje, centrum konferencyjne, ośrodek wodny, nowoczesne interaktywne muzea i ekspozycje (np. Panorama Sudetów) i sanitariaty; uruchomienie zaplecza agroturystycznego miasta; ▪ uatrakcyjnienie świdnickiej oferty turystycznej, rekreacyjnej i kulturalnej; potrzeba cyklicznych imprez przyciągających turystów i promujących miasto (m.in. oferty dla hobbystów); ▪ stworzenie turystycznej infrastruktury komunikacyjnej; ▪ promowanie Świdnicy jako bramy Sudetów Środkowych; stworzenie sieciowego systemu rezerwacji miejsc i usług turystycznych oraz współpraca z sąsiednimi miastami; ▪ przygotowanie produktu turystycznego dla Wrocławian; ▪ reaktywacja projektu drogi sudeckiej (porozumienie sieciowe miejscowości sudeckich i podsudeckich, po obu stronach granicy, udostępniające atrakcje tego obszaru dla osób preferujących wczasy mobilne); ▪ podjęcie starań o wpisanie Świdnicy w programy biur podróży organizujących zwiedzanie Europy Środkowej.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie cytowanych dokumentów.

4. Rozwiązania produktowo-projektowe jako determinanty rozwoju funkcji turystycznej miasta Świdnicy

W wcześniejszym rozdziale opracowania wspomniano, iż oprócz wyznaczenia wymiarów, celów i obszarów aktywności, w strukturze strategicznej opracowania zaproponowane zostanie, dla każdego celu strategicznego, **zestawienie konkretnych propozycji projektów, produktów i działań**, które mogą wpłynąć na uatrakcyjnienie turystycznej oferty Świdnicy. Część z nich to idee, o których mówi się w mieście od lat, inne to nowe pomysły na rozwój branży turystycznej w Świdnicy.

Realizacja poniższych propozycji ma na celu osiągnięcie przez miasto Świdnica określonego **poziomu nasycenia atrakcjami i infrastrukturą turystyczną**, w wyniku czego dotychczas zidentyfikowany kilkugodzinny ruch odwiedzających miasto, zmieni się w pobyty całonocne i/lub weekendowe.

Poniżej **zestawiono propozycje rozwiązań produktowo-projektowych**, natomiast w dalszej części dokumentu, przedstawiono wyniki ukazujące ich atrakcyjności oraz stworzone na ich podstawie mapy priorytetów. Stanowią one efekt konsultacji społecznych przeprowadzanych w czerwcu 2016 roku, będących jednym z etapów prac nad Strategią Rozwoju Turystyki dla miasta Świdnicy na lata 2016-2026²⁸.

4.1. Propozycje rozwiązań produktowo-projektowych dla miasta Świdnicy

Zaproponowane do realizacji propozycje rozwiązań produktowo-projektowych zostały podzielone na **pięć bloków tematycznych**. Dotyczą one kolejno rozwiązań dla miasta Świdnicy w zakresie²⁹:

- A. Tworzenia zintegrowanych produktów turystycznych.
- B. Tworzenia nowych i rozwijania istniejących atrakcji turystycznych.
- C. Tworzenia nowej i rozwijania istniejącej infrastruktury turystycznej.
- D. Wsparcia i rozwoju współpracy z przedsiębiorstwami i organizacjami działającymi w sferze szeroko pojętej turystyki.
- E. Promocji i informacji turystycznej.

4.1.1. A. Tworzenie zintegrowanych produktów turystycznych miasta Świdnicy

Grupa ta obejmuje propozycje tworzenia na terenie miasta rozpoznawalnych i „silnych” produktów, obejmujących dobra, towary i usługi turystyczne umożliwiające przybycie, pobyt i korzystanie z walorów turystycznych oraz atrakcyjne spędzanie wolnego czasu w mieście osadzone w konkretnej tematyce.

Aktualnie niekwestionowaną i największą atrakcją turystyczną Świdnicy (największa rozpoznawalność, największa liczba odwiedzających) jest **wpisany na listę światowego dziedzictwa UNESCO Kościół Pokoju**. Wraz z całym swoim otoczeniem stanowi identyfikowalny w kraju, ale również poza granicami, produkt turystyczny.

W przypadku tego produktu-objektu konieczna jest dalsza, zakrojona na szeroką skalę **współpraca miasta i parafii ewangelicko-augsburskiej** w zakresie stałej promocji obiektu oraz kooperacji przy projektach i wydarzeniach, jakie odbywają się i będą się odbywały na jego terenie.

²⁸ Wzór kwestionariusza ankiety, który został rozdysponowany podczas konsultacji społecznych znajduje się w Załączniku 1 na końcu opracowania.

²⁹ Przyjęte oznaczenia literowe bloków tematycznych i rozwiązań (np. A1, B4, itd.) będą stanowiły wyznacznik poszczególnych propozycji oraz podstawę porównań w dalszej części opracowania.

Konieczne jest podkreślenie powiązań pomiędzy burzliwą historią miasta, a jego powstaniem oraz roli jaką wywarła jego budowa i funkcjonowanie na dalsze losy miasta. Może się to przejawiać poprzez bezpośrednie **wskazanie miejsc na terenie miasta**, które tematycznie **powiązane są z historią kościoła i parafii**. Taki zabieg może przyczynić się do „rozłania” ruchu turystycznego zainteresowanego Kościołem Pokoju na pozostałe obszary Świdnicy.

Ugruntowanie pozycji Kościoła Pokoju, jako najbardziej rozpoznawalnego produktu turystycznego miasta powinno przejawiać się także maksymalnym uwzględnianiem jego potencjału (na ile jest to możliwe) w **ramach pozostałych nowotworzonych produktów turystycznych**. w dalszych analizach **Kościół Pokoju**, jako produkt turystyczny, oznaczony będzie **symbolem A0** i stanowić będzie **punkt odniesienia** dla nowozdefiniowanych zamierzeń produktowo-projektowych.

Równie istotnym obiektem dla rozwoju turystyki w mieście, szczególności turystyki senioralnej i pielgrzymkowej, jest **Katedra Świdnicka**, która jak informowano podczas prac nad niniejszym dokumentem, **ma szansę na uzyskanie statusu sanktuarium**, co przyczyni się do wzrostu ruchu turystycznego w mieście.

W rozpatrywanym, w ramach Strategii, okresie miasto powinno rozpocząć działania projektowo-wdrożeniowe w zakresie rozwoju następujących zintegrowanych produktów turystycznych:

Tabela 21. Charakterystyka propozycji rozwiązań produktowo-projektowych - blok tematyczny A.

Symbol	Krótką charakterystyka
A.1.	„ <i>Świdnica uskrzydła</i> ” - stworzenie zintegrowanego produktu turystycznego w oparciu o postać Czerwonego Barona (replika Fokkera, informatory, gadżety, produkty spożywcze, imprezy tematyczne, turniej gier komputerowych dla dzieci i młodzieży, turniej latania zdalnymi fokkerami, konkursy modelarskie, itp.) oraz organizacja cyklicznego Wielkiego Festiwalu Dwu- i Trójpłatowców w Świdnicy. Wykorzystanie potencjału, jaki niesie ze sobą rozpoznawalna i wypromowana na całym świecie marka „Red Baron” i samolot Fokker Dr.I.
A.2.	„ <i>Świdnica – miasto wielu twarzy</i> ” - promowanie miasta jako miejsca narodzin, zamieszkania, działalności zawodowej, pochówku, wybitnych świdniczan (Manfred von Richthofen, linia książąt świdnickich m.in. Anna Świdnicka, Bolko I, Bolko II, Emil Krebs, Maria Cunitz, Benjamin Schmolck, Hogo Roiter, Joachim Weber, Daniel Czepko, Helmut von Moltke, Mieczysław Kozar-Słobódzki, itd.) – stworzenie m.in. alei słynnych świdniczan (np. odlewy z brązu samych postaci lub kojarzących się z nimi przedmiotów-artefaktów), gadżety, produkty spożywcze, itp. Projekt promujący wielonarodowość, wielokulturowość i wielowyznaniowość w Świdnicy i jej okolicach na przestrzeni wieków.

A.3. *„Kupiecka Świdnica”* - promowanie miasta jako jednego z najważniejszych historycznych centrów handlowo-gospodarczych tej części Europy, eksponowanie: rynku świdnickiego wraz z wieżą ratuszową, unikalnego w skali europejskiej Muzeum Dawnego Kupiectwa, jednej z największych giełd starci w regionie „Giełdę Staroci, Numizmatów i Osobliwości”, hasła promocyjnego „Rynek z tradycjami”. Promocja bogatej historii piwowarstwa świdnickiego i powiązanych cechów, poprzez np. Festiwal Piw Lokalnych i Regionalnych, zawody dla przedstawicieli handlowych tej branży, promocja tzw. Piwnic Świdnickich, piwa Świdnickie „Marcowe”, itp. Ponadto organizacja imprezy „Mistrzostwa Polski Handlowców, Sprzedawców i Bankierów” – impreza nawiązująca do tradycji kupieckich miasta, zawody dla przedstawicieli największych sieci hiper- i supermarketów oraz banków, konkursy, pokazy dla odwiedzających, drzwi otwarte dla rodzin z dziećmi na terenie hiper- i supermarketów oraz banków zlokalizowanych w Świdnicy, zawody na kasach i skanach kodów dla dzieci i dorosłych, itp.

A.4. *„Świdnica - miasto baroku”* – promowanie miasta jako Barokowej Perły Śląska, miejsca najbardziej zasobnego, w skali Śląska, w barokowe elementy architektoniczne oraz działalności znanych architektów i artystów tworzących w tej epoce, wykreowanie wydarzeń z nią związanych, promowanie kultury baroku poprzez eventy np. „Skok w Barok”, wydanie tematycznego przewodnika po mieście, ścisłe powiązanie z Festiwałem Bachowskim, historią **Kościoła Pokoju, Katedry Świdnickiej**, kamienic i fontann na Rynku, Twierdzy Świdnickiej, organizacja koncertów muzyki barokowej na świeżym powietrzu, barokowa maskarada, barokowy targ staroci i degustacja potraw z tej epoki, itp.

Źródło: Opracowanie własne.

Należy podkreślić, iż w przypadku każdego z zaproponowanych produktów, istnieje konieczność opracowania **profesjonalnego programu rozwoju** (zakres tematyczny, wyróżniki produktu, kanały i środki promocji, główni interesariusze, itp.), co w zdecydowanym stopniu usprawni proces ich wdrażania, a następnie koordynacji i promocji na szerszą skalę.

4.1.2. B. Tworzenie nowych i rozwijanie istniejących atrakcji turystycznych

Poza wymienionymi, w poprzednim punkcie, kompleksowymi i zintegrowanymi wokół konkretnej tematyki, produktami turystycznymi, miasto Świdnica powinno rozpocząć działania w zakresie **zwiększenia liczby potencjalnych atrakcji turystycznych** opartych o pozostałe **zasoby** zarówno **przyrodnicze**, jak i **kulturowe miasta**.

Poniżej zestawiono potencjalne projekty i działania, które mogą przyczynić się do uatrakcyjnienia i zdywersyfikowania oferty turystycznej, a tym samym wpłynąć na wydłużenie czasu pobytu odwiedzających miasto.

Tabela 22. Charakterystyka propozycji rozwiązań produktowo-projektowych - blok tematyczny B.

Symbol	Krótką charakterystyka
B.1.	Zagospodarowanie Fleszy Nowomłyńskiej na centrum turystyczno-kulturalno-rozrywkowe osadzone w klimatach wojen prusko-austriackich (np. Regionalne Centrum Wojen Prusko-Austriackich) wraz z ekspozycją na jej terenie militariów (np. współpraca z Muzeum Broni i Militariów w zakresie przeniesienia części ekspozycji) oraz budową szlaku turystycznego „Śladami Twierdzy Świdnickiej” , obejmującego odbudowę i/lub wyeksponowanie na terenie całego miasta relikwów dawnej twierdzy i obiektów powiązanych z nią (np. słupki graniczne, uwidocznienie zarysów terenu w parkach, odbudowa altany

	w Parku Młodzieżowym, itp.). w dalszej perspektywie stworzenie przestrzennego, interaktywnego muzeum wykorzystującego w maksymalnym stopniu podziemne obiekty na wystawy i ekspozycje prezentujące historię miasta z perspektywy wojen i bitew od średniowiecza po czasy współczesne (m.in. średniowieczne piwnice i Baszta Strzegomska, kaponiery, podziemia na pl. Drzymały, pl. Grunwaldzkim, stacja wzmacniakowa ul. Tołstoja, itp.)
B.2.	Stworzenie podziemnej trasy turystycznej pod Katedrą Świdnicką , udostępnienie skarbcza, lapidarium oraz utworzenie Muzeum Diecezjalnego (współpraca z Proboszczem kościoła katedralnego i Kurią Biskupią w zakresie realizacji projektu)
B.3.	„ Świdnica miasto tajemniczych studni ” – projekt polegający na maksymalnym udostępnieniu/wyeksponowaniu zabytkowych studni na terenie miasta z ukazaniem ich historii i wykreowaniem specyfiki każdej z nich tj. studnia miłości, studnia płodności, studnia zdrowia, itp. zachęcając turystów do wrzucania do nich monet. z czasem monety będą wyciągane i przeznaczane np. na cele charytatywne oraz na utrzymanie zabytków miasta. Projekt należy powiązać z legendami i tajemnicami związanymi z miastem, co będzie atrakcyjne do dzieci.
B.4.	„ Otwarty Park Rozrywki w Świdnicy ” – projekt zakładający stworzenie na określonym obszarze kompleksu obiektów i infrastruktury rozrywkowo-rekreacyjnej (bezpłatnej i odpłatnej) osadzonej w określonej tematyce (np. wykorzystanie koncepcji Asów Lotnictwa stworzonej przez Pana Konrada Tonderę lub Park Piastowski w nowoczesnym i interaktywnym wydaniu). Proponowane lokalizacje: 1. Flesza Nowomłyńska, rzeka i zalew Witoszówka lub 2. Park Sikorskiego-Park Strzelnica. Projekt w szczególności ukierunkowany na rodzinę z dziećmi.
B.5.	„ Otwarty Park Miniatur Dawnych Obiektów Świdnicy ” – tj. obiektów już nieistniejących lub których relikty zachowane są pod ziemią, usytuowanie w pobliżu miejsca ich historycznej lokalizacji makiet wizualizujących dawny obiekt (m.in.: zamek świdnicki, synagoga, mury miejskie wraz z całym systemem umocnień, kościół św. Mikołaja, itp.) – stylistycznie nawiązujących do istniejących odlewów makiety centrum miasta
B.6.	Ustawienie na Rynku repliki średniowiecznej wagi jako symbolu kupiectwa i handlu, a jednocześnie atrybut sprawiedliwości i sądownictwa. Mogłaby ona stanowić także centralny element szlaku (ścieżki dydaktycznej) Pamiątki Średniowiecznego Prawa Ziemi Świdnickiej (krzyże i kapliczki pojednania/pokutne, pręgierze, szubienice, itp.). Świdnica i okolice to obszar najbardziej zasobny i niepowtarzalny w skali kraju w tego typu obiekty, z kilkoma unikalnymi krzyżami i kapliczkami.
B.7.	Działania na rzecz unowocześnienia Muzeum Dawnego Kupiectwa – stworzenie multimedialnych, interaktywnych wystaw i prezentacji opisujących dawne kupiectwo, handel, historię miasta, słynne postaci związane z miastem, itp. Stworzenie ścieżki muzealnej dla dzieci ukazującej w prosty i atrakcyjny sposób historię rozwoju kupiectwa i handlu.
B.8.	Rozwinięcie koncepcji ustawiania na terenie miasta odlewów dzików , w ślad za „Rodziną dzików” przy ul. Franciszkańskiej, zachęcających turystów (w szczególności rodziny z dziećmi) do ich poszukiwania (patrz Wrocław i krasnale). Dzikie mogłyby być ustawiane w stylizacji często zapomnianych i podupadających rzemiosł i zawodów (np. dzik: bednarz, cieśla, kołodziej, ludwisarz, miecznik, warzelnik, zdun, itd.) oraz legend miejskich nawiązując tym samym do historii oraz tradycji kupieckich i rzemieślniczych miasta, a jednocześnie posiadając element edukacyjny (Trasa dla Dzieci – patrz pkt. C.1.).
B.9.	Projekt rewitalizacji i aktywizacji dworca Świdnica-Kraszowice oraz nieczynnej linii kolejowej nr 285 w celu uruchomienia przejazdów drezynami i parowozami retro do

	Zagórza Śląskiego i Jedliny Zdrój – rewitalizacja linii w ramach założeń Wałbrzyskiej Kolei Aglomeracyjnej, jako projekt międzygminny i we współpracy z samorządem województwa oraz istotnym zaangażowaniem właściciela stacji Świdnica-Kraszowice.
B.10.	Wspieranie działań w zakresie zagospodarowania zabytkowej parowozowni wachlarzowej między ul. Okrężna i ul. Towarową na oddział Muzeum Przemysłu i Kolejnictwa na Dolnym Śląsku (współpraca z Muzeum Przemysłu i Kolejnictwa z Jaworzyny Śląskiej)
B.11.	Zagospodarowanie Parku Strzelnica jako parku przyrodniczego (ścieżka dydaktyczna, oświetlenie) lub parku rozrywki (patrz pkt. B.4.)

Źródło: Opracowanie własne.

Ponadto w wyniku konsultacji społecznych w obszarze bloku tematycznego *B. Tworzenia nowych i rozwijania istniejących atrakcji turystycznych*, zaproponowano następujące działania³⁰:

B.12. Zagospodarowanie obiektu stacji wzmacniakowej sygnału telekomunikacyjnego na ul. Tołstoja i promocja jako element Kompleksu Riese (we współpracy z prywatnym inwestorem).

W miejscu tym należy podkreślić, iż obie grupy działań (A i B) i przyporządkowane im cele strategiczne (CS1 i CS2) usytuowane są w ramach tego samego wymiaru rozwoju, tj. *I. Wymiar zasobowo-produktowy*. Oznacza to, że ich realizacja może się wzajemnie przenikać, i w wielu przypadkach realizacja jednego działania może być komplementarna z innymi, przyczyniając się tym samym, do spójnego rozwoju funkcji turystycznej miasta. Planując ich realizację należy więc uwzględnić aspekt komplementarności i synergii efektów wymienionych działań.

4.1.3. C. Tworzenie nowej i rozwijanie istniejącej infrastruktury turystycznej

Rozwój funkcji turystycznej miasta nie może odbywać się bez odpowiedniej, dostosowanej do potrzeb turystów, infrastruktury turystycznej. Są to wszelkie elementy w miejscu docelowym, które umożliwiają i ułatwiają turystom pobyt i korzystanie z atrakcji.

Poniżej zestawiono potencjalne projekty i działania, które mogą przyczynić się do uatrakcyjnienia i usprawnienia pobytu odwiedzających i turystów na terenie miasta.

Tabela 23. Charakterystyka propozycji rozwiązań produktowo-projektowych - blok tematyczny C.

Symbol	Krótką charakterystyka
C.1.	Utworzenie zintegrowanego systemu pieszych tras turystycznych po obszarze miasta, m.in.: Główna Trasa Turystyczna (po najciekawszych obiektach), Trasa Militarna (prowadząca po zachowanych reliktach militarnych na terenie miasta – relikty średniowiecznych obwarowań, relikty Twierdzy Świdnickiej, itp.), Trasa Przyrodnicza (prowadząca po parkach, nad brzegiem rzeki Bystrzycy, zalewem i rzeką Witoszówką, itd.), Trasa dla Dzieci - w oparciu o dawne zawody, miejskie legendy i podania, przy wykorzystaniu motywu dzika.
C.2.	Rozwój Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej i Kulturalnej , zagospodarowanie obiektu w Rynku na profesjonalne centrum obsługi turystów, odpowiednie oznakowanie obiektu, itd.

³⁰ Ze względu na rozbieżność czasową pomiędzy ankietyzacją za pomocą kwestionariusza, a bezpośrednimi konsultacjami społecznymi, działania te nie zostały uwzględnione przy tworzeniu map priorytetów, jednak powinny być one uwzględniane przy rozwoju funkcji turystycznej miasta.

C.3.	Budowa spójnej sieci dróg i szlaków rowerowych na terenie miasta i na obszarach gmin sąsiednich (współpraca m.in. z gminami sąsiednimi, Nadleśnictwem Świdnica).
C.4.	Utworzenie miejskiego systemu informacji ulicznej w postaci słupów z tablicami kierunkowymi do poszczególnych obiektów (system powinien zostać zintegrowany z utworzonymi turystycznymi trasami pieszymi i rowerowymi – patrz pkt. C.1. i C.3.) oraz ustawienie w miejscach koncentracji ruchu (stacje benzynowe, centra handlowe, centrum przesiadkowe, główne obiekty turystyczne) ujednoliconych tablic informacyjnych z mapą miasta i zaznaczonymi atrakcjami.
C.5.	Utworzenie promenady turystycznej w sąsiedztwie Kościoła Pokoju – „Promenada Pokoju” (ul. Kościelna i/lub północno-wschodnia część pl. Św. Małgorzaty) – stworzenie w tej strefie w pełni zrewitalizowanego ciągu komunikacyjnego pomiędzy Kościołem Pokoju, a pozostałymi atrakcjami miasta, z lokalami gastronomicznymi, pamiątkarskimi, itp. (we współpracy z parafią ewangelicko-augsburską).
C.6.	Budowa centralnego parkingu dla turystycznych grup zorganizowanych (autokary) i indywidualnych turystów (samochody), np. ul. Folwarczna.
C.7.	Utworzenie punktów widokowych na miasto i okolice , np. wzgórze przy ul. Bystrzyckiej wyjazd w kierunku Burkatowa/Zagórza Śląskiego, Wzgórze Grębosz – utworzenie ławek, miejsca na ognisko, postawienie stylowej wiaty, mapy panoramy miasta z opisem widocznych obiektów, itp.
C.8.	Zagospodarowanie i promocja nadbrzeży Bystrzycy jako elementu całościowej trasy turystycznej Dolina Bystrzycy – stworzenie deptaka (Bulwaru Bystrzyckiego) z miejscami odpoczynku, trasami pieszymi i rowerowymi, tablicami informacyjnymi, itp.
C.9.	Rozwój pod kątem turystycznym infrastruktury na terenach nad Zalewem Witoszówka (rozwój przystani żeglarskiej, stojaki na rowery, wiaty turystyczne, mapy, opisy krajoznawcze, itp.).
C.10.	Utworzenie zintegrowanych ciągów komunikacyjnych pomiędzy obiektami: Wieża Ratuszowa, Muzeum Dawnego Kupiectwa i Świdnicki Ośrodek Kultury i nadanie im charakteru wystawienniczo-informacyjnego.

Źródło: Opracowanie własne.

Ponadto w wyniku konsultacji społecznych w obszarze bloku tematycznego *C. Tworzenie nowej i rozwijanie istniejącej infrastruktury turystycznej*, zaproponowano następujące działania³¹:

C.11. Działania w zakresie **uruchomienia bezpośrednich turystycznych** połączeń autobusowych w Góry Sowie i Masyw Ślęży.

4.1.4. D. Wsparcie i rozwój współpracy z przedsiębiorstwami i organizacjami działającymi w sferze szeroko pojętej turystyki

Prawidłowo funkcjonująca branża turystyczna na poziomie miasta wymaga budowania odpowiednich relacji pomiędzy samorządem, sferą biznesu, a organizacjami turystycznymi. Aktywność i przedsiębiorczość podmiotów turystycznych i około turystycznych zlokalizowanych i funkcjonujących na terenie miasta, przejawiająca się w podejmowaniu wspólnych działań i projektów o charakterze biznesowym, jak i non-profit, przyniesie korzyści w wymiarze indywidualnym, a także wpłynie na rozwoju miasta w sferze turystyki.

³¹ Jw.

Poniżej zestawiono potencjalne projekty i działania, które mogą przyczynić się do wzmacniania współpracy z różnymi podmiotami branży turystycznej w zakresie rozwoju funkcji turystycznej miasta.

Tabela 24. Charakterystyka propozycji rozwiązań produktowo-projektowych - blok tematyczny D.

Symbol	Krótką charakterystyka
D.1.	Turystyczna Karta Świdnicy , Powiatu Świdnickiego lub Aglomeracji Wałbrzyskiej (książeczka zawierająca rabaty i promocje na usługi w wybranych obiektach turystycznych na terenie miasta i okolic)
D.2.	Wprowadzenie systemu ulg dla nowopowstających obiektów turystycznych na terenie miasta (usługi noclegowe, gastronomiczne, rozrywkowe, itp.) w szczególności w celu zachęcenia do rozbudowy bazy noclegowej w podstawowym (hostel, hotel ekonomiczny) i podwyższonym standardzie turystycznym (średniej klasy).
D.3.	Wzmocnienie współpracy z lokalnymi i regionalnymi organizacjami turystycznymi (m.in. LOT „KSJ”, LOT Aglomeracji Wałbrzyskiej, DOT, Stowarzyszenie Turystyczne Gmin Gór Sowich, PTTK), podmiotami mogącymi wspierać rozwój lokalnej turystyki (m.in. Nadleśnictwo Świdnica, Fundacja Krzyżowa, Muzeum Broni i Militariów, Muzeum Przemysłu i Kolejnictwa w Jaworzynie Śląskiej, itp.) oraz sąsiednimi samorządami w zakresie rozwoju i wsparcia turystyki w mieście Świdnica, na terenie Przedgórze Sudeckiego i Sudetów Środkowych.
D.4.	Zainicjowanie i wspieranie przez UM współpracy między zarządcami najważniejszych obiektów sakralnych miasta (m.in. Kościół Pokoju, Katedra pw. św. Stanisława i św. Wacława, Kościół Zielonoświątkowy, Cerkiew Prawosławna) w zakresie promocji i rozwoju turystyki kulturowej i religijnej, podkreślając znaczenie wielokulturowości i wielowyznaniowości w historii miasta oraz okresu reformacji i kontrreformacji, np. opracowanie wspólnego wydawnictwa, wyznaczenie szlaku, wspólne wydarzenia kulturalne.
D.5.	Współpraca ze szkołami ponadgimnazjalnymi i uczelniami wyższymi o profilu turystycznym w zakresie realizacji prac badawczych, projektów dydaktycznych dotyczących rozwoju turystycznego miasta.

Źródło: Opracowanie własne.

Ponadto w wyniku konsultacji społecznych w obszarze bloku tematycznego D. *Wsparcie i rozwój współpracy z przedsiębiorstwami i organizacjami działającymi w sferze szeroko pojętej turystyki*, zaproponowano następujące działania³²:

D.6. Wzmocnienie i rozszerzenie współpracy z samorządami i organizacjami turystycznymi z zagranicy (w szczególności z miast partnerskich) w zakresie realizacji wspólnych projektów i działań (w tym finansowanych z funduszy europejskich) promujących potencjał turystyczny miasta.

D.7. Rozpoczęcie współpracy z touroperatorami i firmami turystycznymi (głównie z zagranicy) w celu umieszczenia w ramach ich oferty pakietów zawierających możliwość zwiedzania/pobytu w Świdnicy.

³² Jw.

4.1.5. E. Promocja i informacja turystyczna.

Rozwój funkcji turystycznej nie może odbywać się bez zakrojonych na szeroką skalę działań marketingowych opartych o różnego rodzaju narzędzia i środki komunikacji z potencjalnym odwiedzającym miasto. Efektem tych działań ma być wykreowanie w świadomości turysty odpowiedniego wizerunku i postrzegania miejsca docelowego, czyli miasta Świdnicy.

Poniżej zestawiono potencjalne projekty i działania, które mogą przyczynić się do właściwego zaprezentowania oferty turystycznej miasta, dzięki czemu wyróżni się ono i zostanie wysoko ocenione w świadomości klientów tworzących rynek docelowy.

Tabela 25. Charakterystyka propozycji rozwiązań produktowo-projektowych - blok tematyczny E.

Symbol	Krótką charakterystyka
E.1.	Wykorzystanie przynależności miasta do „Kanonu Miejsc Historycznych” w celach turystyczno-edukacyjnych m.in. poprzez organizowanie na jego terenie żywych lekcji architektury (np. dla studentów architektury) lub żywych lekcji historii (podkreślając wieloznaczność i wielonarodowość obszaru miasta i okolic na przestrzeni dziejów miasta) (uczniowie szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych), uczestnictwo w Europejskich Dniach Dziedzictwa, Nocy Muzeów, itp.
E.2.	Wykorzystanie, coraz popularniejszej wśród turystów, rzeźby tzw. „Srającego chłopka” do celów promocji miasta, jako element większego projektu pn. „Jedynę, Niepowtarzalną – Świdnica Naj ...” – opracowanie specyficznego przewodnika-informatora o mieście zawierającego zestawienie najbardziej charakterystycznych i wyróżniających miasto elementów znajdujących się na jego terenie.
E.3.	Rozwój zintegrowanego kalendarza imprez miejskich (sportowych, kulturalnych, rekreacyjnych, specjalistycznych, itp.), również we współpracy z sąsiednimi gminami w zakresie umieszczania ich imprez.
E.4.	Opracowanie logo i hasła promującego potencjał turystyczny miasta – całkowicie nowe lub rozwinięcie istniejącego „Rynek z tradycjami” (np. przeprowadzenie konkursu)
E.5.	Specjalistyczne opracowanie turystycznej strony internetowej miasta (np. rozwój we współpracy z Lokalną Organizacją Turystyczną „Księstwo Świdnicko-Jaworskie” istniejącego portalu, z wdrożeniem systemu rezerwacji, informacji on-line, itp., powiązane z pkt. E.7.)
E.6.	Przeprowadzenie zintegrowanej kampanii marketingowej – całociowy i długookresowy program ukierunkowany na ukazanie (głównie strategicznym grupom docelowym) potencjału turystycznego Świdnicy, atrakcji samego miasta, ale także idealnej lokalizacji, jako punktu wypadowego w Masyw Ślęży, Sudety Środkowe (głównie Góry Sowie) i Dolinę Bystrzycy - promocja w mediach tradycyjnych i społecznościowych, organizacja Zlotu Blogerów Turystycznych, study tourów dla przedstawicieli mediów z Polski i z zagranicy, współpraca z touroperatorami, publikacja wielojęzycznych przewodników, ulotek, gadżety, filmy (amatorskie i profesjonalne), „witacze” na wjazdach do miasta, uczestnictwo w targach turystycznych, itp.
E.7.	Opracowanie całociowej koncepcji wdrożenia nowoczesnych technologii teleinformatycznych wspomagających funkcjonowanie i rozwój branży turystycznej w mieście, np. kody QR, mobilne przewodniki, zintegrowany system rezerwacji: miejsc noclegowych, lokalnego przewodnika, biletów wstępu do atrakcji, audioprzewodników, itp.

Źródło: Opracowanie własne.

Ponadto w wyniku konsultacji społecznych w obszarze bloku tematycznego *E. Promocja i informacja turystyczna*, zaproponowano następujące działania³³:

E.8. Stworzenie i rozwój „Świdnickiego Menu” - swoistej karty dań (tradycyjnych i nowoczesnych) związanych z miastem (jego historią, nazwą, kulturą), utworzenie szlaku kulinarnego po lokalach gastronomicznych miasta, serwujących określone potrawy tworzące „Świdnickie Menu” (np. nalewka świdnicka na bazie derenia, wino z winnicy świdnickiej, piwo świdnickie, świdnickie pierniki, ciasto świdnickie, itp.).

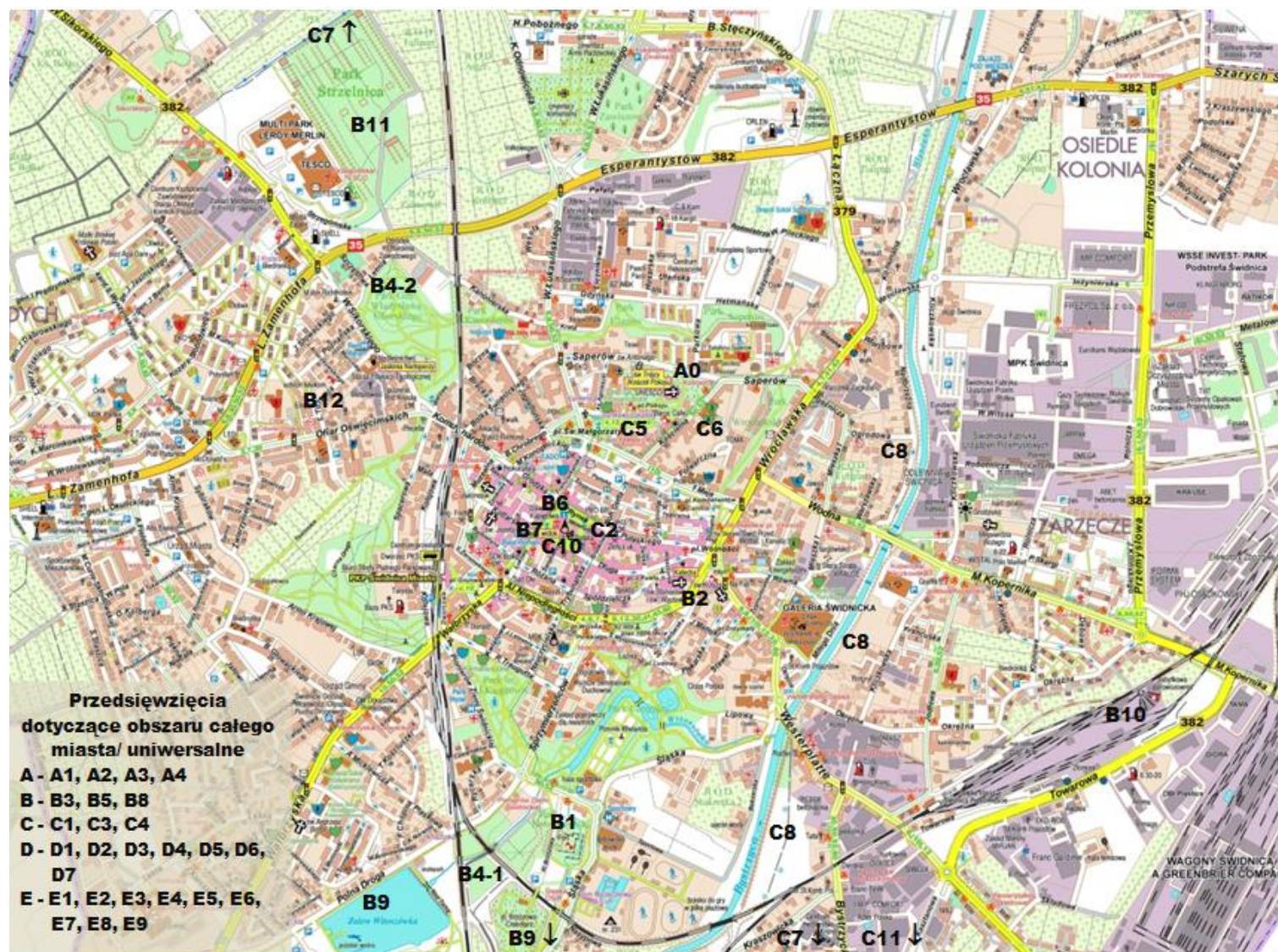
E.9. Świdnicki Turystyczny Znak Jakości - znakowanie obiektów wyróżniających się pewnymi wyjątkowymi cechami (nietyпова potrawa, niepowtarzalny klimat miejsca, najbardziej tradycyjny lokal, najlepsze miejsce dla dzieci, itp.) – stanowiłoby to swoistego rodzaju nadawanie znaku jakości charakterystycznym miejscom na turystycznej mapie miasta i okolic.

Należy podkreślić, że każde z przedsięwzięć zaproponowane w pięciu powyższych grupach:

- powinno w **maksymalnym stopniu uwzględnić** (na ile to możliwe) takie elementy, które wpisują się w przewidziane dla miasta **strategiczne segmenty rozwoju turystyki**, tj. turystyka poznawcza, rodzinna i seniorów oraz krótkookresowa.
- **wymaga ścisłej wewnętrznej współpracy przedstawicieli poszczególnych komórek organizacyjnych Urzędu Miejskiego** w Świdnicy oraz ich współpracy z **przedstawicielami różnych instytucji i organizacji zewnętrznych** - wiodącą rolę (inicjatora i/lub koordynatora) powinno jednak pełnić miasto Świdnica, jako samorząd lokalny. Szczególnie ważna jest tu **rola pracowników Urzędu Miejskiego** zarządzających różnymi obszarami rozwoju miasta (m.in. sport i rekreacja, kultura, infrastruktura techniczna, komunikacja i transport, ochrona środowiska, sprawy społeczne, działalność gospodarcza, itp.). Każdorazowo przy podejmowaniu działań i realizacji dziedzinowych projektów, każdy z wydziałów czy referatów, powinien uwzględniać możliwy wpływ na rozwój funkcji turystycznej i wpływ na realizację zapisów powyższej Strategii oraz zaproponowanych w niej rozwiązań produktowo-projektowych.
- nie jest tworem odizolowanym i w wielu przypadkach jego realizacja może być **powiązana z elementami przedsięwzięć z innych bloków tematycznych**.
- **nie jest zbiorem zamkniętym** – 10-letnia perspektywa czasowa Strategii powoduje, iż w trakcie realizacji jej zapisów mogą pojawić się nowe, niezidentyfikowane na ten moment, uwarunkowania i zasoby o potencjale turystycznym, które należy wykorzystać do rozwoju funkcji turystycznej miasta.

Poniżej na mapie (rysunek 25) zaznaczono symbolami miejsca potencjalnej realizacji wybranych projektów, produktów i działań. w przypadku pewnej grupy przedsięwzięć nie jest możliwa konkretna lokalizacja ze względu na ich uniwersalny charakter lub lokalizację wielopunktową na obszarze miasta.

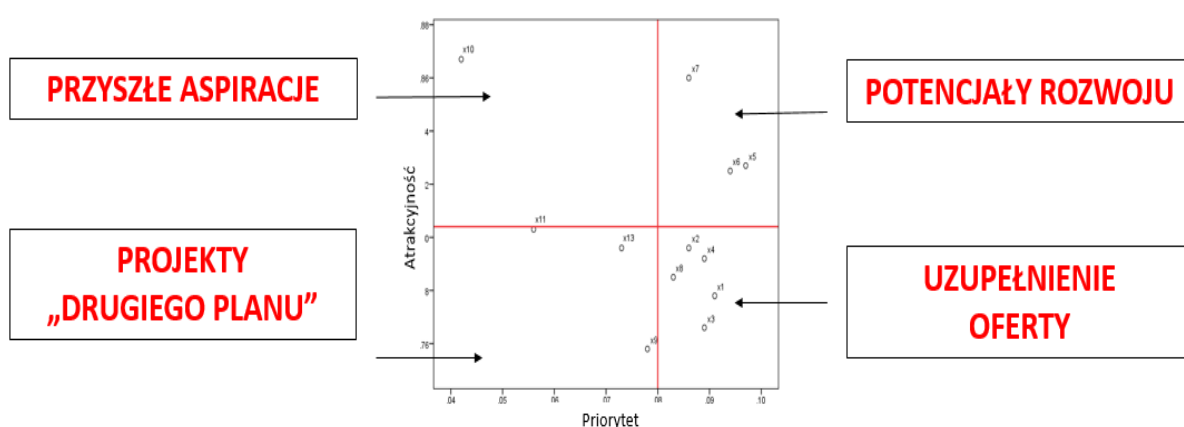
³³ Jw.



Rysunek 25. Mapa miasta z naniesioną lokalizacją wybranych przedsięwzięć z grup A, B, C, D i E.
 Źródło: Opracowanie własne.

4.2. Mapy priorytetów dla propozycji rozwiązań produktowo-projektowych

Proponowane w Strategii projekty, produkty i działania poddano ocenie w ramach konsultacji społecznych. Ocena miała charakter dwuwymiarowy bowiem uczestnicy konsultacji oceniali zarówno **atrakcyjność** proponowanych rozwiązań z punktu widzenia potencjalnego turysty, jak i **preferencje** (priorytet) w **zakresie ich realizacji** dla zintensyfikowania rozwoju turystyki na obszarze miasta. W ocenach zastosowano pięciostopniowe skale pomiaru z opisanymi punktami skrajnymi odpowiednio: „ocena bardzo niska” i „ocena bardzo wysoka”. W spotkaniu konsultacyjnym uczestniczyli przedstawiciele władz miasta oraz osoby związane i zaangażowane w rozwój turystyki na terenie miasta. Zgromadzone dane posłużyły do budowy autorskiego narzędzia w postaci mapy priorytetów, którego zadaniem jest wsparcie przedstawicieli władz miasta w wyborze kluczowych dla rozwoju turystyki projektów, produktów i działań. Ogólną postać graficzną narzędzia przedstawiono na rysunku 26.



Rysunek 26. Mapa priorytetów – schemat ogólny.

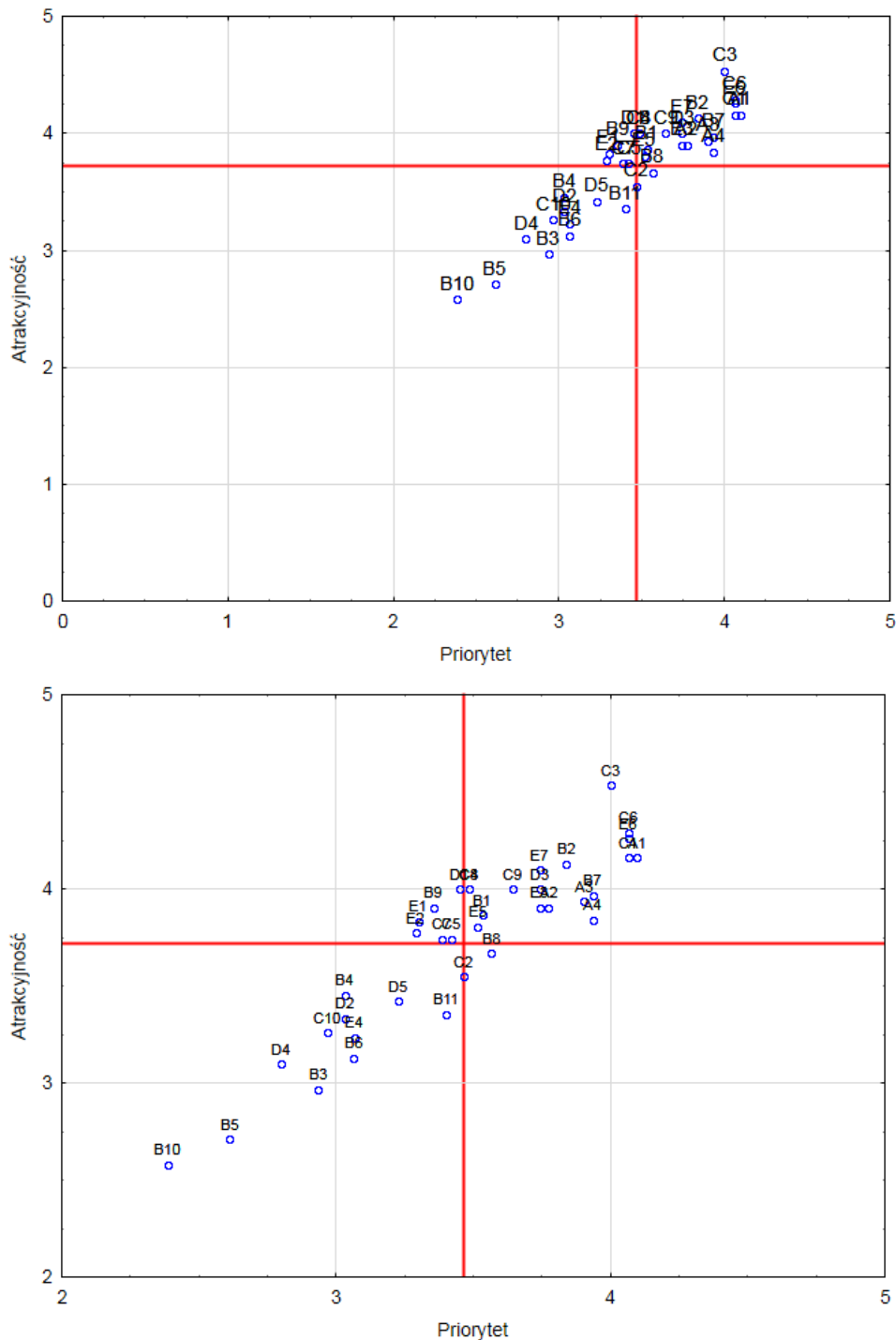
Źródło: Opracowanie własne.

Mapa podzielona jest na 4 ćwiartki wyznaczone na podstawie średnich ocen atrakcyjności i ważności (priorytetu). Pierwsza ćwiartka o nazwie „**przyszłe aspiracje**” zawiera projekty, produkty i działania o wysokiej atrakcyjności turystycznej, ale o stosunkowo niskiej ważności dla aktualnego rozwoju świdnickiej branży turystycznej. Ich realizacja powinna zatem zostać odsunięta w czasie i podjęta w sytuacji np. zaistnienia korzystnych zjawisk zewnętrznych w postaci pojawienia się silnego partnera (np. podmiotu prywatnego) lub uzyskania dofinansowania projektu (np. ze środków krajowych lub europejskich). Propozycje, które znalazły się w drugiej ćwiartce określono mianem „**potencjałów rozwoju**” bowiem to one powinny, w opinii uczestników konsultacji społecznych, stanowić główny trzon oferty turystycznej miasta. Projekty z trzeciej ćwiartki są ważne, ale o relatywnie mniejszej atrakcyjności dla potencjalnego turysty dlatego mogą być **uzupełnieniem oferty turystycznej** jeżeli zasoby organizacyjne i finansowe pozwolą na ich realizację. Projekty „**drugiego planu**” są aktualnie najmniej istotne i atrakcyjne na tle pozostałych propozycji, co jednak nie musi ich wykluczać z realizacji, jeżeli przy niewielkich nakładach mogą wzmocnić ofertę turystyczną Świdnicy jako całości.

Na potrzeby szczegółowej analizy opracowano mapę priorytetów dla wszystkich propozycji³⁴ oraz mapy dla każdego z pięciu celów strategicznych. Dla zwiększenia czytelności map, dla każdej

³⁴ Z analizy w formie map priorytetów wyłączono produkt A0, jako już istniejący i stanowiący punkt odniesienia dla pozostałych przedsięwzięć oraz propozycje, które uzyskano podczas konsultacji społecznych.

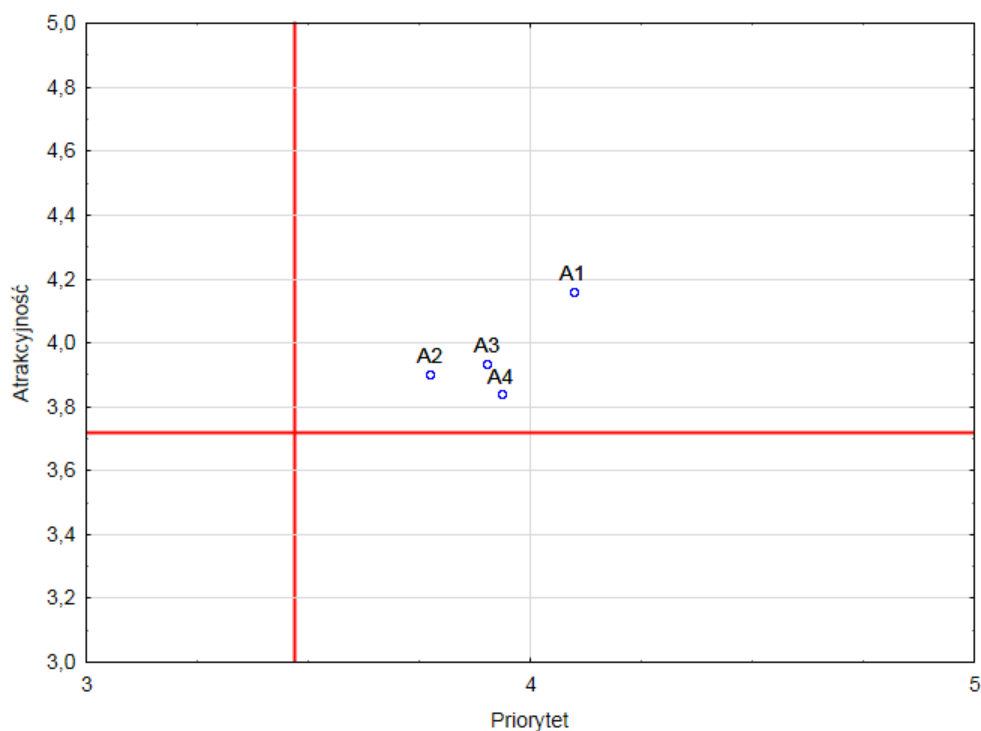
z nich zamieszczono ich „przybliżony” fragment pozwalający ocenić rozmieszczenie poszczególnych propozycji. Wyniki przedstawiono na rysunkach 27-32.



Rysunek 27. Mapa priorytetów (ogólna i przybliżona) dla wszystkich projektów z grup A-E obejmujących cele strategiczne 1-5.

Źródło: Opracowanie własne.

Jak wynika z powyższej mapy, pomimo dużego zróżnicowania tematycznego proponowanych rozwiązań i biorąc pod uwagę położenie linii referencyjnych decydujących o miejscach podziału na cztery ćwiartki, należy podkreślić **stosunkowo wysokie oceny wszystkich propozycji**. Zbiorcze mapy jednoznacznie sugerują podział proponowanych rozwiązań na dwie grupy: **potencjały rozwoju (18 propozycji)** oraz projekty „**drugiego planu**” (12 propozycji). Do przyszłych aspiracji zaliczono 6 propozycji. Tylko jedną propozycję uznano za uzupełnienie oferty.



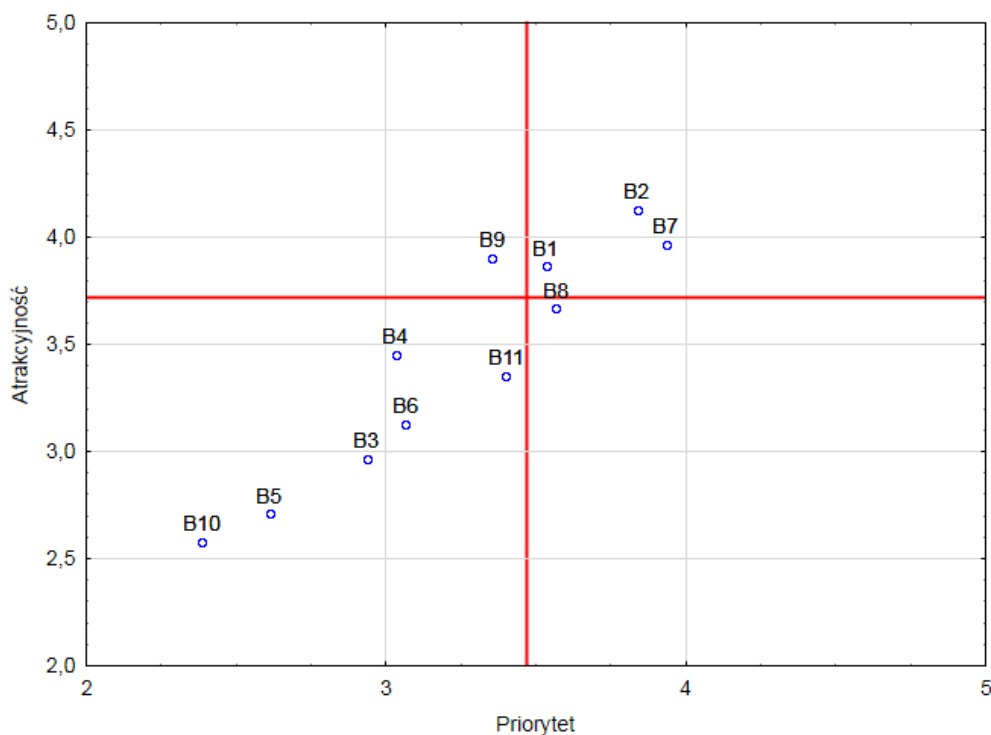
Legenda:

Symbol	Nazwa produktu/projektu/działania
A.1.	„Świdnica uskrzydła”
A.2.	„Świdnica - miasto wielu twarzy”
A.3.	„Kupiecka Świdnica”
A.4.	„Świdnica - miasto baroku”

Rysunek 28. Mapa priorytetów dla propozycji celu strategicznego 1 „Zintegrowane produkty turystyczne”.

Źródło: Opracowanie własne.

Z powyższego zestawienia wynika, iż **wszystkie z zaproponowanych zintegrowanych produktów turystycznych zostały ocenione jako potencjały rozwoju**. Oznacza, iż w najbliższym czasie, powinno się podjąć **zdecydowane i zorganizowane działania w zakresie ich rozwoju i promocji**. Zintegrowane produkty turystyczne powinny stać się istotnym wyróżnikiem miasta na tle oferty turystycznej regionu i kraju.



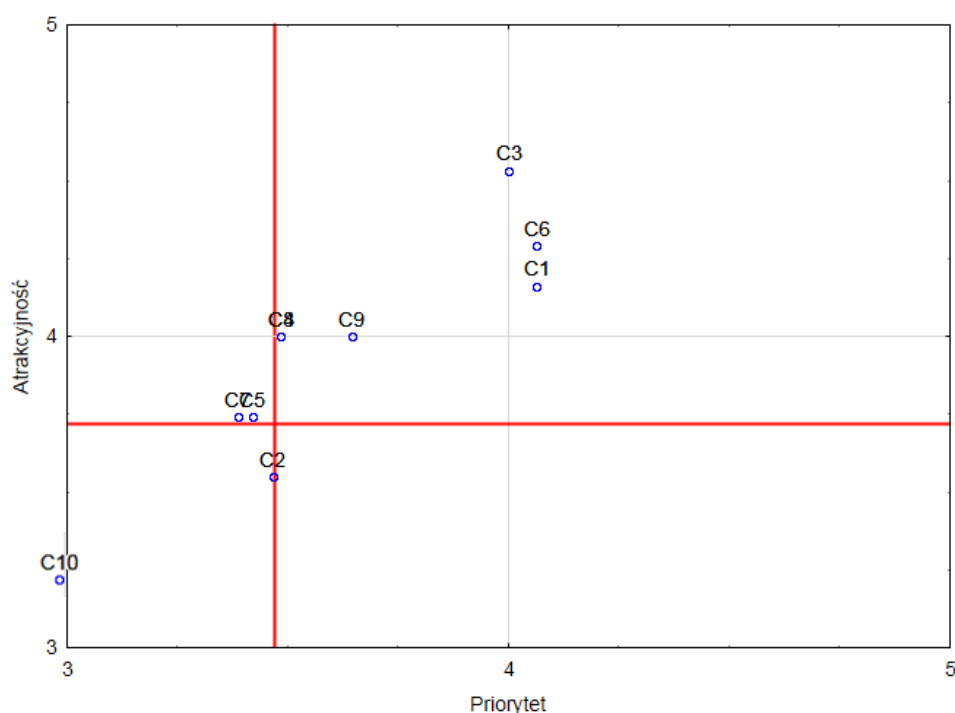
Legenda:

Symbol	Nazwa produktu/projektu/działania
<i>B.1.</i>	<i>Zagospodarowanie Fleszy Nowomłyńskiej</i>
<i>B.2.</i>	<i>Stworzenie podziemnej trasy turystycznej pod Katedrą Świdnicką</i>
<i>B.3.</i>	<i>„Świdnica miasto tajemniczych studni”</i>
<i>B.4.</i>	<i>„Otwarty Park Rozrywki w Świdnicy”</i>
<i>B.5.</i>	<i>„Otwarty Park Miniatur Dawnych Obiektów Świdnicy”</i>
<i>B.6.</i>	<i>Ustawienie repliki średniowiecznej wagi</i>
<i>B.7.</i>	<i>Unowocześnienie Muzeum Dawnego Kupiectwa</i>
<i>B.8.</i>	<i>Koncepcja ustawiania na terenie miasta odlewów dzików</i>
<i>B.9.</i>	<i>Rewitalizacji dworca Świdnica-Kraszowice oraz nieczynnej linii kolejowej nr 285</i>
<i>B.10.</i>	<i>Zagospodarowanie zabytkowej parowozowni wachlarzowej</i>
<i>B.11.</i>	<i>Zagospodarowanie Parku Strzelnica</i>

Rysunek 29. Mapa priorytetów dla propozycji celu strategicznego 2 „Tworzenie nowych i rozwijanie istniejących atrakcji turystycznych”

Źródło: Opracowanie własne.

W przypadku propozycji rozwiązań należących do grupy B tj. *Tworzenie nowych i rozwijanie istniejących atrakcji turystycznych*, tylko **3 z 11 uzyskało status potencjału rozwoju**. Są to: zagospodarowanie Fleszy Nowomłyńskiej wraz z całościowym projektem opartym o potencjał dawnej Twierdzy Świdnickiej, stworzenie podziemnej trasy turystycznej pod Katedrą Świdnicką oraz unowocześnienie Muzeum Dawnego Kupiectwa. **Sześć propozycji zostało sklasyfikowanych jako „projekty drugiego planu”**. Do grupy „Przyszłych aspiracji” oraz „Uzupełnienia oferty” przyporządkowano po jednym przedsięwzięciu. Można więc stwierdzić, że ta grupa rozwiązań w zdecydowanym stopniu ma charakter uzupełniający względem wymienionych wcześniej produktów zintegrowanych.



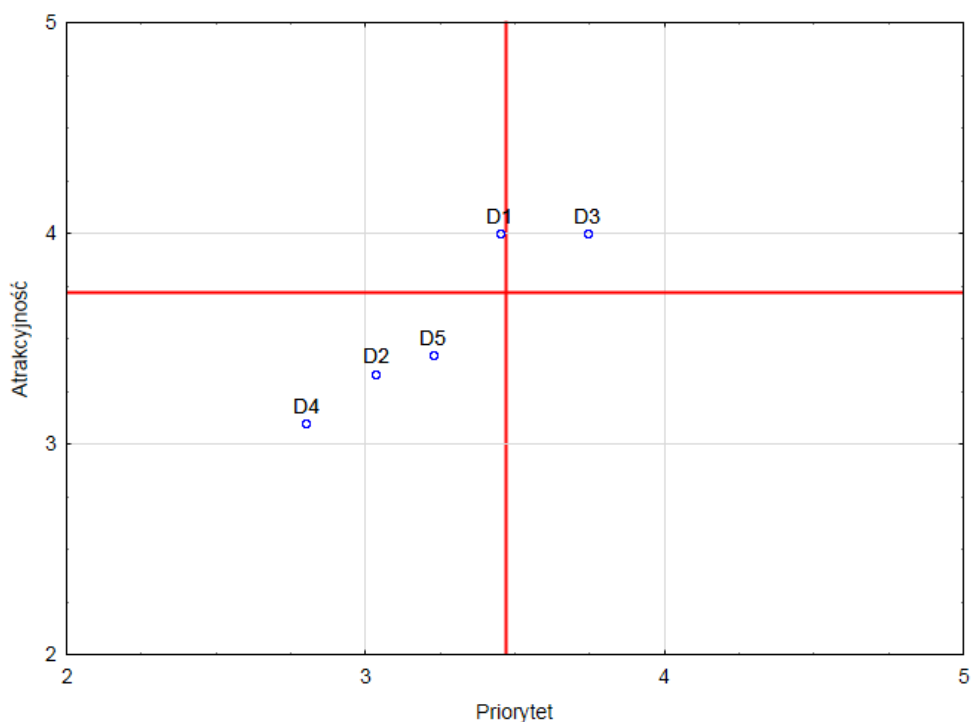
Legenda:

Symbol	Nazwa produktu/projektu/działania
C.1.	Zintegrowany system pieszych tras turystycznych
C.2.	Rozwój Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej i Kulturalnej
C.3.	Budowa spójnej sieci dróg i szlaków rowerowych
C.4.	Utworzenie miejskiego systemu informacji ulicznej
C.5.	Utworzenie promenady turystycznej w sąsiedztwie Kościoła Pokoju
C.6.	Budowa centralnego parkingu
C.7.	Utworzenie punktów widokowych na miasto i okolice
C.8.	Zagospodarowanie i promocja nadbrzeży Bystrzycy - trasa turystyczna Dolina Bystrzycy
C.9.	Rozwój infrastruktury nad Zalewem Witoszówka
C.10.	Utworzenie zintegrowanych ciągów komunikacyjnych Wieża-Muzeum-ŚOK

Rysunek 30. Mapa priorytetów (ogólna i przybliżona) dla propozycji celu strategicznego 3 „Tworzenie nowej i rozwijanie istniejącej infrastruktury turystycznej”

Źródło: Opracowanie własne.

Propozycje rozwiązań należących do grupy C tj. *Tworzenie nowej i rozwijanie istniejącej infrastruktury turystycznej*, w większości uzyskały status „**Potencjału rozwoju (6 na 10)**”. Są to przede wszystkim **działania dotyczące usprawnienia komunikacji i przemieszczania się turystów** po obszarze miasta i w jego okolicach (trasy turystyczne, rowerowe, informacja uliczna, parking). Wyniki te nie są dużym zaskoczeniem, gdyż aktualnie występuje deficyt tego typu infrastruktury na terenie Świdnicy. Pozostałe propozycje zostały przyporządkowane do „Przyszłych aspiracji” – 2 rozwiązania i „Projektów drugiego planu” – 2 rozwiązania.



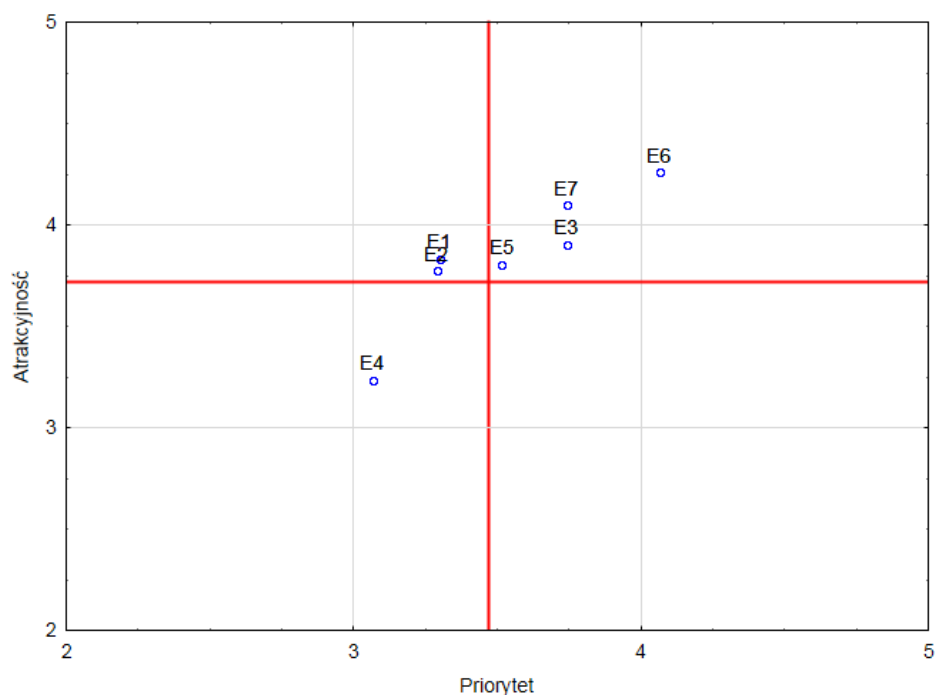
Legenda:

Symbol	Nazwa produktu/projektu/działania
<i>D.1.</i>	<i>Turystyczna Karta Świdnicy</i>
<i>D.2.</i>	<i>Wprowadzenie systemu ulg dla nowych obiektów turystycznych</i>
<i>D.3.</i>	<i>Wzmocnienie współpracy z organizacjami i podmiotami turystycznymi oraz sąsiednimi samorządami</i>
<i>D.4.</i>	<i>Zainicjowanie współpracy między zarządcami najważniejszych obiektów sakralnych miasta</i>
<i>D.5.</i>	<i>Współpraca ze szkołami ponadgimnazjalnymi i uczelniami wyższymi</i>

Rysunek 31. Mapa priorytetów (ogólna i przybliżona) dla propozycji celu strategicznego 4 „Wsparcie i rozwój współpracy z przedsiębiorstwami i organizacjami działającymi w sferze turystyki”

Źródło: Opracowanie własne.

W przypadku grupy D tj. *Wsparcie i rozwój współpracy z przedsiębiorstwami i organizacjami działającymi w sferze turystyki*, za **priorytetowe** i mające największy wpływ na rozwój turystyki uznano **rozwiązanie D.3. zakładające wzmocnienie współpracy z organizacjami i podmiotami turystycznymi oraz sąsiednimi samorządami**. Trzy spośród pięciu działań uzyskało status „Projektów drugiego planu”. Natomiast stworzenie Turystycznej Karty na obszarze miasta wskazano jako „Przyszłą aspirację”, sugerując jednocześnie, iż może być ona elementem szerszego projektu np. w ramach Aglomeracji Wałbrzyskiej.



Legenda:

Symbol	Nazwa produktu/projektu/działania
E.1.	Wykorzystanie przynależności miasta do „Kanonu Miejsc Historycznych”
E.2.	„Jedyne, Niepowtarzalne – Świdnica Naj ...”
E.3.	Rozwój zintegrowanego kalendarza imprez miejskich
E.4.	Opracowanie logo i hasła promującego potencjał turystyczny miasta
E.5.	Specjalistyczne opracowanie turystycznej strony internetowej miasta
E.6.	Przeprowadzenie zintegrowanej kampanii marketingowej
E.7.	Opracowanie koncepcji wdrożenia nowoczesnych technologii teleinformatycznych wspomagających branżę turystyczną

Rysunek 32. Mapa priorytetów (ogólna i przybliżona) dla propozycji celu strategicznego 5 „Promocja i informacja turystyczna”

Źródło: Opracowanie własne.

W ostatniej grupie projektów analizie poddano rozwiązania z zakresu *Promocji i informacji turystycznej*. Spośród 7 propozycji **4 zostały przyporządkowane do „Potencjałów rozwoju”**. Są to głównie działania wykorzystujące rozwiązania informatyczne, oparte o nowoczesne kanały komunikacji z potencjalnym turystą. Dwa rozwiązania uzyskały status „Przyszłej aspiracji”, a tylko jedno „Projekt drugiego planu”. Wynika z tego, iż **priorytetowo należy potraktować w mieście wszelkie działania związane z szeroko zakrojoną promocją i komunikacją z potencjalnymi grupami odwiedzających.**

Jako podsumowanie tej części i zobrazowanie wyników z powyższych map priorytetów, poniżej zestawiono zbiorczo w formie tabelarycznej propozycje rozwiązań i przyporządkowanie ich do konkretnych ćwiartek.

Tabela 26. Zestawienie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych z przyporządkowaniem ich do ćwiartek mapy priorytetów.

SYMBOL PRODUKTU, PROJEKTU, DZIAŁANIA	SKRÓCONA NAZWA PRODUKTU, PROJEKTU, DZIAŁANIA	ĆWIARTKI NA MAPIE PRIORYTETÓW			
		PRZYSZŁE ASPIRACJE	POTENCJAŁ ROZWOJU	PROJEKTY DRUGIEGO PLANU	UZUPEŁNIENIE OFERTY
A.1.	„Świdnica uskrzydła”		X		
A.2.	„Świdnica – miasto wielu twarzy”		X		
A.3.	„Kupiecka Świdnica”		X		
A.4.	„Świdnica - miasto baroku”		X		
B.1.	Zagospodarowanie Fleszy Nowomłyńskiej		X		
B.2.	Stworzenie podziemnej trasy turystycznej pod Katedrą Świdnicką		X		
B.3.	„Świdnica miasto tajemniczych studni”			X	
B.4.	„Otwarty Park Rozrywki w Świdnicy”			X	
B.5.	„Otwarty Park Miniatur Dawnych Obiektów Świdnicy”			X	
B.6.	Ustawienie repliki średniowiecznej wagi			X	
B.7.	Unowocześnienie Muzeum Dawnego Kupiectwa		X		
B.8.	Koncepcja ustawiania na terenie miasta odlewów dzidek				X
B.9.	Rewitalizacji dworca Świdnica-Kraszowice oraz nieczynnej linii kolejowej nr 285	X			
B.10.	Zagospodarowanie zabytkowej parowozowni wachlarzowej			X	
B.11.	Zagospodarowanie Parku Strzelnica			X	
C.1.	Zintegrowany system pieszych tras turystycznych		X		
C.2.	Rozwój Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej i Kulturalnej			X	
C.3.	Budowa spójnej sieci dróg i szlaków rowerowych		X		
C.4.	Utworzenie miejskiego systemu informacji ulicznej		X		
C.5.	Utworzenie promenady turystycznej w sąsiedztwie Kościoła Pokoju	X			
C.6.	Budowa centralnego parkingu		X		
C.7.	Utworzenie punktów widokowych na miasto i okolice	X			
C.8.	Zagospodarowanie i promocja nadbrzeży Bystrzycy - trasa turystyczna Dolina Bystrzycy		X		
C.9.	Rozwój infrastruktury nad Zalewem Witoszówka		X		
C.10.	Utworzenie zintegrowanych ciągów komunikacyjnych Wieża-Muzeum-SOK			X	
D.1.	Turystyczna Karta Świdnicy	X			
D.2.	Wprowadzenie systemu ulg dla nowych obiektów turystycznych			X	
D.3.	Wzmocnienie współpracy z organizacjami i podmiotami turystycznymi oraz sąsiednimi samorządami		X		
D.4.	Zainicjowanie współpracy między zarządcami najważniejszych obiektów sakralnych miasta			X	
D.5.	Współpraca ze szkołami ponadgimnazjalnymi i uczelniami wyższymi			X	
E.1.	Wykorzystanie przynależności miasta do „Kanonu Miejsc Historycznych”	X			
E.2.	„Jedyne, Niepowtarzalne – Świdnica Naj ...”	X			
E.3.	Rozwój zintegrowanego kalendarza imprez miejskich		X		
E.4.	Opracowanie logo i hasła promującego potencjał turystyczny miasta			X	
E.5.	Specjalistyczne opracowanie turystycznej strony internetowej miasta		X		
E.6.	Przeprowadzenie zintegrowanej kampanii marketingowej		X		
E.7.	Opracowanie koncepcji wdrożenia nowoczesnych technologii teleinformatycznych wspomagających branżę turystyczną		X		
ŁĄCZNIE		6	18	12	1

Źródło: Opracowanie własne.

4.3. Powiązanie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych z celami strategicznymi

Prawidłowa realizacja wskazanych przedsięwzięć wymaga określenia celu który będzie podstawą realizacji danego produktu, projektu czy działania. Jak wcześniej wskazano, proponowane przedsięwzięcia mogą być powiązane (organizacyjnie, technicznie, finansowo, itp.) z innymi w ramach tego samego, jak również innego bloku tematycznego. Dlatego ich realizacja może wpisywać się w kilka obszarów aktywności dedykowanych dla poszczególnych celów strategicznych. Poniżej zaprezentowano tabelę zestawiającą poszczególne produkty, projekty i działania z celami strategicznymi, w które się wpisują (w zestawieniu wykorzystano wcześniej nadane symbole). Zdefiniowano jednocześnie poziom wpływu jako bezpośredni i uzupełniający. Brak w zestawieniu symbolu danego celu strategicznego oznacza, że dane przedsięwzięcie nie wpływa na jego osiągnięcie.

Tabela 27. Zestawienie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych z przyporządkowaniem do celów strategicznych.

SYMBOL PRODUKTU/ PROJEKTU/ DZIAŁANIA	SKRÓCONA NAZWA PRODUKTU, PROJEKTU, DZIAŁANIA	WPŁYW NA OSIĄGNIĘCIE CELU STRATEGICZNEGO	
		BEZPOŚREDNI	UZUPEŁNIAJĄCY
A.0.	Kościół Pokoju	CS 1, CS 2, CS 4	CS 4, CS 5
A.1.	„Świdnica uskrzydła”	CS 1, CS 2, CS 4	CS 5
A.2.	„Świdnica – miasto wielu twarzy”	CS 1, CS 2	CS 4
A.3.	„Kupiecka Świdnica”	CS 1, CS 2, CS 4	CS 5
A.4.	„Świdnica - miasto baroku”	CS 1, CS 2	CS 4
B.1.	Zagospodarowanie Fleszy Nowomyślańskiej	CS 2, CS 3	CS 4, CS 5
B.2.	Stworzenie podziemnej trasy turystycznej pod Katedrą Świdnicką	CS 2, CS 4	CS 3
B.3.	„Świdnica miasto tajemniczych studni”	CS 2	CS 4
B.4.	„Otwarty Park Rozrywki w Świdnicy”	CS 2, CS 4, CS 5	CS 3
B.5.	„Otwarty Park Miniatur Dawnych Obiektów Świdnicy”	CS 2	CS 3
B.6.	Ustawienie repliki średniowiecznej wagi	CS 2	CS 3
B.7.	Unowocześnienie Muzeum Dawnego Kupiectwa	CS 2, CS 5	CS 4
B.8.	Koncepcja ustawiania na terenie miasta odlewów dzików	CS 2	CS 3
B.9.	Rewitalizacji dworca Świdnica-Kraszowice oraz nieczynnej linii kolejowej nr 285	CS 2, CS 3, CS 4	-
B.10.	Zagospodarowanie zabytkowej parowozowni wachlarzowej	CS 2	CS 4
B.11.	Zagospodarowanie Parku Strzelnica	CS 2	CS 3
B.12.	Zagospodarowanie obiektu stacji wzmacniakowej sygnału telekomunikacyjnego	CS 2, CS 4	-
C.1.	Zintegrowany system pieszych tras turystycznych	CS 3	-
C.2.	Rozwój Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej i Kulturalnej	CS 3	CS 5
C.3.	Budowa spójnej sieci dróg i szlaków rowerowych	CS 3	CS 4
C.4.	Utworzenie miejskiego systemu informacji ulicznej	CS 3	CS 5
C.5.	Utworzenie promenady turystycznej w sąsiedztwie Kościoła Pokoju	CS 3	CS 2, CS 4
C.6.	Budowa centralnego parkingu	CS 3	-
C.7.	Utworzenie punktów widokowych na miasto i okolice	CS 3	CS 2, CS 5
C.8.	Zagospodarowanie i promocja nadbrzeży Bystrzycy - trasa turystyczna Dolina Bystrzycy	CS 2, CS 3	-
C.9.	Rozwój infrastruktury nad Zalewem Witoszówka	CS 3	CS 2, CS 4
C.10.	Utworzenie zintegrowanych ciągów komunikacyjnych Wieża-Muzeum-ŚOK	CS 3	CS 2, CS 4
C.11.	Uruchomienie bezpośrednich turystycznych połączeń autobusowych w Góry Sowie i Masyw Ślęży	CS 3	CS 4
D.1.	Turystyczna Karta Świdnicy	CS 4	CS 5
D.2.	Wprowadzenie systemu ulg dla nowych obiektów turystycznych	CS 4	CS 3
D.3.	Wzmocnienie współpracy z organizacjami i podmiotami turystycznymi oraz sąsiednimi samorządami	CS 4	-

D.4.	Zainicjowanie współpracy między zarządcami najważniejszych obiektów sakralnych miasta	CS 4	CS 2
D.5.	Współpraca ze szkołami ponadgimnazjalnymi i uczelniami wyższymi	CS 4	-
D.6.	Wzmocnienie i rozszerzenie współpracy z samorządami i organizacjami turystycznymi z zagranicy	CS 4	CS 2, CS 3
D.7.	Rozpoczęcie współpracy z touroperatorami i firmami turystycznymi (głównie z zagranicy)	CS 4	CS 5
E.1.	Wykorzystanie przynależności miasta do „Kanonu Miejsc Historycznych”	CS 5	CS 2
E.2.	„Jedynie, Niepowtarzalne – Świdnica Naj ...”	CS 2, CS 5	CS 3
E.3.	Rozwój zintegrowanego kalendarza imprez miejskich	CS 5	CS 4
E.4.	Opracowanie logo i hasła promującego potencjał turystyczny miasta	CS 5	CS 4
E.5.	Specjalistyczne opracowanie turystycznej strony internetowej miasta	CS 5	CS 3, CS 4
E.6.	Przeprowadzenie zintegrowanej kampanii marketingowej	CS 5	CS 4
E.7.	Opracowanie koncepcji wdrożenia nowoczesnych technologii teleinformatycznych wspomagających branżę turystyczną	CS 5	CS 3
E.8.	Stworzenie i rozwój „Świdnickiego Menu”	CS 4, CS 5	CS 2
E.9.	Świdnicki Turystyczny Znak Jakości	CS 5	CS 4

Źródło: Opracowanie własne.

4.4. Powiązanie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych z grupami docelowymi

Oprócz wskazania powiązań poszczególnych rozwiązań produktowo-projektowych z celami strategicznymi, istotnym jest wskazanie potencjalnego wpływu proponowanych przedsięwzięć na zaspokajanie potrzeb turystów i wspieranie rozwoju wyznaczonych strategicznych i wspomagających segmentów rozwoju funkcji turystycznej miasta. W tym celu utworzono matrycę, zestawiając zaproponowane rozwiązania produktowo-projektowe z poszczególnymi docelowymi segmentami rynku. w analizie uwzględniono propozycje z obszaru tematycznego A, B i C. w przypadku obszarów D i E, ze względu na ich uniwersalny charakter tematyczny (współpraca, promocja, itp.), przyjęto, że ich realizacja w jednakowym stopniu będzie zaspokajała i wspierała rozwój poszczególnych segmentów. Dla pozostałych obszarów określono dwa stopnie wpływu, oznaczone kolejno:

- 2 – istotny wpływ na dany segment rynku,
- 1 – ograniczony wpływ na dany segment rynku.

Brak oznaczenia w danej komórce macierzy oznacza, iż działanie to nie wpływa na rozwój danego segmentu lub wpływ ten może być znikomy. Szczegóły analizy zestawiono poniżej.

Tabela 28. Zestawienie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych z przyporządkowaniem ich do ćwiartek mapy priorytetów.

SYMBOL PROPOZYCJI	SKRÓCONA NAZWA PRODUKTU, PROJEKTU, DZIAŁANIA	STRATEGICZNE SEGMENTY ROZWOJU				SEGMENTY WSPOMOAGAJĄCE				
		TURYSTYKA POZNAWCZA	TURYSTYKA KRÓTKO-OKR.	TURYSTYKA RODZINNA	TURYSTYKA SENIORÓW	TURYSTYKA KWALIFIKOWANA, AKTYWNA	TURYSTYKA ROZRYWKOWA	TURYSTYKA DŁUGOOKR.	TURYSTYKA MŁODZIEŻOWA	TUR.A BIZNESOWA, KONGRESOWA
A.0.	<i>Kościół Pokoju</i>	2	2	1	2		1		1	1
A.1.	<i>„Świdnica uskrzydła”</i>	2	2	2	1		2		2	
A.2.	<i>„Świdnica – miasto wielu twarzy”</i>	2	2	1	2					
A.3.	<i>„Kupiecka Świdnica”</i>	1	2	2	1		2		1	1
A.4.	<i>„Świdnica - miasto baroku”</i>	2	2		1		1			
B.1.	<i>Zagospodarowanie Fleszy Nowomylińskiej</i>	2	2	2	1		1		1	
B.2.	<i>Stworzenie podziemnej trasy turystycznej pod Katedrą Świdnicką</i>	2	2	2	2					
B.3.	<i>„Świdnica miasto tajemniczych studni”</i>	2	2	1	1					
B.4.	<i>„Otwarty Park Rozrywki w Świdnicy”</i>		2	2		2	2		2	
B.5.	<i>„Otwarty Park Miniatur Dawnych Obiektów Świdnicy”</i>	2	2	1	2					
B.6.	<i>Ustawienie repliki średniowiecznej wagi</i>	2	2		2	1		1		
B.7.	<i>Unowocześnienie Muzeum Dawnego Kupiectwa</i>	2	2	1	2			1	1	
B.8.	<i>Koncepcja ustawiania na terenie miasta odlewów dzików</i>	1	2	2	1	1				
B.9.	<i>Rewitalizacji dworca Świdnica-Kraszowice oraz nieczynnej linii kolejowej nr 285</i>	1	1	2	1	1	2	1	1	
B.10.	<i>Zagospodarowanie zabytkowej parowozowni wachlarzowej</i>	2	1	1	1					
B.11.	<i>Zagospodarowanie Parku Strzelnica</i>	1	1	1	1	2	1			
B.12.	<i>Zagospodarowanie obiektu stacji wzmacniakowej sygnału telekomunikacyjnego</i>	2	2	1	2			1		
C.1.	<i>Zintegrowany system pieszych tras turystycznych</i>	2	2	2	2	2			1	
C.2.	<i>Rozwój Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej i Kulturalnej</i>	1	2	2	2	1	1	1		1
C.3.	<i>Budowa spójnej sieci dróg i szlaków rowerowych</i>	1	1	2	1	2		1	1	
C.4.	<i>Utworzenie miejskiego systemu informacji ulicznej</i>	2	1	2	2	1		1		1
C.5.	<i>Utworzenie promenady turystycznej w sąsiedztwie Kościoła Pokoju</i>	1	1	2	2		1			
C.6.	<i>Budowa centralnego parkingu</i>	1	2	1	1					2
C.7.	<i>Utworzenie punktów widokowych na miasto i okolice</i>	2	1	1		1				
C.8.	<i>Zagospodarowanie i promocja nadbrzeży Bystrzycy - trasa turystyczna Dolina Bystrzycy</i>	2	1	2	1	2		1		
C.9.	<i>Rozwój infrastruktury nad Zalewem Witoszówka</i>	1	1	2	1	2				
C.10.	<i>Utworzenie zintegrowanych ciągów komunikacyjnych Wieża-Muzeum-ŚOK</i>	1	1	1	2					1
C.11.	<i>Uruchomienie bezpośrednich turystycznych połączeń autobusowych w Góry Sowie i Masyw Słęży</i>		1	2	2	2		2	1	
ŁĄCZNIE		42	45	41	39	20	14	10	12	7

Źródło: Opracowanie własne.

Z powyższego zestawienia jasno wynika, iż zaproponowane przedsięwzięcia w zdecydowanym stopniu pokrywają się ze strategicznymi segmentami rozwoju funkcji turystycznej miasta. Spośród segmentów wspomagających największym wsparciem, w ramach proponowanych rozwiązań, cechuje się turystyka kwalifikowana, aktywna.

4.5. Powiązanie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych z grupami interesariuszy – analiza instytucjonalno-organizacyjna.

Istotnym elementem prawidłowej realizacji proponowanych rozwiązań produktowo-projektowych jest określenie podmiotów i instytucji odpowiedzialnych za ich wdrożenie, jak również wskazanie partnerów, wykonawców czy podmioty powiązane merytorycznie z danym przedsięwzięciem. Będą oni określani jako interesariusze wymienionych działań. Oczywistym jest, że w większości przypadków to miasto Świdnica, jako instytucja samorządowa, powinna być inicjatorem podejmowanych działań i ich realizatorem.

Przyjmuje się następujące grupy podmiotów:

- Miasto Świdnica – jako główny podmiot i inicjator działań.
- Pozostałe samorządy i związki samorządowe – w tym m.in. gminy sąsiednie i partnerskie, Starostwo Powiatowe w Świdnicy, gminy wchodzące w skład Aglomeracji Wałbrzyskiej, UMWD, itp.
- Podmioty turystyczne - prowadzące działalność zarobkową w branży turystycznej na terenie miasta i okolic, wytwarzające dobra i świadczące usługi turystyczne (noclegowe, gastronomiczne, transportowe, rozrywkowe, rekreacyjne, organizatorskie i pośrednictwa, produkcyjne – rękodzieło, gadżety, itp.)
- Organizacje i stowarzyszenia branżowe (w tym samorząd gospodarczy) - wszelkie organizacje wspierające, na różnych płaszczyznach, rozwój turystyki, w tym m.in. POT, DOT, LOT KSJ, LOT AW, SGGG, PTTK, PIT, itp.
- Kościoły i związki wyznaniowe – zlokalizowane na terenie miasta i w najbliższej okolicy.
- Instytucje kultury, organizacje sportowe i rekreacyjne – w tym m.in. Muzeum Dawnego Kupiectwa, Muzeum Broni i Militariów, Muzeum Przemysłu i Kolejnictwa, ŚOSiR, ŚOK, MBP w Świdnicy, Klub Żeglarski „Qbryg”, MKS Polonia-Stal Świdnica, ŚKPR, itp.
- Pozostałe podmioty i osoby fizyczne – które realizując swoje podstawowe (statutowe) działania lub rozwijając pasje i hobby, mogą wspierać rozwój funkcji turystycznej na terenie miasta i okolic, m.in. Nadleśnictwo Świdnica, RDOŚ, WUOZ, RZGW, szkoły i uczelnie wyższe, instytuty badawcze, lokalni historycy, pasjonaci, hobbyści, itp.

Poniżej w tabeli znakiem „X” oznaczono grupy podmiotów, które mogą być zaangażowane w realizację danego przedsięwzięcia. Przyporządkowanie danej grupy wynika z wstępnych założeń i opisu działań. Ostateczne wskazanie roli jaką będzie pełnił podmiot i faktyczne jego zaangażowanie będzie uzależnione od ostatecznego zakresu i rodzaju działań przewidzianych do realizacji w projekcie/produkcje.

Tabela 29. Zestawienie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych ze wskazaniem grup interesariuszy.

SYMBOL PRODUKTU PROJEKTU, DZIAŁANIA	SKRÓCONA NAZWA PRODUKTU, PROJEKTU, DZIAŁANIA	MIASTO ŚWIDNICA	POZOSTAŁE SAMORZĄDY	PODMIOTY TURYSTYCZNE	ORGANIZACJE i STOWARZYSZENIA BRANŻOWE	KOŚCIOŁY I ZWIĄZKI WYZNANIOWE	INSTYTUCJE KULTURY, ORGANIZACJE SPORTOWE i REKREACYJNE	POZOSTAŁE PODMIOTY i OSOBY FIZYCZNE
A.0.	<i>Kościół Pokoju</i>	X				X		
A.1.	<i>„Świdnica uskrzydła”</i>	X		X	X		X	X
A.2.	<i>„Świdnica – miasto wielu twarzy”</i>	X				X	X	
A.3.	<i>„Kupiecka Świdnica”</i>	X		X	X			X
A.4.	<i>„Świdnica - miasto baroku”</i>	X				X	X	X
B.1.	<i>Zagospodarowanie Fleszy Nowomłyńskiej</i>	X			X		X	X
B.2.	<i>Stworzenie podziemnej trasy turystycznej pod Katedrą Świdnicką</i>	X				X		
B.3.	<i>„Świdnica miasto tajemniczych studni”</i>	X						X
B.4.	<i>„Otwarty Park Rozrywki w Świdnicy”</i>	X		X			X	
B.5.	<i>„Otwarty Park Miniatur Dawnych Obiektów Świdnicy”</i>	X						X
B.6.	<i>Ustawienie repliki średniowiecznej wagi</i>	X	X		X		X	
B.7.	<i>Unowocześnienie Muzeum Dawnego Kupiectwa</i>	X					X	
B.8.	<i>Koncepcja ustawiania na terenie miasta odlewów dzików</i>	X						
B.9.	<i>Rewitalizacji dworca Świdnica-Kraszowice oraz nieczynnej linii kolejowej nr 285</i>	X	X	X	X			X
B.10.	<i>Zagospodarowanie zabytkowej parowozowni wachlarzowej</i>	X		X	X		X	X
B.11.	<i>Zagospodarowanie Parku Strzelnica</i>	X			X			X
B.12.	<i>Zagospodarowanie obiektu stacji wzmacniakowej sygnału telekomunikacyjnego</i>	X		X				
C.1.	<i>Zintegrowany system pieszych tras turystycznych</i>	X			X			X
C.2.	<i>Rozwój Regionalnego Centrum Informacji Turystycznej i Kulturalnej</i>	X			X			
C.3.	<i>Budowa spójnej sieci dróg i szlaków rowerowych</i>	X	X		X			
C.4.	<i>Utworzenie miejskiego systemu informacji ulicznej</i>	X		X				
C.5.	<i>Utworzenie promenady turystycznej w sąsiedztwie Kościoła Pokoju</i>	X		X		X		
C.6.	<i>Budowa centralnego parkingu</i>	X						
C.7.	<i>Utworzenie punktów widokowych na miasto i okolice</i>	X			X			
C.8.	<i>Zagospodarowanie i promocja nadbrzeży Bystrzycy - trasa turystyczna Dolina Bystrzycy</i>	X						X
C.9.	<i>Rozwój infrastruktury nad Zalewem Witoszówka</i>	X			X		X	X

C.10.	Utworzenie zintegrowanych ciągów komunikacyjnych Wieża-Muzeum-SOK	X						X	
C.11.	Uruchomienie bezpośrednich turystycznych połączeń autobusowych w Góry Sowie i Masyw Słęży	X	X	X					
D.1.	Turystyczna Karta Świdnicy	X	X	X	X	X	X	X	
D.2.	Wprowadzenie systemu ulg dla nowych obiektów turystycznych	X		X					
D.3.	Wzmocnienie współpracy z organizacjami i podmiotami turystycznymi oraz sąsiednimi samorządami	X	X			X		X	X
D.4.	Zainicjowanie współpracy między zarządcami najważniejszych obiektów sakralnych miasta	X					X		
D.5.	Współpraca ze szkołami ponadgimnazjalnymi i uczelniami wyższymi	X							X
D.6.	Wzmocnienie i rozszerzenie współpracy z samorządami i organizacjami turystycznymi z zagranicy	X	X						X
D.7.	Rozpoczęcie współpracy z touroperatorami i firmami turystycznymi (głównie z zagranicy)	X	X	X					
E.1.	Wykorzystanie przynależności miasta do „Kanonu Miejsc Historycznych”	X				X	X		X
E.2.	„Jedyne, Niepowtarzalne – Świdnica Naj ...”	X				X			X
E.3.	Rozwój zintegrowanego kalendarza imprez miejskich	X	X						
E.4.	Opracowanie logo i hasła promującego potencjał turystyczny miasta	X							X
E.5.	Specjalistyczne opracowanie turystycznej strony internetowej miasta	X				X			
E.6.	Przeprowadzenie zintegrowanej kampanii marketingowej	X	X	X	X	X	X	X	X
E.7.	Opracowanie koncepcji wdrożenia nowoczesnych technologii telein- formatycznych wspomagających branżę turystyczną	X				X			
E.8.	Stworzenie i rozwój „Świdnickiego Menu”	X		X					
E.9.	Świdnicki Turystyczny Znak Jakości	X		X	X				

Źródło: Opracowanie własne.

Kluczową rolę we wdrażaniu wymienionych przedsięwzięć, głównie jako inicjator, ale również realizator i podmiot nadzorujący, pełnić będzie miasto Świdnica. Wśród pozostałych grup podmiotów należy wskazać na organizacje i stowarzyszenia branżowe oraz pozostałe podmioty i osoby fizyczne, które stają się naturalnym partnerem w realizacji wielu wskazanych działań.

Poza wymienionymi w tabeli grupami podmiotów, istotną rolę w realizacji każdego ze wskazanych przedsięwzięć, pełnić będą także podmioty specjalistyczne tj. takie, które wspomagać będą ich realizację swoją fachową wiedzą, doświadczeniem, środkami technicznymi np. firmy budowlane, informatyczne, agencje marketingowe i PR-owe, poligrafie, organizacje naukowe i badawcze, itp. Będą one pełnić rolę wykonawców konkretnych prac i działań zawartych w dokumentacji przygotowanej dla poszczególnych przedsięwzięć.

4.6. **Dodatkowe działania wspomagające rozwój funkcji turystycznej miasta – aspekty architektoniczno-przestrzenne**

Poza wymienionymi, stricte turystycznymi działaniami, miasto Świdnica powinno podjąć przedsięwzięcia, które przyczynią się do poprawy **estetyki miasta** i będą sprzyjały budowaniu niepowtarzalnego **klimatu zabytkowego, zharmonizowanego i przyjaznego** miasta w odczuciu turysty. Wśród głównych zaleceń należy wskazać:

1. W przypadku remontowanych obiektów (głównie kamienic) w centrum miasta należy **eksponować wszelkie detale architektonicznie** (pierwotną kamieniarkę, nietypowe w konstrukcji obiektu materiały, itp.) jakie zostaną odkryte podczas powyższych prac.
2. W przypadku prowadzonych prac archeologicznych w centrum miasta należy **eksponować** (na ile to możliwe) **wszelkie relikty**, jakie zostaną odkryte podczas powyższych prac w postaci np. przeszklonych platform ukazujących pozostałości obiektu (zamek świdnicki, średniowieczne i nowożytnie obwarowania, studnie, średniowieczne piwnice, itp.) – przykłady poniżej:
 - **Akwizgran (Niemcy)** - park miejski, konstrukcja kryjąca relikty rzymskie i średniowieczne.



- **Zamek Devin k. Bratysławy (Słowacja)** – relikty kaplicy wczesnochrześcijańskiej w okolicach zamku



- **Wiedeń (Austria)** - Michaelerplatz, środek miasta. Eksponowane rzymskie, średniowieczne oraz nowożytnie relikty



Rysunek 33. Przykłady eksponowania relikwów dawnych obiektów.

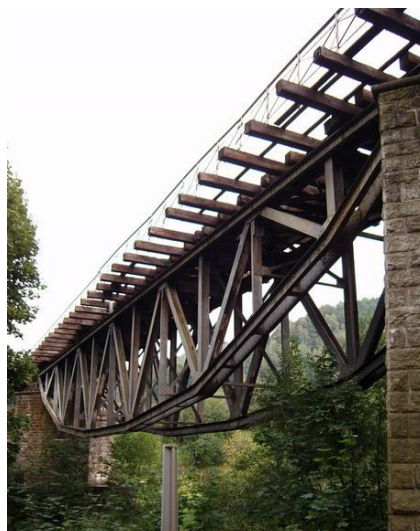
Źródło i więcej przykładów: <http://lucivo1.rssing.com/chan-7563107/latest.php>

3. Należy **kontynuować iluminację wszelkich interesujących i atrakcyjnych detali architektonicznych oraz obiektów zabytkowych**, np. rzeźba św. Jana na rogu ul. Lukowej i Koltarskiej, Baszta Bramy Strzegomskiej, kościół św. Krzyża., rzeźby i detale na kamienicach przy ulicach: Komunardów, Sikorskiego, Chrobrego, Żeromskiego, itp. – promowanie hasła **„Jedno miasto - dwa oblicza”** – w domyśle miasto w dzień i w nocy, gdzie poprzez nocną iluminację można m.in. na kamienicach odkryć bardzo ciekawe detale, rzeźby, itp. które w dzień nie rzucają się w oczy – może to spowodować wydłużenie pobytu na starówce odwiedzających miasto do godzin wieczornych.
4. **Zachowywać wszelkie obiekty o potencjale turystycznym**, prowadzić prace zabezpieczające i ponosić wydatki na ich ochronę, tak by mieć możliwość zagospodarowania ich w przyszłości, nie mając z tego, w chwili obecnej, żadnych korzyści (tzw. wartość opcjonalna).
5. Należy dążyć do **ujednoczenia** pod względem wizualnym, stylistycznym, estetycznym i konstrukcyjnym **reklam i szyldów na terenie starego miasta** – niedopuszczanie do szpecenia przestrzeni publicznej przypadkowymi reklamami i banerami odbiegającymi od historycznego charakteru miasta. Ostatecznie możliwe dążenie do stworzenia **Parku Kulturowego Starego Miasta w Świdnicy**.
6. Należy dążyć do **maksymalnego zagospodarowywania dziedzińców pomiędzy kwartałami zabudowy w śródmieściu oraz bram „przelotowych”** na miejsca odpoczynku, lokalne gastronomiczne, stylizowane ciągi komunikacyjne, itp.
7. Należy umieszczać **stylizowane elementy małej architektury** (rzeźby, fontanny, gazony kwiatowe, ogrodzenia, itp.) wzbogacającej krajobraz centralnej części miasta.
8. Należy **zagospodarowywać** w sposób harmonijny i zintegrowany z otoczeniem **parki, skwery i inne tereny zieleni miejskiej**, podkreślając w maksymalnym stopniu ich historyczny, oryginalny wygląd.

4.7. Dodatkowe działania wspomagające rozwój funkcji turystycznej miasta – aspekty współpracy lokalnej i regionalnej

Rozwój funkcji turystycznej miasta musi być ponadto powiązany z kształtowaniem potencjału i atrakcyjności turystycznej jego okolic. Świdnica chcąc budować swój wizerunek, jako miasto - baza „wypadowa” w okoliczne tereny, powinno istotnie zaangażować się w realizację projektów i działań we współpracy z okolicznymi samorządami i instytucjami (patrz pkt. D.3.). Wśród takich działań należy wymienić:

1. **Rewitalizacja linii kolejowej nr 285 Świdnica-Kraszowice – Jedlina-Zdrój** i utworzenie produktu turystycznego np. **„Bystrzycki Ekspres”** – rewitalizacja z wyeksponowaniem licznych atrakcji na trasie i w jej okolicy, stworzenie produktu turystycznego w oparciu o linię z jednoczesną poprawą dostępności komunikacyjnej do Gór Sowich i Kamiennych (patrz pkt. B.9.).

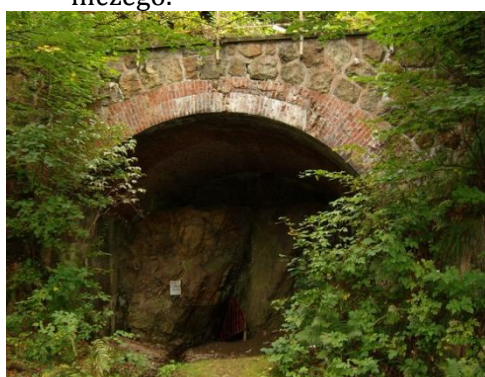


Rysunek 34. Wiadukty na trasie zabytkowej linii kolejowej Świdnica-Kraszowice - Jedlina Zdrój.

Źródło: Fotografia własna.

2. Maksymalne **wykorzystanie potencjału wzgórz Pogórza Wałbrzyskiego** leżących na terenie gminy Świdnica – od Świebodzic i Mokrzeszowa po granicę powiatu i gminy w okolicach Lutonii Górnej poprzez:

- a. Zainicjowanie utworzenie **zintegrowanej sieci rekreacyjnych szlaków rowerowych** wraz z utworzeniem na terenie lasów od Mokrzeszowa, przez Pogorzałę, Modliszów, Bystrzycę Górną, Lubachów, aż po Lutonię Górną **systemu tras MTB** – łącząc je z trasami Strefy MTB Sudety (we współpracy z Nadleśnictwem Świdnica i Stowarzyszeniem Turystycznym Gmin Gór Sowich).
- b. Zainicjowanie utworzenia **szlaku Dawnego Górnictwa Rud Srebra i Ołowiu** – ekspozycja w terenie lub na planszach informacyjnych poszczególnych kopalń, wyrobisk, pozostałości górniczych m.in. Jeziorko Daisy, okolice Witoszowa Górnego, Modliszowa, Góry Popek, kopalni Marie Agnes w Bystrzycy Górnjej, itp. Nawiązanie do faktu funkcjonowania w Świdnicy w roku 1779 siedziby Urzędu Górniczego.



Rysunek 35. Dawna kopalnia Marie Agnes w Bystrzycy Górnjej – wejście do sztolni (z lewej) i zalany szyb (z prawej).

Źródło: Fotografia własna.

- c. Zainicjowanie projektu ukazującego **militarną przeszłość** obszaru Pogórza Wałbrzyskiego, istotnego również dla historii miasta, m.in. próba odtworzenia Bitwy pod Burkatowem, wyeksponowanie znajdujących się reliktyw okopów, szańców w „Lesie Modliszowskim”, w okolicach Lutonii Górnej, większa promocja Szlaku

Ułanów Legii Nadwiślańskiej przebiegającego przez obszar miasta i gminy Świdnica, itd. - możliwość połączenia ze szlakiem Dawnego Górnictwa i utworzenie kompleksowego szlaku historyczno-przyrodniczego na omawianym terenie, z budową wiat turystycznych, platform widokowych na miasto i okolice, itp.

3. Współpraca, głównie z Gminą Wiejską Świdnica, w zakresie **promocji doliny Bystrzycy i Piławy**, w tym m.in.:
 - a. **promowanie starorzeczy Piławy** jako terenu atrakcyjnego przyrodniczo – np. na odcinku Makowice, Jakubowice Jagodnik, Pszenno.
 - b. stworzenie turystycznej trasy (szlaku) **Dolina Bystrzycy** – od Lubachowa do Pankowa, obejmując m.in. nadbrzeże Bystrzycy w granicach miasta (patrz pkt. c.8.), promocja przyrodniczych i kulturowych atrakcji położonych w pobliżu rzeki, m.in. pałce i dwory, zabytki techniki, pomniki przyrody, miejsce zbiegu dwóch rzek, itp. W dalszej perspektywie szlak prowadzony od źródeł rzeki (okolice Głuszycy), aż po Mietków, a następnie do ujścia do Odry, w ramach Parku Krajobrazowego „Dolina Bystrzycy”.



Rysunek 36. Dolina Bystrzycy w okolicach miejscowości Wiśniowa – ujście Piławy do Bystrzycy (z lewej) i rzeka Bystrzyca poniżej Wiśniowej (z prawej).

Źródło: Fotografia własna.

4. Utworzenie **szlaku rowerowo-samochodowego Pamiątki Średniowiecznego Prawa Ziemi Świdnickiej** (patrz pkt. B.6.) – podkreślenie istotnej koncentracji na tym obszarze oraz unikatowości poszczególnych obiektów (m.in. Modliszów, Panków, Milikowice), nawiązanie do średniowiecznego prawa i sądownictwa, oznakowanie w terenie, m.in. historia wykonania, legendy i podania, wydanie przewodnika, itp.
5. Utworzenie **sieci informacji turystycznych** w okolicach Świdnicy w miejscach atrakcyjnych turystycznie (np. Muzeum w Jaworzynie Śląskiej, Fundacja Krzyżowa) z centralnym obiektem zlokalizowanym w Świdnicy – Regionalne Centrum Informacji Turystycznej i Kulturalnej.

5. Wdrożenie, monitoring i ewaluacja Strategii

Z uwagi na stosunkowo dużą liczbę rozwiązań zawartych w Strategii proponuje się, aby do ich realizacji powoływane były **specjalne zespoły projektowe** (szczególnie dla tzw. potencjałów rozwoju, czyli projektów, które w niniejszym dokumencie wskazane zostały jako priorytetowe), w skład których wchodziłoby przedstawiciele zaangażowanych w przedsięwzięcie podmiotów. Dla każdego z zespołów winien być wskazany Koordynator zespołu projektowego. Powołanie zespołów projektowych powinno być inicjowane przez Prezydenta Miasta Świdnicy lub specjalnie powołanego Koordynatora ds. realizacji Strategii. Do jego zadań należałoby również obowiązek sporządzania rocznego raportu z postępów w realizacji Strategii (we współpracy z koordynatorami zespołów projektowych). Postuluje się aby raporty sporządzane były w odstępach rocznych (np. do końca marca każdego roku).

Strategia powinna podlegać aktualizacji. Zmiany w zapisach Strategii powinny być zaakceptowane przez Radę Miejską Świdnicy. Propozycje zmian w Strategii mogą zgłaszać Prezydent Miasta Świdnicy oraz członkowie Rady Miejskiej.

Postępy w realizacji niniejszej Strategii powinny być systematycznie monitorowane. Uzyskane wyniki będą mogły stanowić podstawę ewentualnych korekt i/lub aktualizacji, a także umożliwią całościową ocenę postępów w realizacji zgłoszonych projektów. System monitorowania postępów w realizacji Strategii oparto na dwóch zestawach wskaźników. Lista wskaźników jest propozycją i może być modyfikowana. Może również zostać uzupełniana o nowe wskaźniki wynikające np. ze zmiany uwarunkowań rozwoju turystycznego Świdnicy czy aktualizacji zapisów Strategii. Pierwszy zestaw zawiera **wskaźniki obliczane na bazie danych zastanych publikowanych przez Bank Danych Lokalnych GUS**. Dla każdego ze wskaźników podano ścieżkę dostępu w bazie GUS celem ułatwienia procesu gromadzenia danych przez osoby/podmioty wyznaczone do monitorowania postępów realizacji Strategii. Drugi zestaw wskaźników wymaga prowadzenia systematycznych badań pierwotnych. Szczegółowe sugestie dotyczące sposobu pomiaru tych wskaźników zawarto w dalszej części opracowania.

Zaproponowano siedem wskaźników opartych na danych zastanych. Zestaw wskaźników jest jedynie propozycją i może zostać rozszerzony w zależności od potrzeb informacyjnych Urzędu Miasta w Świdnicy i innych podmiotów zaangażowanych w realizację Strategii. Dla każdego ze wskaźników skonstruowano matrycę, w której należy systematycznie uzupełniać niezbędne dane w całym okresie czasu, dla którego przygotowano Strategię. Ze względu na terminy publikacji danych GUS proponuje się aby matryce uzupełniać do końca czerwca każdego roku. Oprócz wskaźnika dla miasta Świdnica sugeruje się aby podawać wartości dla benchmarku w postaci województwa dolnośląskiego. W matrycach mogą być dodawane również inne benchmarki np. miasto Wałbrzych jako lider Aglomeracji Wałbrzyskiej. Należy podkreślić, że proponowane benchmarki są jedynie sugestią autorów niniejszego dokumentu i mogą ulec zmianie. Postuluje się, aby w analizach wskaźników szczególną uwagę zwrócić na zmianę ich wartości ponieważ wartości bezwzględne nie powinny stanowić podstawy bezpośrednich porównań między jednostkami terytorialnymi (m.in. ze względu na różne uwarunkowania rozwoju turystyki w jednostkach terytorialnych). Zmianę wskaźników należy obliczyć zgodnie z formułą: **$(wartość\ wskaźnika\ w\ bieżącym\ roku - wartość\ wskaźnika\ w\ roku\ poprzednim)/wartość\ wskaźnika\ w\ poprzednim\ roku) * 100\%$** . Dla każdego ze wskaźników zamieszczono w odpowiednich matrycach przykłady obliczania ich wartości za rok 2015.

WSKAŹNIK 1

Liczba turystów ogółem												
Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Wartość wskaźnika dla Świdnicy	24481
Zmiana wartości wskaźnika dla Świdnicy	17,19%
Wartość wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	2620386
Zmiana wartości wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	8,44%

Ścieżka dostępu na stronie Banku Danych Lokalnych (www.bdl.stat.gov.pl/BDL/start): **TURYSTYKA → TURYSTYCZNE OBIEKTY NOCLEGOWE i ICH WYKORZYSTANIE → TURYSTYCZNE OBIEKTY NOCLEGOWE WEDŁUG RODZAJÓW → OGÓŁEM → TURYŚCI (KORZYSTAJĄCY) OGÓŁEM I-XII**

WSKAŹNIK 2

Liczba turystów zagranicznych												
Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Wartość wskaźnika dla Świdnicy	7140
Zmiana wartości wskaźnika dla Świdnicy	23,08%
Wartość wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	500637
Zmiana wartości wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	-1,85%

Ścieżka dostępu na stronie Banku Danych Lokalnych (www.bdl.stat.gov.pl/BDL/start): **TURYSTYKA → TURYSTYCZNE OBIEKTY NOCLEGOWE i ICH WYKORZYSTANIE → NOCLEGI UDZIELONE TURYSTOM ZAGRANICZNYM (NIEREZYDETOM) w TURYSTYCZNYCH OBIEKTACH NOCLEGOWYCH WEDŁUG WYBRANYCH KRAJÓW → TURYŚCI ZAGRANICZNI (NIEREZYDENCI) → OGÓŁEM**

WSKAŹNIK 3

Liczba udzielonych noclegów ogółem												
Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Wartość wskaźnika dla Świdnicy	48117
Zmiana wartości wskaźnika dla Świdnicy	21%
Wartość wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	6829669
Zmiana wartości wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	6,75%

Ścieżka dostępu na stronie Banku Danych Lokalnych (www.bdl.stat.gov.pl/BDL/start): **TURYSTYKA → TURYSTYCZNE OBIEKTY NOCLEGOWE i ICH WYKORZYSTANIE → TURYSTYCZNE OBIEKTY NOCLEGOWE WG RODZAJÓW → OGÓŁEM → UDZIELONE NOCLEGI OGÓŁEM I-XII**

WSKAŹNIK 4

Liczba udzielonych noclegów ogółem turystom zagranicznym												
Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Wartość wskaźnika dla Świdnicy	16896
Zmiana wartości wskaźnika dla Świdnicy	26,84%
Wartość wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	1156714
Zmiana wartości wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	2,52%

Ścieżka dostępu na stronie Banku Danych Lokalnych (www.bdl.stat.gov.pl/BDL/start): **TURYSTYKA → TURYSTYCZNE OBIEKTY NOCLEGOWE i ICH WYKORZYSTANIE → TURYSTYCZNE OBIEKTY NOCLEGOWE WG RODZAJÓW → OGÓŁEM → UDZIELONE NOCLEGI TURYSTOM ZAGRANICZNYM (NIEREZYDENTOM) I-XII**

WSKAŹNIK 5

Liczba udzielonych noclegów w obiektach hotelowych												
Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Wartość wskaźnika dla Świdnicy	35904
Zmiana wartości wskaźnika dla Świdnicy	30,47%
Wartość wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	4013898
Zmiana wartości wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	8,26%

Ścieżka dostępu na stronie Banku Danych Lokalnych (www.bdl.stat.gov.pl/BDL/start): **TURYSTYKA → TURYSTYCZNE OBIEKTY NOCLEGOWE i ICH WYKORZYSTANIE → TURYSTYCZNE OBIEKTY NOCLEGOWE WG RODZAJÓW → OBIEKTY HOTELOWE RAZEM → UDZIELONE NOCLEGI OGÓŁEM I-XII**

WSKAŹNIK 6

Liczba udzielonych noclegów w obiektach hotelowych turystom zagranicznym												
Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Wartość wskaźnika dla Świdnicy	13998
Zmiana wartości wskaźnika dla Świdnicy	23,07%
Wartość wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	969202
Zmiana wartości wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	1,64%

Ścieżka dostępu na stronie Banku Danych Lokalnych (www.bdl.stat.gov.pl/BDL/start): **TURYSTYKA → TURYSTYCZNE OBIEKTY NOCLEGOWE i ICH WYKORZYSTANIE → TURYSTYCZNE OBIEKTY NOCLEGOWE WG RODZAJÓW → OBIEKTY HOTELOWE RAZEM → UDZIELONE NOCLEGI TURYSTOM ZAGRANICZNYM (NIEREZYDENTOM) I-XII**

WSKAŹNIK 7

Stopień wykorzystania miejsc noclegowych ogółem (w %)												
Rok	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Wartość wskaźnika dla powiatu świdnickiego	30,7
Zmiana wartości wskaźnika dla powiatu świdnickiego	8,1%
Wartość wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	33,1
Zmiana wartości wskaźnika dla województwa dolnośląskiego	7,12%

Ścieżka dostępu na stronie Banku Danych Lokalnych (www.bdl.stat.gov.pl/BDL/start): **TURYSTYKA → STOPIEŃ WYKORZYSTANIA TURYSTYCZNYCH OBIEKTÓW NOCLEGOWYCH → STOPIEŃ WYKORZYSTANIA MIEJSC NOCLEGOWYCH OGÓŁEM WG POWIATÓW → STOPIEŃ WYKORZYSTANIA MIEJSC NOCLEGOWYCH**

Drugi proponowany zestaw wskaźników (wskaźniki 8-12) wymaga **systematycznych badań opinii turystów odwiedzających świdnickie atrakcji turystyczne**. Zaleca się prowadzenie badań w odstępach rocznych. W konstrukcji narzędzia pomiarowego można wykorzystać pięcio- lub siedmiostopniowe skale porządkowe (np. z punktami skali w postaci: 1. ocena bardzo niska, 2. ocena niska, 3. ocena średnia, 4. ocena wysoka, 5. ocena bardzo wysoka). Proponowane wskaźniki powinny stanowić podstawę każdego z badań i być ewentualnie uzupełniane o inne, bardziej szczegółowe informacje odnoszące się np. do konkretnej atrakcji turystycznej. W narzędziu pomiarowym należy umieścić symbol jednoznacznie identyfikujący miejsce badania opinii turystów. Pozwoli to na etapie analizy wyników obliczyć średni poziom zadowolenia dla poszczególnych atrakcji turystycznych. Uśrednienie wszystkich uzyskanych wyników pomiaru (niezależnie od miejsca prowadzenia badań) pozwoli oszacować przeciętne zadowolenia turystów z atrakcji turystycznych zlokalizowanych na terenie miasta. W proponowanych matrycach dla wskaźników umieszczono pola do uzupełnienia jedynie dla dwóch wybranych atrakcji turystycznych, ale ich liczba zależeć będzie wyłącznie od podmiotu monitorującego postępy w realizacji Strategii.

WSKAŹNIK 8

Ogólny poziom zadowolenia z dostępności i jakości informacji o atrakcjach turystycznych znajdujących się w Świdnicy (foldery, portale turystyczne, media społecznościowe itp.)											
Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Średnia wartość wskaźnika dla Świdnicy
Średnia wartość wskaźnika dla atrakcji
Średnia wartość wskaźnika dla atrakcji

WSKAŹNIK 9

Ogólny poziom zadowolenia z dostępności komunikacyjnej atrakcji turystycznych (sieć dróg, komunikacja zbiorowa, dostępność miejsc parkingowych, udogodnienia dla osób niepełnosprawnych itp.)											
Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Średnia wartość wskaźnika dla Świdnicy
Średnia wartość wskaźnika dla atrakcji
Średnia wartość wskaźnika dla atrakcji

WSKAŹNIK 10

Ogólny poziom zadowolenia z oferty turystycznej miasta											
Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Średnia wartość wskaźnika dla Świdnicy

WSKAŹNIK 11

Ogólny poziom zadowolenia z bazy noclegowej (standard oferowanych miejsc noclegowych, jakość usług w obiektach hotelowych, dostępność noclegów w obiektach hotelowych itp.)											
Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Średnia wartość wskaźnika dla Świdnicy

WSKAŹNIK 12

Ogólny poziom zadowolenia z usług gastronomicznych											
Rok	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Średnia wartość wskaźnika dla Świdnicy

Podsumowanie

Punktem wyjścia dla opracowania *Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świdnicy na lata 2016-2026* oraz wyznaczenia strategicznych kierunków działań stały się pogłębione diagnozy i analizy potencjału turystycznego miasta, konsultacje społeczne oraz informacje uzyskane z dotychczas opracowanych dokumentów na poziomie Urzędu Miejskiego.

Osiągnięcie znaczącej pozycji konkurencyjnej w obszarze szeroko pojętej turystyki wymaga zastosowania wielowymiarowego spojrzenia i wielokierunkowego działania, którego wynikiem stanie się stworzenie w mieście zintegrowanych produktów obejmujących takie elementy, jak: atrakcje, usługi, infrastruktura, dostępność komunikacyjna, informacja, promocja, itp.

Rozwój turystyki na poziomie lokalnym w dużym stopniu uzależniony jest od zdolności lokalnych podmiotów, instytucji i organizacji do wykorzystania istniejących zasobów kulturowych i przyrodniczych, jak również umiejętności tworzenia i promowania nowych atrakcji. Warunkiem koniecznym dla osiągnięcia właściwego rozwoju funkcji turystycznej na obszarze miasta, będzie także umacnianie w świadomości potencjalnego turysty, wizerunku Świdnicy, jako miasta atrakcyjnego i otwartego na odwiedzających.

Powyzsza Strategia jest dokumentem o wysokim poziomie kompleksowości, co przejawia się zarówno w jego strukturze, jak i treści. Główne elementy, które składają się na dokument obejmują:

- diagnozę sytuacji zasobowo-przestrzennej,
- podstawy strategiczne (wizja, misja, wymiary rozwoju, cele strategiczne, obszary aktywności),
- rozwiązania operacyjne (propozycje rozwiązań produktowych, projektowych i działań w oparciu wyznaczone dla miasta główne segmenty rozwoju turystyki).

Budując Strategię i opisując jej poszczególne elementy przyjęto założenie traktowania turystyki jako dziedziny ściśle powiązanej z wieloma obszarami i procesami zachodzącymi na poziomie lokalnym, a więc takimi, które kształtują miasto i są zgodne z innymi celami jego społeczno-gospodarczego rozwoju.

W dokumencie zwrócono uwagę nie tylko na konieczność wewnętrznej spójności podejmowanych rozwiązań i działań, ale również na efekt synergii, który może być wynikiem szerokiej współpracy miasta Świdnicy z okolicznymi samorządami, zarządcami atrakcji czy infrastruktury turystycznej oraz organizacjami branżowymi.

Istotnym założeniem jest ***traktowanie Strategii jako tworu dynamicznego***, którego struktura powinna być modyfikowana i dostosowywana do zmieniających się uwarunkowań wewnętrznych i zewnętrznych. Wynika z tego, że ***opracowanie dokumentu, nie powinno być traktowane jako cel sam w sobie, a jedynie jako element strategicznego procesu ukierunkowanego na świadome zarządzanie rozwojem turystyki na obszarze miasta Świdnicy w długim horyzoncie czasowym.***

Bibliografia

1. *Badanie i analiza ruchu turystycznego na terenie Świdnicy. Raport końcowy*, IPC Instytut Badawczy, Biostat Grupa, Świdnica, listopad 2015.
2. Dupeyras A. i in., *OECD Tourism Trends and Policies 2010*, OECD, Paris, 2010.
3. Fronia R., Papaj M., *Ilustrowany przewodnik z mapami. Świdnica i okolice*, Wydawnictwa Turystyczne „PLAN”, Jelenia Góra 2015.
4. Galar R., Muszyński J., Waszkiewicz J., *Świdnica w perspektywie pokoleniowej. Strategia Miasta A.D. 2009*, Infrakom Sp. z o.o., Świdnica, październik 2009.
5. Gołębski G. (pod red.), *Kompendium wiedzy o turystyce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
6. GUS, *Powierzchnia i ludność w przekroju terytorialnym w 2015 r.*, Warszawa 2015.
7. Hall J. i in., *a Framework to Measure the Progress of Societies*, OECD Statistics Working Paper Series, Statistics Directorate, Working Paper No 34, Paris 2010.
8. Korta W. (pod red.), *Świdnica. Zarys monografii miasta*, Wydawnictwo DTSK Silesia, Wrocław-Świdnica 1995.
9. Polska Organizacja Turystyczna, *Turystyka w obiektach przemysłowych, Koncepcja promocji i rozwoju markowego produktu turystycznego w zabytkach techniki i przemysłu w Polsce*, Warszawa 2004.
10. *Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku*, Załącznik do uchwały nr 143/2015 Rady Ministrów z dnia 18 sierpnia 2015 r., Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa, sierpień 2015 r.
11. *Rynek Hotelarski w Polsce. Raport 2015*, BROG Marketing Sp. z o.o. S.K., Warszawa 2015.
12. Scheer A., *Sto pięćdziesiąt lat kolei w Świdnicy na tle kolei śląskich (cz. II lata 1895-1995)* [w:] *Rocznik Świdnicki '95*, Towarzystwo Regionalne Ziemi Świdnickiej, Świdnica, 1996.
13. Scheer A., *Zapomniane linie kolejowe w województwie wałbrzyskim* [w:] *Rocznik Świdnicki '84*, Towarzystwo Regionalne Ziemi Świdnickiej, Świdnica, 1985.
14. Sikora J., Deska A., *Analiza wyników ankiety Centrum Informacji Turystycznej i Kulturalnej w Świdnicy*, Stowarzyszenie Lokalna Organizacja Turystyczna „Księstwo Świdnicko-Jaworskie”, Świdnica, 2015.
15. *Strategia promocji Świdnicy*, Korporacja Reklamy Linea, Wrocław, wrzesień 2004.
16. *Świdnica – panorama miasta, Informator wydany na zlecenie Urzędu Miasta Świdnicy*, Firma Wydawnicza Marrgo, Bydgoszcz 2002.
17. Szewo M. (red. prow.), *Encyklopedia Świdnicy*. Praca Zbiorowa. Towarzystwo Regionalne Ziemi Świdnickiej, Wydawca: Gmina Miasto Świdnica, Świdnica 2010-2014.
18. Trewin D., Hall J., *Developing Societal Progress Indicators: a Practical Guide*, OECD Statistics Working Paper Series, Statistics Directorate, Working Paper No 35, Paris 2010.
19. UMWD, *Strategia Rozwoju Województwa Dolnośląskiego 2020*, Wrocław 2014.
20. Wojewódzki Urząd Ochrony Zabytków we Wrocławiu, *Wykaz zabytków – dawne województwo wałbrzyskie*, grudzień 2015.
21. Zielony W. (pod red.), *Świdnica – Przewodnik*, Wydawnictwo „Hector”, Nakładem Urzędu Miejskiego w Świdnicy 1999.

Strony internetowe:

<http://wosoz.ibip.wroc.pl/public/?id=92696#>
<http://dzpk.pl/pl/parki-krajobrazowe/85-ksiazanski-park-krajobrazowy.html>
<http://dzpk.pl/pl/parki-krajobrazowe/88-park-krajobrazowy-dolina-bystrzycy.html>
<http://dzpk.pl/pl/parki-krajobrazowe/91-park-krajobrazowy-gor-sowich.html>
<http://dzpk.pl/pl/parki-krajobrazowe/95-slezanski-park-krajobrazowy.html>
http://wroclaw.lasy.gov.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=718&Itemid=663&tpe=swidnica
http://wroclaw.lasy.gov.pl/index.php?option=com_content&task=view&id=718&Itemid=663&tpe=swidnica
<http://www.szlak-cysterski.eu/tobject/details/110>
<http://um.swidnica.pl/pages/turysci/nasze-miasto/symbole-swidnicy.php>
<http://lucivo1.rssing.com/chan-7563107/latest.php>

Spis rysunków

Rysunek 1. Łańcuch powiązań w sytuacji realizacji lub zaniechania założeń Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Świdnicy.....	11
Rysunek 2. Panorama Świdnicy od strony południowej (widok od ul. Bystrzyckiej).....	13
Rysunek 3. Herb miasta Świdnicy.....	15
Rysunek 4. Renesansowy portal zamku świdnickiego (obecnie teren Zboru Zielonoświątkowego).....	15
Rysunek 5. Słupek graniczny Twierdzy Świdnickiej nr 147.....	17
Rysunek 6. Kościół Pokoju (z lewej) oraz wieża Katedry Świdnickiej (z prawej).	21
Rysunek 7. Wieża ratuszowa i część bloku śródrynkowego w Świdnicy (z lewej) oraz południowa pierzeja świdnickiego Rynku (z prawej).	22
Rysunek 8. Fragment bastei Bramy Strzegomskiej (z lewej) oraz dawny kościół klasztorny p.w. św. Antoniego (z prawej).	23
Rysunek 9. Kościół pw. św. Józefa (z lewej) oraz cerkiew prawosławna św. Mikołaja (z prawej).	23
Rysunek 10. Fragment Fleszy Nowomłyńskiej z zachowaną kaponierą i korytem Młynówki - widok w kierunku północnym (z lewej) oraz Dawny Pałac Opatów Cysterskich (z prawej).	24
Rysunek 11. Dawna willa rodziny Richthofenów (z lewej) oraz czynszowa kamienica u zbiegu ul. Chrobrego, ul. Jagiellońskiej i pl. Św. Małgorzaty (z prawej).	25
Rysunek 12. Fontanna z Neptunem (lewy górny róg), rzeźba Marii Cunitz (w środku), figurka Hermesa(prawy górny róg) oraz rzeźba Świdnickich Dzików (lewy dolny) i rzeźba „Srającego Chłopka” (prawy dolny).....	29
Rysunek 13. Krzyż pojednania (pokutny) przy ul Wałbrzyskiej w Świdnicy.	30
Rysunek 14. Obiekty Świdnickiego Ośrodka Sportu i Rekreacji – lodowisko (z lewej) i kemping nr 231 (z prawej).....	32
Rysunek 15. Zalew Witoszówka w Świdnicy - w tle budynek bosmanatu i wypożyczalni sprzętu pływającego.....	32
Rysunek 16. Oznaczenia szlaków rowerowych – na terenie miasta (z lewej) i szlaków LOT KSJ (z prawej).	33

Rysunek 17. Liczba turystów ogółem w Świdnicy w latach 2010-2014 (w os.).....	37
Rysunek 18. Liczba turystów zagranicznych w Świdnicy w latach 2010-2014.....	39
Rysunek 19. Odsetek udzielonych noclegów turystom zagranicznym w ogólnej liczbie udzielonych noclegów w Świdnicy w latach 2010-2014.....	43
Rysunek 20. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych w powiecie świdnickim na tle wybranych powiatów województwa dolnośląskiego w latach 2010-2014 (w %)......	44
Rysunek 21. Wymiary realizacji misji rozwoju funkcji turystycznej miasta Świdnica.....	61
Rysunek 22. Aktualnie obowiązujące logo promocyjne miasta Świdnicy.....	62
Rysunek 23. Powiązanie wymiarów rozwoju funkcji turystycznej miasta z celami strategicznymi.	64
Rysunek 24. Powiązanie pomiędzy poszczególnymi elementami strategii – schemat logiczny.	65
Rysunek 25. Mapa miasta z naniesioną lokalizacją wybranych przedsięwzięć z grup A, B, C, D i E.	81
Rysunek 26. Mapa priorytetów – schemat ogólny.....	82
Rysunek 27. Mapa priorytetów (ogólna i przybliżona) dla wszystkich projektów z grup A-E obejmujących cele strategiczne 1-5.....	83
Rysunek 28. Mapa priorytetów dla propozycji celu strategicznego 1 „Zintegrowane produkty turystyczne”.....	84
Rysunek 29. Mapa priorytetów dla propozycji celu strategicznego 2 „Tworzenie nowych i rozwijanie istniejących atrakcji turystycznych”	85
Rysunek 30. Mapa priorytetów (ogólna i przybliżona) dla propozycji celu strategicznego 3 „Tworzenie nowej i rozwijanie istniejącej infrastruktury turystycznej”	86
Rysunek 31. Mapa priorytetów (ogólna i przybliżona) dla propozycji celu strategicznego 4 „Wsparcie i rozwój współpracy z przedsiębiorstwami i organizacjami działającymi w sferze turystyki”	87
Rysunek 32. Mapa priorytetów (ogólna i przybliżona) dla propozycji celu strategicznego 5 „Promocja i informacja turystyczna”.....	88
Rysunek 33. Przykłady eksponowania relikwów dawnych obiektów.....	97
Rysunek 34. Wiadukty na trasie zabytkowej linii kolejowej Świdnica-Kraszowice - Jedlina Zdrój.	98

Rysunek 35. Dawna kopalnia Marie Agnes w Bystrzycy Górnej – wejście do sztolni (z lewej) i zalany szyb (z prawej).....	98
Rysunek 36. Dolina Bystrzycy w okolicach miejscowości Wiśniowa – ujście Piławy do Bystrzycy (z lewej) i rzeka Bystrzyca poniżej Wiśniowej (z prawej).....	99

Spis tabel

Tabela 1. Zestawienie obiektów z terenu miasta Świdnica wpisanych do rejestru zabytków (stan na grudzień 2015 r.).....	25
Tabela 2. Liczba turystów ogółem w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014 (w os.).....	37
Tabela 3. Liczba turystów zagranicznych w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014 (w os.)	39
Tabela 4. Miejsca noclegowe w Świdnicy i powiecie świdnickim w latach 2010-2014*	40
Tabela 5. Liczba udzielonych noclegów ogółem w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014.....	41
Tabela 6. Liczba udzielonych noclegów ogółem turystom zagranicznym w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014.....	41
Tabela 7. Liczba korzystających z miejsc noclegowych w Świdnicy w latach 2010-2014 (w os.).....	42
Tabela 8. Odsetek udzielonych noclegów turystom zagranicznym w ogólnej liczbie udzielonych noclegów w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014.....	43
Tabela 9. Stopień wykorzystania miejsc noclegowych ogółem w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014 (w %).....	45
Tabela 10. Miejsca noclegowe ogółem na 1000 ludności w powiecie świdnickim i w wybranych powiatach w latach 2010-2014.....	45
Tabela 11. Liczba noclegów udzielonych w obiektach hotelowych w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014.....	47
Tabela 12. Liczba noclegów udzielonych w obiektach hotelowych turystom zagranicznym w Świdnicy i w wybranych obszarach odniesienia w latach 2010-2014.....	48
Tabela 13. Analiza SWOT - rozwoju funkcji turystycznej w mieście Świdnica	51

Tabela 14. Uproszczona tablica SWOT dla rozwoju funkcji turystycznej w mieście Świdnica ...	53
Tabela 15. Strategiczne i wspomagające segmenty rozwoju turystyki w Świdnicy	54
Tabela 16. Ogólne uwarunkowania rozwoju głównych segmentów turystyki w Świdnicy	56
Tabela 17. Ogólne uwarunkowania rozwoju segmentów wspomagających rozwój turystyki w Świdnicy	57
Tabela 18. Ocena opcji strategicznych dla rozwoju funkcji turystycznej miasta	59
Tabela 19. Zestawienie celów strategicznych i odpowiadających im obszarów aktywności.	66
Tabela 20. Wyniki analizy spójności zapisów Strategii Rozwoju Turystyki dla miasta Świdnicy na lata 2016-2026 z innymi dokumentami strategicznymi szczebla lokalnego, regionalnego i krajowego.	68
Tabela 21. Charakterystyka propozycji rozwiązań produktowo-projektowych - blok tematyczny A.....	73
Tabela 22. Charakterystyka propozycji rozwiązań produktowo-projektowych - blok tematyczny B.....	74
Tabela 23. Charakterystyka propozycji rozwiązań produktowo-projektowych - blok tematyczny C.....	76
Tabela 24. Charakterystyka propozycji rozwiązań produktowo-projektowych - blok tematyczny D.....	78
Tabela 25. Charakterystyka propozycji rozwiązań produktowo-projektowych - blok tematyczny E.....	79
Tabela 26. Zestawienie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych z przyporządkowaniem ich do ćwiartek mapy priorytetów.....	89
Tabela 27. Zestawienie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych z przyporządkowaniem do celów strategicznych.....	90
Tabela 28. Zestawienie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych z przyporządkowaniem ich do ćwiartek mapy priorytetów.....	92
Tabela 29. Zestawienie propozycji rozwiązań produktowo-projektowych ze wskazaniem grup interesariuszy.....	94

Załącznik nr 1

Propozycje projektów/produktów/działań zwiększających atrakcyjność turystyczną Miasta Świdnicy – materiał konsultacyjny do Strategii Rozwoju Turystyki dla miasta Świdnicy na lata 2016-2026

Poniżej dokonano zestawienia propozycji projektów/produktów/działań, które mogą wpłynąć na uatrakcyjnienie turystycznej oferty Świdnicy. Część z nich to idee, o których mówi się w mieście od lat, inne to nowe pomysły na rozwój branży turystycznej w naszym mieście.

Realizacja poniższych propozycji projektów/produktów/działań ma na celu osiągnięcie przez miasto Świdnica określonego poziomu nasycenia atrakcjami i infrastrukturą turystyczną, w wyniku czego dotychczas zidentyfikowany kilkugodzinny ruch odwiedzających miasto, zmienia się w pobyty całonocne i/lub weekendowe.

Proszę o ocenę na skali 1-5 (wstawienie znaku „X”) poniższych propozycji projektów/produktów/działań w dwóch aspektach tj.:

- **atrakcyjności** z punktu widzenia potencjalnego turysty, odwiedzającego miasto lub najbliższe okolice,
- **preferencji (priorytetu) w zakresie realizacji** (uwzględniając przy tym złożoność przedsięwzięcia, realność wykonania z punktu widzenia czasu, nakładów pieniężnych, pozwoleń i procedur, itp.).

W każdej grupie pozostawiono także miejsce na wskazanie własnej propozycji projektu/produktu/działania.

Uzyskane wyniki pozwolą na opracowanie map turystycznego rozwoju Świdnicy w ramach dokumentu *Strategia Rozwoju Turystyki dla miasta Świdnicy na lata 2016-2026*

Z góry dziękujemy za współpracę
dr Tomasz Kołakowski
dr Bartłomiej Jefmański

Symbol	Rodzaj projektu/produktu/działania	Ocena atrakcyjności (1-bardzo niska, 5-bardzo wysoka)					Ocena preferencji (1-bardzo niska, 5-bardzo wysoka)				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
		W zakresie zintegrowanych produktów turystycznych									
A.1.	„Świdnica uskrzydła” - stworzenie zintegrowanego produktu turystycznego w oparciu o postać Czerwonego Barona (informatory, gadżety, produkty spożywcze, imprezy tematyczne, turniej gier komputerowych dla dzieci i młodzieży, np. turniej latania fokerami, itp.) oraz organizacja cyklicznego Wielkiego Festiwalu Dwu- i Trójpłatowców w Świdnicy. Wykorzystanie potencjału jaki niesie ze sobą rozpoznawalna i wypromowana na całym świecie marka „Red Baron”										
A.2.	„Świdnica – miasto wielu twarzy” - promowanie miasta jako miejsca narodzin, zamieszkania, działalności zawodowej, pochówku, wybitnych Świdniczan (Richthofen, Krebs, Cunitz, Anna Świdnicka, Hogo Roiter, Piastowie Świdniccy, itd.) – stworzenie m.in. alei słynnych Świdniczan (np. odlewy z brązu samych postaci lub kojarzących się z nimi przedmiotów-artefaktów), gadżety, produkty spożywcze, itp. Projekt promujący wielonarodowość, wielokulturowość i wielowyznaniowość w Świdnicy i jej okolicach na przestrzeni wieków.										
A.3.	„Kupiecka Świdnica” - promowanie miasta jako jednego z najważniejszych historycznych centrów handlowo-gospodarczych tej części Europy, eksponowanie: rynku świdnickiego wraz z wieżą ratuszową, unikalnego Muzeum Dawnego Kupiectwa, jednej z największych giełd starci w regionie „Giełdę Staroci, Numizmatów i Osobliwości”, hasła promocyjnego „Rynek z tradycjami”. Promocja piwowarstwa świdnickiego poprzez np. Festiwal Piw Lokalnych i Regionalnych, zawody dla przedstawicieli handlowych tej branży, itp. Ponadto organizacja imprezy „Mistrzostwa Polski Handlowców, Sprzedawców i Bankierów” – impreza nawiązująca do tradycji kupieckich miasta, zawody dla przedstawicieli największych sieci hiper i supermarketów oraz banków, konkursy, pokazy dla odwiedzających, drzwi otwarte dla rodzin z dziećmi na terenie hiper- i supermarketów oraz banków zlokalizowanych w Świdnicy, .										
A.4.	„Świdnica miasto baroku” – promowanie miasta jako Barokowej Perły Śląska, miejsca najbardziej zasobnego, w skali Śląska, w barokowe elementy architektoniczne, wykreowanie wydarzeń związanych z epoką, promowanie kultury baroku poprzez eventy np. „Skok w Barok”, wydanie tematycznego przewodnika po mieście, ściśle powiązanie z Festiwałem Bachowskim, historią Kościoła Pokoju, Katedry Świdnickiej, fontann na Rynku, itp.										
A.5.	(własna propozycja)										
W zakresie tworzenia nowych i rozwijania istniejących atrakcji turystycznych											
B.1.	Zagospodarowanie Fleszy Nowomłyńskiej na centrum turystyczno-kulturalno-rozrywkowe osadzone w klimatach wojen prusko-austriackich (np. Regionalne Centrum Wojen Prusko-Austriackich) wraz z ekspozycją na jej terenie militariów (np. współpraca z Muzeum Broni i Militariów w zakresie przeniesienia części ekspozycji) oraz budową szlaku turystycznego „Śladami Twierdzy Świdnickiej”, obejmującego odbudowę i/lub wyeksponowanie na terenie całego miasta relikwów dawnej twierdzy i obiektów powiązanych z nią (np. słupki graniczne, uwidocznienie zarysów terenu w parkach, odbudowa altany w Parku Młodzieżowym, itp.). w dalszej perspektywie stworzenie przestrzennego, interaktywnego muzeum wykorzystującego w maksymalnym stopniu podziemne obiekty na wystawy i ekspozycje prezentujące historię miasta z perspektywy wojen i bitew od średniowiecza po czasy współczesne (m.in. średniowieczne piwnice i Baszta Strzegomska, kaponiery, podziemia na pl. Drzymały, pl. Grunwaldzkim, stacja wzmacniakowa ul. Tołstoja, itp.)										
B.2.	Stworzenie podziemnej trasy turystycznej pod Katedrą Świdnicką, udostępnienie skarbcza, lapidarium oraz utworzenie Muzeum Diecezjalnego (współpraca z Proboszczem kościoła katedralnego i Kurią Biskupią w zakresie realizacji projektu)										
B.3.	„Świdnica miasto tajemniczych studni” – projekt polegający na maksymalnym udostępnieniu/wyeksponowaniu zabytkowych studni na terenie miasta z ukazaniem ich historii i wykreowaniem specyfiki każdej z nich tj. studnia miłości, studnia płodności, studnia zdrowia, itp. zachęcając turystów do wrzucania do nich monet. z czasem monety będą wyciągane i przeznaczane np. na cele charytatywne oraz na utrzymanie zabytków miasta.										

C.8.	Zagospodarowanie i promocja nadbrzeży Bystrzycy jako elementu całościowej trasy turystycznej Dolina Bystrzycy – stworzenie deptaka (Bulwaru Bystrzyckiego) z miejscami odpoczynku, trasami pieszymi i rowerowymi, tablicami informacyjnymi, itp.																			
C.9.	Rozwój pod kątem turystycznym infrastruktury na terenach nad Zalewem Witoszówka (stojaki na rowery, wiaty turystyczne, mapy, opisy krajoznawcze, itp.)																			
C.10.	Utworzenie zintegrowanych ciągów komunikacyjnych pomiędzy obiektami: Wieża Ratuszowa, Muzeum Dawnego Kupiectwa i Świdnicki Ośrodek Kultury i nadanie im charakter wystawienniczo-informacyjnego																			
C.11.	Współpraca władz miasta w zakresie uruchomienia bezpośredniego połączenia autobusowego w Góry Sowie (własna propozycja)																			
W zakresie wsparcia i rozwoju współpracy z przedsiębiorstwami i organizacjami działających w sferze turystyki																				
D.1.	Turystyczna Karta Świdnicy, Powiatu Świdnickiego lub Aglomeracji Wałbrzyskiej (książeczka zawierająca rabaty i promocje na usługi w wybranych obiektach turystycznych na terenie miasta i okolic)																			
D.2.	Wprowadzenie systemu ulg dla nowopowstających obiektów turystycznych na terenie miasta (usługi noclegowe, gastronomiczne, rozrywkowe, itp.)																			
D.3.	Wzmocnienie współpracy z lokalnymi i regionalnymi organizacjami turystycznymi (m.in. LOT „KSJ”, LOT Aglomeracji Wałbrzyskiej, DOT, Stowarzyszenie Turystyczne Gmin Gór Sowich, PTTK), podmiotami mogącymi wspierać rozwój lokalnej turystyki (m.in. Nadleśnictwo Świdnica, Fundacja Krzyżowa, Muzeum Broni i Militariów, Muzeum Przemysłu i Kolejnictwa w Jaworzynie Śląskiej, itp.) oraz sąsiednimi samorządami w zakresie rozwoju i wsparcia turystyki w mieście Świdnica, na terenie Przedgórze Sudeckiego i Sudetów Środkowych.																			
D.4.	Zainicjowanie i wspieranie przez UM współpracy między zarządcami najważniejszych obiektów sakralnych miasta (m.in. Kościół Pokoju, Katedra pw. św. Stanisława i św. Wacława, Kościół Zielonoświątkowy, Cerkiew Prawosławna) w zakresie promocji i rozwoju turystyki kulturowej i religijnej, podkreślając znaczenie wielokulturowości i wielowyznaniowości w historii miasta, np. opracowanie wspólnego wydawnictwa, wyznaczenie szlaku, wspólne wydarzenia kulturalne.																			
D.5.	Współpraca ze szkołami ponadgimnazjalnymi i uczelniami wyższymi o profilu turystycznym w zakresie realizacji prac badawczych, projektów dydaktycznych dotyczących rozwoju turystycznego miasta.																			
(własna propozycja)																				
W zakresie promocji, współpracy i informacji turystycznej																				
E.1.	Wykorzystanie przynależności miasta do „Kanonu Miejsc Historycznych” w celach turystyczno-edukacyjnych m.in. poprzez organizowanie na jego terenie żywych lekcji architektury (np. dla studentów architektury) lub żywych lekcji historii (podkreślając wielowyznaniowość i wielonarodowość obszaru miasta i okolic na przestrzeni dziejów miasta) (uczniowie szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych), uczestnictwo w Europejskich Dniach Dziedzictwa, Nocy Muzeów, itp..																			
E.2.	Wykorzystanie, coraz popularniejszej wśród turystów, rzeźby tzw. „Srającego chłopka” do celów promocji miasta, jako element większego projektu pn. „Jedynie, Niepowtarzalne – Świdnica Naj ...”																			
E.3.	Rozwój zintegrowanego kalendarza imprez miejskich (sportowych, kulturalnych, rekreacyjnych, specjalistycznych, itp.), również we współpracy z sąsiednimi gminami w zakresie ich imprez.																			
E.4.	Opracowanie logo i hasła promującego potencjał turystyczny miasta – całkowicie nowe lub rozwinięcie istniejącego „Rynek z tradycjami” (np. przeprowadzenie konkursu)																			
E.5.	Opracowanie turystycznej strony internetowej miasta (rozwój we współpracy z Lokalną Organizacją Turystyczną Księstwo Świdnicko-Jaworskie istniejącego portalu)																			
E.6.	Przeprowadzenie zintegrowanej kampanii marketingowej - ukazanie potencjału turystycznego Świdnicy, atrakcji samego miasta, ale także idealnej lokalizacji, jako punkt wypadowy w Masyw Ślęży, Sudety Środkowe (głównie Góry Sowie) i Dolinę Bystrzycy - promocja w mediach tradycyjnych i społecznościowych, organizacja Zlotu Blogerów Turystycznych, study tourów dla mediów z Polski i z zagranicy, współpraca z touroperatorami, publikacja wielojęzycznych przewodników, ulotek, gadżetów, filmy (amatorskie i profesjonalne), „witacze” na wjazdach do miasta, uczestnictwo w targach turystycznych, itp.																			
E.7.																				

E.8.	Opracowanie całościowej koncepcji wdrożenia nowoczesnych technologii teleinformatycznych wspomagających funkcjonowanie i rozwój branży turystycznej w mieście (np. kod QR, mobilne przewodniki, zintegrowany system rezerwacji miejsc noclegowych, biletów wstępu do atrakcji, rezerwacji przewodnika, itp.)										
E.9.	Wprowadzenie „Świdnickiego Menu” swoistej karty dań (tradycyjnych i nowoczesnych) związanych z miastem (jego historią, nazwą, kulturą), utworzeniu szlaku kulinarnego po lokalach gastronomicznych miasta, serwujących określone potrawy tworzące „Świdnickie Menu” (np. świdnickie pierniki, nalewka świdnicka na bazie derenia, wino z winnicy świdnickiej, piwo świdnickie, ciasto świdnickie, itp.) (własna propozycja)										

Podmiot wypełniający:

- Przedsiębiorca
- Instytucja samorządowa
- Organizacja pozarządowa
- Osoba fizyczna

UWAGI:

.....

.....