

**STRATEGIA  
ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU TURYSTYKI  
MAGICZNEJ KRAINY ŁEMKÓW I POGÓRZAN  
NA LATA 2015-2020**



dr Bernadetta Zawilińska  
dr Anna Wilkońska  
dr Krzysztof Szpara



**Strategia zrównoważonego rozwoju turystyki  
Magicznej Krainy Łemków i Pogórzan  
na lata 2015-2020**



# STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU TURYSTYKI MAGICZNEJ KRAINY ŁEMKÓW I POGÓRZAN NA LATA 2015-2020

Strategia opracowana została w ramach projektu  
„Karpaty łączą – mechanizm konsultacji i współpracy  
dla wdrażania Konwencji Karpackiej”

Organizacja koordynująca prace:  
„Beskid Zielony” Lokalna Organizacja Turystyczna

Zespół autorów:  
dr Bernadetta Zawilińska – kierownik zespołu  
dr Anna Wilkońska  
dr Krzysztof Szpara

Redaktor prowadzący:  
dr Piotr Mikołajczyk  
Centrum UNEP/GRID-Warszawa

Warszawa 2016



Wydawca:  
Centrum UNEP/GRID-Warszawa,  
Zakład Narodowej Fundacji Ochrony Środowiska  
ul. Sobieszyńska 8, 00-764 Warszawa  
tel.: 22 840 66 64, faks: 22 851 62 01  
e-mail: [grid@gridw.pl](mailto:grid@gridw.pl)  
[www.gridw.pl](http://www.gridw.pl)

Fotografia na okładce:  
***Mariusz Cieszewski***

Opracowanie graficzne, skład i łamanie:  
***Krzysztof Mordarski***  
e-mail: [kmstudio@poczta.fm](mailto:kmstudio@poczta.fm)

Korekta językowa:  
***Ewa Józefczyk***

Wydrukowano na papierze ekologicznym

© Centrum UNEP/GRID-Warszawa, 2016

ISBN: 978-83-932916-3-2

# Spis treści

Wprowadzenie .....	7
<b>Część I.</b>	
<b>Diagnoza turystyczna .....</b>	<b>17</b>
1. Warunki realizacji strategii .....	19
2. Uwarunkowania zewnętrzne i ich konsekwencje dla rozwoju turystyki ..	24
3. Uwarunkowania wewnętrzne związane z rozwojem turystyki .....	29
4. Aktualny stan turystyki .....	45
5. Diagnoza stanu i możliwości rozwoju turystyki – analiza SWOT .....	60
6. Założenia do <i>Strategii</i> .....	63
<b>Część II.</b>	
<b>Strategiczna .....</b>	<b>71</b>
1. Wizja .....	73
2. Misja .....	73
3. Priorytety rozwoju turystyki .....	74
4. Zarządzanie <i>Strategią</i> .....	115
5. Źródła finansowania <i>Strategii</i> .....	116
6. Monitoring i ocena realizacji <i>Strategii</i> .....	117
O projekcie .....	124
About the project .....	126



# Wprowadzenie

Turystyka stanowi jedną z najszybciej rozwijających się gałęzi gospodarki na świecie. W poszczególnych latach i regionach dynamika tego zjawiska bywa różnicowana. Generalnie jednak dane statystyczne publikowane przez Światową Organizację Turystyki (UNWTO) pokazują tendencję wzrostową zarówno w zakresie liczby turystów, jaki i wpływów z turystyki.

UNWTO prognozuje, że w najbliższych latach wielkość podróży na świecie będzie wzrastała średnio o ok. 4,1% rocznie (w Europie 3,1%). W 2020 roku liczba podróży wyniesie 1561 milionów, a wpływy osiągną wartość dwóch bilionów dolarów. Udział Europy w rynku turystycznym będzie mniejszy (spadek z 59,8% w 1995 roku do 45,9% w 2020 roku), ale w dalszym ciągu będzie ona najczęściej odwiedzanym regionem świata (717 milionów podróży w 2020 roku)<sup>1</sup>. Dla usługodawców prowadzących działalność na terenie objętym strategią istotny jest fakt, że na „starym kontynencie” największy wzrost przyjazdów odnotują kraje Europy Środkowo-Wschodniej (223 mln). Przewiduje się również, że liczba podróży międzyregionalnych będzie rosła szybciej niż liczba podróży wewnątrz regionów, co może skutkować większym napływem obcokrajowców.

Ruch turystyczny ulega nie tylko rozwojowi ilościowemu, ale też jakościowemu. Obecnie coraz częściej tradycyjny model turystyki „3xS” (sun – słońce, sand – piasek, sea – morze) próbuje się zastąpić nowym modelem wypoczynku, określanym mianem „3xE” (entertainment – rozrywka, excitement – ekscytacja, education – edukacja). W tym przypadku zwiększa się rola aktywności ruchowej, przeżyć emocjonalnych, przygody, rozrywki oraz zabawy połączonej z elementami edukacyjnymi<sup>2</sup>.

Model ten wpisuje się w ideę turystyki zrównoważonej, która z kolei nawiązuje do idei zrównoważonego rozwoju, zdefiniowanej przez Światową Komisję Środowiska i Rozwoju w 1987 r., jako „rozwój zaspokajający potrzeby współczesnych mieszkańców i gwarantujący realizację potrzeb przyszłych generacji”.

Turystyka zrównoważona bywa definiowana w różny sposób. Według World Wide Fund for Nature (WWF) jest to turystyka, która wykorzystuje zasoby przyrody, zachowując jej naturalny charakter. Nie narusza również tożsamości kultu-

<sup>1</sup> <http://www.intur.com.pl/trendy.htm> (21.02.2015)

<sup>2</sup> M. Mika, R. Faracik, 2008, *Międzynarodowy ruch turystyczny*, [w:] W. Kurek (red.), *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

rowej, zwyczajów i stylu życia społeczności lokalnych oraz zapewnia im udział w dochodach z turystyki<sup>3</sup>.

Według WWF zasady turystyki zrównoważonej obejmują<sup>4</sup>:

- racjonalne wykorzystanie przez turystykę zasobów naturalnych i kulturowych,
- udział turystyki w ochronie zasobów naturalnych i dziedzictwa kulturowego,
- włączenie turystyki w system planowania,
- rozwój właściwych form turystyki,
- zasilanie lokalnej gospodarki przez turystykę,
- udział lokalnej społeczności w istotnych decyzjach dotyczących turystyki,
- kształcenie i przygotowanie zawodowe lokalnej społeczności do pracy w turystyce,
- rozwój nowych dziedzin zatrudnienia,
- właściwe zarządzanie ograniczające negatywne skutki rozwoju turystyki.

Istotnym instrumentem dla wprowadzania w życie idei turystyki zrównoważonej w Karpatach jest **Ramowa konwencja o ochronie i zrównoważonym rozwoju Karpat** (Konwencja Karpacka). Jest to równocześnie kluczowy dokument, do którego odnosi się *Strategia*. Ma on charakter ramowy. Określono w nim główne cele polityczne promujące zintegrowane podejście do przyrodniczego i kulturowego dziedzictwa Karpat.

Celem Konwencji Karpackiej jest prowadzenie wszechstronnej polityki oraz współpraca na rzecz ochrony i zrównoważonego rozwoju Karpat, co w konsekwencji ma prowadzić do poprawy jakości życia, wzmocnienia miejscowej gospodarki i społeczności lokalnych oraz do zachowania walorów przyrodniczych i dziedzictwa kulturowego.

Na szczególną uwagę zasługuje konieczność ochrony różnorodności biologicznej Karpat, czyli niezwykłego bogactwa otaczających nas ekosystemów i gatunków wraz z ich bogatymi zasobami genowymi. Prowadzone działania powinny mieć na celu zarówno jej zachowanie, odtworzenie, jak i zrównoważone użytkowanie. Zakres podejmowanych działań powinien dotyczyć m.in.: ukształtowania regionalnego systemu obszarów chronionych, ochrony roślin i zwierząt, czy ochronę lasów i terenów zielonych.

W przyjętej przez Komisję Europejską, w maju 2011 r., „Unijnej strategii ochrony różnorodności biologicznej na okres do 2020 r.” autorzy zwracają uwagę na to, że różnorodność biologiczna jest nie tylko wartością samą w sobie. Zapewnia ona również szeroką gamę „niezbędnych usług ekosystemowych”, takich jak: czystą wodę, zapylenie, ochronę przed powodzią itd. Mają one znaczną wartość gospodarczą i społeczną.

---

<sup>3</sup> W. Kurek, 2004, *Turystyka na obszarach górskich Europy*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

<sup>4</sup> W. Kurek, 2004, *Turystyka na obszarach górskich Europy*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.

Beskid Niski jest zdaniem wielu jednym z najbardziej malowniczych regionów Karpat Polskich. Również bardzo interesujący, chociaż nieco niedoceniany, jest równoległy do niego pas Pogórzy. To, co z jednej strony jest atutem regionu, może być też barierą jego rozwoju. Peryferyjność obszaru, niski poziom rozwoju społeczno-gospodarczego, a także niewielkie znaczenie turystyki w ekonomii regionu należą do ważniejszych problemów Beskidu Niskiego i równoległego pasa Pogórza Karpackiego. Z drugiej jednak strony przebywający tu turyści doceniają dziką przyrodę, interesującą kulturę, ciszę, spokój, niewielki ruch na szlakach turystycznych i harmonijny krajobraz. Turystyka na tym terenie powinna się rozwijać zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, sprzyjając ochronie dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego, a jednocześnie przynosząc dochody mieszkańcom.

Rozwój turystyki w regionie powinien także przebiegać w sposób planowy i skoordynowany, z szerokim udziałem społecznym zarówno w procesie planowania, jak i w realizacji inicjatyw. W tym aspekcie istotnym problemem jest brak platformy współpracy pomiędzy sąsiednimi gminami, brak długofalowego planowania rozwoju turystyki i profesjonalnego zarządzania terenem w tym zakresie. Niedostateczna jest także współpraca interesariuszy związanych z rozwojem turystyki: samorządów, dyrekcji obszarów chronionych, organizacji pozarządowych, przedsiębiorców, mieszkańców itp.

Realizacja przedsięwzięcia związanego z opracowaniem strategii przyczyni się do zachowania istniejących walorów przyrodniczych i różnorodności biologicznej oraz poszanowania dziedzictwa kulturowego, przy jednoczesnym wsparciu harmonijnego rozwoju społeczno-gospodarczego tego obszaru. Poprzez wypracowanie odpowiednich działań i właściwych dla tych terenów form ruchu turystycznego, przedsięwzięcie sprzyjało będzie ochronie przyrody i różnorodności biologicznej, a także należytemu wykorzystaniu walorów kulturowych regionu. Będzie to miało wpływ na wzrost dochodów mieszkańców i zwiększenie znaczenia turystyki w rozwoju ekonomicznym, prowadząc w konsekwencji do poprawy poziomu i jakości życia miejscowych społeczności, a pośrednio także do wzrostu ich wrażliwości ekologicznej i zachowania tożsamości kulturowej.

## **Cele i przewidywane efekty realizacji *Strategii***

Celem *Strategii* jest wytyczenie kierunków rozwoju zrównoważonej turystyki – ważnej formy działalności gospodarczej na terenach cennych przyrodniczo, krajobrazowo i kulturowo – dla obszaru Beskidu Niskiego i przylegających doń karpackich pogórzy („Magiczna Kraina Łemków i Pogórzan”).

Do celów szczegółowych należy zaliczyć:

- określenie wspólnych działań i kierunków współpracy na rzecz ochrony i zachowania walorów przyrodniczych i dziedzictwa kulturowego Karpat, w celu rozwoju zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju,

- wykreowanie wizerunku „Magicznej Krainy Łemków i Pogórzan” – atrakcyjnego turystycznie regionu, w którym człowiek żyje w harmonii z otaczającą go przyrodą i z poszanowaniem dziedzictwa kulturowego, a turysta znajdzie warunki do wypoczynku i uprawiania wielu form turystyki,
- wzrost świadomości bogactwa i znaczenia zasobów przyrodniczych i kulturowych regionu wśród jego mieszkańców oraz możliwości racjonalnego wykorzystania ich do przygotowania interesującej dla turystów, wyjątkowej i innowacyjnej oferty turystycznej,
- zbudowanie partnerskich powiązań pomiędzy przedstawicielami administracji państwowej, samorządowej oraz lokalnych podmiotów społecznych i prywatnych,
- zbudowanie i przekazanie zainteresowanym stronom baz danych zawierających zestawienie przyrodniczych i kulturowych walorów regionu, a także elementy infrastruktury turystycznej i okółoturystycznej,
- koordynacja działań, szczególnie na szczeblu samorządowym, w celu zespolenia różnego rodzaju lokalnych inicjatyw, co jest szczególnie istotne z punktu widzenia promocji turystycznej obszaru,
- zwiększenie konkurencyjności regionu, a także utworzenie nowych miejsc pracy poprzez wykreowanie innowacyjnych, markowych oraz zintegrowanych produktów turystycznych, co pomoże wzmocnić pozytywny wizerunek tego obszaru wśród potencjalnych turystów,
- wzmocnienie lokalnego potencjału w zakresie zarządzania zrównoważonym rozwojem turystyki, poprzez wsparcie racjonalnego i spójnego systemu gospodarowania gmin w zakresie turystyki, łączącego potrzeby ochrony przyrody i dziedzictwa kulturowego z efektywnym wykorzystaniem walorów i harmonijnym rozwojem społeczno-ekonomicznym regionu oraz poprzez utożsamianie się z tymi działaniami wszystkich podmiotów funkcjonujących na lokalnym rynku turystycznym,
- wzrost poziomu i jakości życia mieszkańców regionu poprzez zagospodarowanie niewykorzystanego potencjału i racjonalne wykorzystanie atutów, co w konsekwencji doprowadzi do ożywienia ruchu turystycznego i wydłużenia sezonu turystycznego oraz aktywizacji lokalnych rynków turystycznych.

Strategia skierowana jest do:

- **władz lokalnych i regionalnych** – pomoc w ustaleniu priorytetów i wyznaczaniu kierunków rozwoju oraz pomoc w wypracowaniu wspólnej polityki w zakresie turystyki z poszanowaniem środowiska przyrodniczego i kulturowego regionu, a także zwiększenie udziału dochodów z turystyki w budżetach gmin,
- **społeczności lokalnych** – zwrócenie uwagi na przyrodnicze i kulturowe walory regionu i możliwość ich wykorzystania do przygotowania oferty

turystycznej oraz zagospodarowanie niewykorzystanego potencjału, a także wzrost dochodów z turystyki, wzrost świadomości ekologicznej, zachowanie wartości środowiska przyrodniczego i odradzanie się rdzennych elementów kulturowych terenu,

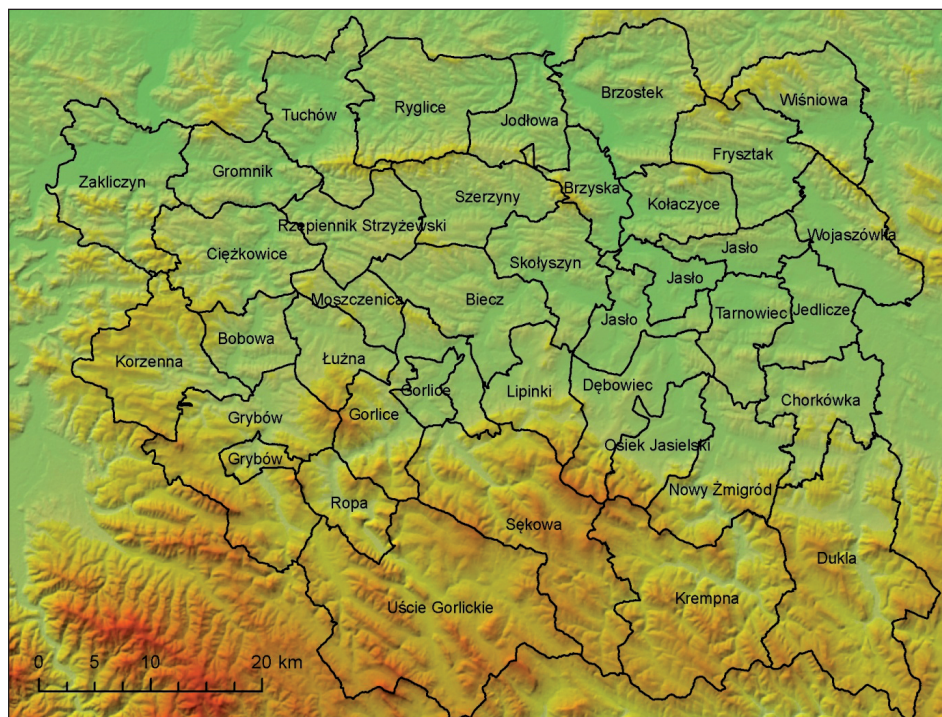
- **turystów** – możliwość korzystania z walorów przyrodniczych i kulturowych oraz z przygotowanych w oparciu o nie produktów turystycznych, które będą rozwijane dzięki opracowanej strategii,
- **przedsiębiorców i inwestorów** – ukazanie właściwych kierunków rozwoju turystyki w regionie,
- **naukowców i innych ekspertów** – w zakresie zgromadzonych danych, przeprowadzonych badań i analiz, które mogą być źródłem i inspiracją do dalszego, kompleksowego badania regionu lub niektórych jego elementów,
- **instytucji zarządzających walorami przyrodniczymi, w tym szczególnie obszarami chronionymi** – udostępnienie dla turystów obszarów przyrodniczo cennych na zasadach gwarantujących ich zachowanie w niezmiennym stanie,
- **instytucji prowadzących działalność o charakterze turystycznym i okołoturystycznym** – działania zmierzające do zrównoważonego rozwoju turystyki w regionie, m.in. poprzez: współpracę przy wdrażaniu Konwencji Karpackiej, certyfikowanie, zarządzanie turystycznymi znakami jakości, promocję, działania w kierunku właściwej obsługi ruchu turystycznego, zarządzanie infrastrukturą turystyczną i okołoturystyczną,
- **innych osób i instytucji** – korzystanie z dokumentu w ramach stosowania tzw. „dobrych praktyk” w regionie Karpat Polskich oraz do wszelkich innych działań wpisujących się w ideę zrównoważonego rozwoju obszarów górskich.

## Obszar objęty *Strategią*

*Strategia zrównoważonego rozwoju turystyki Magicznej Krainy Łemków i Pogórzan* obejmuje zwarty teren 38 gmin karpackich położonych w granicach województwa małopolskiego (w powiatach: gorlickim, nowosądeckim, tarnowskim) i podkarpackiego (w powiatach jasielskim, krośnieńskim, dębickim i strzyżowskim). Łączna powierzchnia gmin wynosi 3 550 km<sup>2</sup>.

Obszar objęty *Strategią* leży w centralnej części Karpat Zewnętrznych, w granicach Beskidów (Beskid Niski) i Pogórza Karpackiego (Pogórza Rożnowskie, Ciężkowickie, Strzyżowskie, Dynowskie oraz Obniżenie Gorlickie, Pogórze Jasielskie i Doły Jasielsko-Sanockie).



Ryc. 1. Obszar objęty *Strategią*

## Metodyka i etapy opracowania *Strategii*

Strategia opracowana została metodą partnersko-ekspercką, przy współpracy z ekspertami w zakresie: turystyki, marketingu, geografii Karpat, ochrony przyrody, dziedzictwa kulturowego oraz gospodarki przestrzennej. Zasadniczą część przygotowania Strategii stanowił cykl spotkań konsultacyjnych z przedstawicielami lokalnych społeczności, reprezentującymi miejscowe samorządy, organizacje pozarządowe i biznes turystyczny, a także z przedstawicielami dyrekcji parku narodowego, parków krajobrazowych, Lasów Państwowych i regionalnych dyrekcji ochrony środowiska. Prowadzono także prace badawcze mające na celu identyfikację i ocenę uwarunkowań oraz aktualnego stanu rozwoju turystyki w regionie.

Ideą przyświecającą tworzeniu strategii było przygotowanie dokumentu, który będzie użyteczny dla lokalnej społeczności. Założono, że będzie to opracowanie, na którego zawartość mieszkańcy regionu będą mieli od początku do końca jego realizacji realny wpływ, i z którym finalnie będą się utożsamiać. Takie uspołecznienie prac nad strategią jest o tyle istotne, że minimalizuje ryzyko stworzenia dokumentu oderwanego od rzeczywistości, a tym samym martwego.

**Tab. 1. Gminy objęte *Strategią***

Woje- wództwo	Powiat	Gmina	Rodzaj gminy	Powierzchnia w km <sup>2</sup>	
małopolskie	gorlicki	Gorlice	m	24	
		Biecz	m-w	98	
		Bobowa	m-w	50	
		Gorlice	w	103	
		Lipinki	w	66	
		Łużna	w	56	
		Moszczenica	w	38	
		Ropa	w	49	
		Sękowa	w	195	
		Uście Gorlickie	w	287	
	nowosądecki	Grybów	m	17	
		Grybów	w	154	
		Korzenna	w	107	
	tarnowski	Ciężkowice	m-w	103	
		Gromnik	w	70	
		Ryglice	m-w	117	
		Rzepiennik Strzyżewski	w	71	
		Tuchów	m-w	100	
		Zakliczyn	m-w	122	
	podkarpackie	jasielski	Jasło	m	37
			Brzyska	w	45
Dębowiec			w	86	
Jasło			w	93	
Kołaczyce			m-w	61	
Krempna			w	205	
Nowy Żmigród			w	104	
Osiek Jasielski			w	60	
Skołyszyn			w	78	
Tarnowiec			w	62	
krośnieński		Chorkówka	w	77	
		Dukla	m-w	235	
		Jedlicze	m-w	59	
		Wojaszówka	w	83	
strzyżowski		Frysztak	w	91	
		Wojaszówka	w	83	
dębicki		Brzostek	m-w	122	
		Jodłowa	w	60	
Razem				3 550	

Rodzaj gminy: m – miejska, m-w – miejsko-wiejska, w – wiejska

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS, stan w 2014 r.

Prace nad przygotowaniem *Strategii* prowadzono w latach 2012-2015.

W pierwszym kwartale 2012 r. przedstawiciele Lokalnej Organizacji Turystycznej „Beskid Zielony” przeprowadzili spotkania informacyjne z przedstawicielami władz samorządowych oraz kluczowymi interesariuszami *Strategii* w regionie.

W dniu 11 maja 2012 r. w Szymbarku odbyły się **warsztaty wprowadzające pt. Ocena potencjału turystycznego „Magicznej Krainy Łemków i Pogórze”**. Ich celem było dokonanie identyfikacji kluczowych problemów związanych z rozwojem turystyki w regionie oraz istniejących i potencjalnych produktów turystycznych. Warsztaty cieszyły się dużym zainteresowaniem. Wzięło w nich udział 116 osób. Było to grono szeroko pojętych lokalnych interesariuszy, a w szczególności przedstawiciele miejscowych samorządów, ochrony środowiska, gestorów infrastruktury turystycznej, organizacji pozarządowych i innych.

Uczestnicy warsztatów podzieleni zostali na trzy grupy: dwie z nich zajmowały się kwestiami dotyczącymi środowiska przyrodniczego, infrastruktury turystycznej i promocji obszaru, a trzecia – zagadnieniami związanymi z dziedzictwem kulturowym. W pierwszej części warsztatów, dotyczącej kluczowych problemów związanych z rozwojem turystyki w regionie, uczestnicy identyfikowali grupy najważniejszych problemów – z zakresu środowiska przyrodniczego, infrastruktury turystycznej i promocji – występujących wewnątrz obszaru, a także związanych z otoczeniem zewnętrznym. Następnie dokonano analizy najważniejszego zdaniem tych osób problemu, wskazując na jego przyczyny i skutki. W drugiej części warsztatów, dotyczącej istniejących i potencjalnych produktów turystycznych, uczestnicy indywidualnie identyfikowali produkty już istniejące. Następnie proponowali produkty (przykłady oferty turystycznej), które byłyby ich zdaniem pożądane dla właściwego rozwoju turystyki na obszarze objętym strategią oraz wskazywali na inwestycje konieczne do ich realizacji. Kolejnym krokiem było wyodrębnienie na drodze dyskusji w grupach, zbiorczej listy kluczowych dla regionu produktów turystycznych wraz z działaniami (w tym z inwestycjami) niezbędnymi do ich stworzenia.

Kolejnym etapem były badania ankietowe przeprowadzone wśród interesariuszy *Strategii* (w tym przedstawiciele obszarów chronionych, właściciele obiektów turystycznych i przedstawiciele stowarzyszeń działających na rzecz rozwoju turystyki w regionie). Przeprowadzono też badania inwentaryzacyjne obejmujące m.in. walory kulturowe, zagospodarowanie turystyczne oraz organizacje związane z rozwojem turystyki oraz kwerendę dokumentów strategicznych i planistycznych jednostek samorządu terytorialnego.

Ponadto dwukrotnie przeprowadzono badania ankietowe w urzędach wszystkich gmin i powiatów, które wchodzi w skład obszaru objętego strategią.

Pierwsze badanie dotyczyło czterech obszarów:

- walorów kulturowych (w kontekście m.in. ruchu turystycznego, promocji, oceny znaczenia poszczególnych elementów kultury w rozwoju turystyki

na danym obszarze, stopnia zachowania elementów dziedzictwa kulturowego, występowania zjawisk negatywnych),

- rozwoju lokalnego i turystyki (w kontekście m.in.: zadań stojących przed władzami gminy, dostępnych zasobów, infrastruktury, stopnia zainteresowania radnych oraz mieszkańców rozwojem turystyki, podejmowanych działań, zasobów kadrowych, dotychczasowych działań, współpracy),
- produktu obszarowego, konkurencyjności i promocji (w kontekście m.in.: oferty turystycznej, porównania do innych obszarów turystycznych, podejmowanych działań promocyjnych),
- obszarów chronionych (w kontekście m.in.: oceny znaczenia funkcjonowania obszarów chronionych w rozwoju gminy, wpływu funkcjonowania tych obszarów na sytuację społeczno-gospodarczą w gminie oraz na poszczególne dziedziny życia, współpracy z osobami odpowiedzialnymi za zarządzanie obszarami chronionymi, dodatnich i ujemnych aspektów funkcjonowania w gminie obszarów chronionych).

Drugie badanie odnosiło się do przyszłego zrównoważonego rozwoju turystyki, w tym m.in.: barier rozwoju turystyki, wpływu turystyki na środowisko przyrodnicze, świadomości ekologicznej społeczności lokalnych i turystów, pożądanych działań w celu zachowania różnorodności biologicznej, konieczności działań dotyczących infrastruktury turystycznej, planowanego rozwoju form turystyki, ukierunkowania na grupy docelowe i kanałów komunikacji marketingowej).

Przeprowadzono również badania ankietowe wśród turystów odwiedzających region oraz wśród potencjalnych turystów. W pierwszym przypadku badania realizowano od maja 2012 roku do sierpnia 2013 roku, na terenie czterdziestu ośmiu miejscowości i miejsc znajdujących się na obszarze objętym *Strategią*. Zgromadzono 514 poprawnie wypełnionych ankiet. W drugim przypadku badaniu zostały poddane osoby przebywające w 2013 roku na targach turystycznych TT Warsaw w Warszawie i Tour Salon w Poznaniu. Zgromadzono 176 poprawnie wypełnionych ankiet.

Bardzo ważnym z punktu widzenia celów *Strategii*, działaniem było przygotowanie ekspertyzy dotyczącej przyrodniczych uwarunkowań rozwoju turystyki. Autorami opracowania są dr Piotr Kłapyta (przyroda nieożywiona) i dr Wojciech Mróz (przyroda ożywiona). Autorzy dokonali charakterystyki elementów przyrodniczych regionu, przeprowadzili analizy i dokonali waloryzacji, a następnie przeprowadzili analizę SWOT i wskazali preferowane kierunki rozwoju turystyki w regionie oraz ograniczenia wynikające z ochrony przyrody, a także wnioski i rekomendacje.

Do analizy obszaru objętego strategią wykorzystano również dane statystyczne GUS publikowane w Banku Danych Lokalnych oraz inne materiały źródłowe.

Kolejnym krokiem było przeprowadzenie warsztatów tematycznych w Goricach (4 i 5 grudnia 2014 r.) podczas których ich uczestnicy wspólnie podjęli

próbę wypracowania wytycznych, które stały się podstawą programowania działań w *Strategii*. Prace dotyczyły m.in. działań koniecznych do dalszego rozwoju turystyki na tym terenie oraz innowacyjnych, a zarazem przyjaznych środowisku inicjatyw. Warsztaty dotyczyły pięciu obszarów priorytetowych: zagospodarowania turystycznego, dziedzictwa kulturowo-przyrodniczego, organizacji ruchu turystycznego, komunikacji z rynkiem turystycznym i partnerstw turystycznych. Wzięły w nich udział co najmniej 82 osoby reprezentujące różnorodne podmioty o szerokim profilu działań, w tym m.in.: infrastrukturę turystyczną, upowszechnianie kultury, samorząd i administrację, organizacje pozarządowe, atrakcje turystyczne, edukację i inne.

Kontynuacją warsztatów grudniowych było spotkanie konsultacyjne w dniu 19 stycznia 2015 r. w Trzciny k. Jasła, na terenie skansenu Karpacka Troja. Było to spotkanie skierowane przede wszystkim do władz samorządowych, ale także innych osób, organizacji i instytucji działających w obszarze turystyki i ochrony środowiska. Jego celem było wypracowanie misji strategicznej, czyli określenie drogi rozwoju turystyki na obszarze Beskidu Niskiego i równoległego pasa Pogórzy, a także wykreowanie obrazu przyszłości turystyki na tym terenie (wizja strategiczna).

Podczas dwóch sesji zajęć warsztatowych zdefiniowano misję i wizję *Strategii zrównoważonego rozwoju turystyki Magicznej Krainy Łemków i Pogórzan* oraz zaprezentowano główne założenia *Strategii*. W warsztatach wzięło udział 67 osób z obszaru infrastruktury, ochrony środowiska, samorządu, organizacji pozarządowych i innych.

Generalnie w przygotowaniu *Strategii* aktywnie uczestniczyło liczne grono interesariuszy reprezentujących administrację samorządową szczebli powiatowego i gminnego, podmioty zarządzające obszarami chronionymi (dyrekcje Magurskiego Parku Narodowego, parków krajobrazowych, Regionalną Dyrekcję Ochrony Środowiska) i Lasami Państwowymi, przedstawiciele organizacji pozarządowych, przedsiębiorcy, gestorzy bazy noclegowej, gastronomicznej i atrakcji turystycznych regionu, a także inne osoby zainteresowane rozwojem turystyki w regionie. Prace nad przygotowaniem *Strategii*, w tym szczególnie prowadzone konsultacje, były czynnikiem integrującym szeroko rozumianą branżę turystyczną w regionie.

Część I.

# **Diagnoza turystyczna**





# 1. Warunki realizacji *Strategii*

*Strategia zrównoważonego rozwoju turystyki Magicznej Krainy Łemków i Pogórzan na lata 2014-2020* jest powiązana z innymi dokumentami o charakterze strategicznym i planistycznym mającymi zarówno zasięg międzynarodowy, jak i krajowy – ogólnopństwowy, regionalny i lokalny.

Kluczowym dokumentem do którego odnosi się *Strategia* jest **Ramowa konwencja o ochronie i zrównoważonym rozwoju Karpat** (Konwencja Karpacka), która została podpisana w 2003 r. przez siedem krajów regionu: Czechy, Polskę, Rumunię, Serbię, Słowację, Ukrainę i Węgry. Polska ratyfikowała Konwencję w 2006 r. (Dz.U. z 2007 r. nr 96, poz. 634). Celem Konwencji jest prowadzenie wszechstronnej polityki i współpraca na rzecz ochrony i zrównoważonego rozwoju Karpat dla poprawy jakości życia, wzmocnienia miejscowej gospodarki i społeczności lokalnych oraz zachowania walorów przyrodniczych i dziedzictwa kulturowego tego obszaru. Konwencja Karpacka jest konwencją ramową, określającą główne cele polityczne promujące zintegrowane podejście do przyrodniczego i kulturowego dziedzictwa Karpat. Kwestii zrównoważonej turystyki dotyczą dwa punkty zawarte w artykule 9., w których zadeklarowano że Strony:

- 1) podejmą środki mające na celu promowanie zrównoważonej turystyki w Karpatach, przynoszącej korzyści ludności miejscowej, opartej na wyjątkowym charakterze przyrody, krajobrazu i dziedzictwa kulturowego Karpat, a także rozszerzą współpracę w tym celu;
- 2) będą prowadzić politykę mającą na celu promowanie współpracy transgranicznej, przyczyniającej się do rozwoju zrównoważonej turystyki, na przykład przez opracowywanie skoordynowanych lub wspólnych planów zarządzania transgranicznymi lub przygranicznymi obszarami chronionymi oraz innymi terenami o walorach turystycznych.

Postanowienia Konwencji w sprawie turystyki zostały rozwinięte w **Protokole o zrównoważonej turystyce**, który został przyjęty w 2011 r. i wszedł w życie w roku 2013 (Dz.U. z 2013 r., poz. 682). Postanowienia Protokołu dotyczą m.in.:

- promowania regionu karpackiego jako kierunku turystyki zrównoważonej (Art. 8 Protokołu),
- rozwoju, promowania i marketingu karpackich regionalnych produktów, usług i pakietów turystyki zrównoważonej (Art. 9),
- zapewniania wspólnych, wysokich standardów jakościowych w zakresie rozwoju turystyki zrównoważonej w Karpatach (Art. 10),



- zwiększania udziału turystyki w zrównoważonym rozwoju gospodarki lokalnej na terenie Karpat (Art. 11),
- zarządzania ruchem turystycznym w Karpatach z korzyścią dla środowiska i dla zrównoważonego lokalnego rozwoju gospodarczego obszarów mniej wrażliwych ekologicznie, mniej rozwiniętych i mniej wykorzystywanych przez turystykę, lecz mających wystarczający potencjał umożliwiający wchłonięcie i przyjęcie części ruchu turystycznego (Art. 12),
- zwiększania wkładu turystyki w ochronę przyrody i zrównoważone wykorzystanie różnorodności biologicznej i krajobrazowej Karpat (Art. 13),
- zwiększania wkładu turystyki w zrównoważoną gospodarkę rolną na terenie Karpat (Art. 14),
- zwiększania wkładu turystyki w zrównoważoną gospodarkę leśną w Karpatach (Art. 15),
- planowania i zrównoważonego rozwoju transportu i infrastruktury turystycznej na terenie Karpat (Art. 16),
- zwiększania wkładu turystyki w zachowanie i promocję dziedzictwa kulturowego i tradycyjnej wiedzy lokalnych społeczności Karpat (Art. 17),
- zwiększania wkładu turystyki w edukację społeczeństwa i budowanie społecznej świadomości zagadnień zrównoważonego rozwoju (Art. 18),
- promowania współpracy transgranicznej w zakresie rozwoju turystyki zrównoważonej w Karpatach (Art. 20).

Z punktu widzenia realizacji niniejszej strategii bardzo istotne są również zapisy zawarte w **Protokole o ochronie i zrównoważonym użytkowaniu różnorodności biologicznej i krajobrazowej do Ramowej Konwencji o ochronie i zrównoważonym rozwoju Karpat** (Dz.U. z 2010 r., nr 90, poz. 591 – w skrócie „Protokół o bioróżnorodności”). Protokół ten zakłada, że cele ochrony i zrównoważonego użytkowania biologicznej i krajobrazowej różnorodności Karpat powinny być włączane do wielu polityk sektorowych, w tym m.in. planowania przestrzennego i gospodarowania zasobami rolnictwa, leśnictwa, transportu i infrastruktury oraz turystyki (Art. 5). W dokumencie wiele uwagi poświęca się również kwestii współpracy pomiędzy wszystkimi zainteresowanymi podmiotami w zakresie zrównoważonego gospodarowania zasobami przyrodniczymi w celu wzmocnienia ochrony różnorodności biologicznej i krajobrazowej (m.in. Art. 15).

Kolejnym kluczowym dokumentem, który został opracowany w celu wdrażania Konwencji, a w szczególności *Protokołu o zrównoważonej turystyce* (co wynika z Art. 27 tego Protokołu) jest **Strategia zrównoważonego rozwoju turystyki Karpat**. Została ona przyjęta w 2014 r. i dotyczy perspektywy dziesięcioletniej (do 2024 r.). *Strategia* wyznacza trzy główne cele, którymi są:

- 1) ustanowienie warunków wspierających produkty i usługi turystyczne, w tym rozwój marketingowego systemu promującego Karpaty jako region zrównoważonej turystyki,

- 2) rozwijanie innowacyjnego zarządzania turystyką, łączącego potrzeby ludności i gospodarki lokalnej i innych sektorów wspierających, dbając o zachowanie dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego,
- 3) stworzenie ciągłego procesu podnoszenia świadomości, budowania zdolności, edukacji i szkoleń w zakresie rozwoju zrównoważonej turystyki i zarządzania na wszystkich poziomach.

Oprócz dokumentów dotyczących regionu karpackiego *Strategia* wpisuje się w programy rozwoju przyjęte w Unii Europejskiej oraz w kraju (ogólnopństwowe i wojewódzkie). Nowym długookresowym programem rozwoju społeczno-gospodarczego przyjętym w 2010 r. na szczeblu Wspólnoty jest ***Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu***. Określa ona trzy priorytety:

- 1) rozwój inteligentny: rozwój gospodarki opartej na wiedzy i innowacji,
- 2) rozwój zrównoważony: wspieranie gospodarki efektywniej korzystającej z zasobów, bardziej przyjaznej środowisku i bardziej konkurencyjnej,
- 3) rozwój sprzyjający włączeniu społecznemu: wspieranie gospodarki o wysokim poziomie zatrudnienia, zapewniającej spójność społeczną i terytorialną.

Niniejsza strategia zakłada rozwój gospodarczy „Magicznej Krainy Łemków i Pogórzan” poprzez inteligentne i efektywne wykorzystanie miejscowych zasobów (przyrodniczych i kulturowych) przy jednoczesnej ich ochronie. Rozwój turystyki i związanych z nią sektorów, rozwój współpracy na poziomie lokalnym, sprzyjał będzie włączeniu społecznemu, podniesieniu poziomu zatrudnienia i będzie prowadził do wzrostu spójności społecznej i terytorialnej.

Kluczowymi dokumentami strategicznymi na szczeblu krajowym są: ***Długookresowa Strategia Rozwoju Kraju Polska 2030. Trzecia fala nowoczesności*** (przyjęta w 2013) oraz ***Strategia Rozwoju kraju 2020. Aktywne społeczeństwo, konkurencyjna gospodarka, sprawne państwo*** (przyjęta w 2012 r.). Są to strategie o charakterze ramowym, do których przygotowano 9 strategii zintegrowanych, mających służyć realizacji głównych celów rozwojowych. Z punktu widzenia niniejszej strategii najważniejsze wśród nich znaczenie ma ***Krajowa strategia rozwoju regionalnego 2010-2020: Regiony, Miasta, Obszary wiejskie***, która zakłada efektywne wykorzystanie przez regiony specyficznych terytorialnie potencjałów rozwojowych, wzmacnianie przewag konkurencyjnych przy jednoczesnym usuwaniu barier rozwojowych.

Krajowym dokumentem strategicznym dla sektora turystyki są ***Kierunki rozwoju turystyki do 2015 r.*** Dokument ten określa trzy główne cele rozwoju turystyki: 1) wzrost znaczenia ekonomicznego turystyki w rozwoju gospodarczym kraju, 2) wzrost jakości środowiska i życia mieszkańców, 3) współpraca oraz integracja na rzecz turystyki i jej otoczenia w wymiarze społecznym, przestrzennym i ekonomicznym. Określono w nim także zadania rekomendowane wszystkim podmiotom działającym na rzecz rozwoju turystyki w formie 4 obszarów priorytetowych: 1) produkt turystyczny o wysokiej konkurencyjności, 2) rozwój

zasobów ludzkich na rzecz rozwoju turystyki, 3) wsparcie marketingowe, 4) kształtowanie przestrzeni turystycznej. W ramach ostatniego z obszarów priorytetowych za jeden z celów operacyjnych przyjęto kształtowanie rozwoju turystyki w sposób zachowujący i podnoszący wartość przestrzeni oraz ustalono następujące zasady korzystania z przestrzeni przez turystykę:

- na obszarach szczególnie cennych (wraz z otulinami), zwłaszcza parków narodowych, rezerwatów przyrody i w części obszarów stanowiących sieć NATURA 2000, turystyka winna być podporządkowana ochronie przyrody i różnorodności biologicznej,
- na obszarach parków krajobrazowych turystyka oraz ochrona przyrody i krajobrazu powinny być traktowane równoprawnie na drodze poszukiwania kompromisu pomiędzy potrzebami rozwoju i zachowania przyrody,
- na pozostałych obszarach, zwłaszcza obszarach chronionego krajobrazu, rozwój turystyki może odbywać się w sposób najbardziej swobodny.

W dokumencie podkreślono także, iż wszelkie podejmowane działania dotyczące kształtowania przestrzeni powinny być oceniane z punktu widzenia zagrożeń dla środowiska i społeczności lokalnych żyjących w tej przestrzeni na co dzień. Zwrócono uwagę na istotne znaczenie kryteriów środowiskowych przy decydowaniu o przeznaczaniu nowych terenów pod inwestycje turystyczne i o charakterze budownictwa urządzeń i budynków, szczególnie towarzyszących szlakom turystycznym o i tak już dużym nasileniu penetracji terenu przez ruch turystyczny, który wzrasta tam, gdzie rozwija się infrastruktura turystyczna.

Na szczeblu regionalnym dokumentami istotnymi z punktu widzenia niniejszej *Strategii* są przede wszystkim strategie rozwoju województw. ***Strategia Rozwoju Małopolski na lata 2011-2020 „Małopolska 2020. Nieograniczone możliwości”*** jako drugi z siedmiu obszarów priorytetowych przyjęto dziedzictwo i przemysł czasu wolnego. Polityka rozwoju w tym obszarze obejmuje cztery główne kierunki:

- 1) ochronę małopolskiej przestrzeni kulturowej,
- 2) zrównoważony rozwój infrastruktury oraz komercjalizację usług czasu wolnego,
- 3) kształcenie kadr dla rozwoju i obsługi przemysłów czasu wolnego,
- 4) wzmocnienie promocji dziedzictwa regionalnego oraz oferty przemysłów czasu wolnego.

Kierunki rozwoju i działania istotne z punktu widzenia rozwoju turystyki na obszarze objętym niniejszą *Strategią* znaleźć można również w innych obszarach priorytetowych. Obejmują one w szczególności: rozwój kształcenia zawodowego i wspieranie zatrudnienia, wzmacnianie i promocję przedsiębiorczości, rozwój subregionu sądeckiego, rozwój gospodarczy małych i średnich miast oraz terenów wiejskich, zwiększenie dostępności transportowej obszarów o najniższej

dostępności w regionie, poprawę bezpieczeństwa ekologicznego oraz wykorzystanie ekologii dla rozwoju Małopolski.

W województwie podkarpackim **Strategia Rozwoju Województwa – Podkarpackie 2020** również kładzie silny nacisk na rozwój turystyki oraz ochronę dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego. Rozwój turystyki uznany został za jeden z priorytetów w dziedzinie konkurencyjnej i innowacyjnej gospodarki. Kierunki działań w tym zakresie mają obejmować:

- 1) rozwój atrakcji turystycznych oraz infrastruktury turystycznej,
- 2) podniesienie konkurencyjności produktów turystycznych w wiodących formach turystyki przyjazdowej do województwa,
- 3) rozwój promocji turystycznej oraz partnerstwa służącego turystyce przyjazdowej do województwa.

W aspekcie rozwoju turystyki w regionie istotne są również zapisy strategii odnoszące się do poprawy konkurencyjności sektora rolno-spożywczego, wykorzystania potencjału kulturowego regionu, wzrostu poziomu adaptacyjności zawodowej i integracji społecznej w regionie, zwiększenia aktywności ruchowej oraz rozwoju psychofizycznego społeczeństwa, poprawy dostępności komunikacyjnej oraz dostępności technologii informacyjnych, wzrostu jakości przestrzeni do zamieszkania, pracy i wypoczynku na terenach wiejskich oraz ochrony środowiska przyrodniczego.

W województwie małopolskim narzędziem wdrażania strategii rozwoju w zakresie dziedzictwa i przemysłów czasu wolnego będzie program strategiczny, którego projekt został opracowany w 2013 r. Głównym celem **Programu Strategicznego Dziedzictwo i Przemysły Czasu Wolnego** jest podniesienie konkurencyjności regionu w oparciu o aktualne i innowacyjne walory dziedzictwa kulturowego i kultury oraz atrakcyjność turystyczną, a także stymulowanie, wspieranie, modelowanie postaw otwartych, aktywnych i kreatywnych. W programie wydzielono cztery priorytety:

- 1) wzmocnienie źródeł tożsamości poprzez ochronę zasobów dziedzictwa, jego rewaloryzację, kształtowanie krajobrazu kulturowego, rewitalizację przestrzeni oraz odczytywanie i interpretację znaczeń kulturowych,
- 2) pobudzanie kreatywności oraz wzrost dostępu do oferty czasu wolnego,
- 3) kreowanie innowacyjnej i atrakcyjnej oferty czasu wolnego dla wzmocnienia przewagi konkurencyjnej regionu,
- 4) od zdrowego stylu życia do mistrzostwa sportowego.

Kolejnym programem strategicznym służącym wdrażaniu strategii rozwoju, który jest silnie powiązany z niniejszą *Strategią* jest **Program Strategiczny Ochrona Środowiska** (przyjęty w 2014 r.), który zakłada m.in. propagowanie idei ochrony przyrody poprzez wzmocnienie potencjału turystycznego na obszarach chronionych (działanie 6.3.), a także edukację oraz kształtowanie postaw prośrodowiskowych (działanie 8.1).

## 2. Uwarunkowania zewnętrzne i ich konsekwencje dla rozwoju turystyki

Turystyka należy do grona najważniejszych działów gospodarki światowej. Charakteryzuje się dużą dynamiką rozwoju i jest w wielu państwach ważnym sektorem zatrudnienia. Sektor turystyczny w regionach i miejscowościach turystycznych ma wielką siłę oddziaływania zarówno gospodarczego, jak i społecznego oraz politycznego<sup>5</sup>. Korzyści ekonomiczne dotyczą napływu środków finansowych pochodzących z wydatków turystów, inwestycji w zakresie tworzenia infrastruktury turystycznej, rozwoju przedsiębiorczości i tworzenia nowych miejsc pracy. Szczególne znaczenie ma efekt mnożnikowy w turystyce. Istnieje też ryzyko negatywnych skutków ekonomicznych. Można do nich zaliczyć, m.in. wzrost cen ziemi, sezonowość, podatność na wahania koniunkturalne, zależność gospodarczą.

Skuteczność realizacji polityki turystycznej w regionach zależy od stopnia rozwoju partnerstwa publiczno-prywatnego oraz od aktywności samorządów regionalnych i lokalnych. Działania w zakresie rozwoju turystyki powinny obejmować wielu partnerów lokalnych, w tym sektor prywatny. Coraz częściej tworzone są konsorcja produktowe – klastry. W warunkach polskich liczne formy partnerstwa regionalnego mające na celu wspieranie rozwoju turystyki nie są jednak połączone w sieci pionowe i poziome (w przeciwieństwie do zintegrowanych struktur w Europie Zachodniej).

### Światowe trendy

Autorzy „Marketingowej strategii Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020<sup>6</sup>” zwracają uwagę na światowe trendy w popycie i podaży oraz zjawiska ekonomiczne, społeczno-polityczne i technologiczne wpływające na rozwój turystyki. Poniżej wymieniono te, które mogą mieć znaczenie dla przygotowywania oferty na obszarze objętym *Strategią*.

<sup>5</sup> M. Mika, 2008, *Przemiany pod wpływem turystyki na obszarach recepcji turystycznej*, [w:] W. Kurek (red.), *Turystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

<sup>6</sup> *Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020*, 2011, Polska Organizacja Turystyczna, [w:] <http://www.pot.gov.pl/dzialania/p/do-pobrania/plany-i-sprawozdania>.

1. Starzenie się społeczeństw (szczególnie Niemiec, Włoch, Finlandii) i wzrost aktywności seniorów, charakteryzujących się lepszym stanem zdrowia i większą siłą nabywczą. Wśród klientów będą się również pojawiały mniej liczne niż dotychczas rodziny.

W konsekwencji nastąpi wzrost wymagań w zakresie jakości, bezpieczeństwa, komfortu. Wzrośnie zapotrzebowanie na łatwy i szybki transport oraz ofertę skierowaną do seniorów. Prawdopodobnie nastąpi również wzrost popytu na produkty dla osób podróżujących pojedynczo, a także na produkty luksusowe i specjalistyczne.

2. Wzrost świadomości zdrowotnej.

W konsekwencji aspekty zdrowotne będą brane pod uwagę przy wyborze celu podróży oraz sposobu spędzania czasu podczas wyjazdów wypoczynkowych (np. mniejszy popyt na wypoczynek bierny, a większy skierowany na formy aktywności oraz na odnowę biologiczną).

3. Kształcenie ustawiczne (podnoszenie wykształcenia i kwalifikacji).

W konsekwencji turyści będą wybierać produkty, które związane są z kulturą, sztuką, historią, sferą sacrum itp. Będą oczekiwać produktów opartych na kreatywności oraz produktów specjalistycznych.

4. Wzrost znaczenia nowoczesnych technologii, w tym informacji i sprzedaży przez Internet, wizualizacji, wykorzystania telefonów komórkowych i GPS do komunikacji, pozyskiwania informacji i lokalizacji. Wzrost znaczenia portali społecznościowych w miejsce tradycyjnych portali promocyjnych w komunikacji marketingowej.

W konsekwencji wzrośnie znaczenie aplikacji służących do porównywania ofert i komponowania wyjazdów oraz dokonywania bezpośrednich rezerwacji. Istotne będzie umożliwienie wirtualnego zwiedzania i prezentacji atrakcji w 3D. Nastąpi rozwój informacyjno-rezerwacyjnych aplikacji mobilnych, GPS, SMS, WAP, a także technologii Web 2.0 i 3.0 oraz GPS. Prawdopodobnie zaistnieje konieczność tworzenia portali kumulujących produkty i oferujących produkty poszerzone.

5. Deficyt czasu wolnego i ograniczony budżet.

Konsekwencją będzie zapotrzebowanie na podróże tańsze i krótsze. Być może będzie to rezygnacja z jednego, dłuższego urlopu na rzecz kilku krótszych okresów wypoczynku. Nabiorą znaczenia krótkie pobyty w pobliżu miejsca zamieszkania, z łatwym dojazdem.

6. Dalszy wzrost świadomości konieczności ochrony środowiska i działań w zakresie zrównoważonego rozwoju.

W konsekwencji wzrośnie popyt na wypoczynek na terenach przyrodniczo cennych, „dziewiczych”, „dzikich” oraz na ekoturystykę i produkty oparte na naturze. Odpowiedzialność za środowisko (przyrodnicze i kulturowe) może się stać przewagą konkurencyjną produktów turystycznych, stąd większe znaczenie marek „ekologicznych”. Do wypoczynku będą preferowane miejsca, w których wyróżnia się przyjazne podejście miejscowej ludności do turysty, a jakość obsługi jest na wysokim poziomie.



7. Zmiana stylu życia w społeczeństwie zachodnim. Większa rola potrzeb indywidualnych, wyrafinowane gusta, otwarte zgłaszanie potrzeb. Pojawianie się nowych konsumentów z rynków wschodzących.

W konsekwencji nastąpi zapotrzebowanie na produkty i usługi o wysokiej jakości oraz o właściwych relacjach jakości do ceny. Powinny się one odróżniać od innych dzięki wartości dodanej (wyjątkowość, unikatowość). Zachowania klientów mogą być zróżnicowane. Będą się jednak kierować swoim doświadczeniem, co może skłaniać do powrotu do miejsc znanych, wcześniej odwiedzanych i dobrze wspomnianych. Będą to wyjazdy organizowane raczej indywidualnie. Prawdopodobnie nastąpi dalszy rozwój turystyki, w której pojawia się element przygody, ale może też powstawać zapotrzebowanie na nowe, niszowe produkty.

8. Aktywna polityka turystyczna i decentralizacja działań marketingowych oraz realizacja wspólnych, innowacyjnych projektów promocyjnych, w tym transgranicznych.

W konsekwencji na znaczeniu zyska marketing miejsca oraz działania marketingowe na poziomie regionalnym i lokalnym. Częściej wybierane przez turystów będą regiony oferujące pełny, zróżnicowany i zrównoważony produkt. W regionach turystycznych będzie wskazane doskonalenie zarządzania, intensyfikacja partnerstwa publiczno-prywatnego, pionowa i pozioma integracja oraz budowa marek.

Reasumując, generalnym trendem po stronie popytu turystycznego będą działania wpisujące się w formułę 3 E – entertainment, excitement, education (rozrywka, ekscytacja, edukacja). Turyści, podejmując decyzję o wyjeździe, rzadziej będą sobie zadawali pytanie „dokąd?”, a częściej „dlaczego?”.

Branża turystyczna wytwarza ponad 5%, a razem z sektorami powiązаныmi z turystyką nawet ponad 10% PKB Unii Europejskiej. Wskaźnik ten stale rośnie. Branża turystyczna i około turystyczna daje około 12% wszystkich miejsc pracy. W ciągu ostatnich dziesięciu lat wzrost zatrudnienia w sektorze turystyki był niemal zawsze wyższy niż w pozostałych sektorach gospodarki.

Istotnym elementem uwarunkowań zewnętrznych rozwoju turystyki w regionie jest polityka turystyczna Unii Europejskiej, kładąca nacisk na zwiększenie konkurencyjności i potencjału rozwojowego zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Pojawiają się nowe wyzwania, które z drugiej strony mogą się stać możliwościami rozwoju. Są to m.in.: zmiany w sferze społecznej, w tym starzenie się społeczeństwa (do 2020 roku populacja 65+ będzie stanowić 20% społeczeństwa) i aktywizacja osób o ograniczonej mobilności (ok. 127 mln osób). Istnieje także wyraźna potrzeba wydłużenia sezonu turystycznego, aby optymalnie wykorzystać istniejącą infrastrukturę i siłę roboczą.

Paradoksalnie szansą dla regionu może być nawet spowolnienie gospodarcze obserwowane w niektórych krajach Europy. Trudna sytuacja ekonomiczna skłania bowiem jej mieszkańców do oszczędności i rezygnowania z dalekich i drogiej wyjazdów, na rzecz bliższych, krótszych i tańszych.

Kluczowe dla rozwoju turystyki w regionie są tendencje w transporcie, w hotelarstwie i gastronomii oraz w rozwoju nowoczesnych technologii.

Przewiduje się rozwój transportu kolejowego (w tym Kolei Dużych Prędkości) i znaczący wzrost ruchu międzyregionalnego. Pociągi mają być szybsze, niezawodne, punktualne i bezpieczne, a także bardziej komfortowe. Równocześnie w perspektywie 2020 r. prognozuje się średnioroczne tempo wzrostu przewozów lotniczych na poziomie 5%. Przy czym w warunkach polskich zmniejszać się będzie ranga lotniska stołecznego na rzecz innych portów lotniczych. Działania te mogą skutkować polepszeniem dostępności komunikacyjnej regionu i, w sprzyjających warunkach, zwiększeniem napływu turystów, w tym obcokrajowców.

Polska ma najniższy w UE wskaźnik miejsc w obiektach typu hotelowego na 10 tys. mieszkańców. Stopień wykorzystania pokoi jest wprost proporcjonalny do ich kategorii. Najgorsze wykorzystanie notuje się w przypadku pokoi o najniższej kategorii (odwrotnie niż w innych krajach europejskich). Dominują obiekty trzygwiazdkowe i dwugwiazdkowe, które dostarczają 3/4 oferty noclegowej. Przewiduje się, że w przyszłości nastąpi rozwój hotelarstwa ekonomicznego typu B&B. Stale obserwuje się również wzrost udziału wydatków na gastronomię w budżetach turystów. Rośnie zainteresowanie kuchniami regionalnymi i żywnością regionalną.

W dobie informatyzacji gospodarki i społeczeństwa zmiany dotyczą również rynku turystycznego. Przewiduje się, że już niebawem większość rezerwacji będzie dokonywanych za pośrednictwem Internetu. Wzrośnie znaczenie elektronicznych urządzeń mobilnych (smartfony, iPady, tablety i ich następcy) poprzez zwiększenie ich liczby, różnorodności i funkcjonalności. Z czasem staną się one najważniejszym kanałem sprzedaży usług i informacji. Spośród innych rozwiązań warto wspomnieć o rzeczywistości rozszerzonej (*Augmented Reality*) łączącej w sobie świat realny i rzeczywistość wirtualną, gromadzeniu i przetwarzaniu zasobów (np. fotografii wakacyjnych) w chmurze (*Cloud*), zamiast na twardych dyskach lub urządzeniach przenośnych oraz o rozwoju gier fabularnych w przestrzeni miejskiej i w sieci (RPG, *role-playing game*).

Większość danych wskazuje jednak, że w dalszym ciągu w momencie planowania wakacji, głównymi źródłami informacji dla Europejczyków są obok Internetu: rekomendacje znajomych i własne doświadczenie.

Szacuje się, że w najbliższych latach liczba turystów przyjeżdżających do Europy będzie się zwiększać. Z drugiej jednak strony udział starego kontynentu w rynku globalnym będzie maleć.

Według indeksu konkurencyjności turystyki World Economic Forum (TTCI) z 2011 roku Polska zajmuje 49 miejsce wśród 139 krajów świata. Bezpośrednią konkurencją dla Polski stanowią takie kraje Europy Środkowej jak Czechy (31 pozycja) i Węgry (38 pozycja). Na podkreślenie zasługuje fakt, że Polska, najlepiej ze wszystkich krajów plasuje się pod względem czynnika „Zasoby ludzkie, naturalne i kulturowe”.



## Wyniki badań ankietowych przeprowadzonych wśród potencjalnych turystów

W 2013 roku, w trakcie targów turystycznych TT Warsaw w Warszawie i Tour Salon w Poznaniu, przeprowadzono badania ankietowe wśród potencjalnych turystów. Zgromadzono 176 poprawnie wypełnionych ankiet (102 w Warszawie i 74 w Poznaniu).

Prawie 3/4 respondentów potrafiło wskazać poprawną lokalizację Beskidu Niskiego w układzie administracyjnym kraju (woj. podkarpackie/woj. małopolskie). Po nieco ponad 10% wskazań dotyczyło woj. małopolskiego/woj. śląskiego oraz woj. świętokrzyskiego/woj. podkarpackiego.

Ankietowani wykazali się słabą znajomością miejscowości Beskidu Niskiego. Średnio zaledwie 8,6% badanych było w danej miejscowości, a najczęściej w: Gorlicach (16,4%), Wysowej-Zdroju (14,8%), Grybowie (13,1%) i Dukli (12,5%). Największą frekwencją cieszyły się zatem miejscowości duże, o funkcji tranzytowej i funkcji uzdrowiskowej.

Średnio niespełna 1/5 badanych słyszała coś na temat podanych w kwestionariuszu miejscowości. W tym przypadku najczęściej wskazywano na Gorlice (47,2%) i Wysową-Zdrój (31,3%). Największy odsetek ankietowanych (71,7%) nie kojarzył żadnej miejscowości. Najslabiej w tym zestawieniu wypadły: Kwiatów (89,8%), Małastów (86,4%), Krempana (84,1%) i Bartne (81,3%).

Ankietowani wykazali się słabą znajomością również miejscowości na terenie pasa Pogórza Karpackiego oraz fragmentu Kotliny Jasielsko-Krośnieńskiej wchodzących w skład *Strategii*. Średnio tylko co dziesiąty respondent deklarował, że zna miejscowość wymienioną w kwestionariuszu. Najczęściej były to: Jasło (30,1%), Tuchów (13,6%) i Biecz (11,9%).

**Średnio ponad 3/4 badanych nie znalazło umieszczonych w wykazie miejscowości. Najmniej rozpoznawane były: Brzostek (81,3%), Frysztak (80,1%) i Lipinki (80,1%).**

Prawie 40% respondentów nie miało żadnych skojarzeń z hasłem „Beskid Niski”. Nieco ponad 60% ankietowanych obszar ten w jakiś sposób kojarzyło. Pojawiające się odpowiedzi dotyczyły głównie gór (niskich, łagodnych, krajobrazu górskiego), przyrody (czystej, dzikiej), Łemków, uzdrowisk i wód mineralnych, możliwości uprawiania turystyki aktywnej (wędrówki, biwaki, szlaki), drewnianej architektury – szczególnie cerkwi, śniegu i narciarstwa, zwierząt (konie, ryś, wilki), ciszy i spokoju.

Generalnie 7,4% respondentów ocenia, że Beskid Niski wypada lepiej na tle innych obszarów turystycznych, a 17,6% ankietowanych jest odmiennego zdania. Aż 3/4 badanych nie ma w tej kwestii zdania, co wynika ze słabej rozpoznawalności regionu wśród potencjalnych turystów.

### 3. Uwarunkowania wewnętrzne związane z rozwojem turystyki

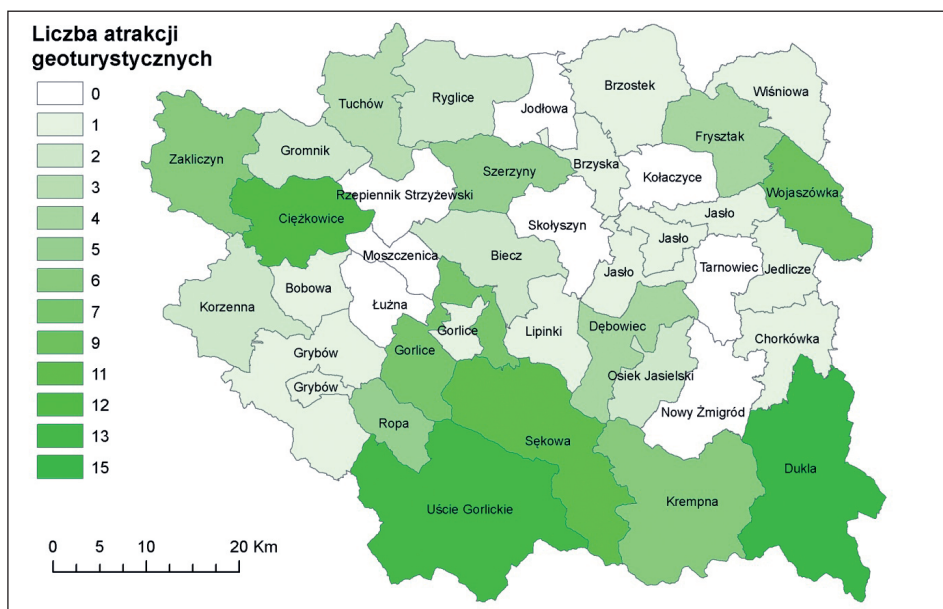
#### Uwarunkowania wynikające z bogactwa przyrodniczego i kulturowego regionu

Obszar objęty *Strategią* jest zróżnicowany zarówno pod względem przyrodniczym, jak i kulturowym. Urozmaicone walory środowiska przyrodniczego i bogactwo kulturowe stanowią podstawę do rozwoju zróżnicowanych form turystyki. Trzeba jednak podkreślić, że większość zasobów regionu, dopiero czeka na „turystyczne odkrycie”. Na terenach tych nie ma atrakcji powszechnie znanych w kraju i przyciągających ruch turystyczny o masowym charakterze. Sytuacja ta z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju turystyki, ochrony walorów przyrodniczych i kulturowych oraz kreowania marki regionu jest korzystna. Daje bowiem szerokie możliwości wprowadzenia właściwych form turystyki i stworzenia pożądanego wizerunku regionu.

„Magiczna Kraina Łemków i Pogórze” to tereny o znacznym potencjale dla rozwoju geoturystyki. Wprawdzie budowa geologiczna jest mało urozmaicona (w całości są to osady fliszowe), lecz wiele występujących tu elementów geologicznych (m.in. wychodni skalnych, wąwozów, jaskiń, kamieniołomów, miejsc związanych z wydobywaniem ropy naftowej, a także miejsc samoczynnego jej wypływu, źródeł wód mineralnych), przy odpowiednim udostępnieniu, może stanowić atrakcje turystyczne. Najwyższymi walorami dla rozwoju geoturystyki dysponują gminy Beskidu Niskiego oraz Ciężkowice i Wojaszówka (ryc. 2). Katalog atrakcji geologicznych zamieszczono w załączniku do *Strategii*.

Rzeźba terenu jest urozmaicona, lecz obszar ten stanowi najniższą wyniesioną część polskich Karpat i wysokości względne wzniesień nie dorównują innym pasmom beskidzkim. „Magiczna Kraina Łemków i Pogórze” jest więc regionem dla wielbicieli niskich gór i pogórze. Stosunkowo nieduże nachylenia stoków, zrównane wierzchowiny, szerokie obniżenia śródgórskie, w połączeniu z niskim stopniem zagospodarowania obszaru stwarzają dogodne warunki dla wędrówek pieszych, a także narciarskich, konnych i turystyki rowerowej. Ukształtowanie powierzchni, jak i warunki klimatyczne nie sprzyjają natomiast rozwojowi narciarstwa zjazdowego. Pokrywa śnieżna o maksymalnej miąższości 60-80 cm utrzymuje się na tych terenach zaledwie przez okres 60-90 dni w roku, a występujące wiatry typu fenowego sprawiają, że ma niestały charakter.

Ryc. 2. Atrakcyjność przyrody nieożywionej



Opracowanie: P. Kłapyta.

Na obszarze objętym *Strategią* nie ma naturalnych akwenów. Jedynym dużym zbiornikiem zaporowym jest Klimkówka. Wśród funkcji zbiornika dopuszczona została funkcja turystyczno-rekreacyjna. Na zalewie możliwy jest rozwój sportów wodnych (zabronione jest jedynie używanie sprzętu motorowego), wędkarstwa, szerokie są również możliwości rekreacyjnego zagospodarowania terenów wokół zbiornika (zwłaszcza zachodnich wybrzeży, gdyż po wschodniej stronie do jeziora opadają strome, zalesione stoki). Zbiornik posłużył jako plan filmu „Ogniem i mieczem”, co może być wykorzystane w celach marketingowych, stanowiąc motyw organizowanych nad zalewem imprez tematycznych.

Niewielki zalew znajduje się również na Wisłoce w Krempej, niestety jego walory są w niewielkim stopniu wykorzystane. Rozmiary zbiornika nie dają wprawdzie możliwości rozwoju sportów wodnych na większą skalę, stwarzają jednak dogodne warunki dla rekreacji wodnej (np. pływania na rowerach wodnych, łódkach, pontonach). Bardzo pożądane byłoby również stworzenie kąpieliska nad zalewem (obecnie obowiązuje tu zakaz kąpeli). Zwłaszcza, że w bezpośrednim sąsiedztwie zbiornika znajduje się kompleks ośrodków wypoczynkowych. Kąpielisko takie byłoby wskazane również z punktu widzenia ochrony przyrody Magurskiego Parku Narodowego, gdyż pozwoliłoby na ograniczenie korzystania z „dzikich” kąpielisk w granicach Parku.

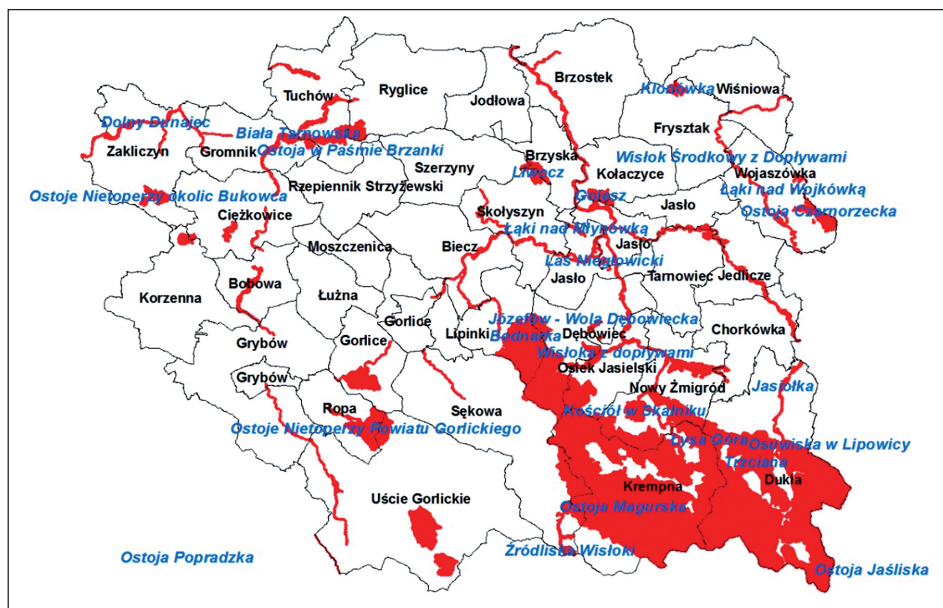
Ważnym bogactwem przyrodniczym są występujące w Beskidzie Niskim i na Pogórzu Karpackim wody mineralne – szczawy i wody siarczkowe. Ich potencjał

jest słabo wykorzystywany. W części beskidzkiej funkcjonują dwa uzdrowiska: Wysowa i Wapienne. W Wysowej funkcjonuje 14 ujęć, wody z pięciu źródeł dostępne są w pijalni wód mineralnych, prowadzi się również butelkowanie wód. Wody znajdują zastosowanie w lecznictwie uzdrowiskowym m.in. do leczenia chorób układu pokarmowego, kamicy nerkowej, stanów zapalnych dróg moczowych, chorób przemiany materii, a także w produkcji własnej linii kosmetyków. Wapienne jest miejscowością o długich tradycjach lecznictwa uzdrowiskowego, lecz obecnie jest to najmniejsze uzdrowisko w kraju. Wody z trzech źródeł mineralnych i dwóch odwiertów wykorzystywane są do leczenia schorzeń reumatyczno-gośćcowych, narządów ruchu i chorób skórnych. Obydwa uzdrowiska stanowią dobrą alternatywę dla kuracjuszy stroniących od zatłoczonych kurortów, nastawionych na wypoczynek w ciszy i kontakt z przyrodą. Pozostałe źródła mineralne regionu nie są wykorzystywane w lecznictwie i obecnie stanowią jedynie ciekawostki krajoznawcze. Część z nich została oznakowana, powstały przy nich elementy małej infrastruktury (np. w Polichtach).

„Magiczna Kraina Łemków i Pogórze” to tereny o wyjątkowych, bardzo dobrze zachowanych walorach środowiska przyrodniczego, czego wyrazem jest rozwinięta sieć różnej kategorii obszarów chronionych. O międzynarodowym statusie walorów świadczy utworzenie na tym terenie 27 obszarów Natura 2000, w tym jednego obszaru specjalnej ochrony ptaków (obejmującego niemal 30% całego terytorium) i 26 obszarów specjalnej ochrony siedlisk (m.in. ostoi nietoperzy, ochrony dolin rzecznych, kompleksów łąkowych) – ryc. 3. Wśród krajowych form ochrony z punktu widzenia rozwoju turystyki największe znaczenie mają Magurski Park Narodowy oraz Parki Krajobrazowe Ciężkowicko-Rożnowski, Pasma Brzanki, Czarnorzecko-Strzyżowski i Jaśliski (ryc. 4). Ważnymi atrakcjami turystycznymi są również rezerваты przyrody, a zwłaszcza łatwo dostępny i bardzo popularny wśród turystów rezerwat Skamieniałe Miasto.

Atrakcje geoturystyczne i przyrody ożywionej stanowią ważny potencjał regionu, lecz włączenie ich w produkty turystyczne nie jest łatwe. Wymaga bowiem specjalistycznej wiedzy z zakresu geologii, geomorfologii, ekologii, botaniki, zoologii (zwłaszcza ornitologii, entomologii, mammologii) i innych. Zasoby przyrodnicze mogą stać się dla turystów atrakcjami pod warunkiem, że zostaną odpowiednio ukazane i objaśnione. Najlepszą formą udostępniania jest organizacja specjalistycznych wycieczek związanych z obserwacją i fotografowaniem przyrody. Ta forma wymaga jednak odpowiednio przygotowanych kadr, a kadr takich nie są w stanie zapewnić wyłącznie dyrekcje parku narodowego i parków krajobrazowych. Wskazana byłaby więc ścisła współpraca instytucji i organizacji zajmujących się rozwojem turystyki z dyrekcjami tych parków oraz środowiskami naukowymi w zakresie przygotowania kadr. Kolejne formy udostępnienia stanowić mogą: tworzenie ścieżek edukacyjnych, opracowanie tablic informacyjnych, przewodników. Szerokie możliwości atrakcyjnej prezentacji walorów daje obecnie wykorzystanie technik multimedialnych.

Ryc. 3. Specjalne obszary ochrony siedlisk Natura 2000 na tle analizowanych gmin



Opracowanie: W. Mróz.

Ryc. 4. Parki narodowe, parki krajobrazowe i rezerваты przyrody na tle analizowanych gmin



Opracowanie: W. Mróz.

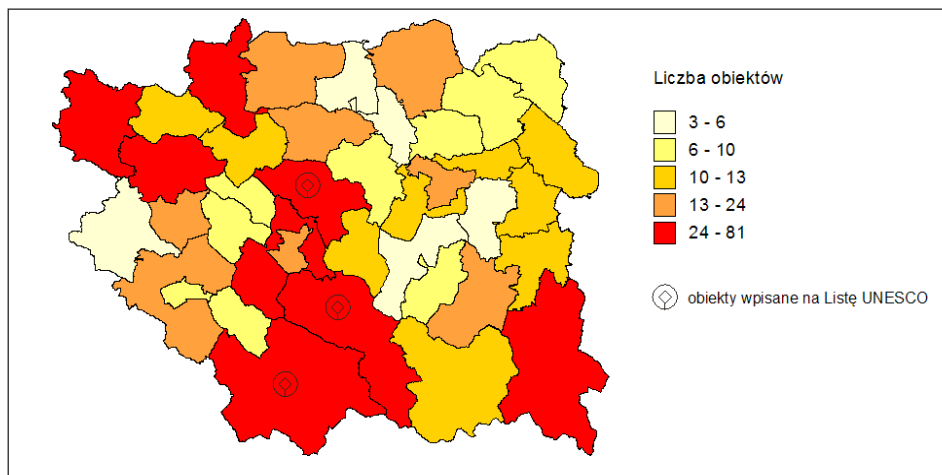


„Magiczna Kraina”, a zwłaszcza jej beskidzka część, stwarzają również znakomite warunki do nocnych obserwacji życia zwierząt oraz obserwacji astronomicznych. Większość obszarów Beskidu Niskiego, ze względu na brak terenów zurbanizowanych i niewielkie zagęszczenie skupisk ludzkich, to strefy „ciemnego nieba”. Warto byłoby podjąć kroki w celu budowania świadomości społecznej i promowania zasad rozwoju infrastruktury oświetleniowej, które pozwolą na ochronę tych stref; rozważyć można również stworzenie „parku ciemnego nieba”.

W „Magicznej Krainie” nie ma dużych kompleksów staromiejskich, spektakularnych budowli obronnych, ani innych obiektów kulturowych przyciągających szerokie rzesze turystów. Bogactwo tej Krainy tkwi w ukrytych wśród gór „perełkach” drewnianej architektury, klimacie galicyjskich miasteczek, wspomnieniach dramatycznych – często owianych tajemnicą – wydarzeń (rabacji chłopskiej, konfederacji barskiej, obydwu wojen światowych, tragedii ludności łemkowskiej), krajobrazie kulturowym dawnych wsi, tajemnicach przemysłu naftowego i w mieszkańcach krainy – ich tradycjach, zwyczajach, legendach, opowieściach, pieśniach, tańcach, rzemiośle, rękodziele, kuchni, gościnności. Te elementy tworzą odmienność regionu i są podstawą jego przyszłej przewagi konkurencyjnej. Rozwój turystyki powinien być tak kierunkowany, aby sprzyjał ich ochronie i rewitalizacji.

W gminach objętych *Strategią* znajduje się łącznie 616 obiektów wpisanych do rejestru zabytków. Wśród obiektów tych najliczniejszą grupę stanowią cmentarze wojenne (głównie z I wojny światowej) – 136 obiektów, liczne są również kościoły i cerkwie murowane – 88 oraz drewniane – 61, zamki, pałace i dwory – 55, obiekty wiejskiej zabudowy mieszkalnej, gospodarczej, kaplice i cmentarze parafialne. Największą liczbą obiektów wyszczególnionych w rejestrze zabytków wyróżniają się gminy Sękowa – 81, Dukla – 76 i Uście Gorlickie – 59. Większość obiektów zabytkowych w tych gminach stanowią chyże, cmentarze z I wojny światowej i drewniane cerkwie. Na szczególną uwagę zasługuje pięć drewnianych obiektów sakralnych, które zostały umieszczone na Liście światowego dziedzictwa UNESCO w ramach dwóch wpisów zbiorowych: kościoły w Binarowej i Sękowej (wraz z czterema innymi drewnianymi kościołami południowej Małopolski) oraz cerkwie w Brunarach Wyżnych, Kwiatoniu i Owczarach (wraz z trzynastoma innymi drewnianymi cerkwiemi w polskim i ukraińskim regionie Karpat).

Oczywiście lista obiektów wpisanych do rejestru zabytków nieruchomości obejmuje w pełni zasobów dziedzictwa materialnego tych terenów. Liczne są kościoły, cerkwie, cmentarze, kapliczki i krzyże przydrożne, budynki mieszkalne, gospodarcze, układy urbanistyczne, ruralistyczne, pamiątki techniki, okopy, pomniki nie będące formalnie zabytkami, które stanowią ważne walory krajoznawcze i krajobrazowe. Obszerną listę tych obiektów sporządzono w ramach inwentaryzacji terenowej przeprowadzonej na potrzeby niniejszej *Strategii*. Poza tym bogate jest dziedzictwo zabytków ruchomych oraz archeologicznych.

**Ryc. 5. Liczba zabytków nieruchomych wpisanych do rejestru zabytków**

Źródło: opracowanie na podstawie danych Narodowego Instytutu Dziedzictwa, stan na 31.12.2014

Warto również podkreślić niematerialny wymiar obiektów i miejsc, wynikający z pełnionej przez nie funkcji sakralnej, związanych z wydarzeniami historycznymi, interesującymi osobami. Dla przykładu, w gminach objętych strategią istnieją 23 sanktuaria (maryjne, Pańskie oraz świętych i błogosławionych) – obrządku łacińskiego i bizantyjsko-ukraińskiego, liczne są pola bitew, miejsca potyczek zbrojnych, egzekucji. Istnieją obiekty związane ze znanymi osobami (m.in. Ignacym Łukasiewiczem, Marią Konopnicką, Marcinem Kromerem, Wacławem Potockim).

„Magiczna Kraina” to region o żywym folklorze, z licznymi zespołami ludowymi, w którym odbywa się wiele imprez kulturalnych związanych z tradycjami wsi. Interesujący potencjał regionu tworzą ludzie trudniący się tradycyjnymi, rzadkimi i ginącymi współcześnie zawodami, takimi jak: kamieniarstwo, dziegciarstwo, łyżkarstwo, snycerstwo, koszykarstwo, młynarstwo, kowalstwo, garncarstwo, bednarstwo, kołodziejstwo, plecionkarstwo, rymarstwo. Liczni są artyści i twórcy ludowi specjalizujący się w malarstwie na szkle, wyrobie łemkowskiej biżuterii, koronkarstwie, hafciarstwie, bibułkarstwie, rzeźbie ludowej. Wiele osób zajmuje się pszczelarstwem, zielarstwem, tradycyjnym wypiekiem chleba, wyrobem wędlin i innych produktów spożywczych. Podstawą rozwoju produktów turystycznych mogą być również tradycje gospodarki rolnej, w tym ciekawostki związane z uprawą roślin, hodowlą i produkcją żywności (np. uprawa winorośli i produkcja wina, hodowla owiec, krów, kóz i wyrób serów, pszczelarstwo i pozyskiwanie miodu) oraz tradycyjnymi pracami w gospodarstwach rolnych (np. sianokosy, żniwa, obróbka wełny, lnu).

Wymienione powyżej przykłady zawodów i działalności gospodarczej mieszkańców są z jednej strony walorem kulturowym i mogą stać się atrakcją turystyczną, z drugiej zaś rozwój turystyki, organizacja warsztatów tematycznych i zakup przez turystów tradycyjnych wyrobów sprzyjał będzie podtrzymywaniu tych form aktywności w regionie.

## Infrastruktura turystyczna i paraturystyczna

Obszar objęty *Strategią* charakteryzuje słabo wykształcona baza noclegowa, o nierównomiernym rozkładzie przestrzennym. W gminach w 2014 r. funkcjonowało łącznie około 330 obiektów noclegowych dysponujących około 6,5 tys. miejsc noclegowych.

Należy zwrócić uwagę na bardzo dużą dysproporcję między rzeczywistą liczbą obiektów i miejsc noclegowych na tym terenie a statystykami GUS (tab. 2). Dysproporcja ta wynika po części z faktu, że ewidencja GUS obejmuje jedynie obiekty posiadające powyżej 10 miejsc noclegowych, a one stanowią istotną część bazy tego terenu. Niestety wiele większych obiektów objętych formalnie ewidencją nie składa sprawozdań, co uniemożliwia analizę stopnia rozwoju bazy noclegowej oraz wielkości ruchu turystycznego w oparciu o dane GUS.

**Tab. 2. Struktura miejsc noclegowych**

Rodzaje obiektów noclegowych	Liczba obiektów noclegowych		Liczba miejsc noclegowych	
	GUS	badania terenowe	GUS	badania terenowe
Hotele i inne obiekty typu hotelowego	18	31	569	921
Ośrodki wczasowe, kolonijne, szkoleniowo-wypoczynkowe, domy wycieczkowe i zespoły domków	7	14	670	778
Zakłady uzdrowiskowe	4	6	634	832
Schroniska turystyczne	2	4	60	119
Szkolne schroniska młodzieżowe i hostele	9	14	390	415
Kempingi i pola biwakowe	0	5	0	b.d.
Pokoje gościnne i kwatery agroturystyczne*	b.d.	202	b.d.	2373
Inne*	24	54	581	1062
SUMA	64	330	2904	6500

\* Dane dotyczące pokoi gościnnych i kwater agroturystycznych posiadających powyżej 10 miejsc noclegowych, są publikowane w zestawieniach dla województw, na poziomie gmin liczba obiektów i miejsc noclegowych w tej bazie jest jedynie dodawana do ogólnej sumy. W przypadku danych GUS kategoria „inne” stanowi różnicę między łączną liczbą obiektów i miejsc noclegowych, a sumą obiektów i miejsc w poszczególnych kategoriach – mieszczą się więc w niej pokoje gościnne i kwatery agroturystyczne.

Źródło: Dane GUS i badania terenowe.



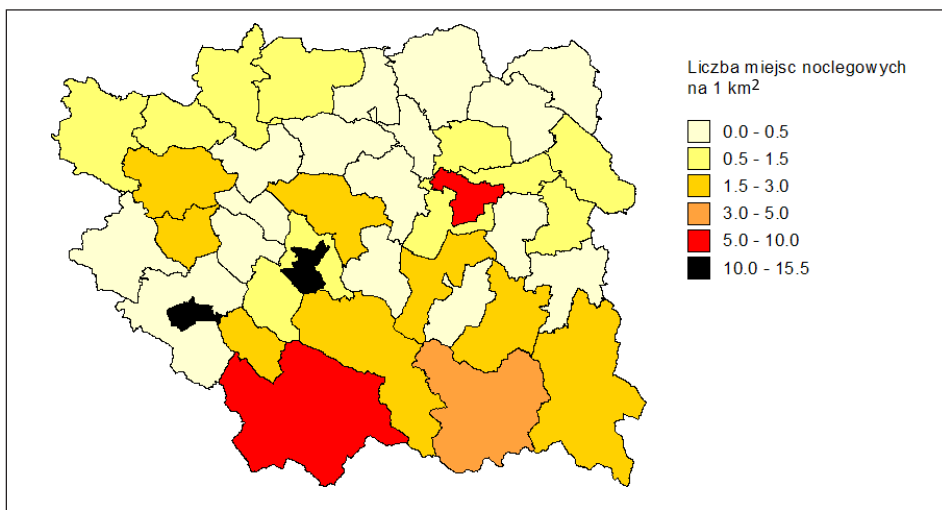
Pozytywne są trendy rozwojowe bazy noclegowej. W drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych i początku pierwszej dekady XXI w. na terenach tych zaznaczył się intensywny spadek liczby obiektów i miejsc noclegowych, który wiązał się w dużej mierze z likwidacją zakładowych ośrodków wypoczynkowych oraz wyłączeniem z użytkowania obiektów o bardzo niskim standardzie. Współcześnie widoczny jest sukcesywny wzrost liczby obiektów oraz łącznej pojemności bazy. Wyraźny jest również spadek jej sezonowości; w 2004 r. jedynie 67% miejsc miało charakter całoroczny, a w 2013 r. już 86% (dane BDL GUS).

Największe zagęszczenie miejsc noclegowych widoczne jest w gminach miejskich: Gorlice, Grybów i Jasło oraz w gminach Beskidu Niskiego – zwłaszcza Uście Gorlickie (ryc. 6). Stosunek liczby miejsc noclegowych do liczby mieszkańców – wskazujący na rolę funkcji turystycznej w regionie – w przeważającej części gmin jest bardzo niski i świadczy o znikomym znaczeniu gospodarczym turystyki na tych terenach. Wyjątek stanowią gminy Krempna, Uście Gorlickie i Sękowa, gdzie stosunkowo dobrze wykształcona baza noclegowa przy bardzo niskim zaludnieniu wskazuje na większe znaczenie turystyki jako funkcji gospodarczej (ryc. 7).

Infrastrukturę noclegową regionu stanowią w większości nieduże obiekty, które dysponują średnio 19 miejscami noclegowymi. Baza typu hotelowego, z uwagi na charakter ruchu turystycznego na tych terenach, jest bardzo słabo wykształcona. Nie ma tu hoteli najwyższych klas (cztero- i pięciogwiazdkowych), a jedynie trzy hotele oferują standard trzech gwiazdek. W strukturze obiektów noclegowych dominują pokoje gościnne i kwatery agroturystyczne (61% ogółu obiektów), skupiają one 37% ogółu miejsc noclegowych. Oferują nocleg w kameralnych warunkach (średnio 12 miejsc w obiekcie). Baza agroturystyczna jest najlepiej wykształcona w gminach Uście Gorlickie i Sękowa.

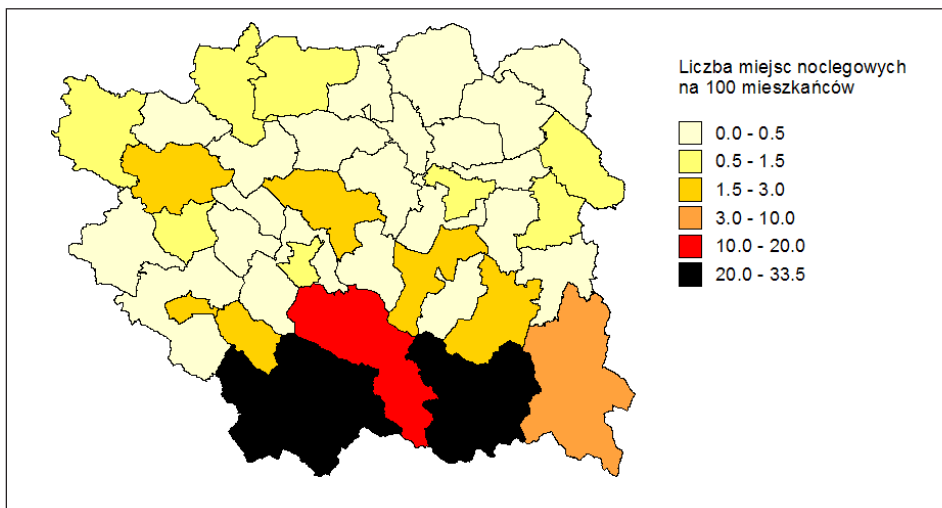
W aspekcie rozwoju turystyki zrównoważonej struktura obiektów, wśród których dominują pokoje gościnne i kwatery agroturystyczne, jest właściwa. Turystyka wykorzystuje lokalne zasoby mieszkaniowe, turysta ma bezpośredni kontakt z gospodarzami i wpływy z turystyki trafiają bezpośrednio do mieszkańców. Większość gospodarstw agroturystycznych oferuje wyżywienie turystom i coraz częściej gospodarze, promując się, zwracają uwagę na możliwość skosztowania lokalnych dań i miejscowych produktów żywnościowych. Część gospodarstw oferuje własny nabiał, mięso, wędliny, ryby, pieczony w domu chleb, owoce, warzywa, przetwory, nalewki, wino i miód, a także grzyby z okolicznych lasów, zioła i dziczyznę. Słaba jest natomiast specjalizacja gospodarstw i ich oferta towarzysząca. Pojedyncze obiekty profilują ofertę (dla rodzin z dziećmi, osób starszych, wegetarian, itp.). Jedynie w kilku gospodarstwach właściciele oferują możliwości samodzielnego wyrobu masła, sera, upieczenia chleba, karmienia zwierząt gospodarskich, dojenia krowy, udziału w sianokosach, żniwach, wykopkach, noclegów na sianie, itp. Pojawiają się także przykłady gospodarstw proponujących organizację warsztatów tematycznych (fotograficznych, rzeźbiarskich, muzycznych, bibułkarskich, zdobienia łemkowskich pisanek, itp.), wieczorów

**Ryc. 6. Zagęszczenie miejsc noclegowych**



Źródło: opracowanie własne.

**Ryc. 7. Liczba miejsc noclegowych na 100 mieszkańców**



Źródło: opracowanie własne.

pieśni łemkowskiej, a także oferujących usługi przewodnickie i aktywny wypoczynek (np. z jazdą konną, przejazdem bryczką, kuligiem, możliwością wypożyczenia roweru, nart biegowych, lornetek do obserwacji przyrody, łowieniem ryb).

Współcześnie silna konkurencja na rynku usług agroturystycznych sprawia, że oferowanie samego noclegu (nawet w dobrym standardzie i atrakcyjnym miejscu) staje się niewystarczające. Gospodarstwa powinny dążyć do tworzenia

oryginalnej oferty bazującej na miejscowym potencjale – kulinarnym, przyrodniczym, kulturowym. Powinny również w szerszym stopniu współpracować ze sobą w zakresie promocji i obsługi turystów.

Słabo wykształcona oferta towarzysząca, jak również niewystarczająca promocja usług dotyczy również pozostałych obiektów noclegowych. Niewiele z nich oferuje usługi typu spa i wellness, nieliczne dysponują siłownią, sauną, basenem, lodowiskiem, kortem tenisowym, kręgielnią, bardziej popularne są boiska do gry w siatkówkę i koszykówkę. Trzeba jednak dostrzec, że oferta obiektów jest wzbogacana. Część obiektów noclegowych oferuje również możliwość organizacji konferencji, seminariów, szkoleń. Według danych GUS 22 obiekty dysponują 34 salami konferencyjnymi o łącznej pojemności 2518 miejsc. Z całą pewnością nie są to jednak pełne dane. Poza tym oprócz zaplecza konferencyjnego w obiektach noclegowych wiele instytucji, placówek kultury w regionie dysponuje salami, które mogą służyć organizacji spotkań. W wielu przypadkach jednak możliwość organizacji dwu- lub kilkudniowych konferencji ogranicza brak odpowiedniego zaplecza noclegowego i gastronomicznego.

Poprawy wymaga promocja obiektów w Internecie oraz umożliwienie elektronicznej rezerwacji miejsc. Dla przykładu, na całym obszarze objętym *Strategią* jedynie 19 obiektów oferuje swoje usługi na portalu booking.com, nieliczne obiekty mają na stronach internetowych informacje w językach obcych, część obiektów w ogóle nie posiada własnych stron internetowych.

W Beskidzie Niskim szczególnego kolorytu zagadnieniom turystycznym nadają tradycje turystyki studenckiej i związana z nimi baza noclegowa (chatki studenckie i studenckie bazy namiotowe). Z ekonomicznego punktu widzenia nie odgrywają one istotnej roli, ważne jest natomiast ich znaczenie w kreowaniu wizerunku regionu, ochronie jego walorów przyrodniczych i kulturowych oraz rozwoju turystyki aktywnej – z tymi obiektami związane są bowiem szerokie środowiska akademickie, przewodnickie oraz miłośników Beskidu Niskiego.

Szczególną formą bazy noclegowej, która wymyka się wszelkim statystykom, są drugie domy („domki letniskowe”). Na terenach objętych *Strategią* widoczny jest wyraźny rozwój tego zjawiska, choć nie przyjmuje ono tak dużych rozmiarów jak w innych częściach Beskidów Zachodnich i Pogórza Karpackiego. Powstają zarówno nowe obiekty, jak i na cele turystyczne wykupywane są stare gospodarstwa. Proces ten niesie z jednej strony korzyści gospodarcze dla regionu, a w przypadku adaptowania starych drewnianych domów zmiana właściciela oznacza często ocalenie obiektu i jego renowację; jednak z drugiej strony budownictwo letniskowe jest zagrożeniem dla walorów przyrodniczych i krajobrazowych (zwłaszcza terenów Beskidu Niskiego) – cechuje je rozproszony charakter, domy lokowane są w atrakcyjnych krajobrazowo miejscach, zwykle poza terenem zabudowanym, a ich forma architektoniczna zazwyczaj odbiega od tradycyjnego budownictwa wiejskiego.

Dalszy rozwój turystyki na terenach objętych *Strategią* wymaga niewątpliwie zwiększenia pojemności recepcyjnej bazy noclegowej i będzie się wiązał z po-

stępującym zagospodarowywaniem terenu. Należy więc podjąć kroki, które pozwolą na zminimalizowanie negatywnego wpływu powstającej bazy noclegowej na środowisko przyrodnicze oraz na ocalenie walorów krajobrazowych regionu. Na terenach tych nie mogą powstawać obiekty stanowiące dominanty w krajobrazie, budynki powinny być wkomponowane w krajobraz, dostosowane formą architektoniczną do otoczenia. Duże obiekty noclegowe powinny być lokowane z dala od najcenniejszych kompleksów przyrodniczych, w miejscach o dobrej dostępności drogowej. W jak najszerszym stopniu należy wykorzystywać istniejące już zabudowania oraz ograniczać rozpraszanie zabudowy. Należy dążyć do wyposażania obiektów w nowoczesne systemy grzewcze i sanitarne.

Drugą – obok obiektów noclegowych – podstawową formą infrastruktury turystycznej jest baza gastronomiczna. Na obszarze „Magicznej Krainy” jest ona bardzo słabo wykształcona – obejmuje około 200 obiektów. Lokale te zlokalizowane są głównie w Jaśle (75 obiektów) i Gorlicach (20 obiektów), można więc przypuszczać, że służą raczej mieszkańcom, a nie turystom. Poza tymi miastami większa koncentracja obiektów gastronomicznych występuje jedynie w Wysowej Zdroju (14 obiektów). Ważna jest również struktura i oferta lokali gastronomicznych, wśród których nieliczne są restauracje i karczmy oferujące produkty regionalnej kuchni. Infrastrukturę gastronomiczną uzupełniają: sieć sklepów spożywczych (około 160 sklepów spożywczych i wielobranżowych) oraz miejsca, w których można nabyć lokalne produkty żywnościowe, takie jak: miód, tradycyjne pieczywo, sery, wędliny, wino. Baza gastronomiczna regionu wymaga rozbudowy, a szczególny nacisk należy kłaść na eksponowanie lokalnych kulinariów – są one atrakcją turystyczną, kształtują oryginalność regionu, a jednocześnie sprzedaż miejscowych produktów jest źródłem korzyści ekonomicznych dla regionu i sprzyja utrzymaniu funkcji rolniczej na tych terenach.

Bazę towarzyszącą regionu stanowi przede wszystkim sieć znakowanych szlaków turystycznych – pieszych, rowerowych, konnych i narciarskich. Sieć ta, w porównaniu do innych, rozwiniętych turystycznie części polskich Karpat nie jest gęsta. Zważywszy jednak na stosunkowo nieduży ruch turystyczny na tych terenach, utrzymywanie gęstej sieci znakowanych szlaków wydaje się niecelowe. Ponadto w przypadku Beskidu Niskiego intensywny rozwój szlaków turystycznych i związanego z nim oznakowania zniszczyłby wyjątkowy charakter tych gór. Poza Magurskim Parkiem Narodowym turyści poruszający się pieszo, rowerami i na nartach mogą swobodnie korzystać z istniejącej sieci dróg gruntowych. Rozwiązania wymaga jedynie problem turystyki konnej, gdyż poruszanie się po lesie konno jest dozwolone jedynie po drogach udostępnionych dla tej formy turystyki, natomiast sieć takich dróg jest zdecydowanie niewystarczająca.

Rozbudowując infrastrukturę szlaków warto skoncentrować uwagę nie na wytyczaniu nowych oznakowanych tras, lecz raczej na opracowaniu treści przyrodniczej, historycznej, kulturowej dla miejsc i szlaków często odwiedzanych przez turystów. W regionie niewiele jest ścieżek dydaktycznych, a zwłaszcza ścieżek

ze szczegółowym opracowaniem merytorycznym (w postaci tablic, przewodników, materiałów multimedialnych). Podobnie w przypadku szlaków tematycznych – przez region przebiega co najmniej trzydzieści takich szlaków. Z częścią z nich związane jest oznakowanie. Niestety znaczenie tych szlaków w rozwoju turystyki jest znikome – brakuje informacji na ich temat, odpowiedniej promocji, organizacji związanych z ich tematyką wydarzeń.

Oprócz szlaków turystycznych ważną formą infrastruktury są ośrodki jeździeckie. W regionie znajduje się około 40 stadnin oraz gospodarstw agroturystycznych oferujących jazdę konną. W około 30 z nich istnieje także możliwość noclegu. Turystyka konna koncentruje się przede wszystkim w ośrodkach oraz w ich bezpośrednim sąsiedztwie. Długie rajdy konne pomiędzy ośrodkami są słabo rozpowszechnione. Brakuje ponadto odcinków tras konnych, które umożliwiłyby rozwój takiej turystyki.

Oprócz jeździectwa rozwija się na tych terenach turystyka rowerowa i narciarstwo biegowe. Sieć szlaków rowerowych jest dobrze rozwinięta, rozwija się także sieć szlaków dla narciarstwa biegowego. Brakuje jednak wypożyczalni sprzętu – rowerów i nart. Uprawianie narciarstwa zjazdowego jest możliwe w 8 miejscowościach regionu, w których funkcjonuje 18 wyciągów narciarskich i jedna kolejka krzeselkowa. Łączna długość tras nie jest duża, wynosi ok. 11 km. Największe ośrodki znajdują się w Chyrowej i Małastowie. Budowa i użytkowanie ośrodków narciarskich wywiera negatywny wpływ na środowisko przyrodnicze, a także na walory krajobrazowe. Rozwój tego rodzaju infrastruktury powinien być ograniczony do obszarów o niższej wartości przyrodniczej.

W regionie objętym *Strategią* funkcjonuje jedynie 13 punktów informacji turystycznej. Punktów takich brakuje zwłaszcza w miastach położonych przy głównych drogach dojazdowych (Grybów, Brzostek), jak również w gminach o szczególnie wysokiej atrakcyjności turystycznej i stosunkowo dużym ruchu turystycznym (Uście Gorlickie, Krempana). Punkty w całym regionie powinny utrzymywać ścisłą współpracę i dysponować informacjami nie tylko o danej miejscowości czy gminie, ale również o sąsiednich terenach.

## **Społeczno-ekonomiczne uwarunkowania rozwoju turystyki**

Obszar objęty *Strategią* z końcem 2013 r. zamieszkiwało 428,49 tys. mieszkańców. Średnia gęstość zaludnienia tych terenów wynosi 121 osób/km<sup>2</sup> i jest nieznacznie niższa od średniej krajowej (123 osoby/km<sup>2</sup>). Region jest jednak bardzo nierównomiernie zaludniony. Gęsto zaludnione są miasta (zwłaszcza Gorlice i Jasło), a także gminy położone wzdłuż drogi nr 28 (Grybów – Jedlicze). Gminy Beskidu Niskiego są natomiast jednymi z najsłabiej zaludnionych w Kraju (w gminie Krempana na 1 km<sup>2</sup> przypada niecałe 10 osób).

Badany obszar jest bardzo słabo zurbanizowany, zaledwie 24,4% mieszkańców żyje w miastach (w Polsce 60,4%). Wprawdzie 13 miejscowości tego terenu

posiada prawa miejskie, lecz nie ma wśród nich dużych aglomeracji. Największymi ośrodkami są Jasło (36,4 tys. mieszkańców) i Gorlice (28,4 tys.). Liczba ludności w pozostałych miasteczkach waha się od 6,7 tys. osób w Tuchowie do 1,4 tys. osób w Kołaczycach.

Niskie zaludnienie i nieduży udział terenów zurbanizowanych są korzystne dla rozwoju form turystyki wypoczynkowej i aktywnej. Dogodnych warunków dla tych form nie mają miejscowości gęsto zaludnione i intensywnie zabudowane, w tym zajęte przez obiekty wielkokubaturowe, zakłady przemysłowe. Z uwagi na dobrą dostępność komunikacyjną mogą one natomiast pełnić funkcję ośrodków rozrządowych ruchu turystycznego. Część tych miejscowości ma ponadto warunki dla rozwoju turystyki kulturowej. Na szczególną uwagę zasługuje odradzanie się na tym terenie ośrodków małomiasteczkowych – w ciągu ostatnich kilkunastu lat 6 miejscowości odzyskało utracone w okresie międzywojennym prawa miejskie.

Ogólna liczba mieszkańców terenu objętego *Strategią* nie wykazuje istotnych wahań. W latach 2004-2012 notowany był stały wzrost liczby ludności, lecz dynamika wzrostu nie była wysoka (liczba ludności zwiększyła się w tym okresie o 1,5%). Ubytek ludności wystąpił w 8 gminach, lecz w przypadku jednej z nich – Dukli – wynikał ze zmian granic administracyjnych. W 2013 r. wystąpił nieznaczny spadek liczby ludności. Wzrost liczby ludności powodowany jest stosunkowo wysokim przyrostem naturalnym, który w ostatnim dziesięcioleciu utrzymywał się na poziomie 2,1‰. Nieznaczny ubytek naturalny w ciągu dziesięciolecia odnotowały jedynie 4 gminy. Dodatni przyrost naturalny, powodowany wysokim poziomem urodzeń, jest charakterystyczny dla terenów karpackich i jest uwarunkowany czynnikami kulturowymi (wysoka religijność, tradycyjny model rodziny). Skutkuje on korzystną strukturą wieku. Na terenach objętych *Strategią* osoby w grupie przedprodukcyjnej stanowią 21% (w Polsce jedynie 18%). Proces starzenia się społeczeństwa nie dotknął więc tych obszarów tak silnie jak innych części Polski. Z punktu widzenia rozwoju gospodarczego, w tym także rozwoju turystyki, jest to zjawisko bardzo korzystne, gdyż daje szansę na brak problemów kadrowych w przyszłości.

Negatywnym zjawiskiem, wskazującym na problemy na rynku pracy w regionie, jest natomiast ujemne saldo migracji, które w latach 2004-2013 utrzymywało się na średnim poziomie -1,5‰. Ubytek migracyjny wystąpił w tym okresie w 71% gmin. Najsilniej odpływ ludności zaznaczył się w miastach Grybów, Gorlice i Jasło oraz w gminach Krempna i Nowy Żmigród. Zjawisko to jest bardzo niekorzystne, gdyż skutkuje uszczupleniem zasobów pracy. Wyjeżdżają bowiem zazwyczaj ludzie młodzi, którzy zdobywszy wykształcenie nie mogą w regionie znaleźć satysfakcjonującej ich pracy. Silniejszy jest odpływ kobiet, co z kolei przejawia się wyraźnie niższym niż średni w Polsce współczynnikiem feminizacji (na 100 mężczyzn przypadają 102 kobiety, a w kraju 107). Zjawisko to zaznacza się głównie na terenach wiejskich.



O problemach na rynku pracy świadczy również wysoki poziom bezrobocia w gminach. W okresie 2004-2013 udział bezrobotnych zarejestrowanych wyniósł średnio 11,5% (w Polsce 8,7%). W okresie tym wyższy niż w kraju poziom bezrobocia utrzymywał się w 87% gmin. Szczególnie wysokie było bezrobocie wśród kobiet (13,6%, a w Polsce 9,7%).

W aspekcie powyższych problemów rozwój turystyki i związanej z nią sfery usług byłby bardzo korzystny, dawałby bowiem możliwość dodatkowego zatrudnienia, będąc zarazem czynnikiem hamującym odpływ ludności. Ponadto zauważyć należy, że turystyka i powiązane z nią usługi dają szerokie możliwości zatrudnienia kobiet, wśród których problem bezrobocia zaznacza się silniej.

Badane gminy mają w większości charakter rolniczy lub rolniczo-leśny. W strukturze użytkowania ziemi dominują użytki rolne (53% ogółu powierzchni), wśród których przeważają grunty orne (65%). Wysoki jest także poziom lesistości (35%, w Polsce 29%). Pod względem gospodarczym analizowane gminy wykazują znaczne zróżnicowanie, co uwidacznia się m.in. w strukturze użytkowania gruntów. Gminy z przewagą powierzchni leśnych występują w południowej części terenu (w Beskidzie Niskim). Najbardziej zalesionymi są gminy Krempna, Sękowa i Uście Gorlickie. Charakterystyczną cechą gmin położonych w południowej części regionu jest także wysoki udział użytków zielonych w strukturze użytkowania gruntów, co w połączeniu z rozległymi kompleksami leśnymi stanowi ważny walor dla rozwoju turystyki.

Zgodnie z danymi pochodzącymi ze spisu rolnego przeprowadzonego w 2010 r. w badanych gminach funkcjonowało 71,2 tys. gospodarstw rolnych, z których 88% prowadziło działalność rolniczą i czerpało z niej dochody (co wyraźnie przekracza średnią krajową). Z punktu widzenia wydajności produkcji rolnej niekorzystną cechą jest bardzo wysokie rozdrobnienie gospodarstw, widoczne przede wszystkim w północnej części badanego terenu. Średnia powierzchnia gospodarstw wynosi 2,6 ha, a gospodarstwa do 1 ha stanowią aż 44%. Niewielka powierzchnia gospodarstw sprawia, że ich właściciele zmuszeni są do poszukiwania pozarolniczych źródeł dochodu, co często związane jest z koniecznością dalekich dojazdów do pracy. Z pracy najemnej i działalności gospodarczej dochody uzyskuje 69% gospodarstw tego terenu. Wysokie rozdrobnienie gospodarstw oraz działek, w połączeniu ze znaczną dywersyfikacją produkcji rolnej – cechy niewątpliwie niekorzystne z gospodarczego punktu widzenia – w aspekcie rozwoju turystyki uznać można za atuty. Prowadzą one bowiem do podniesienia walorów krajobrazowych (malownicza szachownica pól, wypas zwierząt), dają możliwość zapewnienia turystom lokalnych produktów żywnościowych (m.in. owoców, warzyw, nabiału, miodu, wina, wyrobów mięsnych). Ponadto małe, rodzinne gospodarstwa i wolne zasoby pracy w tych gospodarstwach stwarzają dogodne warunki dla rozwoju agroturystyki.

Mieszkańców terenu objętego *Strategią* cechuje niski poziom przedsiębiorczości mierzony liczbą podmiotów gospodarki narodowej wpisanych do rejestru RE-



GON. W badanych gminach na 10 tys. mieszkańców przypada jedynie 605 takich podmiotów (w woj. małopolskim – 1024, w woj. podkarpackim – 728). Zdecydowana większość z nich to prywatne (95%) i małe podmioty (95% zatrudnia do 9 pracowników), z których jedna czwarta zarejestrowana została w sekcji G (handel hurtowy i detaliczny oraz naprawa samochodów), a jedna piąta w sekcji F (budownictwo). Na terenach tych nie ma bardzo dużych zakładów pracy – żaden nie zatrudnia powyżej 1000 pracowników, a 250-999 pracowników zatrudnia jedynie 15 zakładów (zlokalizowanych głównie w Jaśle i Gorlicach). Słabo rozwinięta jest przedsiębiorczość w zakresie działalności związanej z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi. W sekcji I – dotyczącej tych rodzajów działalności – w całym regionie zarejestrowano jedynie 574 podmioty (w tym 96 w Jaśle i 62 w Gorlicach). Trzeba jednak zauważyć, że znaczna część działalności noclegowej i gastronomicznej jest prowadzona w ramach usług agroturystycznych i nie jest objęta Rejestrem Gospodarki Narodowej. Pozytywnym zjawiskiem w regionie jest wzrastający poziom przedsiębiorczości i rosnąca liczba podmiotów zarejestrowanych w sekcji I.

W kontekście rozwoju turystyki ważną kwestię stanowi sytuacja finansowa gmin. Od środków jakimi dysponują gminy uzależnione są m.in. możliwości inwestowania w rozwój infrastruktury, podejmowania działań w zakresie promocji. Przeciętne dochody badanych gmin w przeliczeniu na 1 mieszkańca wyniosły w 2013 r. 2 991 zł, co stanowiło wartość niższą niż średnie w województwach małopolskim (3 519 zł) i podkarpackim (3 310 zł) oraz w kraju (3747 zł). Wyraźnie niższy niż średni w województwach i w Polsce był udział dochodów własnych w strukturze budżetu – 30% (w woj. małopolskim 52%, w woj. podkarpackim 40%, w Polsce 54%) oraz wysokość dochodów własnych w przeliczeniu na 1 mieszkańca – 912 zł (w woj. małopolskim 1813 zł, w woj. podkarpackim 1309 zł, w Polsce 2042 zł). Badane gminy w znacznie większym stopniu niż przeciętnie w kraju bazują na zewnętrznych źródłach finansowania, a zwłaszcza subwencjach ogólnych, które w 2013 r. stanowiły średnio 44% dochodów budżetowych (w Polsce średnio 27%). Na uwagę zasługuje jednak rosnące zaangażowanie gmin w pozyskiwanie środków na realizację projektów.

W aspekcie przyszłych możliwości rozwoju turystyki oraz zachowania walorów przyrodniczych i kulturowych bardzo ważna jest polityka władz lokalnych oraz działania podejmowane przez samorządy. Wprawdzie gminne dokumenty o charakterze strategicznym (strategie, plany, programy rozwoju gmin) opracowane są w różnych konwencjach i na różnym poziomie szczegółowości, co utrudnia porównywanie zapisów, niemniej jednak na podstawie 31 dokumentów obowiązujących w 2013 r. stwierdzić można, że samorządy przywiązują dużą rolę do znaczenia walorów przyrodniczych i krajobrazowych, uważając je za istotny czynnik rozwoju lokalnego. Niestety w nielicznych dokumentach znajdują się zapisy mówiące o konieczności ochrony tych walorów. Poza tym uwaga koncentrowana jest głównie na walorach krajobrazowych, braku zanieczyszczeń itp., niemal zupełnie nie dostrzega się natomiast walorów o charakterze specja-

listycznym. Dziwi również fakt, że zdecydowana większość gmin nie postrzega funkcjonowania obszarów chronionych jako mocnej strony rozwoju turystyki w gminie. W aspekcie rozwoju gmin obszary chronione są raczej wymieniane w związku z ograniczeniami w zagospodarowaniu terenu.

Turystyka w wielu gminach jest postrzegana jako jeden z priorytetowych kierunków rozwoju, a we wszystkich strategiach działania z zakresu turystyki są wpisane w cele rozwojowe gmin. Planowane działania dotyczą głównie inwentaryzacji walorów turystycznych, poprawy dostępności komunikacyjnej, rozbudowy infrastruktury turystycznej, renowacji obiektów zabytkowych i rewitalizacji przestrzeni publicznej miejscowości (wiele gmin posiada odrębne programy rewitalizacji miejscowości), promocji turystycznej, a także rozwoju turystyki aktywnej i agroturystyki. Rzadko natomiast pojawia się rozwój turystyki kulturowej i turystyki związanej z poznaniem przyrody.

Na duże nadzieje związane z rozwojem turystyki w przyszłości wskazują również wyniki badań ankietowych przeprowadzonych w 2012 r. w urzędach gmin. Z 35 gmin, które odpowiedziały na pytania ankietowe, aż 14 widzi w przyszłości funkcję turystyczną jako wiodącą lub jedną z wiodących w gminie; 21 wśród trzech najistotniejszych zadań stojących przed władzami gminy wymienia zadania z zakresu turystyki; 18 gmin dysponuje terenami, które chciałyby przeznaczyć na cele turystyczne. Tylko 3 gminy przypisują funkcji turystycznej znikome znaczenie w przyszłości, i również tylko 3 gminy nie podejmowały, i nie podejmują działań w zakresie turystyki. Niestety – w świetle badań przeprowadzonych w urzędach gmin – niezbyt wysokie jest zainteresowanie radnych oraz mieszkańców rozwojem turystyki. W skali 1–5 (gdzie 1 oznacza brak zainteresowania a 5 bardzo duże zainteresowanie) postawę radnych oceniono średnio na 3,2, a mieszkańców na 2,9. Deklarowana przyszła bardzo wysoka rola turystyki w gminach nie znajduje odzwierciedlenia w aktualnej strukturze etatów w gminach – jedynie w 16 gminach utworzono stanowiska ds. turystyki, a wykształcenie związane z turystyką ma jedynie 5 osób pracujących na tych stanowiskach.

Zgodnie z odpowiedziami udzielonymi w ankietach, gminy rozwijając turystykę starają się przestrzegać zasad zrównoważonego rozwoju. W szczególności dbają, aby turystyka nie była przyczyną zniszczeń w środowisku przyrodniczym, sprzyjała promowaniu i ochronie walorów kulturowych, nie była uciążliwa dla mieszkańców. Zdarzają się jednak gminy, w których przyznano, że zasady zrównoważonego rozwoju turystyki są w niewielkim stopniu uwzględniane w rozwoju inicjatyw turystycznych.

Gminy terenu objętego *Strategią* należą do związków międzygminnych i współpracują ze sobą w zakresie turystyki, w przypadku wielu gmin współpraca ta ma regularny charakter, jednak dotyczy zazwyczaj konkretnych działań. Stałe kontakty, regularną współpracę i skoordynowaną realizację wspólnych celów z sąsiednimi gminami zadeklarowało 23% respondentów (8 gmin). Rozwijają się również współpraca międzynarodowa – 21 gmin ma podpisane umowy partnerskie z gminami zagranicznymi, wśród których jest ponad 20 jednostek z terenów Karpat (głównie Słowacji). Nie podjęto dotychczas współpracy z żadną gminą rumuńską.

## 4. Aktualny stan turystyki

### Ruch turystyczny

Według GUS, w 2013 r. na obszarze objętym strategią zanotowano prawie 65 tys. turystów. Ruch turystyczny nie jest rozmieszczony równomiernie. Największy zanotowano w gminie Uście Gorlickie (26,6%) – co wynika z lokalizacji na tym terenie uzdrowiska Wysowa-Zdrój, a także w gminach: Biecz, Jedlicze, Jasło – gmina miejska, Ciężkowice i Gorlice – gmina miejska. W osiemnastu gminach nie zarejestrowano pobytu turystów. Dane te nie uwzględniają odwiedzających jednodniowych, którzy mogą stanowić ok. 10% ogółu turystów<sup>7</sup>. Dlatego można przyjąć, że liczba turystów na terenie objętym strategią sięga co najmniej 73 tys. w ciągu roku<sup>8</sup>.

Turystom udzielono ponad 287 tys. noclegów, z czego najwięcej w gminie Uście Gorlickie (62,1%), a także w gminach: Jasło – gmina miejska, Biecz i Ciężkowice.

Ponad połowa turystów nocowała w obiektach hotelowych. Udzielono tam jednak tylko nieco ponad 17% liczby noclegów. Ponad 82% przypadało na inne obiekty noclegowe.

Liczba turystów w 2013 r. w porównaniu do 2004 r. wzrosła zaledwie o 0,7%, ale liczba udzielonych noclegów już o ponad 11%. Wpływ na to miał głównie wzrost o ponad 30 tys. liczby udzielonych noclegów w gminie Uście Gorlickie. Wyraźne zmiany nastąpiły w ramach poszczególnych kategorii obiektów noclegowych. O około 25 punktów procentowych wzrósł odsetek turystów w obiektach hotelowych oraz zmalał odsetek turystów w innych obiektach noclegowych.

Obcokrajowcy stanowili zaledwie 1,9% osób objętych statystyką, a udzielono im zaledwie 1,2% noclegów. Niewielki odsetek obcokrajowców, to niekorzystne zjawisko. Powinny zostać podjęte działania w kierunku przygotowania oferty, infrastruktury i metody skutecznej promocji, które pozwolą w perspektywie znacząco zwiększyć odsetek turystów-obcokrajowców w regionie.

Turyści korzystali w 2013 r. średnio z 4,4 noclegu. Najdłuższe pobyty notowano w gminach: Wojaszówka (15 noclegów) i Uście Gorlickie (10 noclegów).

<sup>7</sup> *Badanie przyjazdowego ruchu turystycznego w wybranych miejscach recepcji turystycznej województwa podkarpackiego w okresie V-IX 2009 roku*, 2009, praca zbiorowa wykonana pod kierunkiem dr. K. Szpary, badanie wykonane przez Wyższą Szkołę Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podkarpackiego, Rzeszów, s. 93.

<sup>8</sup> Jest to zapewne w dalszym ciągu wartość znacznie niedoszacowana, co wynika z niedoskonałości systemu gromadzenia danych GUS.

W porównaniu do 2004 r. długość pobytu uległa wydłużeniu średnio o 0,4 noclegu. Turyści w obiektach hotelowych spędzali średnio 1,4 nocy, a w innych obiektach noclegowych aż 7,8 nocy. Wydłużenie pobytów to zjawisko pozytywne, jednak jego skala nie jest zbyt duża. Turyści powinni być zachęceni do jak najdłuższego pobytu m.in. poprzez stworzenie produktów turystycznych umożliwiających zagospodarowanie czasu nawet w czasie niekorzystnych warunków atmosferycznych.

Dla potrzeb niniejszej strategii, od maja 2012 roku do sierpnia 2013 roku, na terenie czterdziestu siedmiu miejscowości przeprowadzono badania ruchu turystycznego. Realizował je zespół ankieterów, a koordynowała Lokalna Organizacja Turystyczna „Beskid Zielony”. Zgromadzono 514 poprawnie wypełnionych ankiet.

Były to osoby o średniej wieku przekraczającej nieco 39 lat, w większości deklarujący wykształcenie wyższe lub średnie (w sumie ponad 90%). Z reguły byli aktywni zawodowo (64,4%), a swój status materialny oceniali zazwyczaj na średni (44,4%) i dobry (42,8%).

Zdecydowaną większość ankietowanych stanowiły osoby mieszkające w Polsce (97,9%) (głównie w województwach małopolskim i podkarpackim oraz śląskim i mazowieckim). Obcokrajowcy to głównie mieszkańcy Hiszpanii, Irlandii, Słowacji, Szwajcarii i Ukrainy.

Nieco ponad 51% ankietowanych korzystało z noclegu, w tym 42% – 2 do 3 noclegów. Zwykle nocowano w gospodarstwach agroturystycznych (35,5%) i w innych kwaterach prywatnych (10,6%) oraz w pensjonatach (7,7%). Potwierdza to znaczącą rolę w regionie bazy noclegowej turystyki wiejskiej i powinno być wskazówką do kontynuowania rozwoju tego typu oferty. Duży odsetek odwiedzających jednodniowych może wynikać m.in. ze znacznego udziału gości przybywających z nieodległych miejscowości oraz z braku oferty turystycznej mogącej dłużej zatrzymać turystów w regionie.

Ponad 40% respondentów przebywało w czasie wycieczki tylko na terenie jednej miejscowości. Pozostali odwiedzali również inne miejsca (Wysową-Zdrój, Gorlice, Biecz, Krynica-Zdrój, Ciężkowice, Krempną i Szymbark).

Do najważniejszych celów przyjazdu respondenci zaliczyli: aktywny wypoczynek (53,1%), poznanie walorów przyrody (44,4%), zwiedzanie zabytków, muzeów itd. (40,7%), pobyt w miejscu cichym i spokojnym (37,5%) oraz poznawanie lokalnej kultury i tradycji (32,1%). Nieco rzadziej odpowiedzi dotyczyły udziału w wydarzeniach kulturalnych i celu rozrywkowego oraz uprawiania sportu, odwiedzin krewnych i znajomych, odwiedzin miejsc rodzinnych i poprawy zdrowia. Odpowiedzi wskazują na najbardziej doceniane przez turystów w regionie walory i są wskazówką, co powinno być bazą dla tworzonych produktów turystycznych.

Turyści podróżowali najczęściej samochodami (77,4%), co jest zbliżone z większością wyników badań ruchu turystycznego. Istotne jest więc dbanie o jak najlepszy stan sieci dróg, właściwe oznakowanie i odpowiednio przygotowane (szczególnie przy najważniejszych atrakcjach turystycznych) miejsca parkingowe.

Wiedzę na temat obszaru Beskidu Niskiego i Pogórzy respondenci czerpali zwykle od rodziny lub znajomych (54,7%) oraz ze stron internetowych (39,1%). Pokazuje to ważną rolę przede wszystkim marketingu szeptanego.

Podróżowali zwykle w gronie rodziny (prawie 50%) lub wśród znajomych. Najczęściej w towarzystwie 1–3 osób. Oferta powinna być zatem ukierunkowana w największym stopniu na kilkuosobowe pobyty rodzinne i towarzyskie.

Na pobyt przeznaczano zwykle niewielkie kwoty (20% osób – do 50 zł, 17,3% – 51–100 zł, 31,7% – 101–500 zł). Wynikało to częściowo ze średniego statusu materialnego i dużego udziału odwiedzających jednodniowych. Być może jednak brakowało również produktu, którego zakupem klient byłby zainteresowany.

Przyjazd na obszar badań był zazwyczaj organizowany samodzielnie (73,3%) lub przez rodzinę i znajomych (15,8%). Usługodawcy powinni być zatem otwarci na bezpośredni kontakt z klientem (w tym z obcokrajowcem).

Niespełna 1/3 ankietowanych odwiedziła ten obszar po raz pierwszy. Dla pozostałych był to przyjazd po raz drugi (15,6%) lub kolejny (23,5%), a 1/4 badanych przyjeżdża tam często. Turysta wracający w to samo miejsce po raz drugi i kolejny to bardzo dobry sygnał, świadczący o zadowoleniu z usługi. Należy jednak pamiętać, że znaczna część tych odpowiedzi dotyczy odwiedzających jednodniowych oraz osób, które przeznaczają na pobyt niewielkie fundusze.

Generalnie pozytywnie oceniono obszar objęty strategią. Świadczy o tym duży odsetek ocen bardzo wysokich (22,3%) i wysokich (21,2%) oraz niewielki odsetek ocen bardzo niskich (3,8%) i niskich (5,3%). Najwyżej oceniono: atmosferę miejsca, gościnność, życzliwość mieszkańców, bezpieczeństwo, gastronomię, jakość obsługi turysty, bazę noclegową i informację turystyczną. Najniżej oceniono: toalety publiczne, dostępność Internetu i dostępność komunikacyjną. Należy dołożyć starań, aby poprawić jakość i dostępność do publicznych toalet, zwiększyć dostępność do Internetu i polepszyć dostępność komunikacyjną.

Ankietowani sprawiają wrażenie zadowolonych z pobytu w regionie. Deklarują, że polecą go swoim znajomym (94,4%). Zadowolenie z pobytu wpływa na chęć powrotu w to samo miejsce. Na pewno zamierza wrócić 55,8% respondentów, a prawdopodobnie 34,6%.

Zdaniem prawie 1/3 turystów Beskid Niski i równoległy pas Pogórzy wypadają lepiej na tle innych obszarów turystycznych. Do decydujących o tym argumentów respondenci zaliczyli m.in. mniejszą liczbę turystów, co skutkuje mniejszym tłokiem na szlakach turystycznych, a tym samym możliwością wypoczynku w ciszy i w spokoju. Ponadto wskazywano na atrakcyjność przyrodniczą i kulturową regionu, wyjątkowy krajobraz, czystość, niewielkie skomercjalizowanie oraz dobre przygotowaną infrastrukturę turystyczną. Turyści zauważają też, że jest to teren pełen obszarów zielonych, a w niektórych miejscach jeszcze dziki, dziewiczy i nieodkryty.

Niewielki odsetek (7,6%) turystów jest zdania, że region ten wypada gorzej na tle innych obszarów turystycznych. Ta grupa zwraca uwagę m.in. na brak in-

frastruktury lub jej niewłaściwą jakość. Uwagi dotyczą m.in. bazy noclegowej i gastronomicznej, szlaków turystycznych, punktów widokowych. Poruszano też problem współczesnego budownictwa nie nawiązującego do tradycji regionalnych. Gorzej niż w innych regionach turystycznych funkcjonuje zdaniem ankietowanych reklama, promocja i informacja. Jest też mniej wyjątkowych, charakterystycznych dla tego terenu atrakcji turystycznych.

## **Wiodące formy turystyki**

Do wiodących form turystyki na obszarze objętym strategią zaliczono:

1. przyjazdy związane z poznaniem przyrody,
2. przyjazdy związane ze zwiedzaniem miejscowości i obiektów zabytkowych,
3. turystyka kulturowa szczególnych zainteresowań (przyjazdy związane z poznawaniem kultury Łemków i Pogórzan, turystyka militarna, industrialna),
4. wypoczynek na wsi,
5. turystyka aktywna,
6. turystyka zdrowotna.

Formy te nawiązują zarówno do walorów turystycznych regionu, jak i do obserwowanego ruchu turystycznego (w tym motywów przyjazdu). Dla każdej formy zaprezentowano stan obecny (w tym: walory, infrastrukturę i usługi, cechy przyjazdów turystycznych i lokalizację w przestrzeni) oraz możliwości rozwoju (w tym: zasoby stanowiące niewykorzystany potencjał, możliwości działania na rzecz rozwoju produktów turystycznych i rynki docelowe). Szczegółowe informacje na ten temat umieszczono w poniższych tabelach.



## 1. Przyjazdy związane z poznaniem przyrody

STAN OBECNY	
Walory	<ul style="list-style-type: none"> <li>• duży udział obszarów objętych ochroną prawną, w tym występowanie obszarów o wysokim reżimie ochronnym (Magurski Park Narodowy, rezerваты przyrody), parków krajobrazowych, obszarów Natura 2000,</li> <li>• krajobraz przyrodniczo-kulturowy, punkty i trasy widokowe,</li> <li>• występowanie atrakcji geologicznych (kamieniołomy, wychodnie skalne, jaskinie itp.),</li> <li>• duże powierzchnie leśne i dobrze zachowana ciągłość ekosystemów leśnych,</li> <li>• duża liczba dobrze zachowanych siedlisk przyrodniczych i siedlisk gatunków wymienionych w Dyrektywie Siedliskowej, zajmujących rozległe, ciągle powierzchnie,</li> <li>• liczne stanowiska ciekawych gatunków roślin i zwierząt,</li> <li>• muzea przyrodnicze (Muzeum Przyrodnicze im. Krystyny i Włodzimierza Tomków w Ciężkowicach, Muzeum Magurskiego Parku Narodowego w Krempnej),</li> <li>• rozległe tereny o naturalnym charakterze, trudnodostępne, i rzadko odwiedzane przez turystów,</li> <li>• atmosfera regionu,</li> <li>• miejsca po dawnych wsiach („kraina dolin”).</li> </ul>
Infrastruktura i usługi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ośrodek Edukacyjny Magurskiego Parku Narodowego w Krempnej i Ośrodek Edukacji Ekologicznej Zespołu Parków Krajobrazowych Województwa Małopolskiego w Polichtach, wraz z wykwalifikowaną kadrą, przygotowaną do obsługi specjalistycznych grup,</li> <li>• przyrodnicze ścieżki edukacyjne,</li> <li>• tablice informacyjne o treści przyrodniczej,</li> <li>• znakowane szlaki turystyczne i inne oznakowanie turystyczne,</li> <li>• informacja turystyczna,</li> <li>• dostępność komunikacyjna (sieć dróg, linie kolejowe, połączenia autobusowe),</li> <li>• usługi przewodnickie, w tym specjalistyczne,</li> <li>• baza noclegowa, w tym liczne, kameralne obiekty noclegowe sprzyjające rozwojowi ekoturystyki.</li> </ul>
Cechy przyjazdów turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• przyjazdy wycieczek szkolnych do ośrodków edukacyjnych (głównie turystyka jednodniowa i weekendowa); samodzielnie organizowane, indywidualne przyjazdy związane z poznawaniem przyrody,</li> <li>• bardzo słabo rozwinięte specjalistyczne produkty turystyczne.</li> </ul>



<b>STAN OBECNY</b>	
Lokalizacja w przestrzeni	Miejsca, w których występuje najwięcej walorów przyrodniczych o najwyższych wartościach. Szczególnie gminy: Dukla, Krempana, Dębowiec, Lipinki, Sękowa, Wojaszówka, Nowy Żmigród, Osiek Jasielski, Zakliczyn.
<b>MOŻLIWOŚCI ROZWOJU</b>	
Zasoby stanowiące niewykorzystany potencjał	<ul style="list-style-type: none"> <li>• znikomy stopień wykorzystania specjalistycznych walorów przyrodniczych w ofercie turystycznej (np. ciekawostek geoturystycznych, florystycznych, faunistycznych),</li> <li>• niski stopień wypromowania walorów dla obserwacji astronomicznych,</li> <li>• słaba promocja istniejących atrakcji,</li> <li>• możliwość renaturyzacji rzek (np. Białej Tarnowskiej, Wisłoki),</li> <li>• trudna dostępność niektórych atrakcji, w związku ze złym stanem dróg, brakiem parkingów, brakiem możliwości dojazdu publicznym środkiem transportu, itp.</li> </ul>
Możliwości działania na rzecz rozwoju produktów turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wzbogacenie kalendarza imprez i wydarzeń (szkolenia, wystawy, lekcje, itp.),</li> <li>• dostosowanie godzin otwarcia muzeów do zapotrzebowania turystów,</li> <li>• przygotowanie oferty nawiązującej do możliwości eksponowania różnych walorów w ciągu całego roku, np. uwzględniające kwitnienie kwiatów, rykowisko, tropienie zwierząt, itp.,</li> <li>• możliwość rozwinięcia usług z zakresu turystyki przyrodniczej (szczególnie dla turystów zagranicznych) – wykorzystanie doświadczeń z innych regionów, w których takie usługi są lepiej rozwinięte (Białowieża, dolina Biebrzy, Bieszczady),</li> <li>• organizacja warsztatów tematycznych (np. astronomicznych, fotograficznych, ornitologicznych),</li> <li>• kontynuacja prac na rzecz budowy produktu turystycznego: Szmaragdy Karpat,</li> <li>• tworzenie ekomuzeów.</li> </ul>
Rynki docelowe	Grupy szczególnych zainteresowań przyrodniczych, w tym turyści zagraniczni, szkoły, wyższe uczelnie, rodziny z dziećmi, młodzież.

## 2. Przyjazdy związane ze zwiedzaniem miejscowości i obiektów zabytkowych

STAN OBECNY	
Walory	<ul style="list-style-type: none"> <li>• krajobraz przyrodniczo-kulturowy,</li> <li>• zachowane elementy dawnej architektury, w tym cerkwie, kościoły, stare domy, budynki gospodarcze, np. spichlerz dworski w Ryglicach,</li> <li>• układy urbanistyczne miasteczek (np. Biecz, Ciężkowice, Dukla, Zakliczyn, Dębowiec),</li> <li>• dwory: Kąsna Dolna, Lipinki, Lusławice, Korzenna, Dukla, Jedlicze, Kopytowa, <b>Szebnie</b>, Żarnowiec, itp.,</li> <li>• ruiny zamków w Odrzykoniu („Kamieniec”) i Melsztynie, dwory obronne w Szymbarku i Jeżowie,</li> <li>• sanktuaria, miejsca pielgrzymkowe, w tym: Tuchów, Dębowiec, Kobylanka, św. Góra Jawor, Bobowa, Bruśnik, Ciężkowice, Jodłowa, Dukla, Lipinki,</li> <li>• skanseny, muzea, np.: Skansen Wsi Pogórzańskiej im. profesora Romana Reinfussa w Szymbarku, Muzeum Dwory Karwacjanów i Gładyszów, Muzeum Ziemi Bieckiej, Muzeum Parafialne w Grybowie, Kasztel w Szymbarku, Dwór Gładyszów, Muzeum Ignacego Jana Paderewskiego w Kąsnej Dolnej, Muzeum Historyczne – Pałac w Dukli, Muzeum Regionalne w Jaśle, Skansen Archeologiczny Karpacka Troja w Trzciniicy, Muzeum Marii Konopnickiej w Żarnowcu, Muzeum Narciarstwa w Cieklinie im. Stanisława Barabasza, Muzeum Przemysłu Naftowego i Gazowniczego im. Ignacego Łukasiewicza w Bóbrce, Muzeum Kultury Szlacheckiej – Dwór w Kopytowej,</li> <li>• imprezy, np.: Turniej rycerski o mieczek Zbója Becza w Bieczu, Festiwal Koronki Klockowej w Bobowej, Kromer Festival (festiwal muzyki dawnej) w Bieczu, Jarmark Pogranicza w Karpackiej Troi, Pogórzański Jarmark Artystów i Rękodzielników w Ciężkowicach, Pogórzańskie Atrakcje Naukowe, Pogórzańskie Gody w Łuźnej, Parada Kultur Pogranicza „Wianki”,</li> <li>• szlaki, m.in.: Architektury Drewnianej, Frontu Wschodniego I Wojny Światowej</li> </ul>
Infrastruktura i usługi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dostępność komunikacyjna (sieć dróg, linie kolejowe, połączenia autobusowe),</li> <li>• baza noclegowa, baza gastronomiczna,</li> <li>• oznakowanie turystyczne,</li> <li>• informacja turystyczna,</li> <li>• usługi przewodnickie.</li> </ul>

#### 4. Aktualny stan turystyki

Cechy przyjazdów turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• przyjazdy wycieczek szkolnych,</li> <li>• samodzielnie organizowane, indywidualne przyjazdy,</li> <li>• przyjazdy jednodniowe, weekendowe lub połączone z turystyką wypoczynkową, np. na terenach wiejskich lub z turystyką uzdrowiskową – w ramach wycieczek fakultatywnych.</li> </ul>
Lokalizacja w przestrzeni	Obiekty zabytkowe o najwyższej randze, miejsca o największym zagęszczeniu zabytków.
<b>MOŻLIWOŚCI ROZWOJU</b>	
Zasoby stanowiące niewykorzystany potencjał	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kultura i sztuka regionu – mieszczańska, szlachecka, dworska,</li> <li>• turystyka kulinarna.</li> </ul>
Możliwości działania na rzecz rozwoju produktów turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wzbogacenie kalendarza imprez i wydarzeń (rekonstrukcje, imprezy, wystawy, lekcje muzealne, itp.),</li> <li>• organizacja wydarzeń również poza sezonem letnim,</li> <li>• wyrób i sprzedaż pamiątek regionalnych,</li> <li>• dostosowanie godzin otwarcia muzeów do zapotrzebowania turystów,</li> <li>• kontynuacja rozpoczętej realizacji produktu turystycznego Pogórze Paryje.</li> </ul>
Rynki docelowe	Wycieczki szkolne, wyższe uczelnie, rodziny z dziećmi, młodzież.

### 3. Turystyka kulturowa szczególnych zainteresowań (przyjazdy związane z poznawaniem kultury Łemków i Pogórzan, turystyka militarna, industrialna, enoturystyka)

STAN OBECNY	
Walory	<ul style="list-style-type: none"> <li>• krajobraz przyrodniczo-kulturowy, punkty i trasy widokowe,</li> <li>• architektura drewniana – szczególnie świątynie z listy UNESCO,</li> <li>• dawne układy wsi, ich pozostałości (piwnice, podmurówki, mostki), miejsca po dawnych wsiach („krajina dolin”),</li> <li>• zachowane elementy dawnej architektury, w tym cerkwie, kościoły, stare domy, budynki gospodarcze,</li> <li>• skanseny i muzea np.: Muzeum Kultury Łemkowskiej w Zyndranowej, Muzeum Kultury Łemkowskiej w Kolonii Olchowiec, Skansen Wsi Pogórzańskiej im. profesora Romana Reinfussa w Szymbarku, Zagroda Maziarska w Łosiu, Muzeum Etnograficzne „Grociarnia” w Jastrzębiej, Muzeum Przemysłu Naftowego i Gazowniczego im. Ignacego Łukasiewicza w Bóbrce, skansen naftowy na terenie kopalni „Magdalena” w Gorlicach, Zagroda Maziarska w Łosiu, muzeum w Dukli,</li> <li>• imprezy kulturalne, np.: Łemkowski Kermesz w Olchowcu, Łemkowsko-Pogórzański Jarmark Wielkanocny w Łosiu, Łemkowska Watra w Zdyni, Od Rusal do Jana w Zyndranowej, Międzynarodowe Dni Wina w Jaśle, dni otwartych winnic na Pogórzu Ciężkowickim,</li> <li>• zachowane elementy folkloru,</li> <li>• ginące zawody, tradycje rzemieślnicze i rękodzielnicze,</li> <li>• współczesne obiekty techniki, np. rafineria Jasło, rafinera Jedlicze, kiny i inne elementy infrastruktury przemysłu naftowego,</li> <li>• ważne miejsca, np.: Gorlice – miejsce zapalenia pierwszej na świecie ulicznej lampy naftowej,</li> <li>• cmentarze wojenne, pola bitew i infrastruktura techniki wojskowej, np. schron w Stępinie-Cieszynie,</li> <li>• kursy i szkolenia organizowane przez Podkarpacką Akademię Wina w Jaśle.</li> </ul>
Infrastruktura i usługi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• baza noclegowa i gastronomiczna (szczególnie z ofertą tradycyjnych potraw – np. Gościnna Chata w Wysowej-Zdroju),</li> <li>• dostępność komunikacyjna (sieć dróg, linie kolejowe, połączenia autobusowe),</li> <li>• specjalistyczne szlaki turystyczne, np. Szlak Naftowy – Transgraniczny Szlak Turystyczny,</li> <li>• oznakowanie turystyczne,</li> <li>• informacja turystyczna,</li> <li>• usługi przewodnickie.</li> </ul>
Cechy przyjazdów turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• przyjazdy wycieczek szkolnych,</li> <li>• samodzielnie organizowane, indywidualne przyjazdy związane ze szczególnymi zainteresowaniami turystów,</li> <li>• słabo rozwinięte specjalistyczne produkty turystyczne,</li> <li>• przyjazdy jednodniowe, weekendowe lub połączone z turystyką wypoczynkową, np. na terenach wiejskich lub z turystyką uzdrowiskową – w ramach wycieczek fakultatywnych.</li> </ul>

#### 4. Aktualny stan turystyki

<b>STAN OBECNY</b>	
Lokalizacja w przestrzeni	Obszar Łemkowszczyzny, w tym gminy: Dukła, Krempana, Ropa, Gorlice. Tereny w pobliżu miejsc o istotnych walorach nawiązujących do przemysłu naftowego, w tym gminy: Chorkówka, Gorlice, Ropa. Tereny w pobliżu miejsc o istotnych walorach militarnych, w tym gminy: Zakliczyn, Gorlice, Dukła.
<b>MOŻLIWOŚCI ROZWOJU</b>	
Zasoby stanowiące niewykorzystany potencjał	<ul style="list-style-type: none"> <li>• znikomy stopień wykorzystania walorów specjalistycznych (kultury ludowej, przemysłowych, militarnych itp.) w ofercie turystycznej,</li> <li>• kultura niematerialna regionu (tańce, pieśni, zwyczaje, kuchnia),</li> <li>• enoturystyka – winnice,</li> <li>• historia wyludnionych wsi,</li> <li>• turystyka przemysłowa – rafinerie, ginące zawody – maziarze, wyrób dziegiu,</li> <li>• turystyka militarna – bractwa rycerskie, grupy rekonstrukcyjne,</li> <li>• tanatoturystyka – cmentarze wojenne,</li> <li>• słabo wyeksponowane miejsca ważnych bitew: Gorlice, Jamna, Przełęcz Dukielska,</li> <li>• słaba promocja istniejących atrakcji, np. schrony kolejowe i imprezy z nimi związane.</li> </ul>
Możliwości działania na rzecz rozwoju produktów turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wzbogacenie kalendarza imprez i wydarzeń,</li> <li>• przygotowywanie markowych produktów turystycznych, związanych z enoturystyką, np.: Winne Spa (regeneracja i wypoczynek w oparciu o wino i latorośl), Dom Wina z zapleczem konferencyjnym, Muzeum Winiarskie,</li> <li>• wzbogacenie oferty kulturalnej i rozrywkowej (np. Jasielskie Dionizje),</li> <li>• powołanie Jasielskiego Kłostu Winiarskiego, mającego na celu integrację winiarzy i przedsiębiorców okółwiniarskich,</li> <li>• promocja lokalnych produktów, np. wina,</li> <li>• rozwój ośrodków edukacyjnych, renowacja lub rekonstrukcja interesujących obiektów (np. apteki I. Łukasiewicza),</li> <li>• wytwarzanie i sprzedaż pamiątek regionalnych, np. lampa naftowa Łukasiewicza,</li> <li>• inscenizacje z udziałem grup rekonstrukcyjnych,</li> <li>• połączenie wszystkich najważniejszych obiektów z I wojny światowej w jeden szlak – koordynacja działań,</li> <li>• połączenie ofert schronów w Stępinie i w Strzyżowie,</li> <li>• oferta specjalistyczna, np. nauka strzelania z łuku, kuszy itp., władania bronią białą, itp.,</li> <li>• tworzenie ekomuzeów,</li> <li>• opracowanie wizualizacji dawnych wsi (układów zabudowy, wyglądu cerkwi, chat).</li> </ul>
Rynki docelowe	Grupy szczególnych zainteresowań specjalistycznych, w tym turyści zagraniczni, szkoły, wyższe uczelnie, rodziny z dziećmi, młodzież.

## 4. Wypoczynek na wsi

STAN OBECNY	
Walory	<ul style="list-style-type: none"> <li>• krajobraz przyrodniczo-kulturowy, punkty i trasy widokowe,</li> <li>• atmosfera regionu, „dzikość przyrody”,</li> <li>• wyżywienie w oparciu o miejscowe (zdrowe) produkty,</li> <li>• możliwość uczestniczenia w pracach w gospodarstwie rolnym,</li> <li>• kontakt ze zwierzętami domowymi (szczególnie dla dzieci),</li> <li>• możliwość zakupu produktów żywnościowych i rękodzielniczych,</li> <li>• dawne układy wsi, ich pozostałości (piwnice, podmurówki, mostki), miejsca po dawnych wsiach („krajina dolin”),</li> <li>• zachowane elementy dawnej architektury, w tym cerkwie, kościoły, stare domy, budynki gospodarcze, np. spichlerz dworski w Ryglicach,</li> <li>• dawne urządzenia, narzędzia itp., np. żarna,</li> <li>• umiejętności niektórych mieszkańców: dziegiarze, smolarze, kołodzieje, snycerze, bibułkarze, koronkarze, garnarze,</li> <li>• gospodarstwa wyspecjalizowane, np. Gospodarstwo Pasiczne „Sąddecki Bartnik”,</li> <li>• muzea, np.: Muzeum Pszczelarstwa,</li> <li>• imprezy, np.: Miodobranie, Dożynki Malinowe, Dni Huculskie w Regietowie, Święto Golonki,</li> <li>• duży potencjał enoturystyczny Jasła i okolic, jeden z najważniejszych w województwie i kraju regionów winiarskich.</li> </ul>
Infrastruktura i usługi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• baza noclegowa, w tym pokoje gościnne i gospodarstwa agroturystyczne,</li> <li>• skanseny, muzea,</li> <li>• szlaki turystyczne (piesze, konne, rowerowe), w tym m.in. Jasielski Szlak Winny (fragment Podkarpackiego Szlaku Winnic),</li> <li>• oznakowanie turystyczne,</li> <li>• dostępność komunikacyjna (sieć dróg, linie kolejowe, połączenia autobusowe),</li> <li>• udostępnione do zwiedzania miejsca uprawy winorośli, a także miejsca produkcji i przechowywania wina – winnice i winiarnie.</li> </ul>
Cechy przyjazdów turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• przyjazdy ukierunkowane na atrakcje turystyczne, a nie na pobyt w gospodarstwie agroturystycznym,</li> <li>• najczęściej z oferty korzystają rodziny z dziećmi i grupy przyjaciół,</li> <li>• turyści oczekują wartości dodanej (zwierzęta, rzemiosło, kulinaria, sztuka, kursy i szkolenia (np. o tematyce winiarskiej), itp.), sam pobyt może ich nie interesować,</li> <li>• sezonowość.</li> </ul>

<b>STAN OBECNY</b>	
Lokalizacja w przestrzeni	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tereny wiejskie w pobliżu miejsc o istotnych walorach turystycznych,</li> <li>• miejsca związane z uprawą winnej latorośli i jej przetwórstwem.</li> </ul>
<b>MOŻLIWOŚCI ROZWOJU</b>	
Zasoby stanowiące niewykorzystany potencjał	<ul style="list-style-type: none"> <li>• kultura i sztuka terenów wiejskich – lokalni artyści, twórcy ludowi,</li> <li>• kulinaria – niewiele miejsc oferujących tradycyjną kuchnię w oparciu o produkty miejscowe,</li> <li>• znikomy stopień wykorzystania unikatowych umiejętności mieszkańców – ginące zawody,</li> <li>• słaba promocja lokalnych atrakcji,</li> <li>• charakterystyczne dla terenów wiejskich elementy środowiska przyrodniczego, np. uprawy winorośli na wzniesieniach Pogórza Karpackiego.</li> </ul>
Możliwości działania na rzecz rozwoju produktów turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• przygotowanie oferty umożliwiającej wydłużenie sezonu turystycznego, np. uwzględniające sezon prac polowych, możliwości wyrobu przetworów w oparciu o miejscowe produkty, czas narodzin zwierząt w gospodarstwie, itp.,</li> <li>• tworzenie ekomuzeów, questów, gier terenowych, itp.,</li> <li>• oferta specjalistyczna, np. nauka rozpoznawania i zbieranie ziół,</li> <li>• podwyższenie standardu usług noclegowych,</li> <li>• umożliwienie zakupu oryginalnych pamiątek regionalnych,</li> <li>• wzbogacenie kalendarza imprez i wydarzeń,</li> <li>• umożliwienie obserwowania i nauki lub podjęcia próby działań w rzemiośle – szlak ginących zawodów,</li> <li>• umożliwienie aktywnego uczestniczenia w życiu wsi dawnej – crazy village,</li> <li>• przygotowanie oferty: „tradycyjna wieś pogórzańska”,</li> <li>• przygotowywanie markowych produktów turystycznych, związanych z enoturystyką,</li> <li>• promocja lokalnych produktów, np. wina.</li> </ul>
Rynki docelowe	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rodziny z dziećmi,</li> <li>• turyści indywidualni,</li> <li>• grupy zorganizowane.</li> </ul>



## 5. Turystyka aktywna

<b>STAN OBECNY</b>	
Walory	<ul style="list-style-type: none"> <li>• niewysokie, bezpieczne góry,</li> <li>• malownicze doliny,</li> <li>• krajobraz przyrodniczo-kulturowy, punkty i trasy widokowe,</li> <li>• rozległe tereny o naturalnym charakterze, trudnodostępne, i rzadko odwiedzane przez turystów,</li> <li>• atmosfera regionu, „dzikość przyrody”,</li> <li>• dawne układy wsi, ich pozostałości (piwnice, podmurówki, mostki), miejsca po dawnych wsiach („krajina dolin”),</li> <li>• imprezy turystyczno-sportowe, w tym: Galicyjskie lato z koniem, Rajd narciarsko-pieszy, Rajd Magurski, Galicyjski Turniej Jeździecki, Uliczny bieg im. K. Świerzowskiego,</li> <li>• zalew Klimkówka.</li> </ul>
Infrastruktura i usługi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• szlaki turystyczne (piesze, konne, rowerowe), w tym: „Karpackie Podkowy” – sieć szlaków konnych, „Śnieżne trasy przez lasy”,</li> <li>• oznakowanie turystyczne,</li> <li>• ośrodki narciarskie (wyciągi, trasy, wypożyczalnie), stadniny wraz z wykwalifikowaną kadrą instruktorów,</li> <li>• dostępność komunikacyjna (sieć dróg, linie kolejowe, połączenia autobusowe),</li> <li>• usługi przewodnickie i instruktorskie, w tym specjalistyczne,</li> <li>• informacja turystyczna,</li> <li>• baza noclegowa, w tym schroniska górskie, chatki studenckie, pola namiotowe, pokoje gościnne, gospodarstwa agroturystyczne, itp.,</li> <li>• wieże widokowe, np. Stavok (Baranie), Karpacka Troja, Wieża ratuszowa w Bieczu</li> <li>• ratownictwo górskie.</li> </ul>
Cechy przyjazdów turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• indywidualne przyjazdy związane z różnymi formami turystyki aktywnej,</li> <li>• pewne formy turystyki wyraźnie sezonowe (narciarstwo).</li> </ul>
Lokalizacja w przestrzeni	Miejsca, w których przygotowano infrastrukturę (szlaki turystyczne, wyciągi narciarskie, stadniny, itp.).
<b>MOŻLIWOŚCI ROZWOJU</b>	
Zasoby stanowiące niewykorzystany potencjał	<ul style="list-style-type: none"> <li>• punkty widokowe,</li> <li>• niewykorzystywanie niektórych interesujących miejsc ze względu na trudną dostępność w związku ze złym stanem dróg, brakiem parkingów, brakiem możliwości dojazdu publicznym środkiem transportu, itp.,</li> <li>• rzeki jako miejsca spływów kajakowych i pontonowych.</li> </ul>

#### 4. Aktualny stan turystyki

<p>Możliwości działania na rzecz rozwoju produktów turystycznych</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wzbogacenie kalendarza imprez turystyki aktywnej,</li> <li>• powiększenie infrastruktury o elementy ogólnodostępnej infrastruktury sportowej i rekreacyjnej,</li> <li>• spływy kajakowe rzekami, np.: Wisłok, Biała Tarnowska,</li> <li>• tworzenie szlaków turystycznych i ścieżek edukacyjnych,</li> <li>• kontynuacja realizacji produktów turystycznych związanych z turystyką rowerową, w tym Rowerowe Góry,</li> <li>• turystyka przygodowa, gry terenowe, questy.</li> </ul>
<p>Rynki docelowe</p>	<p>Turyści indywidualni, rodziny z dziećmi.</p>

#### 6. Turystyka zdrowotna

<p><b>STAN OBECNY</b></p>	
<p>Walory</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• walory uzdrowiskowe Wysowej i Wapiennego oraz innych miejsc o potencjale uzdrowiskowym,</li> <li>• tereny rekreacyjne w otoczeniu uzdrowisk,</li> <li>• centra odnowy biologicznej,</li> <li>• cechy terenu sprzyjające wypoczynkowi (czyste, świeże powietrze, znaczna lesistość terenu, cisza),</li> <li>• kosmetyki z Wysowej,</li> <li>• kulinaria, w tym zdrowa żywność oraz produkty i potrawy regionalne (np. Gościnna Chata w Wysowej-Zdroju).</li> </ul>
<p>Infrastruktura i usługi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• baza noclegowa i gastronomiczna w uzdrowiskach i w otoczeniu uzdrowisk, w tym sanatoria,</li> <li>• infrastruktura uzdrowiskowa – zakłady przyrodolecznicze, pijalnie wód mineralnych, parki zdrojowe, itp.,</li> <li>• dostępność komunikacyjna (sieć dróg, linie kolejowe, połączenia autobusowe),</li> <li>• znakowane szlaki turystyczne, ścieżki spacerowe,</li> <li>• tablice informacyjne o treści krajoznawczej,</li> <li>• informacja turystyczna,</li> <li>• usługi przewodnickie i instruktorskie (np. nordic walking).</li> </ul>
<p>Cechy przyjazdów turystycznych</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• dłuższe pobyty – zwykle 3 tygodniowe,</li> <li>• głównie przyjazdy indywidualne finansowane przez NFZ.</li> </ul>

#### 4. Aktualny stan turystyki

<b>STAN OBECNY</b>	
Lokalizacja w przestrzeni	Głównie tereny uzdrowisk.
<b>MOŻLIWOŚCI ROZWOJU</b>	
Zasoby stanowiące niewykorzystany potencjał	<ul style="list-style-type: none"> <li>• możliwości rozwoju apiterapii, ziołolecznictwa, leczenia klimatem, ruchem, psychoterapii.</li> </ul>
Możliwości działania na rzecz rozwoju produktów turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wzbogacenie kalendarza imprez i wydarzeń,</li> <li>• podwyższenie standardu usług noclegowych,</li> <li>• zagospodarowanie kuracjom wolnego czasu po zabiegach (prelekcje, wystawy, pogadanki, pokazy przeźroczy, spotkania z interesującymi postaciami, itp.),</li> <li>• przygotowanie oferty dla gości zagranicznych,</li> <li>• rozwój usług spa i wellness.</li> </ul>
Rynki docelowe	Głównie seniorzy, osoby pragnące poprawić swoją kondycję fizyczną i psychiczną.

## 5. Diagnoza stanu i możliwości rozwoju turystyki – analiza SWOT

Stan i możliwości rozwoju turystyki w „Magicznej Krainie Łemków i Pogórzan” są uwarunkowane czynnikami wewnętrznymi i zewnętrznymi, zarówno występującymi obecnie, jak i tymi, które będą oddziaływały na rozwój regionu w przyszłości. Poniższa analiza została przygotowana w oparciu o następujące kryteria kwalifikacji wymienionych czynników. Do grupy mocnych (*Strengths*) i słabych (*Weaknesses*) stron zaliczono elementy stanowiące wewnętrzne potencjały (atuty) i destymulanty (bariery) rozwojowe, które warunkują aktualny rozwój turystyki w regionie. Szanse (*Opportunities*) i zagrożenia (*Threats*) zawierają natomiast zarówno zewnętrzne uwarunkowania funkcjonowania regionu, ponadregionalne trendy rozwojowe, jak i przyszłe możliwe do zaistnienia lub pogłębienia się zjawiska i procesy w regionie.

## 5. Diagnoza stanu i możliwości rozwoju turystyki – analiza SWOT

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dobrze zachowane wartości środowiska przyrodniczego, liczne stanowiska interesujących gatunków roślin i zwierząt.</li> <li>• Występowanie interesujących atrakcji przyrody nieożywionej.</li> <li>• Wysoka lesistość i wysoki udział użytków zielonych (głównie w południowej części regionu).</li> <li>• Niski stopień zanieczyszczenia powietrza i wód.</li> <li>• Występowanie wód mineralnych.</li> <li>• Wielokulturowe dziedzictwo.</li> <li>• Bogactwo architektury drewnianej, w tym obiektów sakralnych wpisanych na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO.</li> <li>• Historia, atmosfera, układy urbanistyczne i zabytki galicyjskich miasteczek.</li> <li>• Żywa kultura ludowa, liczne zespoły folklorystyczne.</li> <li>• Występowanie walorów dla rozwoju turystyki industrialnej, zwłaszcza związanej z wydobyciem i przetwórstwem ropy naftowej.</li> <li>• Występowanie walorów dla rozwoju turystyki militarnej, zwłaszcza związanej z wydarzeniami I wojny światowej.</li> <li>• Rozwinięta sieć znakowanych szlaków turystycznych.</li> <li>• Małe, rodzinne gospodarstwa rolne, sprzyjające rozwojowi agroturystyki.</li> <li>• Niski stopień chemizacji rolnictwa, możliwość zakupu naturalnych produktów żywnościowych.</li> <li>• Liczne gospodarstwa pszczelarskie.</li> <li>• Uprawa winorośli i produkcja wina.</li> <li>• Tradycje kulinarne.</li> <li>• Liczni twórcy ludowi, przedstawiciele ginących zawodów.</li> <li>• Organizowane cyklicznie imprezy kulturalne</li> <li>• Możliwość obcowania z przyrodą i lokalną kulturą z dala od miejsc koncentracji turystów.</li> <li>• Znaczne niewykorzystane zasoby pracy.</li> <li>• Położenie przy ważnych trasach komunikacyjnych (drogi krajowe nr 9, 28, 73), w przypadku północnej części regionu – w pobliżu autostrady A4.</li> <li>• Niewielkie nasilenie ruchu samochodowego poza drogami tranzytowymi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brak tradycji turystycznych w znacznej części regionu.</li> <li>• Wysoka sezonowość ruchu turystycznego.</li> <li>• Region słabo znany wśród turystów.</li> <li>• Niewystarczające wyeksponowanie obiektów krajoznawczych oraz ich indywidualnych, unikatowych cech.</li> <li>• Niezadawalający stan techniczny części obiektów zabytkowych oraz brak przystosowania części obiektów do pełnienia funkcji turystycznych.</li> <li>• Niedostatecznie rozwinięta baza noclegowa, żywieniowa i towarzysząca.</li> <li>• Słabo rozwinięta informacja turystyczna.</li> <li>• Słabo rozwinięty system oznakowania turystycznego.</li> <li>• Słabo zagospodarowane tereny rekreacyjne w miejscowościach, nieliczne kąpieliska.</li> <li>• Niedobór wysoko wykwalifikowanych kadr, przygotowanych do obsługi specjalistycznych form turystyki.</li> <li>• Mały udział specjalistycznych i innowacyjnych produktów turystycznych.</li> <li>• Słaba oferta towarzysząca gospodarstw agroturystycznych.</li> <li>• Mała liczba gospodarstw rolnych podejmujących produkcję ekologicznej żywności.</li> <li>• Słaba promocja lokalnych produktów żywnościowych i rękodzieła.</li> <li>• Niewielkie alternatywy spędzania czasu w przypadku niesprzyjających warunków pogodowych.</li> <li>• Słaba wewnętrzna dostępność komunikacyjna, słabo zorganizowana sieć lokalnych połączeń komunikacji zbiorowej oraz połączeń ze stroną słowacką.</li> <li>• Niskie zrozumienie i poparcie ze strony mieszkańców dla działań podejmowanych przez instytucje odpowiedzialne za ochronę przyrody w regionie.</li> <li>• Słaba współpraca i koordynacja działań pomiędzy podmiotami tworzącymi ofertę turystyczną regionu.</li> <li>• Brak monitoringu ruchu turystycznego na całym obszarze.</li> <li>• Słaba identyfikacja mieszkańców z regionem i miejscem zamieszkania.</li> </ul>

SZANSE	ZAGROŻENIA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wzrost świadomości ekologicznej społeczeństwa, wdrażanie zasad rozwoju zrównoważonego.</li> <li>• Wzrost zainteresowania ekoturystyką i turystyką aktywną, w tym specjalistycznymi formami turystyki (np. obserwacjami przyrody)</li> <li>• Pogłębiający się deficyt terenów o niskim stopniu przekształcenia środowiska przyrodniczego.</li> <li>• Wzrost popularności terenowych form edukacji ekologicznej (np. w ramach „zielonych szkół”).</li> <li>• Moda na spa i wellness, promocja zdrowego trybu życia, naturalnych produktów żywnościowych.</li> <li>• Działania samorządów lokalnych zmierzające do poprawy estetyki miejscowości, rewitalizacji przestrzeni publicznych.</li> <li>• Wzrastające zainteresowanie rozwojem turystyki ze strony władz lokalnych i mieszkańców.</li> <li>• Wzrastająca znajomość języków obcych wśród mieszkańców.</li> <li>• Rosnące nakłady inwestycyjne na rozwój turystyki w regionie.</li> <li>• Dostępność środków Unii Europejskiej na realizację projektów sprzyjających rozwojowi turystyki.</li> <li>• Widoczny proces integracji podmiotów działających w regionie i coraz częstsze działania na rzecz tworzenia wspólnych produktów turystycznych.</li> <li>• Rozwój stowarzyszeń działających na rzecz rozwoju lokalnego.</li> <li>• Rozwój współpracy jednostek samorządu terytorialnego na rzecz rozwoju turystyki.</li> <li>• Przygraniczne położenie i rozwój współpracy transgranicznej.</li> <li>• Niski stan rozwoju infrastruktury i usług turystycznych tworzy pole do nowatorskich wdrożeń prośrodowiskowych.</li> <li>• Rozwój portu lotniczego Rzeszów-Jasionka.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konkurencja ze strony innych regionów o wysokich walorach przyrodniczych i dobrze zachowanych elementach dziedzictwa kultury ludowej.</li> <li>• Konkurencja ze strony regionów łatwiej dostępnych z głównych ośrodków emisji ruchu turystycznego.</li> <li>• Wzrastająca presja na zagospodarowanie terenów przyrodniczych.</li> <li>• Zagrożenie degradacją walorów przyrodniczych i krajobrazowych w skutek niekontrolowanego i niewłaściwego rozwoju infrastruktury turystycznej oraz zabudowy mieszkaniowej.</li> <li>• Kurczenie się przestrzeni turystycznej w wyniku rozwoju zabudowy i grodzenia posiadłości.</li> <li>• Wzrastająca popularność rajdów samochodami i motocyklami terenowymi.</li> <li>• Wzrost ruchu samochodowego i turystyki o charakterze masowym zagrożeniem dla atmosfery regionu.</li> <li>• Uciążliwość nasilającego się ruchu turystycznego dla mieszkańców i potencjalne konflikty mieszkańców (zwłaszcza tych, którzy nie czerpią korzyści z turystyki) z odwiedzającymi.</li> <li>• Ujemne saldo migracji – odpływ młodych wysoko wykwalifikowanych i operatywnych mieszkańców.</li> <li>• Duża konkurencja przy pozyskiwaniu środków na dofinansowanie działań w ramach projektów.</li> <li>• Ograniczenia wizowe barierą wzrostu liczby turystów z Europy Wschodniej.</li> </ul>

## 6. Założenia do *Strategii*

Przy tworzeniu *Strategii zrównoważonego rozwoju turystyki Magicznej Krajinę Łemków i Pogórze* przyjęto następujące założenia:

1. Turystyka w dalszym ciągu będzie ważnym czynnikiem rozwoju gospodarczego regionów. Zakłada się, że obecne trendy w rozwijaniu ruchu turystycznego i zwiększaniu znaczenia turystyki jako sektora gospodarczego będą utrzymane na obecnym poziomie.
2. Beskid Niski i odpowiadający mu pas Pogórze Karpackiego należą do obszarów o cennych walorach turystycznych, zarówno przyrodniczych, jak i kulturowych. Świadczy o tym m.in. znaczny odsetek powierzchni obszarów chronionych i cenne zabytki (w tym znajdujące się na liście UNESCO).
3. Region ten posiada znaczny potencjał do budowania nowoczesnych, konkurencyjnych i innowacyjnych produktów turystycznych, jednak w pewnej mierze jest on niewykorzystany.
4. Wszystkie działania muszą być prowadzone w taki sposób, aby utrzymać właściwą równowagę między koniecznością zachowania walorów środowiska przyrodniczego i dziedzictwa kulturowego, a chęcią zaspokojenia potrzeb turystów i lokalnej społeczności. Zakłada się więc rozwój turystyki w Magicznej Krajinie Łemków i Pogórze zgodnie z **zasadami zrównoważonego rozwoju**, pozwalającymi rozwijać funkcję turystyczną, a równocześnie **chronić przyrodę i krajobraz**.
5. Region ten posiada największe predyspozycje do rozwoju form turystyki związanych z poznaniem przyrody, ze zwiedzaniem miejscowości i obiektów zabytkowych, z różnorodnymi walorami kulturowymi regionu (przyjazdy związane z poznawaniem kultury Łemków i Pogórze, turystyka militarna, industrialna), z wypoczynkiem na wsi, z różnymi formami aktywności fizycznej oraz turystyki zdrowotnej.
6. Warunkiem osiągnięcia celów strategii jest **współpraca** lokalnych organów administracji samorządowej i podmiotów świadczących usługi na rzecz turystów oraz koordynacja realizowanych przez nie działań.
7. Zostaną podjęte działania zmierzające do optymalnego wykorzystania zasobów turystycznych i przygotowania w oparciu o nie produktów turystycznych, które pozwolą zwiększyć wielkość ruchu turystycznego w regionie i wydłużyć czas trwania sezonu turystycznego, co z kolei wpłynie pozytywnie na sytuację ekonomiczną mieszkańców.



8. Poprawa dostępności komunikacyjnej regionu, podnoszenie jakości świadczonych usług turystycznych (w tym kwalifikacji kadry) i inwestycje w infrastrukturę to niezbędne czynniki poprawy konkurencyjności na krajowym i międzynarodowym rynku turystycznym.
9. Prowadzenie monitoringu ruchu turystycznego stworzy warunki do podejmowania racjonalnych decyzji dla rozwoju turystyki w regionie, co sprzyjało będzie zapobieganiu degradacji walorów przyrodniczych (w tym siedlisk i krajobrazu) przez niepożądane formy turystyki, uznawane za szkodliwe ekologicznie (np. t. masowa, t. twarda).
10. Założenia uwzględniają m.in. wnioski wynikające z analizy uwarunkowań wewnętrznych i zewnętrznych oraz analizy SWOT, a cele i programy są spójne z kierunkami rozwoju wyznaczonymi przez Konwencję Karpacką.
11. Dla większości gmin z obszaru objętego strategią, turystyka będzie funkcją dodatkową, która powinna być rozwijana w harmonii z innymi funkcjami społeczno-ekonomicznymi. Nieliczne gminy regionu mogą postrzegać turystykę jako jedną z głównych funkcji.
12. Zakłada się prowadzenie **spójnej i efektywnej promocji regionu**, aby zwiększyć jego rozpoznawalność w Polsce i za granicą.
13. Zakłada się uruchomienie kolejnych programów pomocowych Unii Europejskiej umożliwiających współfinansowanie inwestycji sprzyjających rozwojowi zrównoważonej turystyki w regionie.
14. *Strategia* ma służyć przede wszystkim organom administracji samorządowej, przedstawicielom branży turystycznej i mieszkańcom regionu. Docelowo jej wpływ może być jednak szerszy i obejmować inne gminy Beskidu Niskiego i Pogórza Karpackiego.

### Powiązanie poszczególnych artykułów Protokołu o zrównoważonej turystyce z założeniami do *Strategii*

Punkt artykułu	Treść punktu	Nr założenia <i>Strategii</i>
<b>ARTYKUŁ 6:</b>		
<i>Udział władz regionalnych i lokalnych oraz innych zainteresowanych podmiotów</i>		
Nr 1	Każda ze Stron, w ramach swoich istniejących struktur instytucjonalnych, podejmie środki w celu zaangażowania właściwych instytucji, władz regionalnych i lokalnych oraz innych zainteresowanych podmiotów w przygotowanie i realizację polityki oraz wynikających z niej działań na rzecz rozwoju turystyki zrównoważonej w Karpatach.	6, 12, 14

## 6. Założenia do Strategii

Punkt artykułu	Treść punktu	Nr założenia Strategii
Nr 2	Każda ze Stron, w ramach swoich istniejących struktur instytucjonalnych, podejmie środki na rzecz ułatwienia koordynacji i współpracy między instytucjami, władzami i innymi zainteresowanymi podmiotami, wspomnianymi w ustępie 1, w celu promowania solidarnej odpowiedzialności oraz wzmocnienia synergii.	6, 12, 14
<b>ARTYKUŁ 8:</b> <i>Promowanie regionu karpackiego jako kierunku turystyki zrównoważonej</i>		
Nr 1	Każda ze Stron podejmuje działania w celu promowania regionu karpackiego jako kierunku turystyki zrównoważonej w oparciu o unikalne wspólne dziedzictwo przyrodnicze, kulturowe, obyczajowe i historyczne Karpat.	4, 9
Nr 2	Strony będą współpracować w dziedzinie marketingu i promocji regionu karpackiego jako kierunku turystyki zrównoważonej, w szczególności poprzez promowanie, wspólną realizację oraz wspieranie wspólnych projektów i inicjatyw na rzecz rozwoju turystyki zrównoważonej w Karpatach, wykorzystujących i promujących wyżej wspomniane wartości.	4
<b>ARTYKUŁ 9:</b> <i>Rozwój, promowanie i marketing karpackich regionalnych produktów, usług i pakietów turystyki zrównoważonej</i>		
Nr 1	Każda ze Stron podejmie na terytorium swojego kraju działania mające na celu opracowanie i promowanie karpackich regionalnych produktów, usług i pakietów turystyki zrównoważonej, w szczególności opartych o wspólne dziedzictwo przyrodnicze, kulturowe, obyczajowe i historyczne Karpat oraz wzmocni ich marketing zarówno na rynkach krajowych, jak i zagranicznych.	3, 7
Nr 2	Strony będą współpracować w sprawie rozpoznania konkretnych karpackich przewag konkurencyjnych nad innymi regionami górskimi Europy w obszarze rozwoju turystyki zrównoważonej, które to przewagi mogłyby stworzyć wyjątkową ofertę sprzedaży karpackich regionalnych produktów, usług i pakietów turystyki zrównoważonej na europejskich i światowych rynkach turystycznych.	3
Nr 3	Strony będą współpracować w zakresie rozwoju wspólnych karpackich regionalnych produktów, usług i pakietów turystyki zrównoważonej oraz ułatwiać współpracę zainteresowanych podmiotów, w tym biur turystycznych i innych podmiotów sektora turystycznego.	3

## 6. Założenia do Strategii

<b>Punkt artykułu</b>	<b>Treść punktu</b>	<b>Nr założeń Strategii</b>
Nr 4	Strony będą współpracować w zakresie tworzenia i wykorzystywania wspólnych karpaccich regionalnych marek turystycznych.	3
Nr 5	Strony będą współpracować w zakresie opracowania i wdrażania wspólnych strategii promocyjnych i programów marketingowych dla wspólnych karpaccich regionalnych produktów, usług i pakietów turystyki zrównoważonej.	3
<b>ARTYKUŁ 10:</b> <i>Zapewnienie wspólnych wysokich standardów jakościowych turystyki zrównoważonej w Karpatach</i>		
Nr 1	Każda ze Stron podejmie na terytorium swojego kraju działania mające na celu promowanie standardów jakościowych w obszarze turystyki zrównoważonej w Karpatach.	8
Nr 2	Strony będą współpracować w obszarze opracowania, promowania i wdrażania wspólnych karpaccich standardów jakościowych w turystyce w zakresie zakwaterowania, infrastruktury, usług i obsługi klienta, biorąc pod uwagę międzynarodowe i europejskie standardy.	8
<b>ARTYKUŁ 11:</b> <i>Zwiększanie udziału turystyki w zrównoważonym rozwoju gospodarki lokalnej na terenie Karpat</i>		
Nr 1	Każda ze Stron podejmie na terytorium swojego kraju działania mające na celu ocenę, promowanie i wspieranie synergii między rozwojem turystyki zrównoważonej a lokalnym rozwojem gospodarczym na terenie Karpat.	4, 7
Nr 2	Strony będą współpracować w obszarze opracowania, przyjęcia i realizacji wspólnej karpacciej polityki promowania, etykietowania i certyfikacji produktów lokalnych i sieci producentów lokalnych, w szczególności zajmujących się sztuką i rzemiosłem tradycyjnym, a także lokalnych produktów, w tym produktów rolnych powstałych z wykorzystaniem lokalnych ras zwierząt domowych oraz odmian roślin uprawnych.	4, 7

## 6. Założenia do Strategii

Punkt artykułu	Treść punktu	Nr założeń Strategii
Nr 3 a, Nr 3 a-f, Nr 3 a-d	<p>Każda ze Stron podejmie na terytorium swojego kraju działania mające na celu wspieranie i promowanie inicjatyw i projektów na rzecz zrównoważonego rozwoju turystyki w Karpatach, sprzyjających rozwojowi gospodarki lokalnej i bazujących na potencjale lokalnym poprzez szersze wykorzystanie lokalnych produktów i umiejętności, a także możliwości zatrudnienia lokalnej siły roboczej. Priorytetem powinny być inicjatywy i projekty, które:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>przyczyniają się do zapewnienia długotrwałego efektu działań ekonomicznych w obszarze turystyki;</li> <li>wzmacniają istniejącą wyjątkową ofertę danej miejscowości turystycznej;</li> <li>promują innowacyjność i różnorodność w turystyce oraz wnoszą wartość dodaną do aktualnej lokalnej oferty turystycznej danej miejscowości turystycznej, między innymi poprzez tworzenie nowych lokalnych i regionalnych produktów turystycznych;</li> <li>przyczyniają się do zróżnicowania ofert turystycznych w celu zmniejszenia negatywnych skutków sezonowości w turystyce poprzez zapewnienie wystarczającego popytu na usługi turystyczne i zatrudnienia również poza sezonem;</li> <li>przyczyniają się, w razie potrzeby, do zróżnicowania lokalnych działań ekonomicznych poza sektorem turystyki w celu zmniejszenia uzależnienia gospodarki lokalnej od turystyki;</li> <li>wzbogacają i uzupełniają aktualną lokalną ofertę turystyczną danej miejscowości turystycznej, a nie tworzą konkurencji dla już istniejących firm.</li> </ol>	1, 3, 4, 7
Nr 4	<p>Każda ze Stron podejmie działania w celu promowania i wspierania rozwoju turystyki zrównoważonej w mniej wrażliwych i mniej rozwiniętych obszarach określonych w ustępie 2, mając na celu wsparcie zrównoważonego rozwoju gospodarczego słabiej rozwiniętych społeczności lokalnych, złagodzenie negatywnych tendencji w zakresie migracji i wyludnienia obszarów wiejskich, przyczynienie się do zmniejszenia ubóstwa oraz umożliwienie bardziej równomiernego podziału korzyści i przychodów z sektora usług turystycznych pomiędzy wszystkimi gminami regionu karpackiego.</p>	1, 7
Nr 5	<p>Każda ze Stron podejmie na terytorium swojego kraju działania mające na celu rozwój umiejętności społeczności lokalnych w dziedzinie przygotowania propozycji projektów rozwoju turystyki zrównoważonej oraz umiejętności pozyskiwania funduszy na ich realizację.</p>	4, 13

## 6. Założenia do Strategii

Punkt artykułu	Treść punktu	Nr założenia Strategii
<b>ARTYKUŁ 12:</b> <i>Zarządzanie ruchem turystycznym w Karpatach z korzyścią dla środowiska i dla zrównoważonego lokalnego rozwoju gospodarczego</i>		
Nr 1	Strony, zgodnie z Artykułem 12 Konwencji Karpackiej, będą współpracować w dziedzinie opracowania, przyjęcia i realizacji wspólnej karpackiej polityki stałego i systematycznego monitorowania ruchu turystycznego w regionie karpackim.	9
Nr 2	Mając na celu łagodzenie wpływu turystyki na wrażliwe ekosystemy górskie Karpat oraz zapewnienie bardziej równomiernego rozkładu ruchu turystycznego w regionie karpackim, każda ze Stron podejmie na terytorium swojego kraju działania mające na celu rozproszenie, przekierowanie i ukierunkowanie części ruchu turystycznego poza najpopularniejsze obecnie miejscowości turystyczne i obszary wrażliwe, takie jak obszary chronione, na obszary mniej wrażliwe ekologicznie, mniej rozwinięte i mniej wykorzystywane przez turystykę, lecz mające wystarczający potencjał umożliwiający wchłonięcie i przyjęcie części ruchu turystycznego.	4, 9
<b>ARTYKUŁ 16:</b> <i>Planowanie i zrównoważony rozwój transportu i infrastruktury turystycznej na terenie Karpat</i>		
Nr 1	Każda ze Stron, zgodnie z Artykułem 8, ustęp 1 Konwencji Karpackiej oraz Artykułem 5, Artykułem 8, Artykułem 9 i Artykułem 12 Protokołu o bioróżnorodności, będzie prowadzić politykę planowania zrównoważonego transportu turystycznego na terenie Karpat, uwzględniającą specyfikę środowiska górskiego.	8
Nr 2	Strony, zgodnie z Artykułem 8, ustęp 2 Konwencji Karpackiej, będą współpracować na rzecz rozwoju zrównoważonych systemów transportowych w obszarach przygranicznych w Karpatach w celu zapewnienia mieszkańcom i turystom korzyści płynących z mobilności i możliwości dojazdu, a także w celu ułatwienia rozwoju turystyki zrównoważonej w obszarach przygranicznych oraz intensyfikacji współdziałania i współpracy między społecznościami lokalnymi zamieszkującymi obszary przygraniczne.	8

## 6. Założenia do Strategii

Punkt artykułu	Treść punktu	Nr założeń Strategii
Nr 3	Strony, zgodnie z Artykułem 8 ustęp 3 Konwencji Karpackiej, będą współpracować na rzecz opracowania modeli przyjaznego dla środowiska transportu turystycznego w ekologicznie wrażliwych obszarach Karpat.	8
Nr 4	Każda ze Stron podejmie na terytorium swojego kraju działania mające na celu promowanie i wspieranie projektów zrównoważonego rozwoju sieci transportowych, usprawniających dostęp środkami transportu publicznego do miejscowości i ośrodków turystycznych na terenie Karpat, a także zachęcanie turystów do korzystania z tych usług.	8
<b>ARTYKUŁ 21:</b> <i>Zarządzanie wpływem turystyki na biologiczną i krajobrazową różnorodność Karpat</i>		
Nr 1	Strony będą stosować zasady przezorności i zapobiegania poprzez ocenianie i uwzględnianie możliwych bezpośrednich i pośrednich, krótko- lub długoterminowych wpływów, w tym kumulacyjnych skutków projektów rozwoju infrastruktury turystycznej, rekreacyjnej i sportowej, jak również działań turystycznych, rekreacyjnych i sportowych, które mogą szkodliwie wpływać na biologiczną i krajobrazową różnorodność Karpat. W tym zakresie, Strony będą realizować procedury właściwej oceny potencjalnych szkodliwych oddziaływań projektów, planów i działań związanych z rozwojem turystyki w Karpatach, w tym oddziaływań transgranicznych.	4, 9
<b>ARTYKUŁ 28:</b> <i>Edukacja, informacja i świadomość społeczna</i>		
Nr 1	Strony będą popierać edukację, informację i podnoszenie świadomości społeczeństwa w odniesieniu do celów, środków i wdrażania niniejszego Protokołu.	8
Nr 2	Strony zapewnią dostęp społeczeństwa do informacji dotyczących wdrażania niniejszego Protokołu.	8





Część II.

# STRATEGICZNA



# 1. Wizja

W 2020 r. na obszarze Beskidu Niskiego i równoległego pasa Pogórza Karpackiego na co dzień dba się o zachowanie różnorodności biologicznej i krajobrazowej oraz stosuje zasady zrównoważonego rozwoju turystyki. Na rynku turystycznym tereny te to „Magiczna Kraina”, postrzegana jako miejsce przyjazne turyście, region wyróżniający się dużymi kompleksami terenów bogatych przyrodniczo, niekiedy wręcz dziewiczych oraz pięknym krajobrazem, w którym działalność człowieka harmonijnie wpisuje się w otaczającą przyrodę. Jest to oaza ciszy i spokoju, ale o dobrej dostępności komunikacyjnej oraz zagospodarowaniu turystycznym zaspokajającym różne potrzeby odwiedzających krajowych i zagranicznych. Jest to miejsce atrakcyjne i warte poznania zarówno pod względem przyrodniczym, jak również historycznym i kulturowym. Rozwijają się tu różne formy turystyki, w tym zwłaszcza turystyka przyrodnicza, aktywna, kulturowa, wiejska, zdrowotna i specjalnych zainteresowań. Jest to miejsce życia ludzi zróżnicowanych pod względem kultury, tradycji i religii, ale tworzących wspólnotę o bogatej historii oraz chcących dzielić się z turystami swoim dziedzictwem. Turystyka stanowi dla nich istotne źródło dochodów i przyczynia się do rozwoju gospodarczego.

# 2. Misja

MISJA zrównoważonego rozwoju turystyki na obszarze Beskidu Niskiego i Pogórzy opiera się na pięciu filarach:

1. **AUTENTYCZNOŚĆ** – wyrażana poprzez naszą żywą tradycję, budowanie własnej tożsamości i dzielenie się nią z innymi, co przekłada się na celową promocję, uwzględniającą odrębność kulturową oraz wyjątkową wartość przyrody.
2. **GOŚCINNOŚĆ** – nasi klienci to turyści krajowi i zagraniczni, miłośnicy przyrody i małych gór, którzy w Beskidzie Niskim i na Pogórzach czują się jak u siebie, gdyż spotykają się tutaj z otwartością, życzliwością i wysoką jakością usług.
3. **RÓŻNORODNOŚĆ** – która ma swoje odzwierciedlenie w naszym – kompleksowym, unikatowym, opartym na lokalnych zasobach związanych z przyrodą, kulturą, historią i tradycją – produkcie turystycznym.

4. **ZAPOBIEGLIWOŚĆ** – dbałość o środowisko przyrodnicze i kulturowe jest wpisana w nasze codzienne życie; nawet dążąc do wzrostu ruchu turystycznego, mamy cały czas na uwadze zachowanie swojego dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego dla przyszłych pokoleń.
5. **WSPÓLNOTA** – turystyka ściśle wplata się w naszą codzienność, stanowiąc istotną podstawę budowania wspólnoty lokalnej i wzajemnej współpracy mieszkańców, przedsiębiorców, różnego typu instytucji i władz samorządowych.

### 3. Priorytety rozwoju turystyki

Zrównoważony rozwój turystyki na obszarze Beskidu Niskiego i Pogórzy będzie się opierał na realizacji celów strategicznych zaliczonych do pięciu obszarów priorytetowych:

- I. **ZAGOSPODAROWANIE TURYSTYCZNE**
- II. **DZIEDZICTWO PRZYRODNICZE I KULTUROWE**
- III. **ORGANIZACJA RUCHU TURYSTYCZNEGO**
- IV. **KOMUNIKACJA Z RYNKIEM TURYSTYCZNYM**
- V. **PARTNERSTWA TURYSTYCZNE**

#### Obszar priorytetowy I ZAGOSPODAROWANIE TURYSTYCZNE

*Cel strategiczny I.1.:*

#### Przyjazna środowisku infrastruktura turystyczna i okołoturystyczna

<b>PROGRAM I.1.1.:</b>	<b>ZRÓWNOWAŻONY UKŁAD DROGOWY</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest rozwój układu drogowego doprowadzającego turystów zmotoryzowanych do regionu oraz modernizacja lokalnego układu dróg. W ramach programu planuje się rozbudowę i usprawnienie układu drogowego, w sposób nie wpływający negatywnie na obszary cenne przyrodniczo, ale pozwalający na poprawę dostępności (wewnętrznej i zewnętrznej) regionu dla turystów.	

<b>PROGRAM I.1.1.:</b>	<b>ZRÓWNOWAŻONY UKŁAD DROGOWY</b>
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni poruszający się własnymi samochodami,</li> <li>• rowerzyści,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• zarządcy dróg.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• wzmocnienie roli bram do regionu, tj. głównych węzłów komunikacyjnych, które będą pełnić funkcję rozrządową dla ruchu turystycznego: Gorlice, Jasło;</li> <li>• powiązanie dojazdu do regionu w oparciu o autostradę A4 (układ wschód-zachód) oraz drogi wojewódzkie o przebiegu południkowym;</li> <li>• poprawa dostępności komunikacyjnej wewnątrz regionu, w tym przede wszystkim jakości dróg i oznakowania, zwłaszcza na terenie Beskidu Niskiego;</li> <li>• zmiana w świadomości turystów, związana z postrzeganiem regionu jako łatwo dostępnego komunikacyjnie;</li> <li>• skrócenie czasu przejazdu z Rzeszowa i Krakowa;</li> <li>• budowa dróg rowerowych, zwłaszcza dróg będących alternatywą dla poruszania się szosami o wysokim natężeniu ruchu samochodowego.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• planowanie rozwoju układu drogowego tak, aby nie przyczyniał się do dalszej fragmentacji terenu, a zwłaszcza przerywania ciągłości obszarów występowania populacji cennych gatunków zwierząt;</li> <li>• wprowadzanie rozwiązań konstrukcyjnych minimalizujących negatywne oddziaływanie dróg na przyrodężywioną;</li> <li>• wprowadzanie rozwiązań technicznych sprzyjających rowerzystom;</li> <li>• monitoring obciążenia środowiska przyrodniczego przez transport drogowy.</li> </ul>	

<b>PROGRAM I.1.2:</b>	<b>ZNACZĄCE ATRAKCJE TURYSTYCZNE</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest budowa nowych, atrakcyjnych dla turysty elementów infrastruktury turystycznej, pozwalającej w sposób przyjemny spędzać wolny czas, a do tego rozwinać na większą skalę ruch turystyczny w regionie. W programie poprzez rozrywkę rozumie się takie jej formy, które zapewniają dobrą zabawę, ale opartą na lokalnej kulturze lub zasobach środowiska przyrodniczego (multimedialne, interakcyjne duże muzeum lub park rozrywkowo-kulturowy, np. wioska łemkowska, park archeologiczny, termy).</p>	

<b>PROGRAM I.1.2:</b>	<b>ZNACZĄCE ATRAKCJE TURYSTYCZNE</b>
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• jedno do dwóch miejsc zlokalizowanych z dala od obszarów cennych przyrodniczo, na terenach intensywnie przekształconych przez człowieka, o dobrej dostępności komunikacyjnej.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• potencjalni inwestorzy.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• jedna do dwóch dużych atrakcji, ściągających znaczący ruch turystyczny, będących stimulatorem rozwoju gospodarczego na skalę regionalną i generatorem znaczącej liczby miejsc pracy w sektorze usług;</li> <li>• budowa nowych lub rozbudowa istniejących obiektów, z uwzględnieniem realizacji zróżnicowanych funkcji turystycznych i zaspokajania różnorodnych potrzeb turystów, z akcentem położonym na funkcję rozrywkową i zagospodarowanie czasu wolnego przyjeżdżających gości;</li> <li>• stworzenie tematycznych parków rozrywki, muzeów itp. czy obiektu typu termalnego</li> <li>• zwrócenie uwagi na interaktywność, multimedia;</li> <li>• wykorzystanie regionalnego dziedzictwa kulturowo-przyrodniczego (m.in. Łemkowie), w tym obiekty znajdujące się na liście Dziedzictwa Kulturowego i Przyrodniczego UNESCO;</li> <li>• ulokowanie na terenach silnie przekształconych przez człowieka, najlepiej w pobliżu głównych dróg – skupienie większego ruchu turystycznego z dala od obszarów cennych przyrodniczo;</li> <li>• zasięg oddziaływania obiektów pozwalający zaistnieć regionowi na mapie turystycznej Polski.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• obiekt/-y mają być zlokalizowane z dala od obszarów cennych przyrodniczo, zaprojektowane i wkomponowane w karpacki krajobraz, z zachowaniem wszelkich norm i przepisów z zakresu ochrony środowiska;</li> <li>• obiekty powinny pełnić funkcję „dzbanków miodu” – przyciągających, a jednocześnie zatrzymujących ruch turystyczny o masowym charakterze;</li> <li>• jak najszersze wykorzystywanie energii z odnawialnych źródeł oraz wprowadzanie nowoczesnych rozwiązań w zakresie gospodarki wodno-ściekowej.</li> </ul>	

<b>PROGRAM I.1.3.:</b>	<b>ATRAKCYJNA INFRASTRUKTURA TURYSTYCZNA</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest rozbudowa niezbędnej, z punktu widzenia obsługi turysty, infrastruktury, zwłaszcza noclegowej i gastronomicznej. W ramach programu należy zwrócić uwagę na planowanie obiektów, których lokalizacja nie będzie negatywnie wpływać na cenne środowisko przyrodnicze, a ich formy architektoniczne, kolorystyka i wykorzystywane materiały budowlane będą wpisywać się w lokalny krajobraz i nawiązywać do tradycji budowlanych w regionie.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• potencjalni inwestorzy, przedsiębiorcy.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• istniejące na obszarze Beskidu Niskiego i Pogórzy niedobory w zakresie infrastruktury turystycznej nie pozwalają na rozwój ruchu turystycznego przyjazdowego do regionu;</li> <li>• rozwój bazy turystycznej jest warunkiem koniecznym dla wzrostu ekonomicznej roli turystyki w regionie – podaż generuje popyt, a wzrost popytu prowadzi do zwiększenia korzyści finansowych czerpanych z turystyki;</li> <li>• w jak najszerszym stopniu adaptowanie istniejących zabudowań na cele turystyczne, rewitalizacja nieużytkowanych obiektów poprzez rozwój funkcji turystycznej;</li> <li>• budowa nowych, wkomponowanych w karpacki krajobraz, obiektów noclegowych i gastronomicznych, uwzględniających tradycje kulturowe regionu;</li> <li>• rozbudowa sieci lokalnej informacji turystycznej, powiązanie funkcji turystycznej z innymi (np. sklep ze zdrową żywnością);</li> <li>• inwestycje w zakresie infrastruktury sportowo-rekreacyjnej, w szczególności budowa wielofunkcyjnych, kompleksowych obiektów;</li> <li>• rozbudowa infrastruktury uzdrowskiej i okołouzdrawiskowej oraz oferty spa i wellness;</li> <li>• stworzenie sieci wypożyczalni i punktów serwisowych sprzętu sportowego i turystycznego, zwłaszcza rowerów oraz sprzętu narciarskiego;</li> <li>• opracowanie i wdrożenie mechanizmów i zasad nadzoru nad infrastrukturą przy współpracy z gospodarzem gruntu, służbami gminnymi i gospodarzami infrastruktury.</li> </ul>	



<b>PROGRAM I.1.3.:</b>	<b>ATRAKCYJNA INFRASTRUKTURA TURYSTYCZNA</b>
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozwijając bazę noclegową, gastronomiczną i obiekty handlowe związane z turystyką, należy w pierwszej kolejności adaptować istniejące już zabudowania;</li> <li>• inwestować należy przede wszystkim na terenach przekształconych już przez człowieka, ograniczając presję budowlaną na obszary niezagospodarowane o wysokich wartościach przyrodniczych;</li> <li>• unikać należy rozpraszania zabudowy;</li> <li>• w lokalizacji nowych obiektów należy uwzględnić ich odpowiednią odległość od obszarów cennych przyrodniczo i zachowanie wartości lokalnego krajobrazu;</li> <li>• ograniczać należy fragmentację środowiska przyrodniczego, zachowując w szczególności ciągłość ważnych korytarzy ekologicznych;</li> <li>• budując i modernizując obiekty turystyczne w jak najszerszym stopniu należy dążyć do wprowadzania technologii proekologicznych (odnawialne źródła energii, nowoczesne rozwiązania gospodarki wodno-ściekowej, itp.).</li> </ul>	
<b>PROGRAM I.1.4.:</b>	<b>SKANSENY W NOWOCZESNYM WYDANIU</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest rozwój istniejących oraz stworzenie nowych muzeów na wolnym powietrzu, mających za zadanie ożywienie i uatrakcyjnienie przekazu o wartościach kulturowych i przyrodniczych Beskidu Niskiego i Pogórzy. W ramach programu przewiduje się m.in. utworzenie obiektów pokazujących – w sposób nowoczesny, żywy i aktywizujący turystów, a przy tym interesujący (szczególnie dla najmłodszych) – kulturę łemkowską i pogórzańską.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• instytucje kultury.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• tworzenie i promocja „żywych” skansenów, np. w postaci obiektów zabytkowych zaadaptowanych na funkcje gastronomiczne (karczmy);</li> <li>• utworzenie multimedialnych, interakcyjnych skansenów kultury Łemków i Pogórzan</li> <li>• założenie ekomuzeów (dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze);</li> <li>• promocja lokalnych twórców i artystów, a także osób trudniących się ginącymi zawodami (np. diegieciarstwem, łyżkarstwem, kołodziejstwem, kowalstwem, rymarstwem, bednarstwem, kamieniarstwem, snycerstwem, koszykarstwem, garncarstwem, plecionkarstwem, młynarstwem);</li> <li>• zwrócenie uwagi na kulinaria (tradycyjne potrawy regionalne i zdrową żywność);</li> <li>• stworzenie przyjaznych warunków dla osób prywatnych, w tym rolników, aby przy swoich gospodarstwach tworzyli małe skanseny – zagrody edukacyjne;</li> </ul>	

<b>PROGRAM I.1.4.:</b>	<b>SKANSENY W NOWOCZESNYM WYDANIU</b>
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• program działania ekomuzeów oparty w dużej mierze na propagowaniu postaw proekologicznych;</li> <li>• wplatanie w wątki kulturowe powiązań z lokalnym środowiskiem przyrodniczym;</li> <li>• zaprojektowanie i wykorzystywanie energii z odnawialnych źródeł i nowoczesnych rozwiązań w zakresie gospodarki wodno-ściekowej (m.in. metod sanitacji ekologicznej).</li> </ul>	

*Cel strategiczny I.2.:***Zagospodarowana i zrewitalizowana przestrzeń turystyczna**

<b>PROGRAM I.2.1.:</b>	<b>PRZYWRACANIE DO ŻYCIA I ADAPTACJA NA FUNKCJE TURYSTYCZNE OBIEKTÓW I MIEJSC</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest rewitalizacja, modernizacja i odnowa obiektów oraz miejsc zapomnianych, zniszczonych, czy zdewastowanych, zwłaszcza przedstawiających wartość zabytkową. W programie zakłada się wprowadzenie do nich funkcji: turystycznych, kulturalnych, sportowych czy innych, które pozwolą na ich przywrócenie do życia i podniesienie atrakcyjności również dla osób przyjezdnych.	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• władze lokalne,</li> <li>• organizacje pozarządowe, przedsiębiorcy.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• inwestycje zmierzające do przystosowania terenów i obiektów zdegradowanych do nowych funkcji związanych z turystyką;</li> <li>• rewitalizacja lub restauracja historycznej zabudowy miejskiej i wiejskiej;</li> <li>• szczególna uwaga winna być poświęcona rekultywacji obszarów rolniczych i rewitalizacji terenów zielonych (tj. parków, ogrodów);</li> <li>• odnowa i modernizacja obiektów zabytkowych, w tym m.in. dworów, pałaców, fortyfikacji, chat, zagrod, ratuszów i budynków b. towarzystwa gimnastycznego Sokół;</li> <li>• uwzględnienie w programie iluminacji obiektów.</li> </ul>	

<b>PROGRAM I.2.1.:</b>	<b>PRZYWRACANIE DO ŻYCIA I ADAPTACJA NA FUNKCJE TURYSTYCZNE OBIEKTÓW I MIEJSC</b>
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• stosowanie prośrodowiskowych technologii związanych z odnawianymi obiektami;</li> <li>• zwrócenie szczególnej uwagi na rekultywację obszarów rolniczych: zwiększenie arealu trwałych użytków zielonych i istotnych przyrodniczo nieużytków, oraz rewitalizację terenów zielonych (parki, ogrody).</li> </ul>	
<b>PROGRAM I.2.2.:</b>	<b>POPRAWA DOSTĘPNOŚCI I PRZYSTOSOWANIE MIEJSC POSTOJOWYCH</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest poprawa dostępności obiektów i miejsc z obszaru Beskidu Niższego i Pogórzy dla turysty zmotoryzowanego. W ramach programu przewiduje się również podniesienie standardów miejsc związanych z bezpośrednią obsługą turysty.	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>, ze szczególnym uwzględnieniem jego części beskidzkiej.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni, w tym podróżujący własnymi samochodami, korzystający z komunikacji zbiorowej i grupy autokarowe;</li> <li>• społeczności lokalne;</li> <li>• władze lokalne;</li> <li>• zarządcy dróg i innych elementów infrastruktury, (np. dworców).</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• budowa i zagospodarowanie parkingów, miejsc postojowych w sąsiedztwie atrakcji turystycznych, obiektów infrastruktury turystycznej, itp.</li> <li>• modernizacja dworców, przystanków;</li> <li>• budowa przystanków turystycznych dla autokarów, postoje dla kamperów, itd.;</li> <li>• uwzględnienie elementów małej architektury, w tym ławek, stołów, wiat, koszy na śmieci, zaplecza sanitarnego, tablic informacyjnych;</li> <li>• koncentrowanie funkcji komercyjnych przy parkingach zlokalizowanych w miejscach wejścia na szlaki turystyczne (np. sprzedaż pamiątek, obiekty „małej gastronomii”).</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• planowa polityka lokalizacji miejsc postojowych poza obszarami cennymi przyrodniczo i w jak najmniejszym stopniu ingerującym w środowisko przyrodnicze;</li> <li>• lokalizowanie przy parkingach elementów służących edukacji ekologicznej;</li> <li>• wyposażenie parkingów w toalety.</li> </ul>	

<b>PROGRAM I.2.3.:</b>	<b>ZAGOSPODAROWANIE TERENÓW ZIELONYCH</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest zagospodarowanie terenów zielonych, wraz z elementami małej architektury, na potrzeby rekreacji. Pozwoli to na skupienie ruchu turystycznego w zaplanowanych miejscach oraz wzdłuż ciągów komunikacyjnych. W programie przewidyje się lokalizację różnego rodzaju urządzeń do aktywnego wypoczynku, obiektów umożliwiających obserwację przyrody i podziwianie krajobrazu.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>, ze szczególnym uwzględnieniem jego części beskidzkiej.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zwrócenie uwagi na uzdrowiska i ich otoczenie oraz tereny ochrony wód mineralnych;</li> <li>• przygotowanie zagospodarowanych miejsc rekreacyjnych w punktach koncentracji turystów (w tym zorganizowanych punktów wejściowych na szlaki), wyposażonych m.in. w ławki, stoły, wiaty, wiaty do palenia ognisk, kosze na śmieci, toalety, stojaki na rowery, koniowiązy;</li> <li>• zagospodarowanie zbiorników wodnych i ich otoczenia;</li> <li>• w ramach urządzeń do aktywnego wypoczynku można zaprojektować: przyrządy do ćwiczeń w plenerze, ścieżki zdrowia, itp.;</li> <li>• budowa punktów i platform widokowych, lokalizacja tablic z panoramami, itd.;</li> <li>• dbanie o czystość i estetykę.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• odpowiednia lokalizacja miejsc rekreacyjnych, elementów małej infrastruktury i ciągów pieszych, sprzyjająca kanalizowaniu ruchu turystycznego i jego koncentrowaniu z dala od miejsc o najcenniejszych wartościach przyrodniczych, w tym szczególnie wrażliwych na antropopresję;</li> <li>• ustawianie koszy na śmieci jedynie na terenach zabudowanych oraz w urządzonych miejscach odpoczynkowych i rekreacyjnych (w drugim przypadku – wyłącznie kosze zabezpieczonych przed zwierzętami);</li> <li>• wprowadzanie ekotoalet;</li> <li>• ochrona wartości krajobrazowych, m.in. poprzez wydawanie zezwoleń na budowę obiektów będących w harmonii z krajobrazem regionu, ograniczenie reklam na tablicach przydrożnych, itp.</li> </ul>	

*Cel strategiczny I.3.:*  
**Spójny system oznakowania turystycznego**

<b>PROGRAM I.3.1.:</b>	<b>KOMPLEKSOWA SIĘĆ TRAS TURYSTYCZNYCH</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest zbudowanie połączonej, kompleksowej i ujednoczonej sieci szlaków turystycznych oraz odpowiednie ich oznakowanie. Program zakłada tworzenie pętli, łączenie istniejących tras turystycznych, ich spajanie i budowanie przejrzystego dla turysty systemu.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• mieszkańcy,</li> <li>• władze lokalne,</li> <li>• organizacje i instytucje zarządzające szlakami turystycznymi.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• skoordynowane zarządzanie szlakami turystycznymi i ścieżkami spacerowymi;</li> <li>• jednolity system znakowania, zgodny z najlepszymi standardami (np. Instrukcją Znakowania Szlaków Turystycznych PTTK);</li> <li>• połączenie w jeden spójny system, szlaków dla różnych form turystyki aktywnej (pieszych, rowerowych, konnych, narciarskich), ścieżek edukacyjnych, spacerowych oraz szlaków tematycznych;</li> <li>• zwrócenie uwagi na kompleksową i czytelną dla turysty informację dotyczącą całego systemu szlaków;</li> <li>• wyposażenie szlaków w elementy małej architektury (wiaty, ławki, kosze na śmieci, toalety itd.), uwzględnienie konieczności utrzymania i odnawiania tablic;</li> <li>• zwrócenie szczególnej uwagi na miejsca wejścia na szlaki oraz punkty węzłowe, urządzenie zorganizowanych miejsc wejściowych na szlaki o największym natężeniu ruchu turystycznego;</li> <li>• udostępnienie wybranych dróg leśnych dla turystyki konnej;</li> <li>• zintegrowanie lokalnej sieci szlaków turystycznych z regionalnymi i ponadregionalnymi oraz transgranicznymi systemami;</li> </ul>	

<b>PROGRAM I.3.1.:</b>	<b>KOMPLEKSOWA SIEĆ TRAS TURYSTYCZNYCH</b>
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• wytyczone ciągi liniowe pozwalają kanalizować, koncentrować ruch turystyczny z dala od obszarów cennych przyrodniczo;</li> <li>• planowa polityka pokazania turystom interesujących walorów środowiska przyrodniczego, z uwzględnieniem ochrony różnorodności biologicznej;</li> <li>• prowadzenie edukacji ekologicznej na szlakach (np. z wykorzystaniem tablic informacyjnych, folderów, map, wykwalifikowanej kadry);</li> <li>• w ramach działań edukacyjnych konieczne jest wyjaśnianie turystom skutków działalności człowieka w środowisku przyrodniczym oraz uzasadnianie wprowadzanych na danym terenie zakazów i ograniczeń;</li> <li>• lokalizowanie miejsc odpoczynkowych i rekreacyjnych przy szlakach z dala od najcenniejszych przyrodniczo terenów;</li> <li>• ustawianie koszy na śmieci zabezpieczonych przed zwierzętami i wyłącznie w urzędzonych miejscach rekreacyjnych.</li> </ul>	
<b>PROGRAM I.3.2.:</b>	<b>JEDNOLITY SYSTEM OZNAKOWANIA</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest rozbudowa i ujednoczenie istniejącego systemu oznakowania drogowego i kierunkowego oraz poszczególnych atrakcji turystycznych, walorów przyrodniczych, krajobrazowych i kulturowych. W programie zostanie zwrócona uwaga na wkomponowanie tablic informacyjnych w otaczający krajobraz oraz konieczność wyjścia naprzeciw współczesnemu turyście, poprzez umożliwienie pobierania informacji na urządzenia mobilne.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• władze lokalne,</li> <li>• instytucje zarządzające szlakami turystycznymi, drogami publicznymi i atrakcjami turystycznymi.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zwrócenie uwagi na konieczność ciągłego utrzymania znaków w dobrym stanie technicznym;</li> <li>• wykorzystanie wysokiej jakości materiałów, wkomponowanie elementów oznakowania w otaczającą przyrodę;</li> <li>• przyjęcie jednolitych wzorów tablic, nawiązujących graficznie do specyfiki regionu; stosowanie istniejących w tym zakresie dobrych praktyk;</li> <li>• umieszczanie na tablicach kodów np. QR, pozwalających pobrać aplikacje na urządzenia mobilne.</li> </ul>	

<b>PROGRAM I.3.2.:</b>	<b>JEDNOLITY SYSTEM OZNAKOWANIA</b>
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• uwzględnienie specyfiki lokalnej przyrody i różnorodności biologicznej całych Karpat w wizualizacji informacji na tablicach;</li> <li>• ustawianie tablic o charakterze edukacyjnym, w tym ukazujących zagrożenia dla przyrody powodowane przez człowieka, wyjaśnianie wprowadzanych na danym terenie zakazów i ograniczeń;</li> <li>• skupianie ruchu turystycznego w miejscach nienaruszających cennych ostoji przyrody.</li> </ul>	

## **Obszar priorytetowy II DZIEDZICTWO PRZYRODNICZE I KULTUROWE**

*Cel strategiczny II.1.:*

### **Zachowane walory przyrodnicze i kulturowe**

<b>PROGRAM II.1.1.:</b>	<b>EKOINICJATYWY NA RZECZ OCHRONY LOKALNYCH WALORÓW PRZYRODNICZYCH</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest podnoszenie świadomości i kształtowanie postaw proekologicznych wśród społeczności lokalnych i turystów przybywających na obszar Beskidu Niskiego i Pogórzy. W programie szczególny nacisk zostanie położony na edukację ekologiczną.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>, ze szczególnym uwzględnieniem Beskidu Niskiego i terenów cennych przyrodniczo.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• władze lokalne,</li> <li>• instytucje zarządzające obszarami przyrodniczymi,</li> <li>• organizacje pozarządowe.</li> </ul>	



<b>PROGRAM II.1.1.:</b>	<b>EKOINICJATYWY NA RZECZ OCHRONY LOKALNYCH WALORÓW PRZYRODNICZYCH</b>
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• edukacja regionalna i lokalna, w tym z zakresu ochrony środowiska przyrodniczego i zrównoważonego rozwoju turystyki;</li> <li>• różnego typu inicjatywy m.in. wydarzenia, happeningi na rzecz ochrony środowiska przyrodniczego;</li> <li>• rozwój wolontariatu wspierającego inicjatywy ekologiczne;</li> <li>• realizacja założeń Konwencji Karpackiej i współpraca w ramach całych Karpat.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• podejmowanie działań na rzecz ochrony środowiska przyrodniczego</li> <li>• włączenie się do programu „Czysta Turystyka” lub innych podobnych związanych z codziennym przestrzeganiem zasad związanych z ochroną środowiska</li> <li>• prowadzenie stałych działań ukazujących zagrożenia dla przyrody powodowane przez człowieka oraz skutki negatywnych przemian w środowisku przyrodniczym dla człowieka i jego gospodarki.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.1.2.:</b>	<b>ZACHOWANIE AUTENTYCZNYCH WARTOŚCI KULTUROWYCH</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest zachowanie dziedzictwa kulturowego dla przyszłych pokoleń oraz popularyzacja wartości kulturowych wśród turystów. W programie zostanie zwrócona uwaga na zróżnicowanie i wielokulturowość regionu oraz jego autentyczne, żywe wartości kulturowe, jak również na łączenie tradycji z nowoczesnymi formami życia kulturalnego.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• władze lokalne,</li> <li>• instytucje kultury.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.1.2.:</b>	<b>ZACHOWANIE AUTENTYCZNYCH WARTOŚCI KULTUROWYCH</b>
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• inwentaryzacja i waloryzacja lokalnej kultury;</li> <li>• zachowanie i popularyzacja tradycji regionalnych – obrzędy, pieśni, tańce, nazewnictwo, lokalne grupy kołędnicze, izby twórcze, lokalne inicjatywy artystyczne, itd.;</li> <li>• zwrócenie uwagi na ginące, tradycyjne zawody (m.in. kołodziejstwo, snycerstwo, wikliniarstwo, bednarstwo, garncarstwo, kowalstwo, maziarstwo, koronkarstwo, hafciarstwo, plecionkarstwo), rękodzieło, pamiątkarstwo, itd.;</li> <li>• pokazanie turyście autentycznej dawnej wsi galicyjskiej</li> <li>• wykorzystywanie form interaktywnych i plenerowych: warsztaty, imprezy edukacyjne na świeżym powietrzu, „sztuka w plenerze”, itp.;</li> <li>• tworzenie miejsc do prezentacji dorobku lokalnej kultury;</li> <li>• koordynacja kalendarza stałych wydarzeń kulturalnych i podejmowanie działań zmierzających do niwelowania sezonowości.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• propagowanie tradycyjnych form gospodarowania, które sprzyjają utrzymaniu różnorodności biologicznej i zachowaniu walorów krajobrazowych obszaru;</li> <li>• budowanie przekazu opartego na żywej kulturze, w której przyroda lokalna jest ściśle powiązana i wpleciona w codzienne życie mieszkańców Beskidu Niskiego i Pogórzy.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.1.3.:</b>	<b>UKIERUNKOWANIE NA ROZWÓJ SŁOW TURYSTYKI (TZW. „NIEŚPIESZNEJ” TURYSTYKI)</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest budowanie i pakietowanie produktu turystycznego regionu oraz jego promocja w oparciu o wartości, jakie niesie słow turystyka (tzw. „nieśpieszna” turystyka), czyli umożliwienie turyście autentycznego poznania lokalnej kultury i przyrody oraz smakowania lokalnych produktów i delectowania się nimi. W programie podkreśla się walory czystego środowiska i zdrowych, lokalnych produktów żywnościowych o najwyższej jakości.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• władze lokalne,</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.1.3.:</b>	<b>UKIERUNKOWANIE NA ROZWÓJ SLOW TURYSTYKI (TZW. „NIEŚPIESZNEJ” TURYSTYKI)</b>
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• promocja zdrowej, lokalnej żywności, produkcja żywności i jej bezpośrednia sprzedaż</li> <li>• serwowanie potraw typowych dla regionu \w lokalach gastronomicznych na terenie Beskidu Niskiego i Pogórzy oraz korzystanie z miejscowych produktów żywnościowych;</li> <li>• specjalizacja regionalna: zielarstwo, pszczelarstwo, winiarstwo i in.;</li> <li>• współpraca na poziomie lokalnym producentów i sprzedawców oferty turystycznej;</li> <li>• popularyzowanie i sprzedaż wyrobów regionalnych, pamiątek, przetworów, potraw, itd.;</li> <li>• promocja tradycyjnych produktów kulinarnych (np. proziaki/prołzioki, sery, wędliny)</li> <li>• zwrócenie uwagi na lokalnych twórców, inicjatywy artystyczne, itd.;</li> <li>• podpatrywanie dzikiej zwierzyny, wędrowki górskie, skorzystanie z wód mineralnych, itd.;</li> <li>• organizacja warsztatów tematycznych;</li> <li>• możliwość relaksu na świeżym powietrzu;</li> <li>• włączenie się w ogólnopolską sieć Slow Food Polska lub podobne programy.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• program zakłada świadomą konsumpcję produktu turystycznego i eksponowanie znaczących wartości m.in. środowiska przyrodniczego, stąd daje możliwość różnych form przekazu informacji o różnorodności biologicznej Karpat i konieczności jej ochrony.</li> </ul>	

### Cele strategiczne II.2.:

## Konkurencyjna oferta turystyczna

<b>PROGRAM II.2.1.:</b>	<b>PAKIETOWANIE I ROZBUDOWA ISTNIEJĄCEJ OFERTY TURYSTYCZNEJ</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest rozwój i scalenie istniejących produktów turystycznych, łączenie ich w większe, kompleksowe, złożone, wielofunkcyjne pakiety turystyczne. Elementy wyjściowe oferty, budujące niniejszy program, zostały opisane w części diagnostycznej niniejszej <i>Strategii</i>.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	

### 3. Priorytety rozwoju turystyki

<b>PROGRAM II.2.1.:</b>	<b>PAKIETOWANIE I ROZBUDOWA ISTNIEJĄCEJ OFERTY TURYSTYCZNEJ</b>
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• przedsiębiorcy,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• szczególnie zwrócenie uwagi na ofertę opartą na turystyce przyrodniczej, kulturowej, wiejskiej, aktywnej, zdrowotnej i specjalnych zainteresowań;</li> <li>• rozszerzenie oferty dla nowych segmentów rynku m.in. z zakresu turystyki religijnej (duchowej), sentymentalnej, przygodowej, motywacyjnej, miejskiej oraz specjalnych zainteresowań (np. industrialnej, militarnej, tanatoturystyki, wędkarskiej);</li> <li>• stosowanie nowych, innowacyjnych rozwiązań technicznych w przekazie informacji;</li> <li>• budowa sieci lokalnych powiązań, koordynacja inicjatyw na poziomie lokalnym;</li> <li>• wspólne produkty transgraniczne i ogólnokarpackie.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• w budowie oferty, również tej nie opartej bezpośrednio na dziedzictwie przyrodniczym regionu, będzie zwracana uwaga na bogate walory środowiska przyrodniczego i konieczność ich ochrony.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.2.2.:</b>	<b>ROZWÓJ OFERTY EKOTURYSTYCZNEJ I TURYSTYKI PRZYRODNICZEJ</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest przygotowanie i promocja specjalistycznych ofert turystycznych, dla turystów chcących poznać bogactwo przyrodnicze regionu. Będą to oferty dla turystów podróżujących indywidualnie lub w małych grupach, nastawionych na kontakt z przyrodą i mieszkańcami oraz ich kulturą (zgodnie z założeniami ekoturystyki) oraz oferty turystyki przyrodniczej dla szkół.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>, ze szczególnym uwzględnieniem Beskidu Niskiego.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• przedsiębiorcy,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami przyrodniczymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.2.2.:</b>	<b>ROZWÓJ OFERTY EKOTURYSTYCZNEJ I TURYSTYKI PRZYRODNICZEJ</b>
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• specjalne pakiety z zakresu ekoturystyki: geoturystyka, podglądanie fauny (np. birdwatching) i flory, fotografowanie przyrody, itd.;</li> <li>• przygotowanie oferty dla szkół wraz z programami lekcji w terenie;</li> <li>• promowanie wyspecjalizowanych gospodarstw eko-agroturystycznych;</li> <li>• oferta związana z obszarami chronionymi i innymi obszarami przyrodniczo cennymi;</li> <li>• współpraca ze środowiskami naukowymi, organizacjami przyrodniczymi, rozwój wolontariatu.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały program ukierunkowany jest na kształcenie proekologicznych postaw wśród turystów i pośrednio mieszkańców.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.2.3.:</b>	<b>ROZBUDOWA OFERTY INTERAKTYWNYCH GIER I ZAGADEK TERENOWYCH</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest wprowadzenie do oferty turystycznej w regionie różnych interaktywnych form odkrywania dziedzictwa miejsca, wykorzystujących nowoczesne środki komunikacji. W programie zostanie uwzględniona m.in. tematyka ochrony środowiska przyrodniczego Karpat.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• lokalni przedsiębiorcy.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• przygotowanie i organizacja interaktywnych wycieczek, gier i zagadek terenowych (np. <i>quest</i>), również w językach obcych;</li> <li>• opracowanie gier planszowych i towarzyskich związanych tematycznie z obszarem objętym <i>Strategią</i>, które będą mogły być wykorzystane jako narzędzie promocji regionu, ale również jako alternatywa spędzenia wolnego czasu (np. w przypadku niesprzyjającej pogody);</li> <li>• uwzględnienie w tematyce gier problematyki ochrony środowiska przyrodniczego i różnorodności biologicznej Karpat;</li> <li>• nastawienie na przekaz interaktywny i multimedialny;</li> <li>• przygotowanie scenariuszy zwiedzania fabularyzowanego (np. osoby przebrane na łemkowskich nowożeńców wprowadzają turystów w tradycje weselne, dawny „sołtys” lub „burmistrz” opowiada o życiu miejscowości w minionych czasach, prowadzi do tradycyjnych warsztatów, gdzie turyści mogą sami wykonać określone przedmioty).</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.2.3.:</b>	<b>ROZBUDOWA OFERTY INTERAKTYWNYCH GIER I ZAGADEK TERENOWYCH</b>
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• program uwzględnia taki sposób prezentacji oferty turystycznej, aby była ona atrakcyjna dla współczesnego turysty, przy czym zakłada się położenie szczególnego nacisku na propagowanie ochrony środowiska przyrodniczego i różnorodności biologicznej, w skali regionalnej i lokalnej;</li> <li>• edukacja ekologiczna poprzez zabawę;</li> <li>• koncentrowanie ruchu turystycznego w miejscowościach poprzez gry i zabawy dotyczące dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego.</li> </ul>	

*Cele strategiczne II.3.:***Wiodące, markowe produkty turystyczne regionu**

<b>PROGRAM II.3.1.:</b>	<b>MAGIA DREWNA</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest spakietowanie oferty turystycznej opartej na motywie drewna, czyli połączenie w ramach jednej idei, różnych, dostępnych w regionie walorów oraz kulturowych i przyrodniczych produktów turystycznych. Program zakłada budowę złożonego, konkurencyjnego, ponadregionalnego pakietu, który w przyszłości będzie stanowić podbudowę markowego produktu turystycznego regionu.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>, ze szczególnym uwzględnieniem Beskidu Niskiego.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• przedsiębiorcy,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pakietowanie oferty w oparciu o motyw drewna, zarówno jako elementu przyrody, jak i dzieła człowieka;</li> <li>• elementy budujące wizerunek i markę: cenne zabytki, unikatowość, architektura, drewno, malarstwo, kultura, dziedzictwo, itd.;</li> <li>• komponenty produktów turystycznych: Szlak Architektury Drewnianej, różnego typu obiekty drewniane oraz związane z nimi wydarzenia i działania (np. koncerty w cerkwiach, rzeźby, pamiątki z drewna, warsztaty twórcze).</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.3.1.:</b>	<b>MAGIA DREWNA</b>
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• program odwołuje się do walorów środowiska przyrodniczego, w budowie i przekazie informacji trzeba zwracać uwagę na ochronę lokalnej przyrody i jej zróżnicowanie.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.3.2.:</b>	<b>TROPEM PRZYRODY</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest spakietowanie oferty turystycznej opartej na motywie karpackiej przyrody, czyli połączenie w ramach jednej idei, różnych, występujących w regionie walorów przyrodniczych i krajobrazowych oraz powstałych w oparciu o nie produktów. Program zakłada budowę złożonego, konkurencyjnego, ponadregionalnego pakietu, który w przyszłości będzie stanowić podbudowę markowego produktu turystycznego regionu.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>, ze szczególnym uwzględnieniem obszaru Beskidu Niskiego.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• przedsiębiorcy,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pakietowanie oferty w oparciu o motyw różnorodnej karpackiej przyrody;</li> <li>• elementy budujące wizerunek i markę: krajobraz, góry, cisza, przestrzeń, zwierzęta, rośliny, woda, itd.;</li> <li>• komponenty produktów turystycznych: wycieczki tematyczne, muzea przyrodnicze, skały, rzeki, Magurski Park Narodowy, parki krajobrazowe, rezerваты przyrody, ścieżki przyrodnicze, itp.;</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• preferowanie oferty sprzyjającej ochronie walorów przyrodniczych.</li> </ul>	



<b>PROGRAM II.3.3.:</b>	<b>Z WIATREM W GRZYWIE</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest spakietowanie oferty turystycznej opartej na motywie ruchu i aktywności fizycznej człowieka, czyli połączenie w ramach jednej idei, różnych, występujących w regionie walorów kulturowych i przyrodniczych oraz powstałych na ich bazie produktów turystycznych. Program zakłada budowę złożonego, konkurencyjnego, ponadregionalnego pakietu, który w przyszłości będzie stanowić podbudowę markowego produktu turystycznego regionu.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• głównie turyści krajowi,</li> <li>• przedsiębiorcy,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pakietowanie oferty w oparciu o motyw ruchu i aktywności fizycznej w czystym środowisku;</li> <li>• elementy budujące wizerunek i markę: ruch, koń, narty, szlaki turystyczne, przestrzeń, wolność, góry, itd.;</li> <li>• komponenty produktów turystycznych: szlaki piesze, konne, rowerowe, narciarskie, tematyczne, aktywne formy wypoczynku, stadniny koni, loty na paralotniach, spływy kajakowe, rajdy, zloty, ogrody sensoryczne, urządzenia do ćwiczeń na wolnym powietrzu, centra aktywności ruchowej dla seniorów, itp.;</li> <li>• sieć wypożyczalni sprzętu sportowego i turystycznego.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• program odwołuje się do podejmowania aktywności ruchowej w czystym środowisku, w ofercie powinny być uwzględnione różne formy przekazu informacji o zachowaniach prośrodowiskowych;</li> <li>• prowadzenie szlaków turystycznych poza obszarami o najwyższych wartościach przyrodniczych, szczególnie wrażliwymi na ingerencję człowieka;</li> <li>• w obszarach o wysokich wartościach przyrodniczych promowanie głównie indywidualnych form turystyki aktywnej.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.3.4.:</b>	<b>POSMAKUJ BESKID NISKI</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest spakietowanie oferty turystycznej opartej na motywie zdrowego jedzenia w czystym środowisku, czyli połączenie w ramach jednej idei, różnych, dostępnych w regionie produktów związanych z żywnością, jej produkcją, kulturą i tradycyjną kuchnią. Ważne będzie, aby produkty te zostały wpisane na Listę Produktów Tradycyjnych. Program zakłada budowę złożonego, konkurencyjnego, ponadregionalnego pakietu, który w przyszłości będzie stanowił podbudowę markowego produktu turystycznego regionu.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>, ze szczególnym uwzględnieniem Beskidu Niskiego.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowych i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• przedsiębiorcy,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pakietowanie oferty w oparciu o motyw zdrowej, lokalnej żywności, którą można spożyć w czystym środowisku;</li> <li>• kulinarny motyw przewodni: miód, ser, chleb, zioła, smalec, pierniki i na bazie tego produkty żywnościowe, dania, wypieki, zestawy ziół, itp.;</li> <li>• elementy budujące wizerunek i markę: kuchnia, tradycje, wody mineralne, czyste środowisko, zdrowie, uroda, pszczoły, zioła, gościnność gospodarzy, itd.;</li> <li>• komponenty produktów turystycznych: sklepy ze zdrową, lokalną żywnością, oferta potraw lokalnych i regionalnych, nauka robienia przetworów w gospodarstwach agroturystycznych, wycieczki kulinarne, tradycyjne karczmy, biesiady, oferta lokalnych artystów, pamiątki, itd.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• program poprzez przygotowanie oferty w oparciu o zdrową żywność, którą można spożyć w czystym środowisku, promuje proekologiczne postawy;</li> <li>• edukacja ekologiczna;</li> <li>• promowanie tradycyjnych form gospodarowania (np. gospodarstwa ekologiczne) i produkcji żywności sprzyjających zachowaniu walorów przyrodniczych.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.3.5.:</b>	<b>AgroPOGÓRZE</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest spakietowanie oferty turystycznej opartej na motywie tradycyjnej polskiej wsi pogórzańskiej, czyli połączenie w ramach jednej idei, różnych, dostępnych w regionie walorów kulturowych i przyrodniczych oraz produktów turystycznych. Program zakłada budowę złożonego, konkurencyjnego, ponadregionalnego pakietu, który w przyszłości będzie stanowić podbudowę markowego produktu turystycznego regionu.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pogórzańskie wsie.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• głównie turyści krajowi,</li> <li>• przedsiębiorcy,</li> <li>• gospodarstwa rolne,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pakietowanie oferty w oparciu o motyw wiejskich, pagórkowatych krajobrazów;</li> <li>• elementy budujące wizerunek i markę: wieś, czyste środowisko, szachownica pól uprawnych, snopki siana, zwierzęta gospodarskie, kwiaty, dobre jedzenie, zapachy, smaki, źródłana woda, gościnność gospodarzy, itp.;</li> <li>• komponenty produktów turystycznych: pobyty w gospodarstwach, w tym ekoagroturystycznych i enoturystycznych, nauka gotowania (w tym przygotowania tradycyjnych dań), robienia przetworów, ogrody edukacyjno-zielarskie, uczestnictwo w pracach polowych, drewniane chałupy, tradycyjne urządzenia rolnicze, jazda konna, karmienie i opieka nad zwierzętami, dożynki, wiejskie imprezy, degustacje potraw i napojów (w tym wina), itp.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• poprzez wprowadzenie do gospodarstw zasad prośrodowiskowych, gospodarze mogą wpływać na zachowania turystów;</li> <li>• wykorzystywanie odnawialnych źródeł energii, kompostowanie, czy odpowiednia gospodarka wodno-ściekowa;</li> <li>• promowanie tradycyjnych form gospodarowania i produkcji żywności sprzyjających zachowaniu walorów przyrodniczych;</li> <li>• minimalizowanie wykorzystywania w gospodarstwach rolnych nawozów sztucznych i środków ochrony roślin.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.3.6.:</b>	<b>ŁEMKOWSKIE WATRY</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest spakietowanie oferty turystycznej opartej na motywie kultury łemkowskiej, czyli połączenie w ramach jednej idei, różnych, dostępnych w regionie walorów kulturowych oraz stworzonych w oparciu o nie produktów turystycznych. Program zakłada budowę złożonego, konkurencyjnego, ponadregionalnego pakietu, który w przyszłości będzie stanowić podbudowę markowego produktu turystycznego regionu.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beskid Niski.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• organizacje zrzeszające Łemków,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pakietowanie oferty w oparciu o motyw kultury łemkowskiej;</li> <li>• elementy budujące wizerunek i markę: chór, pieśni, prawosławie, grekokatolicyzm, chyża, zagroda, gont, Polonia, historia, powroty, cerkiew, cmentarz, krzyż, ikona, itp.;</li> <li>• produkty: skansen, cmentarze, przydrożne krzyże, figury, wycieczki tematyczne, wydarzenia kulturalne (np. Łemkowska Watra, Kermesz w Olchowcu), gospody z lokalnym jedzeniem, itd.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• poprzez promocję kultury łemkowskiej, jednocześnie pokazuje się integrację człowieka ze środowiskiem przyrodniczym.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.3.7.:</b>	<b>CZARNE ZŁOTO</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest spakietowanie oferty turystycznej opartej na motywie nafty, czyli połączenie w ramach jednej idei, różnych, dostępnych w regionie walorów oraz produktów kulturowych i przemysłowych. Program zakłada budowę złożonego, konkurencyjnego, ponadregionalnego pakietu, który w przyszłości będzie stanowić podbudowę markowego produktu turystycznego regionu.</p>	

<b>PROGRAM II.3.7.:</b>	<b>CZARNE ZŁOTO</b>
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>obszar występowania ropy naftowej, miejsca związane z jej wydobyciem i przetwórstwem.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>przedsiębiorcy,</li> <li>instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>pakietowanie oferty w oparciu o motyw ropy naftowej i jej przetwórstwa;</li> <li>elementy budujące wizerunek i markę: I. Łukasiewicz, lampa naftowa, kopanka, kiwon, maziarz, historia, rafineria, biznes, „Karpackie Eldorado”, „Karpacki Kuwejt”, itp.;</li> <li>komponenty produktów turystycznych: Małopolski Szlak Naftowy, wycieczki tematyczne, skanseny, muzea, urządzenia wiertnicze, itp.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>ochrona różnorodności biologicznej polegać może na odpowiednim lokowaniu infrastruktury towarzyszącej i parkingów oraz koncentrowaniu ruchu turystycznego na terenach przemysłowych i poprzemysłowych, o stosunkowo niskich wartościach środowiska przyrodniczego.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.3.8.:</b>	<b>MIASTEczKA PACHNĄCE CYNAMONEM</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest spakietowanie oferty turystycznej opartej na motywie małych miast galicyjskich, czyli połączenie w ramach jednej idei, różnych, dostępnych w regionie walorów i produktów kulturowych. Program zakłada budowę złożonego, konkurencyjnego, ponadregionalnego pakietu, który w przyszłości będzie stanowić podbudowę markowego produktu turystycznego regionu.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>małe miasta (gł. teren Pogórza Karpackiego), w tym: Biecz, Bobowa, Zakliczyn, Gorlice, Ciężkowice, itd.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>przedsiębiorcy,</li> <li>instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>władze lokalne.</li> </ul>	

<b>PROGRAM II.3.8.:</b>	<b>MIASTECZKA PACHNĄCE CYNAMONEM</b>
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• pakietowanie oferty w oparciu o motyw małych miast galicyjskich, w tym specyfiki związanej z funkcjami miejskimi (handlowe, miejskiego kata, itp.) oraz wielokulturowością;</li> <li>• elementy budujące wizerunek i markę: rynek, ratusz, domy podcieniowe, gospoda, kat, zapachy, targowiska, kramy, gwar, bijący zegar, itp.;</li> <li>• produkty: wycieczki tematyczne, zabytki, muzea, pokazy grup rekonstrukcyjnych, wydarzenia kulturalne, interaktywne, multimedialne szlaki, gry terenowe, zagadki, sklepy, kramy z pamiątkami, itp.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ochrona terenów przyrodniczych przed nadmierną presją turystyczną poprzez koncentrowanie ruchu turystycznego w ośrodkach miejskich;</li> <li>• edukacja przyrodnicza w muzeach np. w Ciężkowicach;</li> <li>• wykorzystywanie energii z odnawialnych źródeł, wprowadzanie nowoczesnych rozwiązań w zakresie gospodarki wodno-ściekowej oraz technologii grzewczych.</li> </ul>	

### Obszar priorytetowy III ORGANIZACJA RUCHU TURYSTYCZNEGO

#### *Cele strategiczne III.1.:* Sprawna obsługa turysty

<b>PROGRAM III.1.1.:</b>	<b>POGÓRZAŃSKO-BESKIDZKA GOŚCINNOŚĆ</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest podjęcie różnorodnych działań, które będą kształtować wysoką jakość obsługi ruchu turystycznego. W programie zostanie zwrócona uwaga na niematerialne elementy związane z gościnnością i spełnieniem oczekiwań turystów.	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• przedsiębiorcy,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	

<b>PROGRAM III.1.1.:</b>	<b>POGÓRZAŃSKO-BESKIDZKA GOŚCINNOŚĆ</b>
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• organizacja pobytu oparta na tradycyjnej gościnności, uważnym słuchaniu turystów i spełnianiu ich oczekiwań oraz zaspokajaniu potrzeb, ale z uwzględnieniem zachowania lokalnego dziedzictwa;</li> <li>• zwrócenie uwagi na obsługę gości o specjalnych potrzebach: osoby niepełnosprawne, rodziny z małymi dziećmi, seniorzy;</li> <li>• udostępnianie obiektów noclegowych w ramach dużych systemów rezerwacyjnych międzynarodowych i ogólnopolskich;</li> <li>• tworzenie lokalnych biur podróży specjalizujących się w problematyce Karpat.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• wysoka jakość obsługi turysty i gościnność ma być oparta na zasadach poszanowania lokalnej kultury i przyrody.</li> </ul>	
<b>PROGRAM III.1.2.:</b>	<b>REGIONALNA SIĘĆ INFORMACJI TURYSTYCZNEJ</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest udostępnienie i objęcie siecią informacji turystycznej i kulturalnej całego regionu. W programie zostanie przede wszystkim zwrócona uwaga na skoordynowanie istniejącej sieci i połączenie rozproszonej informacji z całego regionu w jednym miejscu, który jednocześnie będzie pełnił funkcję koordynującą dla wszystkich punktów w regionie.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• instytucje zarządzające punktami i centrami informacji turystycznej,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• skoordynowanie kalendarza wydarzeń turystycznych, kulturalnych, sportowych i rekreacyjnych dla całego regionu;</li> <li>• wykorzystywanie nowoczesnych technik przekazu informacji;</li> <li>• włączenie funkcjonujących punktów IT do MSIT;</li> <li>• bieżąca aktualizacja informacji;</li> <li>• bezpłatne mapy atrakcji turystycznych dostępne w punktach Informacji Turystycznej;</li> <li>• podłączenie się do ponadregionalnych systemów informacyjnych;</li> <li>• mieszkańcy – informatorzy turystyczni.</li> </ul>	

<b>PROGRAM III.1.2.:</b>	<b>REGIONALNA SIĘĆ INFORMACJI TURYSTYCZNEJ</b>
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• w przekazie informacji zakłada się wyeksponowanie walorów przyrodniczych regionu, jak również zwracanie uwagi na jego różnorodność biologiczną oraz zagrożenia powodowane przez turystę;</li> <li>• propagowanie form turystyki przyjaznej środowisku przyrodniczemu.</li> </ul>	

<b>PROGRAM III.1.3.:</b>	<b>INTERNETOWY PORTAL INFORMACYJNY O BESKIDZIE NISKIM I POGÓRZACH</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest budowa wspólnego, regionalnego portalu z ofertą turystyczną, zawierającego różnorodne informacje niezbędne turystom podczas organizacji przyjazdu do regionu. Realizacja programu związana jest z koniecznością wykorzystywania nowoczesnych technologii informacyjnych (ICT – Information and Communication Technology).	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• opracowanie portalu z możliwością samodzielnego składania przez turystę poszczególnych elementów oferty (np. zakup biletów wstępu do muzeum, rezerwacja noclegów, zamówienie roweru);</li> <li>• powiązanie portalu z systemami mobilnymi, interaktywnymi mapami, itp.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• wyeksponowanie oferty i informacji związanych z walorami przyrodniczymi regionu oraz jego różnorodnością biologiczną, a także zwrócenie uwagi na zagrożenia dla przyrody powodowane przez turystę;</li> <li>• eksponowanie produktów i form turystyki przyjaznych środowisku przyrodniczemu.</li> </ul>	



*Cele strategiczne III.2.:*  
**Zrównoważony system dostępności miejsc i obiektów**

<b>PROGRAM III.2.1.:</b>	<b>WEWNĘTRZNA SIĘĆ TRANSPORTU ZBIOROWEGO</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest rozwój i promocja transportu zbiorowego, którego negatywny wpływ na środowisko przyrodnicze jest niższy niż indywidualnych dojazdów samochodami. W programie zostanie zwrócona uwaga na wprowadzanie zorganizowanego dojazdu do atrakcji turystycznych oraz promowanie pojazdów o obniżonym wpływie na środowisko przyrodnicze.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• przedsiębiorcy transportowi,</li> <li>• władze lokalne, regionalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozwój transportu zbiorowego, jako przeciwwaga drogowego transportu indywidualnego;</li> <li>• zwrócenie uwagi na dojazd do regionu, w tym rozkłady jazdy autobusów i mikrobusów kursowych;</li> <li>• wyodrębnienie transportowych punktów węzłowych;</li> <li>• promowanie nieszkodliwych dla środowiska pojazdów.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• propagowanie ekologicznego transportu, zwłaszcza na terenach cennych przyrodniczo, wprowadzanie pojazdów o niskim wpływie na środowisko;</li> <li>• podejmowanie działań na rzecz zmniejszenia ruchu samochodowego poprzez wprowadzanie form transportu zbiorowego (zwłaszcza dowozu turystów do kluczowych atrakcji regionu).</li> </ul>	

<b>PROGRAM III.2.2.:</b>	<b>ZRÓWNOWAŻONE UDOSTĘPNIANIE OBIEKTÓW I MIEJSC</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest planowe udostępnianie dla turystyki cennych obiektów i miejsc, tak aby nie naruszać ich wartości dla przyszłych pokoleń oraz ograniczać uciążliwość ruchu turystycznego dla mieszkańców. Szczególnie w programie zwrócona zostanie uwaga na wykorzystanie potencjału tkwiącego w miejscowych społecznościach jako stróżach lokalnego dziedzictwa.	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• przemyślane udostępnianie obiektów zabytkowych, rezerwatów przyrody i szczególnych obiektów dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego;</li> <li>• szeroka informacja turystyczna o dostępności obiektów/miejsc i ograniczeniach związanych z ich zwiedzaniem;</li> <li>• mieszkańcy – lokalni stróże.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• program zakłada takie udostępnianie obiektów i miejsc cennych przyrodniczo, aby nie naruszać ich wartości i zachować je dla przyszłych pokoleń.</li> </ul>	

<b>PROGRAM III.2.3.:</b>	<b>DOSTĘP DO SIECI WI-FI I LOKOWANIE ATRAKcji TURYSTYCZNYCH</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest poprawa dostępności sieci internetowej na obszarze Beskidu Niskiego i Pogórzy. Realizacja programu wymaga ciągłego podążania za nowinkami technicznymi i umiejętności szybkiego dostosowywania się do zmieniających preferencji turystów w zakresie wyboru środków przekazu informacji.	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	

<b>PROGRAM III.2.3.:</b>	<b>DOSTĘP DO SIECI Wi-Fi I LOKOWANIE ATRAKCJI TURYSTYCZNYCH</b>
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozszerzenie listy punktów z bezpłatnym i płatnym dostępem do sieci internetowej</li> <li>• lokowanie atrakcji turystycznych na mapach interaktywnych, internetowych, aplikacjach mobilnych, itp.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• informacja o walorach przyrodniczych regionu oraz ich promocja, przy jednoczesnym podkreślaniu ograniczeń w udostępnianiu turystycznym, uwarunkowanych priorytetami ochrony przyrody oraz zagrożeń dla przyrody powodowanych przez człowieka.</li> </ul>	

*Cele strategiczne III.3.:*

**Ujednolicone standardy jakości**

<b>PROGRAM III.3.1.:</b>	<b>REGIONALNY TURYSTYCZNY SYSTEM CERTYFIKACJI</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest opracowanie systemu znaków jakości lokalnych produktów, usług, wydarzeń, potraw, lokali gastronomicznych, obiektów noclegowych, obsługi itp. W programie uwzględnione zostaną również główne wytyczne związane z obsługą turysty w regionie.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• instytucje certyfikujące i zarządzające turystycznymi znakami jakości,</li> <li>• przedsiębiorcy,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	

<b>PROGRAM III.3.1.:</b>	<b>REGIONALNY TURYSTYCZNY SYSTEM CERTYFIKACJI</b>
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• przygotowanie opracowania dotyczącego lokalnego systemu znaków jakości;</li> <li>• włączenie się w system certyfikacji i oznakowania Marki Karpackiej;</li> <li>• włączenie się w różnego typu systemy wojewódzkie i ogólnopolskie;</li> <li>• organizacja konkursów (np. kulinarnych, na najlepszy obiekt noclegowy, najciekawsze wydarzenie turystyczne);</li> <li>• opracowanie wspólnych standardów jakości obsługi turysty.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• zarówno w znakach jakości, jak również w opracowanych wytycznych dot. lokalnych standardów obsługi turysty zostaną wyeksponowane aspekty związane z ochroną środowiska przyrodniczego i kształtowaniem postaw proekologicznych.</li> </ul>	

<b>PROGRAM III.3.2.:</b>	<b>SIEĆ PUNKTÓW SPRZEDAŻY LOKALNYCH WYROBÓW</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest budowa sieci punktów sprzedaży oferty lokalnej (wycieczki, żywność, pamiątki, sztuka itd.). Istotnym elementem programu winna być bezpośrednia możliwość poznania twórców oraz nauka wytwarzania określonych produktów (np. ozdób z drewna, koronek).</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• lokalni twórcy i przedsiębiorcy,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• uruchomienie sklepów z lokalnymi produktami: zdrową żywnością, wyrobami rzemieślniczymi, artystycznymi, pamiątkami, itp.;</li> <li>• tworzenie sieci, powiązanie sklepów z miejscami wytwarzania produktów, spotkania z twórcami, pokazy;</li> <li>• możliwość podpatrzenia twórców przy pracy i ich poznania;</li> <li>• organizacja warsztatów i szkoleń związanych z powstawaniem lokalnych wyrobów (miód, mleko, ser, wino, wędliny, wyroby z drewna, biżuteria, koronki, itp.);</li> <li>• organizacja wydarzeń związanych z lokalnymi produktami, w tym m.in. targów, jarmarków.</li> <li>• promocja lokalnych produktów w obiektach noclegowych i gastronomicznych, (np. poprzez włączanie miejscowych produktów żywnościowych do menu, ozdabianie wnętrza wykonanymi w regionie elementami rękodzieła).</li> </ul>	

<b>PROGRAM III.3.2.:</b>	<b>SIEĆ PUNKTÓW SPRZEDAŻY LOKALNYCH WYROBÓW</b>
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• promocja i sprzedaż wyrobów wyeksponuje lokalne dobra, w tym wartości przyrodnicze.</li> </ul>	

## Obszar priorytetowy IV KOMUNIKACJA Z RYNKIEM TURYSTYCZNYM

*Cele strategiczne IV.1.:*

### Badania i analizy zjawisk turystycznych

<b>PROGRAM IV.1.1.:</b>	<b>BADANIA PRZYJAZDOWEGO RUCHU TURYSTYCZNEGO</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest systematyczne prowadzenie badań ruchu turystycznego przyjazdowego do regionu i wybranych atrakcji turystycznych, znajdujących się na obszarze Beskidu Niskiego i Pogórzy. Program zakłada opracowanie metodyki badań, która według jednakowego wzorca będzie regularnie powtarzana.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• równomierny rozkład na całym obszarze objętym <i>Strategią</i> (wszystkie gminy),</li> <li>• główne atrakcje turystyczne regionu.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• przedsiębiorcy,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• opracowanie metodyki i systemu pozyskiwania, przetwarzania i udostępniania danych dot. ruchu turystycznego;</li> <li>• prowadzenie cyklicznych, stałych pomiarów ruchu turystycznego przyjazdowego do regionu;</li> <li>• zwrócenie uwagi na aspekty ilościowe i jakościowe, w tym na zachowania turystyczne i opinie;</li> <li>• monitorowanie ruchu turystycznego w miejscach cennych przyrodniczo;</li> <li>• budowanie współpracy na poziomie lokalnym i regionalnym;</li> <li>• współpraca ze środowiskami naukowymi, korzystanie z sił wolontariatu.</li> </ul>	

<b>PROGRAM IV.1.1.:</b>	<b>BADANIA PRZYJAZDOWEGO RUCHU TURYSTYCZNEGO</b>
<b><i>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</i></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• w badaniach i analizie wyników będzie uwzględniony monitoring wielkości i struktury ruchu turystycznego w obrębie atrakcji przyrodniczych regionu;</li> <li>• badania będą prowadzone we współpracy ze środowiskami naukowymi oraz podmiotami odpowiedzialnymi za ochronę przyrody w regionie.</li> </ul>	
<b>PROGRAM IV.1.2.:</b>	<b>BADANIA WPŁYWU TURYSTYKI NA ŚRODOWISKO PRZYRODNICZE</b>
<b><i>CHARAKTERYSTYKA:</i></b>	
Celem programu jest prowadzenie stałego monitoringu wpływu, jaki turystyka wywiera na środowisko przyrodnicze Beskidu Niskiego i Pogórzy. Program zakłada opracowanie metodyki badań, która według jednakowego wzorca będzie regularnie powtarzana.	
<b><i>LOKALIZACJA:</i></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• szczególnie obszary cenne przyrodniczo z terenu Beskidu Niskiego i Pogórzy.</li> </ul>	
<b><i>ADRESACI:</i></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• instytucje zarządzające obszarami przyrodniczymi,</li> <li>• władze lokalne,</li> </ul>	
<b><i>ZAŁOŻENIA:</i></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• opracowanie metodyki, narzędzi badawczych i przeprowadzanie cyklicznych badań i analiz wpływu zjawisk turystycznych na środowisko przyrodnicze, w tym na różnorodność biologiczną i krajobraz;</li> <li>• analiza pozytywnych i negatywnych skutków społecznych, gospodarczych i kulturowych</li> <li>• uwzględnienie czasowego i przestrzennego rozkładu ruchu turystycznego w otoczeniu obszarów cennych przyrodniczo;</li> <li>• opracowywanie cyklicznych raportów oraz rozpowszechnianie wyników badań wśród mieszkańców i turystów;</li> <li>• współpraca ze środowiskami naukowymi, korzystanie z sił wolontariatu.</li> </ul>	
<b><i>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</i></b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• program, poprzez poznanie zjawisk turystycznych w kontekście wartości przyrodniczych, umożliwi wypracowanie właściwej polityki turystycznej na obszarach cennych przyrodniczo;</li> <li>• zapoznanie mieszkańców i turystów z wynikami badań wpłynie na wzrost zrozumienia negatywnego wpływu turystyki na przyrodę oraz akceptację ograniczeń obowiązujących na obszarach chronionych.</li> </ul>	

*Cele strategiczne IV.2.:*  
**Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi promocji**

PROGRAM IV.2.1.:	CELOWA I EFEKTYWNA PROMOCJA
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest prowadzenie planowej polityki promocyjnej, skierowanej do konkretnych, zdefiniowanych segmentów rynku. W programie zostanie zwrócona uwaga na wykorzystywanie nowoczesnych technik przekazu informacji.	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• instytucje odpowiedzialne za promocję turystyczną regionu i kraju,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• nasilone działania promocyjne, zwłaszcza na etapie wchodzenia na szerszy rynek turystyczny;</li> <li>• zwrócenie uwagi na unikatowość regionu i nowe produkty na rynku turystycznym;</li> <li>• wybór narzędzi i technik promocji oraz ich skierowanie do zdefiniowanych, wybranych grupy docelowych (w tym także obcokrajowców);</li> <li>• wykorzystanie nowoczesnych technik i narzędzi przekazu informacji oraz promocji</li> <li>• skupienie uwagi na wiodących i markowych produktach turystycznych regionu.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• w przekazie promocyjnym zwracanie uwagi na prośrodowiskową ofertę turystyczną regionu.</li> </ul>	

PROGRAM IV.2.2.:	ANALIZY PODEJMOWANYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest zwrócenie uwagi na konieczność ciągłej kontroli podejmowanych działań promocyjnych. Program zakłada wskazanie stosunkowo prostych, dostępnych metod analiz oddziaływania promocyjnego na docelowe segmenty rynku.	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	

<b>PROGRAM IV.2.2.:</b>	<b>ANALIZY PODEJMOWANYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH</b>
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• przedsiębiorcy,</li> <li>• instytucje odpowiadające za promocję turystyczną,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• opracowanie metodyki, wybór narzędzi i prowadzenie analiz;</li> <li>• systematyczne pomiary prowadzonych działań promocyjnych;</li> <li>• wykorzystanie gotowych narzędzi analitycznych np. Google Analytics;</li> <li>• współpraca ze środowiskiem naukowym i/lub z wyspecjalizowanymi firmami.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• w analizie działań promocyjnych należy zwrócić szczególną uwagę na pojawiające się w przekazie promocyjnym wątki odnoszące się do środowiska przyrodniczego regionu.</li> </ul>	

<b>PROGRAM IV.2.3.:</b>	<b>WIZYTY STUDYJNE W REGIONIE</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest organizacja wizyt studyjnych dla dziennikarzy, touroperatorów i m.in. przedstawicieli instytucji związanych z ochroną przyrody. W programie zostanie zwrócona uwaga na atrakcyjność turystyczną regionu, innowacyjne produkty turystyczne i organizację wizyt dla grup specjalistycznych.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>, ze szczególnym uwzględnieniem miejsc o wysokich wartościach przyrodniczych.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• przedsiębiorcy turystyczni,</li> <li>• pracownicy związani z mediami,</li> <li>• instytucje zarządzające atrakcjami turystycznymi,</li> <li>• instytucje zarządzające terenami o wysokiej wartości przyrodniczej,</li> <li>• władze lokalne,</li> <li>• przewodnicy turystyczni.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• szczególne ukierunkowanie na wiodące, markowe produkty turystyczne regionu;</li> <li>• organizacja specjalistycznych wycieczek dla naukowców, w szczególności biologów, architektów krajobrazu i in.</li> </ul>	



<b>PROGRAM IV.2.3.:</b>	<b>WIZYTY STUDYJNE W REGIONIE</b>
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>w programie zakłada się organizację specjalistycznych wizyt studyjnych, ukierunkowanych na prezentację walorów przyrodniczych i moderowany przekaz informacji na temat ochrony karpackiej przyrody.</li> </ul>	

*Cele strategiczne IV.3.:*

**Proekologiczny wizerunek turystyczny**

<b>PROGRAM IV.3.1.:</b>	<b>BUDOWANIE POŻĄDANEGO WIZERUNKU REGIONU</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest kreowanie wizerunku regionu opartego na pożądanym narracjach. Program zakłada wyeksponowanie różnorodnej, interesującej lokalnej przyrody i czystego środowiska.	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>instytucje odpowiedzialne za promocję turystyczną,</li> <li>władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>opracowanie wytycznych (planu działań, ewentualnie strategii narracyjnych) do budowy pożądanego wizerunku regionu;</li> <li>uwzględnienie elementów związanych z unikatową karpacką przyrodą;</li> <li>wykorzystanie historii związanych z osobami i miejscami, legend;</li> <li>rozwój opowieści wykraczających poza sferę wizualną – odsłaniających ukryte, nie zawsze oczywiste dla odbiorcy wartości;</li> <li>skojarzenia oparte na: przyrodzie, górach, krajobrazie, Łemkach, czystym środowisku, wodach mineralnych, ciszy i spokoju, zabytkach, drewnie, walorach kulturowych, regionalnej kuchni, koniach huculskich, itd.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>różnorodność przyrodnicza będzie stanowić istotny element w budowie pożądanego wizerunku regionu.</li> </ul>	

<b>PROGRAM IV.3.2.:</b>	<b>WSPÓLBUDOWANIE TURYSTYCZNEJ MARKI KARPAT</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest aktywne włączenie się w ogólnokarpackie inicjatywy związane z budową turystycznej marki dla całych Karpat. Program wpisuje się w działania określone w Konwencji Karpackiej.	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar, ze szczególnym uwzględnieniem Beskidu Niskiego.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• turyści krajowi i zagraniczni,</li> <li>• instytucja wdrażająca Konwencję Karpacką,</li> <li>• władze lokalne,</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• budowa znaku rozpoznawczego Karpat na skalę krajową i międzynarodową;</li> <li>• włączenie się w działania związane z realizacją Konwencji Karpackiej, w tym w budowę na rynku turystycznym marki Karpat.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• program wpisuje się w kompleksową politykę promocji turystycznej Karpat, opartą na zasadach zrównoważonego rozwoju karpackiej turystyki.</li> </ul>	

## Obszar priorytetowy V PARTNERSTWA TURYSTYCZNE

### *Cele strategiczne V.1.:* Prośrodowiskowe inicjatywy lokalne

<b>PROGRAM V.1.1.:</b>	<b>POGÓRZAŃSKO-BESKIDZKIE FORUM TURYSTYCZNE</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest organizacja cyklicznych, regularnych spotkań na poziomie regionalnym pod wspólnym szyldem Pogórzańsko-Beskidzkiego Forum Turystycznego (PBFT). Idea Forum opiera się na wspólnym podejmowaniu decyzji, wymianie informacji, jak również kontroli i ocenie realizacji programów niniejszej <i>Strategii</i> .	

<b>PROGRAM V.1.1.:</b>	<b>POGÓRZAŃSKO-BESKIDZKIE FORUM TURYSTYCZNE</b>
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>przedsiębiorcy,</li> <li>instytucje turystyczne, bezpośrednio związane z obsługą ruchu turystycznego,</li> <li>instytucje okołoturystyczne, związane pośrednio z obsługą ruchu turystycznego,</li> <li>instytucje zarządzające obszarami przyrodniczymi,</li> <li>społeczności lokalne,</li> <li>władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>budowa pozytywnych relacji i współpracy na linii: samorząd – branża turystyczna i okołoturystyczna – mieszkańcy;</li> <li>omawianie spraw bieżących, związanych z organizacją i obsługą ruchu turystycznego, organizacja spotkań zwłaszcza przed głównym sezonem turystycznym i po jego zakończeniu;</li> <li>nadzór nad realizacją niniejszej <i>Strategii</i>.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>podczas spotkań powinny być dyskutowane możliwości łączenia działań na rzecz rozwoju turystyki z problemami związanymi z ochroną środowiska przyrodniczego i jego zachowaniem dla przyszłych pokoleń;</li> <li>dyskusje powinny dotyczyć również wydłużenia sezonu turystycznego, a przez to zmniejszenia presji na środowisko przyrodnicze w krótkim czasie oraz koncentracji ruchu turystycznego o charakterze masowym na terenach silnie przekształconych przez człowieka.</li> </ul>	

<b>PROGRAM V.1.2.:</b>	<b>BUDOWA LOKALNYCH PARTNERSTW I SIECI WSPÓŁPRACY</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest tworzenie formalnych, jak również nieformalnych lokalnych grup współpracy (klastrow turystycznych). Program zakłada zwiększenie udziału turystyki w lokalnej gospodarce oraz aktywizację społeczną i gospodarczą regionu.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>przedsiębiorcy,</li> <li>instytucje związane z bezpośrednią i pośrednią obsługą ruchu turystycznego,</li> <li>władze lokalne.</li> </ul>	

<b>PROGRAM V.1.2.:</b>	<b>BUDOWA LOKALNYCH PARTNERSTW I SIECI WSPÓŁPRACY</b>
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• rozwój lokalnej drobnej przedsiębiorczości;</li> <li>• budowanie lokalnych łańcuchów dostaw produktów, półproduktów i usług skierowanych do turystów;</li> <li>• wsparcie ze strony samorządów lokalnych i innych instytucji;</li> <li>• konieczność organizacji regularnych – formalnych i nieformalnych – spotkań.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• budowanie partnerstw lokalnych i tematyka spotkań winny być skierowane na realizację niniejszej <i>Strategii</i>, z ukierunkowaniem na zrównoważony rozwój turystyki w regionie i zachowanie tutejszej przyrody dla przyszłych pokoleń.</li> </ul>	

*Cele strategiczne V.2.:***Profesjonalna kadra turystyczna**

<b>PROGRAM V.2.1.:</b>	<b>KSZTAŁCENIE USTAWICZNE BRANŻY TURYSTYCZNEJ</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest ciągle kształcenie kadr obsługujących ruch turystyczny, tak aby turysta przyjeżdżający do regionu spotykał się z profesjonalną obsługą, ukierunkowaną na zaspokojenie jego potrzeb, ale z poszanowaniem lokalnych wartości kulturowych i przyrodniczych. Program zakłada realizację różnego typu, w zależności od pojawiających się potrzeb, szkoleń, warsztatów i innych interaktywnych form podnoszenia poziomu wiedzy.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• obecni i przyszli pracownicy bezpośrednio i pośrednio związani z obsługą ruchu turystycznego,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• pracownicy instytucji państwowych m.in. odpowiedzialni za ochronę przyrody, bezpieczeństwo,</li> <li>• władze lokalne,</li> <li>• eksperci zewnętrzni, naukowcy.</li> </ul>	

<b>PROGRAM V.2.1.:</b>	<b>KSZTAŁCENIE USTAWICZNE BRANŻY TURYSTYCZNEJ</b>
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• system szkoleń i podnoszenia kwalifikacji zawodowych, zwłaszcza dla społeczności lokalnych;</li> <li>• system stypendialny, wolontariat;</li> <li>• kształcenie ustawiczne, zwłaszcza: przewodników, instruktorów, recepcjonistów, animatorów czasu wolnego, itd.;</li> <li>• rekrutowanie pracowników branży turystycznej spośród społeczności lokalnych;</li> <li>• szkolenia z zakresu umiejętności sprzedaży swoich produktów, rękodzieła, itp.;</li> <li>• dostosowanie umiejętności do współczesnych wymagań turysty;</li> <li>• niwelowanie sezonowości – tworzenie trwałych miejsc pracy;</li> <li>• współpraca ze specjalistami w dziedzinie geografii, biologii, geologii, ochrony środowiska, historii, etnografii, architektury, itd.;</li> <li>• współpraca z wyższymi uczelniami oraz szkołami średnimi z terenu województw małopolskiego i podkarpackiego w zakresie praktycznego przygotowania do pracy w branży turystycznej.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• w treściach przekazywanych m.in. podczas szkoleń, uwzględnienie aspektów związanych z ochroną karpackiej przyrody;</li> <li>• stworzenie programu edukacji ekologicznej w regionie.</li> </ul>	

<b>PROGRAM V.2.2.:</b>	<b>EDUKACJA W ZAKRESIE ZANIKAJĄCYCH ZAWODÓW</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Celem programu jest zwrócenie szczególnej uwagi na tradycyjne zawody, które z różnych powodów już zniknęły lub mogą zostać wyparte z rynku pracy przez bardziej atrakcyjne formy zarobkowania, a są one istotne z punktu widzenia m.in. zachowania lokalnego dziedzictwa przyrodniczego i kulturowego. W programie należy zwrócić uwagę na system zachęt, związany z nauką tradycyjnych zawodów.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• obecni i przyszli pracownicy bezpośrednio i pośrednio związani z obsługą ruchu turystycznego,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• władze lokalne,</li> <li>• eksperci zewnętrzni.</li> </ul>	

<b>PROGRAM V.2.2.:</b>	<b>EDUKACJA W ZAKRESIE ZANIKAJĄCYCH ZAWODÓW</b>
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• przygotowanie programów edukacyjnych dotyczących tradycyjnych zawodów</li> <li>• pokazywanie tradycji we współczesnej oprawie (np. w „żywych skansenach”, w postaci multimedialnej, poprzez organizację warsztatów);</li> <li>• kształcenie specjalistyczne w zakresie wykonywania tradycyjnych zawodów (np. baca, bednarz, rymarz, łyżkarz, garncarz).</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• program zakłada kształcenie w zawodach tradycyjnych, przyjaznych środowisku przyrodniczemu.</li> </ul>	

<b>PROGRAM V.2.3.:</b>	<b>DOBRE PRAKTYKI Z ZAKRESU TURYSTYKI</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
<p>Program zakłada podejmowanie działań na rzecz wdrożenia i promocji lokalnych dobrych praktyk oraz wymiany doświadczeń i przekazywania know-how w rozwoju turystyki.</p>	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• obecni i przyszli pracownicy bezpośrednio i pośrednio związani z obsługą ruchu turystycznego,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• władze lokalne,</li> <li>• eksperci zewnętrzni, w tym zagraniczni.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• organizacja szkoleń, konferencji, seminariów, odpowiadających tematycznie na lokalne potrzeby;</li> <li>• zwrócenie uwagi na edukację przyrodniczą;</li> <li>• opracowanie Kodeksu Dobrych Praktyk np. z zakresu budowy złożonej, ponadregionalnej oferty turystycznej;</li> <li>• wymiany kadry, w tym międzynarodowe, wizyty studyjne, e-learning, itp.;</li> <li>• współpraca transgraniczna i w ramach Konwencji Karpackiej.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• w programie zostanie zwrócona szczególna uwaga na dobre praktyki związane z ochroną środowiska przyrodniczego.</li> </ul>	

*Cele strategiczne V.3.:*  
**Regionalne i międzynarodowe klastry turystyczne**

<b>PROGRAM V.3.1.:</b>	<b>WŁĄCZANIE SIĘ W OGÓLNOKARPACKIE INICJATYWY</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest aktywne włączenie się lokalnych społeczności w realizację zadań wyszczególnionych w Konwencji Karpackiej. W programie zostanie uwzględniona konieczność zbudowania ogólnokarpackiej platformy informacyjnej.	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar, ze szczególnym uwzględnieniem Beskidu Niskiego.</li> </ul>	
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• instytucja wdrażająca Konwencję Karpacką,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• realizacja programów i zadań związanych z realizacją Konwencji Karpackiej.</li> <li>• włączenie się w inicjatywy z zakresu budowy produktów, informacji, promocji, certyfikacji itd., w tym ogólnokarpackiej platformy on-line.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały program związany jest z planową, zrównoważoną polityką turystyczną na obszarze Karpat.</li> </ul>	

<b>PROGRAM V.3.2.:</b>	<b>REGIONALNE KLASTRY TURYSTYCZNE</b>
<b>CHARAKTERYSTYKA:</b>	
Celem programu jest włączenie się w istniejące partnerstwa i budowa nowych sieci współpracy pomiędzy podmiotami turystycznymi na poziomie wojewódzkim i ponadregionalnym (w tym transgranicznym). W programie zakłada się podjęcie aktywnych działań w zakresie tematycznym zbieżnym z zapisami niniejszej <i>Strategii</i> , w tym w odniesieniu do rozwoju lokalnych produktów turystycznych.	
<b>LOKALIZACJA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• cały obszar objęty <i>Strategią</i>.</li> </ul>	

PROGRAM V.3.2.:	REGIONALNE KLASTRY TURYSTYCZNE
<b>ADRESACI:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• przedsiębiorcy,</li> <li>• regionalne i ponadregionalne instytucje zajmujące się produktami turystycznymi i promocją,</li> <li>• instytucje zarządzające znakami jakości,</li> <li>• społeczności lokalne,</li> <li>• władze lokalne.</li> </ul>	
<b>ZAŁOŻENIA:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• włączenie się do wojewódzkich, ponadregionalnych, ogólnopolskich i międzynarodowych sieci współpracy, w tym m.in.: Sieć Dziedzictwa Kulinarnego Małopolska, Galicyjskie Gospodarstwa Gościnne, EuroVelo, itd.</li> <li>• tworzenie sieci współpracy i wspólna budowa produktów turystycznych o charakterze transgranicznym i karpackim.</li> </ul>	
<b>POŻĄDANE DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO, RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ I KRAJOBRAZU:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• w programie zakłada się szczególne zwrócenie uwagi na budowę współpracy w zakresie rozwoju turystyki przyrodniczej i innych form przyjaznych środowisku przyrodniczemu.</li> </ul>	

## 4. Zarządzanie *Strategią*

Turystyka jest dziedziną złożoną i związaną z funkcjonowaniem różnego rodzaju podmiotów rynku. Zadania z tego zakresu są realizowane zarówno przez jednostki samorządu terytorialnego różnego szczebla, jak również przez przedsiębiorców, organizacje pozarządowe, samorząd gospodarczy, instytucje ochrony przyrody, nadleśnictwa, itd.

W przypadku niniejszej *Strategii* zarządzanie zrównoważonym rozwojem turystyki na znacznym obszarze – obejmującym obszar 38 gmin leżących w Beskidach i na Pogórzu Karpackim – tym bardziej wymaga sprawnych i jasnych struktur organizacyjnych.

Realizacja programów niniejszej *Strategii* wymaga wyłonienia lidera, który będzie łączył całą sieć partnerów i jednocześnie koordynował prace. Wydaje się, że w miarę ugruntowaną pozycję w regionie, ze względu na dotychczas podejmowaną aktywność, ma Lokalna Organizacja Turystyczna „Beskid Zielony”. Przy czym należy zaznaczyć, że LOT nie ma odpowiednich kompetencji decyzyjnych, ani też zaplecza kadrowego umożliwiającego realizację dużych przedsięwzięć.



Proponuje się zastosowanie trzypoziomowego modelu zarządzania *Strategią*:

1. Pierwszy poziom to **Koordynator Strategii**, czyli jeden podmiot, który będzie stymulował do działania i kreował realizację programów. W tej roli należy widzieć **LOT „Beskid Zielony”**, który w swoich pracach obejmuje prawie cały niniejszy obszar strategiczny.
2. Kolejny – zasadniczy poziom zarządzania *Strategią* i jej wdrożeniem, czyli planowanie zadań, ustalenie harmonogramu prac, pozyskiwanie środków finansowych, realizacja i kontrola – spoczywać będzie na specjalnie powołanej **Radzie ds. realizacji Strategii**. W jej skład wejdzie Koordynator *Strategii* i po jednym przedstawicielu z poszczególnych 38 samorządów gminnych. Obsługą administracyjną Rady będzie zajmował się Koordynator *Strategii*.
3. Ostatni poziom zarządzania *Strategią* będzie związany z nadzorem nad jej wdrożeniem, a rolę tę będzie pełniło – wskazane w programie nr V.1.1. – **Pogórze Beskidzkie Forum Turystyczne**. W jego składzie należy uwzględnić także instytucje związane z ochroną przyrody Beskidu Niskiego i Pogórzy. Skład Forum winna wskazać Rada ds. realizacji *Strategii*.

## 5. Źródła finansowania *Strategii*

Biorąc pod uwagę dostępność środków finansowych na realizację programów, określonych w *Strategii zrównoważonego rozwoju turystyki Magicznej Krainy Lemków i Pogórze na lata 2014-2020*, można wskazać następujące źródła finansowania:

- 1) środki własne gmin i powiatów z terenu Beskidu Niskiego i Pogórzy, w tym podległych jednostek organizacyjnych gmin i powiatów, zabezpieczone w budżetach bieżących oraz w wieloletnich programach finansowych i inwestycyjnych;
- 2) środki własne marszałków województw: małopolskiego i podkarpackiego, w tym podległych jednostek organizacyjnych województw, zabezpieczone w budżetach bieżących oraz w wieloletnich programach działania;
- 3) środki własne wojewodów województw: małopolskiego i podkarpackiego oraz związane z realizacją programów rządowych (np. dotyczących przeciwdziałania powodziowego);
- 4) Skarb Państwa, w tym środki celowe w poszczególnych ministerstwach, a w szczególności: Ministerstwa Sportu i Turystyki, Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi, Ministerstwa Transportu, Budownictwa i Gospodarki Morskiej, Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju, Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, itd.;
- 5) środki Unii Europejskiej, w tym fundusze przeznaczone na rozwój regionalny, innowacyjną gospodarkę, zasoby ludzkie, rolnictwo, obszary chronione, itd.;
- 6) pozaunijne fundusze celowe, w tym w ramach Norweskiego Mechanizmu

- Finansowego oraz Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego, czy Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy, itd.;
- 7) środki będące w dyspozycji różnego typu instytucji, organizacji, także porządowych itd., w tym m.in. NFOŚiGW, WFOŚiGW itd.,
  - 8) kapitał prywatny, w tym środki inwestorów prywatnych, także w ramach partnerstwa publiczno–prywatnego.

Należy nadmienić, że finansowanie projektów w ramach programów unijnych i pozaunijnych funduszy celowych nie jest jeszcze ściśle określone. Na obecnym etapie jedynie można przypuszczać o przyszłych możliwościach finansowania. Z tym związany jest także utrudniony dostęp do zewnętrznego wsparcia finansowego ze strony prywatnych przedsiębiorców, zwłaszcza z sektora MŚP.

Należy zauważyć, że proponowane w *Strategii* programy mają charakter złożony, a ponadto ze względu na położenie szczególnego akcentu na kwestie ochrony przyrody, wymagają zwiększonych nakładów finansowych. Stąd konieczność łączenia środków finansowych z kilku źródeł. Takie finansowanie wymaga ścisłej współpracy wielu podmiotów, co zostało wyeksponowane m.in. w programach strategicznych. Formy tych aliansów mogą być różne, zależnie od potrzeb i sytuacji na rynku. Trzeba tu szczególnie zwrócić uwagę na formułę partnerstwa publiczno-prywatnego, opartego na stosownych przepisach prawa. Jest ona chętnie wspierana w ramach np. środków unijnych. Podkreślić również należy, co ma swoje odzwierciedlenie m.in. w programach strategicznych, że w ramach finansowania zewnętrznego preferencje mają duże, ponadlokalne projekty.

## 6. Monitoring i ocena realizacji *Strategii*

Dokumenty strategiczne, programujące działalność w okresie kilkuletnim wymagają oceny co najmniej dwukrotnie – w połowie okresu wdrażania oraz po zakończeniu realizacji. Pierwszy etap oceny spełnia rolę kontrolną, pozwala wychwycić ewentualne nieprawidłowości, problemy, sytuacje pozytywne i negatywne, których wcześniej nie przewidziano. Ocena *ex-post* daje możliwość spojrzenia całościowego, z pewnego dystansu – co się udało, a co nie. Takie etapowe podejście do oceny realizacji programów *Strategii* wymaga prowadzenia stałego monitoringu dokumentu.

Model koordynacji prac i nadzoru nad realizacją *Strategii* określono w podrozdziale „Zarządzanie *Strategią*”.

Źródłami pozyskiwania danych do oceny realizacji *Strategii* mogą być:

- własne badania sondażowe przyjazdowego ruchu turystycznego, wpływu turystyki na środowisko, itp.;
- wywiady np. przeprowadzone wśród przedsiębiorców, przedstawicieli władz lokalnych, itp.;
- raporty z dedykowanych, tematycznych badań i ekspertyz;

- statystyki, w tym Urzędu Statystycznego oraz innych jednostek i instytucji (bazy noclegowej, od zarządców atrakcji turystycznych, itd.);
- informacje medialne oraz raporty, biuletyny, sprawozdania z działalności i inne pochodzące od podmiotów turystycznych (np. Małopolskiej Organizacji Turystycznej itp.);
- zapisy z forów dyskusyjnych
- aktywność na wybranych witrynach internetowych, rejestrowana poprzez urządzenia mobilne;
- wypowiedzi podczas spotkań, szkoleń, itd.;
- monitoring ruchu turystycznego oraz monitoring przyrodniczy prowadzony przez instytucje związane z ochroną przyrody (w szczególności Magurski Park Narodowy, Regionalną Dyрекcję Ochrony Środowiska w Krakowie);
- inne.

## Wskaźniki strategiczne i dodatkowe

Ocena realizacji *Strategii* przewidziana jest na dwóch poziomach. Pierwszy – zasadniczy – odnosi się do wskaźników strategicznych, które opisują w sposób kompleksowy realizację *Strategii*. Wynikają one z podstawowych założeń rozwoju turystyki na obszarze Beskidu Niskiego i Pogórzy, tj. zrównoważonego wzrostu przyjazdowego ruchu turystycznego do regionu, utrzymania wysokiej jakości obsługi turysty oraz rozwoju oferty produktów turystycznych, w tym szczególnie tych, które mają stać się w przyszłości bazą produktów markowych regionu. Należy tu wyszczególnić:

<b>WSKAŹNIKI STRATEGICZNE:</b>
<b>1. Jakość świadczonych usług</b>
<b>2. Liczba turystów</b>
<b>3. Zainteresowanie produktami turystycznymi</b>
<b>4. Różnorodność biologiczna i krajobrazowa</b>

Drugi poziom stanowią wskaźniki uzupełniające, które uszczegóławiają powyższe wskaźniki strategiczne. Należy tu wskazać:

<b>WSKAŹNIKI DODATKOWE:</b>
<b>1. Aktywność wiodących segmentów rynku turystycznego</b>
<b>2. Zagospodarowanie turystyczne</b>
<b>3. Mieszkańcy zaangażowani w obsługę lokalnego ruchu turystycznego</b>
<b>4. Obciążenie środowiska przyrodniczego</b>

Wskaźniki strategiczne zostaną zmierzone po zakończeniu wdrażania programów, tj. na podstawie danych z 2020 r. Stanowią one bowiem podstawę kompleksowej oceny realizacji *Strategii*. Poniżej wyszczególniono dane dotyczące pomiaru wskaźników strategicznych.

### Ocena wskaźników strategicznych z punktu widzenia realizacji *Strategii*

Nazwa wskaźnika strategicznego	Miernik	Wartość wyjściowa (dane za rok 2015) - ocena <i>ex-ante</i>	Zakładana zmiana w 2020 r. - ocena <i>ex-post</i>	Źródło danych
Ocena jakości świadczonych usług i innych elementów oferty turystycznej	Średnia ocena elementów oferty turystycznej <sup>9</sup>	Rozpoczęcie pomiaru – poziom bazowy: udział ocen 4.0 i 5.0 – 43,5%	Udział ocen 4.0 i 5.0 – co najmniej 60%	BRT**
Goście w wiodących atrakcjach turystycznych regionu	Liczba osób korzystających z atrakcji turystycznych	Rozpoczęcie pomiaru – poziom bazowy*	Wzrost liczby osób o min. 5%	Dane pochodzące od zarządzających atrakcjami
Zainteresowanie produktami turystycznymi regionu	Zamiar ponownego przyjazdu	Rozpoczęcie pomiaru – poziom bazowy: powrót na pewno – 55,8%	Wzrost deklaracji ponownego przyjazdu: powrót na pewno – co najmniej 60%	BRT**
Wpływ aktywności związanych z turystyką na obszary Natura 2000	Ekspertka ocena wpływu określona w Standardowych Formularzach Danych	Poziom zagrożeń i presji człowieka związanych z turystyką określony w Standardowych Formularzach Danych	Intensywność utrzymana na poziomie wyjściowym lub niższym	Standardowe Formularze Danych dla obszarów Natura 2000

\* Rada ds. realizacji *Strategii* na początku jej wdrażania winna określić wartość wyjściową, potwierdzoną badaniami i analizami rynku

\*\* Badania przyjazdowego ruchu turystycznego na obszarze Beskidu Niskiego i Pogórzy

\*\*\*Kody zagrożeń: G01, G02, G03 (lub 620 i 622 dla formularzy wypełnionych wg wcześniej obowiązującej instrukcji). Rada ds. realizacji *Strategii* na początku jej wdrażania winna określić wartości wyjściowe na podstawie aktualnie dostępnych danych.

<sup>9</sup> Uwzględniono następujące elementy: atmosfera miejsca, baza noclegowa, bezpieczeństwo, dostępność komunikacyjna, dostępność Internetu, dostępność do lokalnej kultury i jej usług, gastronomia, gościnność, informacja turystyczna, jakość obsługi turysty, obiekty rekreacyjno-sportowe (kąpieliska, ośrodki jazdy konnej itd.), obiekty kultury (zabytki, muzea, kina, itd.), obiekty i usługi uzdrowiskowe (pijalnie wód, masaże itd.), oznakowanie turystyczne, rozrywka, szlaki piesze, szlaki konne, trasy rowerowe, zagospodarowanie terenów zielonych, toalety publiczne, usługi rzemieślnicze (szewc, fryzjer, itp.), wydarzenia kulturalne, wypożyczalnia sprzętu (kajaki, rowery, itp.), życzliwość mieszkańców.

**Ocena wskaźników dodatkowych, monitorujących realizację *Strategii***

Nazwa wskaźnika dodatkowego	Miernik	Wartość wyjściowa (dane za rok 2015) - ocena <i>ex-ante</i>	Zakładana zmiana w 2017 r. ( <i>mid-term</i> )	Źródło danych
Udział kluczowych segmentów rynku turystycznego	Udział wybranych segmentów rynku (w szczególności przyjazdów związanych z turystyką przyrodniczą i opartą na lokalnym dziedzictwie kulturowym)	Rozpoczęcie pomiaru – poziom bazowy*	Wzrost udziału preferowanych segmentów rynku	BRT**
Baza noclegowa turystyki	Liczba miejsc noclegowych (liczba łóżek)	Rozpoczęcie pomiaru – 6500 miejsc noclegowych	Zwiększenie liczby miejsc noclegowych (liczby łóżek) o min. 5%	Inwentaryzacja/ urzędy gmin
Mieszkańcy zaangażowani w obsługę lokalnego ruchu turystycznego	Liczba mieszkańców pracujących w obsłudze ruchu turystycznego	Rozpoczęcie pomiaru – poziom bazowy*	Wzrost liczby zatrudnionych o min. 5%	Dane pochodzące z urzędów statystycznych i własnego monitoringu
Obciążenie środowiska przyrodniczego zagospodarowaniem turystycznym i użytkowaniem przez wybrane formy aktywności turystyczno-rekreacyjnej	Wskaźnik stopnia obciążenia środowiska przyrodniczego***	Rozpoczęcie pomiaru – poziom bazowy*	W granicach gmin Dukła, Krepna Sękowa i Uście Gorlickie oraz w granicach obszarów chronionych położonych poza tymi gminami utrzymanie klasy III (nieznaczny stopień obciążenia).  Na pozostałych obszarach możliwa klasa II. Wyjątkami są obszary zwartej zabudowy w miejscowościach, gdzie dopuszcza się klasę I.	Pomiary przeprowadzane przez urzędy gmin

\* Rada ds. realizacji *Strategii* na początku jej wdrażania winna określić wartości wyjściowe, potwierdzoną badaniami i analizami rynku.

\*\* Badania przyjazdowego ruchu turystycznego na obszarze Beskidu Niskiego i Pogórzy.

\*\*\* Metodyka pomiaru wg M. Mika, 2004, *Turystyka a przemiany środowiska przyrodniczego Beskidu Śląskiego*, Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, Kraków, s. 171-173.

Częstotliwość pomiarów w trakcie realizacji *Strategii* będzie zależna od możliwości finansowych podmiotów wdrażających plan. W tabelach określono okres, w którym musi być przygotowany szczegółowy i kompleksowy raport. Będzie on stanowić podstawę do analiz i wniosków. W przypadku nieosiągnięcia jakiegoś wskaźnika pomiaru np. podczas *mid-term*, należy m.in. zintensyfikować działania w danym obszarze.

## Ocena ryzyka

Z wdrożeniem niniejszej *Strategii* związane są różnego rodzaju ryzyka, odnoszące się do samego dokumentu, jak i realizacji zakładanych programów.

Z pewnością najistotniejsze ryzyko niezrealizowania *Strategii* związane jest z **brakiem środków finansowych**. W najbliższych latach mogą wystąpić ograniczenia związane z dostępem do finansowania rozwoju turystyki ze środków zewnętrznych, w tym zwłaszcza UE. Niewystarczające możliwości inwestycyjne lokalnych przedsiębiorców oraz ograniczone budżety lokalnych gmin i powiatów mogą wręcz zahamować rozwój. Problemem mogą też być częste zmiany w budżetach gmin i powiatów na poziomie bieżącym i w wieloletnich prognozach finansowych. Problem finansowania realizacji programów niniejszej *Strategii* związany jest również z koniecznością pozyskiwania pieniędzy z różnych źródeł.

Wśród pozostałych ryzyk należy wymienić:

- niestabilną sytuację gospodarczą, społeczną, polityczną itd. wewnątrz regionu, co może mieć wpływ na zarządzanie *Strategią*;
- niezrozumienie (np. ze strony przedsiębiorstw turystycznych) konieczności stosowania się do zasad zrównoważonego rozwoju turystyki;
- osłabienie lokalnej branży turystycznej związane m.in. z odpływem ludzi młodych do dużych ośrodków miejskich, czy poza granice kraju;
- słabe więzi społeczności lokalnych lub wręcz brak współpracy wewnętrznej i zewnętrznej;
- rozczłonkowanie działań i brak koordynacji, w tym w zakresie komunikacji z rynkiem turystycznym, czy nietrafione działania promocyjne;
- spadek jakości usług turystycznych, związany np. ze wzmocnionym ruchem turystycznym;
- wzmoczona aktywność konkurentów, w tym szczególnie obszarów sąsiednich;
- słabe zróżnicowanie lokalnej oferty turystycznej, zwłaszcza w zakresie turystyki przyrodniczej;
- wzrost negatywnych postaw wśród mieszkańców w stosunku do gości odwiedzających obszar Beskidu Niskiego i Pogórzy;

- nie nadążanie z wdrażaniem nowoczesnych technologii informacyjnych;
- słabe zainteresowanie podnoszeniem kwalifikacji zawodowych ze strony branży turystycznej i okołoturystycznej.

Podsumowując należy zaznaczyć, że przede wszystkim występuje istotne ryzyko niezrealizowania programów strategicznych ze względów finansowych.

Przebieg zrównoważonego rozwoju turystyki na obszarze Beskidu Niskiego i Pogórzy oraz realizacja strategicznych obszarów priorytetowych może przybrać różne formy, dlatego też poniżej przedstawiono dwa rodzaje scenariuszy rozwoju: optymistyczny i pesymistyczny.

### Scenariusze zrównoważonego rozwoju turystyki na obszarze objętym *Strategią* w kontekście ochrony zasobów przyrodniczych

Obszar priorytetowy	Scenariusz	
	Optymistyczny	Pesymistyczny
<b>I. Zagospodarowanie turystyczne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• układ komunikacyjny przyjazny środowisku</li> <li>• zachowane obszary cenne przyrodniczo i wysoka różnorodność biologiczna</li> <li>• rozwój infrastruktury turystycznej wkomponowanej w krajobraz i nienaruszającej wartości przyrodniczych regionu</li> <li>• utrzymany wysoki areał użytków zielonych</li> <li>• koncentracja ruchu turystycznego z dala od obszarów cennych przyrodniczo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• degradacja najcenniejszych zasobów przyrodniczych, kulturowych i krajobrazowych</li> <li>• niekontrolowany, nadmierny i niewłaściwy rozwój turystyki na obszarach cennych przyrodniczo</li> <li>• zmniejszenie areału terenów zielonych</li> </ul>
<b>II. Dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• świadoma postawa dużego znaczenia wartości dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego regionu wśród społeczności lokalnych</li> <li>• zróżnicowana, kompleksowa oferta turystyczna, w tym w zakresie turystyki przyrodniczej</li> <li>• nowoczesne metody i narzędzia przekazu informacji o wartościach kulturowych i przyrodniczych regionu</li> <li>• zachowane dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• stopniowa utrata tożsamości lokalnej i symbolicznego znaczenia wartości</li> <li>• nieciekawa, uboga, niedostosowana do potrzeb turysty oferta, w tym oferta dla turystyki przyrodniczej</li> <li>• zachowawcze sposoby przekazu informacji</li> <li>• degradacja walorów przyrodniczych i kulturowych</li> </ul>

## 6. Monitoring i ocena realizacji Strategii

Obszar priorytetowy	Scenariusz	
	Optymistyczny	Pesymistyczny
<b>III. Organizacja ruchu turystycznego</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wysoka jakość obsługi turysty i zachowanie tradycyjnej gościnności</li> <li>przekaz informacji nastawiony na ekspozycję walorów przyrodniczych i kulturowych</li> <li>nowoczesne metody i narzędzia przekazu informacji o wartościach kulturowych i przyrodniczych regionu</li> <li>układ komunikacyjny przyjazny środowisku</li> <li>dostosowanie wielkości ruchu turystycznego do chłonności przyrodniczej terenu</li> <li>zachowane dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze regionu</li> <li>zrównoważony rozwój gospodarczy regionu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>osłabienie jakości obsługi ruchu turystycznego, spadek zainteresowania ze strony turystów ofertą turystyczną</li> <li>brak zainteresowania ofertą przyrodniczą i kulturową regionu</li> <li>zachowawcze sposoby przekazu informacji</li> <li>degradacja lub całkowite zniszczenie najcenniejszych zasobów przyrodniczych i kulturowych</li> <li>niekontrolowany, nadmierny i niewłaściwy rozwój turystyki na obszarach cennych przyrodniczo</li> </ul>
<b>IV. Komunikacja z rynkiem turystycznym</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>efektywna, celowa promocja</li> <li>prawidłowo odbierany wizerunek turystyczny regionu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>nietrafione działania promocyjne</li> <li>niezgodny z założeniami wizerunek turystyczny regionu</li> </ul>
<b>V. Partnerstwa turystyczne</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>różnorodne partnerstwa lokalne, otwartość na współpracę</li> <li>wysoki wskaźnik aktywności zawodowej społeczności lokalnych</li> <li>mocna lokalna branża turystyczna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>niemożność znalezienia wspólnej płaszczyzny współpracy i porozumienia na poziomie lokalnym, regionalnym i ogólnokarpackim</li> <li>brak zainteresowania podnoszeniem kwalifikacji zawodowych pracowników lokalnej branży turystycznej i okołoturystycznej</li> <li>trudności finansowe i spadek liczby przedsiębiorstw sektora turystycznego</li> </ul>



## O projekcie

**„Karpaty łączą – mechanizm konsultacji i współpracy dla wdrażania Konwencji Karpackiej”** to projekt współfinansowany przez Szwajcarię w latach 2012-2016 w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej.

Projekt realizowany w województwach małopolskim i podkarpackim skierowany jest do lokalnych samorządów, organizacji pozarządowych, lokalnych przedsiębiorców i rolników oraz przedstawicieli środowisk naukowych, służb ochrony przyrody i turystów. Wartość dofinansowania ze Szwajcarsko-Polskiego Programu Współpracy wynosi 1 943 054 CHF.

**Celem projektu jest ochrona i zrównoważone użytkowanie różnorodności biologicznej i krajobrazowej polskich Karpat przez wsparcie wdrażania postanowień Konwencji Karpackiej.**

Stosownie do zapisów Konwencji Karpackiej i jej kompleksowego podejścia zakładającego zintegrowane planowanie i gospodarowanie zasobami oraz konieczność uwzględnienia celów ochrony i zrównoważonego użytkowania różnorodności biologicznej i krajobrazowej w politykach sektorowych – działania projektu realizowane są w różnych dziedzinach istotnych dla ochrony i zrównoważonego rozwoju regionu. Dlatego projekt łączy działania na rzecz ochrony siedlisk, utrzymania zrównoważonego użytkowania gruntów w Karpatach, zachowania tradycyjnych sposobów użytkowania ziemi i miejscowych ras zwierząt gospodarskich z działaniami sprzyjającymi zrównoważonemu rozwojowi turystyki, zwiększeniu udziału społecznego we wdrażaniu Konwencji oraz udostępnianiu informacji o przyrodniczym i kulturowym dziedzictwie regionu. Wdrożenie Konwencji ma istotne znaczenie dla obszarów położonych w dorzeczach rzek biorących swój początek w Karpatach i wpływających do Bałtyku i Morza Czarnego.

**Zakładanymi efektami realizacji projektu są:**

- **ochrona różnorodności biologicznej i krajobrazowej Karpat** – przez utrzymanie i rozwój tradycyjnego wypasu owiec na halach i półnaturalnych łąkach, ochronę tradycyjnych ras zwierząt gospodarskich oraz wspieranie odradzania się tradycji gospodarki pasterskiej;
- **zrównoważony rozwój turystyki w Karpatach** w sposób sprzyjający ograniczeniu negatywnego wpływu ruchu turystycznego na obszary o wysokich walorach przyrodniczych – przez opracowanie regionalnej strategii zrównoważonego rozwoju turystyki dla wybranej części Karpat;

- **ułatwienie dostępu do informacji o Karpatach**, ich dziedzictwie przyrodniczym i kulturowym, infrastrukturze turystycznej oraz działaniach podejmowanych na rzecz wdrażania Konwencji – dzięki uruchomieniu portalu „Informatorium Karpackie” prezentującego zasoby danych o polskich Karpatach z wykorzystaniem nowoczesnych technik geowizualizacji i technologii geoinformacyjnych oraz przeprowadzeniu cyklu szkoleń i wykładów;
- **stworzenie sieci wymiany informacji** służącej instytucjom i środowiskom współpracującym na rzecz wdrażania Konwencji Karpackiej; (usunięto – oraz udostępnienie samorządom i ekspertom aplikacji geoinformacyjnych ułatwiających zintegrowane planowanie przestrzenne w Karpatach)
- **zapewnienie udziału społecznego we wdrażaniu Konwencji Karpackiej** – przez stworzenie szerokiej platformy konsultacji społecznych oraz wsparcie dla prac tematycznych grup roboczych.

## O Konwencji Karpackiej

**Ramowa Konwencja o ochronie i zrównoważonym rozwoju Karpat** (Konwencja Karpacka) jest drugim w skali światowej porozumieniem międzynarodowym dotyczącym pojedynczego obszaru górskiego. Zakłada działania na rzecz poprawy jakości życia, wzmocnienia miejscowej gospodarki i społeczności lokalnych oraz zachowania walorów przyrodniczych i dziedzictwa kulturowego.

Strony Konwencji Karpackiej (Czechy, Polska, Rumunia, Serbia, Słowacja, Ukraina i Węgry) zobowiązały się do współpracy na rzecz:

- ochrony różnorodności biologicznej i krajobrazowej Karpat oraz ich użytkowania w sposób zrównoważony,
- koordynowania planowania przestrzennego,
- zapewnienia zintegrowanego i zrównoważonego zarządzania zasobami wodnymi i dorzeczami rzek,
- promowania zrównoważonej gospodarki rolnej i leśnej,
- rozwoju zrównoważonego transportu i infrastruktury,
- rozwoju zrównoważonej turystyki,
- promowania bezpiecznych dla środowiska technologii przemysłowych i produkcji energii,
- zachowania i promowania dziedzictwa kulturowego i wiedzy ludowej,
- oceny i monitorowania stanu środowiska,
- podnoszenia świadomości i edukacji społeczeństwa na temat Karpat.

Polska ratyfikowała Konwencję Karpacką w 2006 roku. Podpisała również wszystkie dotychczas uzgodnione protokoły tematyczne: o ochronie i zrównoważonym użytkowaniu różnorodności biologicznej i krajobrazowej, o zrównoważonej gospodarce leśnej oraz o zrównoważonej turystyce w Karpatach.

## About the project

**"Carpathians Unite – mechanism of consultation and cooperation for implementation of the Carpathian Convention"** is a project supported by a grant from Switzerland in the years 2012-2016 through the Swiss Contribution to the enlarged European Union.

The Project, carried out in Małopolska and Podkarpackie Provinces of Poland, is targeted at local self-governments, non-governmental organisations, local entrepreneurs and farmers as well as scientists, nature conservation services and tourists. The value of the grant received from the Swiss-Polish Cooperation Programme amounts to CHF 1,943,054.

**The objective of the project is the protection and sustainable use of biological and landscape diversity of the Polish Carpathians by supporting the implementation of the provisions of the Carpathian Convention.**

Pursuant to the provisions of the Carpathian Convention and its comprehensive approach which stipulates integrated planning and resource management, and the necessity to take into consideration the objectives of conservation and sustainable use of biological and landscape diversity in sector policies – the actions of the Project are implemented in different domains relevant to the conservation and sustainable development of the region. Therefore, the Project combines the actions aimed at the conservation of habitats, the maintenance of sustainable use of land in the Carpathians, preservation of the traditional land-use patterns and local breeds of farm animals with the actions that foster sustainable development of tourism, enhance public participation in implementing the Convention and facilitate access to the information on natural and cultural heritage of the region. The implementation of the Convention is of crucial significance for the areas located in the basins of rivers which originate in the Carpathians and flow into the Baltic Sea and the Black Sea.

**The anticipated effects of the Project are:**

- **conservation of biological and landscape diversity of the Carpathians** – through the maintenance and development of the traditional shepherding in mountain pastures and semi-natural meadows, preserving the traditional breeds of farm animals and supporting the revival of the shepherding tradition;
- **sustainable development of tourism in the Carpathians** in the manner facilitating the mitigation of adverse impact of tourist traffic on the areas of high natural values – by elaboration of a regional sustainable tourism development strategy in a selected part of the Carpathians;

- **facilitation of access to the information on the Carpathians**, their natural and cultural heritage, tourist infrastructure and actions undertaken towards the implementation of the Convention – by launching the "Carpathian Informatorium" web portal presenting data resources on the Polish Carpathians with the use of modern geovisualisation techniques and geoinformation technologies, and by conducting a series of training courses and lectures;
- **development of the information exchange network** for institutions and the scientific community cooperating on the implementation of the Carpathian Convention;
- **ensuring the public participation in implementation of the Carpathian Convention** – by establishing a platform for broad public consultations and by supporting the work of thematic working groups.

## The Convention

**The Framework Convention on the Protection and Sustainable Development of the Carpathians** (The Carpathian Convention) is the second international agreement worldwide concerning a single mountain region. It promotes the actions for improving the quality of life, strengthening local economies and communities as well as the preservation of natural values and cultural heritage.

The parties to the Convention (the Czech Republic, Hungary, Poland, Romania, the Republic of Serbia, the Slovak Republic and Ukraine) committed themselves to cooperate on:

- conservation and sustainable use of biological and landscape diversity of the Carpathians,
- coordinated spatial planning,
- sustainable and integrated water/river basin management,
- sustainable agriculture and forestry,
- sustainable transport and infrastructure development,
- sustainable tourism development,
- promotion of environmentally safe industrial technologies and energy production,
- preservation and promotion of the cultural heritage and traditional knowledge
- environmental assessment and monitoring,
- awareness rising and education of the public about the Carpathians.

Poland ratified the Carpathian Convention in 2006 and signed all thematic Protocols adopted so far: on the conservation and sustainable use of biological and landscape diversity, on sustainable forest management and on sustainable tourism in the Carpathians.

INSTYTUCJA  
WSPÓŁFINANSUJĄCA



LIDER  
PROJEKTU



PARTNERZY



PATRONAT  
HONOROWY



PATRONAT  
MEDIALNY





ISBN: 978-83-932916-3-2



9 788393 291632



Publikacja została opracowana, wydana i wydrukowana w ramach projektu „Karpaty łączą – mechanizm konsultacji i współpracy dla wdrażania Konwencji Karpackiej” współfinansowanego przez Szwajcarię w ramach szwajcarskiego programu współpracy z nowymi krajami członkowskimi Unii Europejskiej

Sekretariat projektu:



Centrum UNEP/GRID-Warszawa  
ul. Sobieszyńska 8, 00-764 Warszawa  
tel.: 22 840 66 64, faks: 22 851 62 01  
e-mail: sekretariat@karpatylacza.pl  
[www.karpatylacza.pl](http://www.karpatylacza.pl)

