

Grzegorz Libor, Dorota Nowalska-Kapuścik,  
Uniwersytet Śląski w Katowicach, Instytut Socjologii

## Regiony przemysłowe jako trend i atrakcja turystyczna na przykładzie województwa śląskiego i Południowej Walii

**Słowa kluczowe:** Południowa Walia, województwo śląskie, turystyka, strategie przemysłowe

### Streszczenie

Celem artykułu jest porównanie ruchu turystycznego i sytuacji sektora turystycznego dwóch regionów przemysłowych – Południowej Walii i województwa śląskiego. Przez wiele lat rozwój obu oparty był przede wszystkim na przemyśle górniczym. Przemiany, do jakich doszło w globalnej gospodarce wymusiły jednak na ich władzach podjęcie działań zmierzających do zwiększenia atrakcyjności, co miało zaowocować stworzeniem nowych miejsc pracy. W ten sposób zwrócono uwagę m.in. na rolę i znaczenie sektora turystyki, do stworzenia którego postanowiono wykorzystać dawne tereny przemysłowe, dokonując ich rewitalizacji. Rewitalizacja ta oprócz walorów przestrzenno-urbanistycznych miała w rezultacie również istotny wymiar społeczno-ekonomiczny.

Model rozwoju turystyki zastosowany w przypadku Południowej Walii wykazuje wiele podobieństw do modelu wprowadzonego i realizowanego na obszarze województwa śląskiego. Dobrą tego ilustracją jest zestawienie tzw. dobrych praktyk restrukturyzacyjnych przytoczonych w ramach niniejszego artykułu, chociażby w zakresie poprawy infrastruktury drogowej. Południowa Walia przeszła ową transformację jednak o wiele gwałtowniej niż województwo śląskie, gdzie zmiany te wciąż mają miejsce.

### Wstęp

Przekształceniom gospodarczym regionów przemysłowych, takich jak tytułowe regiony województwa śląskiego i Południowej Walii, towarzyszył niewątpliwie wzrost świadomości wagi i znaczenia ich walorów turystycznych. Tego typu podejście wynikało z faktu dostrzeżenia korzyści płynących z szeroko pojętej turystyki dla danego obszaru, jak i jego mieszkańców. Jak pisze bowiem K. Klimek [2010, s. 10]: Siła oddziaływania (turystyki) tkwi w dynamizowaniu rozwoju ekonomicznego krajów, regionów i obszarów recepcji turystycznej dzięki wpływom uzyskiwanym z konsumpcji turystycznej na danym obszarze. O dużym znaczeniu turystyki dla rozwoju społeczno-gospodarczego świadczą statystyki. Według analiz ekspertów Światowej Organizacji Turystyki (UNWTO) w latach 1975-2012 liczba podróży międzynarodowych wzrosła z 220 mln do 1035 mln [UNWTO Tourism Highlights 2013, s. 4]. Do 2020 roku liczba wizyt turystycznych turystów zagranicznych ma przekroczyć 1,6 mld (oznacza to średnioroczny wzrost podróżujących o 4,1%).

W 2011 roku wpływy z turystyki wyniosły 1042 bln dolarów, a w 2012 roku już 1075 bln. Zmniejszenie wpływów z turystyki zaobserwowano w ostatnim czasie jedynie w latach 2008-2009. W cenach bieżących wyniósł on 9,4%, w cenach stałych z kolei 9,1%. Jedną z głównych przyczyn tego stanu rzeczy był z pewnością kryzys gospodarczy, którego początki sięgają 2007 roku. Największe wpływy z turystyki zagranicznej odnotowały w 2012 roku: Stany Zjednoczone (126,2 bln dolarów), Hiszpania (55,9 bln dolarów), Francja (53,7 bln dolarów) oraz Chiny (50 bln dolarów). Jeśli chodzi natomiast o liczbę przyjezdnych, czołówkę państw tworzyły: Francja (83 mln), Stany Zjednoczone (67 mln) oraz Chiny (57,6 mln). W przypadku Wielkiej Brytanii wpływy z turystyki osiągnęły w omawianym okresie poziom 36,4 mln dolarów. Liczba przyjezdnych wyniosła natomiast

29 mln. Dla porównania Polskę odwiedziło z kolei 14,8 mln osób, co oznaczało wpływy w wysokości 10,9 mln dolarów [UNWTO Tourism Highlights 2013, s. 8].

Do 2030 roku liczba osób wyjeżdżających w celach turystycznych ma wzrosnąć do 1809 mln. Wzrost ten w latach 2010-2020 powinien wynieść 3,8%, w latach 2020-2030 natomiast 2,9%. Dotyczyć ma to również państw europejskich, choć tutaj ma być on nieco niższy – odpowiednio 2,7% i 1,8% [UNWTO Tourism Highlights 2013, s. 15].

W 2012 roku udział sektora podróży i turystyki w światowym PKB wyniósł 9,3%, a jego wzrost do 2023 roku ma wynieść 4,4% rocznie. W tym samym okresie zatrudnienie w sektorze podróży i turystyki ma wzrastać średnio o 2,4% rocznie. Przewiduje się również wzrost inwestycji o 5,3% rocznie [Travel&Tourism 2013, s. 1].

Prognozowany wzrost znaczenia i roli turystyki w rozwoju gospodarki światowej i płynące z niego korzyści tłumaczą, dlaczego zamiast pozwolić na dalszą dewastację terenów, które na skutek przemian w gospodarce narodowej i ponadnarodowej uległy degradacji, postanowiono dokonać ich rewitalizacji, tworząc z nich bardzo często – lecz nie zawsze – atrakcje turystyczne. O zabiegach rewitalizacyjnych myśli się najczęściej jako o dużych przedsięwzięciach ekonomicznych, wymagających olbrzymich nakładów finansowych. Jest to podejście najprostsze, jednotorowe, próbujące zamknąć rewitalizację w mocno zawężonych ramach. Tymczasem coraz częściej zwraca się uwagę na pozarewaloryzacyjną funkcję rewitalizacji. Socjolog miasta, A. Majer, widzi to tak: „jest to proces sekwencyjnych działań, których celem jest przywrócenie życia zdegradowanym obszarom” [Socjologia miasta 2010, s. 285]. To „przywracanie życia” jest tutaj kluczowe; może być jednak (i często jest) błędnie rozumiane. Nie chodzi bowiem o to, by zrewitalizowane obszary czy miejsca ponownie funkcjonowały na starych zasadach, ale o to, by o tych „starych zasadach” nie zapominać. Jest to szczególnie istotne w kontekście rozważań prowadzonych w niniejszym tekście, a mianowicie nadawania dawnym obiektom przemysłowym treści atrakcji turystycznej. Trzeba wszakże pamiętać, że dla wielu ludzi są to miejsca, w których spędzali znaczną część życia; nic więc dziwnego, iż nawet po wielu latach obiekty te nadal wyznaczają tożsamość i kształtują charakter regionu. Według W. Łukowskiego jest to efekt przypisywania „obiektem fizycznym, w tym przestrzeni lokalnej, nie takich cech, jakie ona posiada, ale cech, które posiada ona w naszym wyobrażeniu o niej. Paradoksalnie, im więcej mieliśmy dotkliwych czy nawet traumatycznych doświadczeń, tym skłonność do idealizacji może być większa” [Tożsamość lokalna. W poszukiwaniu źródeł i sensu(ów) zakorzenienia 2011, s. 33]. Nawiązanie do specyfiki społeczności lokalnej wydaje się być istotne jeszcze z jednego powodu. Należy bowiem pamiętać, że rewitalizacja, oprócz wymiaru ekonomicznego oraz przestrzenno-urbanistycznego, ma również istotny wymiar społeczny. Degradacja tego rodzaju obszarów odbywa się bowiem zawsze kosztem i ze szkodą dla społeczności lokalnej. Jej członkowie doświadczają ubóstwa oraz biedy. Zmagają się także z różnymi formami i przejawami patologii. [Podręcznik rewitalizacji. Zasady, procedury i metody działania współczesnych procesów rewitalizacji 2003, ss. 12-13] Rozwój przemysłu turystycznego może stanowić dla nich w rezultacie szansę na poprawę sytuacji życiowej ich samych oraz ich rodzin. Turystyka generuje nowe miejsca pracy, zmniejszając tym samym negatywne skutki przemian gospodarczych.

J. Sztaba [2013, s. 117] słusznie pisze: „Troska o dziedzictwo kulturowe regionów staje się zatem kwestią równie pilną, jak los mieszkańców z opuszczonych dzielnic postindustrialnych. Turystyka jest szansą ekonomiczną dla inteligentnych regionów, a wieloletnie zaniedbania w tym obszarze wymagają działań natychmiastowych. Wizerunek regionu jest cenny dla turysty, ale także dla inwestora, który chętniej inwestuje kapitał, tworząc tym samym miejsca pracy tam, gdzie są większe skupiska ludzi i miłe dla oka, ekskluzywne pejzaże. Renowacja zabytkowych dzielnic ma swe uzasadnienie; konserwacja obiektów monumentalnych z ukierunkowaniem na atrakcyjność turystyczną jest procesem

kosztownym, choć koniecznym. Sukcesy na tym polu w Polsce będą odczuwalne w dalszej perspektywie czasowej i przyniosą, podobnie jak prężnie działające przedsiębiorstwa w regionie, szansę ekonomiczną społecznościom lokalnym”.

Nic dziwnego zatem, że tego typu możliwości dostrzeżone zostały także przez Unię Europejską. Przykładowo w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych przewidziano środki na działania z zakresu turystyki, celem poprawy sytuacji społeczno-gospodarczej wybranych regionów, a także na rewitalizację obszarów zakwalifikowanych jako obszary zdegradowane.

O znaczeniu turystyki w polityce Unii Europejskiej może świadczyć również fakt, że zapisy jej dotyczące znalazły się w traktacie lizbońskim. Początkowo jednak, tj. w traktatach założycielskich, brak było wyraźnych zapisów w tej materii. Zmiany nastąpiły dopiero w traktacie z Maastricht, w którym zwrócono uwagę na rolę i znaczenie turystyki w realizacji celów i zadań powierzonych unijnym instytucjom. Kolejne zmiany wprowadził traktat lizboński. Pomimo to turystyka wciąż nie została objęta wspólną polityką Unii Europejskiej, zaliczana jest natomiast do tzw. kompetencji wspomagających, w ramach których Unia może wspierać, koordynować i uzupełniać działania państw członkowskich celem wzmocnienia ich konkurencyjności. Wspólnota stara się realizować swoje cele w dziedzinie turystyki przede wszystkim poprzez wspieranie rozwoju przedsiębiorczości, stymulowanie współpracy międzyregionalnej, a także harmonizację przepisów oraz regulacji prawnych. Specyfika turystyki oraz jej powiązania z innymi sektorami sprawiają, że Unia Europejska może sprzyjać jej rozwojowi również w ramach działań podejmowanych w ramach pozostałych polityk, w przypadku których dysponuje znacznie większymi kompetencjami, a co za tymi idzie także i możliwościami. Przykładem tego mogą być uprawnienia Wspólnoty w zakresie polityki transportowej, regionalnej, a także ochrony środowiska. Różnica pomiędzy kompetencjami dzielonymi a wspomagającymi jest zatem często niezwykle płynna [*Turystyka w strukturach Unii Europejskiej. Programy Unii Europejskiej dotyczące rozwoju turystyki. Przyszłość turystyki w Unii Europejskiej* 2011, ss. 1-2].

Owa interdyscyplinarność turystyki ma jeszcze jedną istotną zaletę, zwłaszcza z punktu widzenia rozwoju omawianych w niniejszej pracy regionów. Inwestycje w niektóre formy turystyki sprzyjają bowiem ochronie środowiska. Rozwój przemysłu, który przez lata był priorytetem władz lokalnych i regionalnych, a także krajowych, doprowadził do poważnych zmian w krajobrazie wielu miast i miasteczek.

Na obszarach przemysłowych powszechnym zjawiskiem było i często jest nadal osiadanie terenu, podtopienia i zalewiska, wstrząsy górotworu, występowanie odpadów powęglowych, uszkodzenia budynków oraz dróg itp. Obszary te wciąż zmagają się także z zanieczyszczeniem powietrza oraz skażeniem wód.

Przekształcenia gospodarcze połączone z rewitalizacją obszarów zdegradowanych, których elementem jest rozwój turystyki, stopniowo przyczyniają się jednak do zmiany sytuacji i poprawy jakości środowiska.

O atrakcyjności turystycznej danego regionu nie decyduje jednak jedynie liczba miejsc, które można odwiedzić, ale także, a może przede wszystkim, ich otoczenie, które w regionach przemysłowych pełniło do tej pory przede wszystkim funkcję zaplecza mieszkaniowego, rzadko natomiast atrakcji turystycznej. Redefinicja istoty i charakteru tego typu obszarów wymusiła na nich podjęcie zmian także i w tym zakresie. Rozbudowano infrastrukturę drogową, lotniczą, kolejową, usprawniono transport publiczny, zwiększono liczbę punktów informacji turystycznej, przeprowadzono akcje reklamowe, wykorzystano przy tym różnorodne środki masowego przekazu, a także zorganizowano dodatkowe imprezy i wydarzenia, które miały zwiększyć atrakcyjność danego miejsca, miasta czy też regionu. Każdy obszar charakteryzował się pod tym względem jednak własną specyfiką.

Celem niniejszego artykułu jest omówienie przemian turystycznych, które mają miejsce w regionie Południowej Walii i na Górnym Śląsku (zasadniczo w województwie śląskim), ale także ich specyfiki oraz wybranych przykładów projektów rewitalizacyjnych. Wybór obu regionów nie był przypadkowy. Województwo śląskie wciąż postrzegane jest bowiem jako region przemysłowy, podlegający licznym procesom restrukturyzacyjnym, opartym przede wszystkim na sektorze wytwórczym i usługowym. Kopalnie nadal jednak stanowią istotny element krajobrazu województwa, którego władze działają w swoistym zawieszaniu między tęsknotą za okresem rozwoju przemysłu i regionalnego prosperity a obawą przed tym, co może przynieść ścieżka modernizacji [Kuźnik 2012, ss. 20-21]. Południowa Walia natomiast na skutek rządów konserwatystów na czele z Margaret Thatcher przeszła w latach 1970. i 1980. szereg gwałtownych przemian, w wyniku których niemalże wszystkie z wyjątkiem jednej kopalni (zamknięta w 2008 roku) uległy likwidacji. Drastycznie wzrosło bezrobocie oraz towarzyszące mu niezadowolenie społeczne. Sytuację udało się dopiero opanować po kilkunastu latach dzięki rozwojowi innych gałęzi przemysłu (samochodowy), sektora usług, a także dzięki wsparciu Wspólnoty Europejskiej udzielonemu między innymi rolnictwu oraz omawianej turystyce [Morgan 2008, ss. 132-133].

Obecnie oba regiony należą do najbardziej rozwiniętych obszarów Polski i Walii. Oferują dobre warunki płacowe, dobrą infrastrukturę oraz zaplecze usługowe. Stopniowo budują również swój prestiż na arenie międzynarodowej m.in. poprzez zwiększenie swej konkurencyjności względem innych regionów europejskich.

## Ruch turystyczny w Południowej Walii i województwie śląskim

W okresie od 2001 do 2007 roku Zjednoczone Królestwo doświadczyło wzrostu liczby odwiedzających, a następnie trzech lat spadku koniunktury spowodowanych kryzysem gospodarczym, który dotknął niemalże wszystkie kraje europejskie. Poprawa sytuacji nastąpiła dopiero w 2011 roku. Tego typu tendencji nie można było jednak zaobserwować w ruchu turystycznym Walii i Południowej Walii, który charakteryzował się sporą zmiennością, a którego wielkość w mniejszym stopniu uwarunkowana była czynnikami zewnętrznymi, w tym sytuacją gospodarczą Europy. Pomimo tej zmienności, ruch turystyczny do Południowej Walii stanowił dominujący element ruchu turystycznego Walii.

W 2012 roku do Walii przyjechało 854 tys. osób, z czego 584 tys. odwiedziło region Południowej Walii [*Turystyka zagraniczna w Zjednoczonym Królestwie według krajów i regionów* 2014].

Kluczowym pytaniem wydaje się jednak pytanie dotyczące związku panującego pomiędzy liczbą wizyt a długością pobytu oraz wydatkami ponoszonymi przez turystów. Mniejsza aktywność turystyczna nie musi bowiem wcale oznaczać mniejszych wpływów.

Na poziomie Zjednoczonego Królestwa zmiany w długości pobytu odpowiadały zasadniczo zmianom w zakresie wizyt. Pomimo występujących od czasu do czasu spadków, systematycznie następował wzrost ponoszonych przez turystów wydatków z 11 mld funtów w 2001 roku do ponad 18 mld w 2012. Korelacja ta zasadniczo nie występowała w przypadku Walii oraz Południowej Walii [*Turystyka zagraniczna w Zjednoczonym Królestwie według krajów i regionów* 2014].

Biorąc pod uwagę z kolei cel podróży, w okresie od 2006 do 2012 roku, dostrzec można wyraźny spadek wyjazdów w każdej z wyodrębnionych kategorii, szczególnie w zakresie wyjazdów edukacyjnych, ale także biznesowych. Dominującą rolę odgrywały natomiast wyjazdy do rodziny oraz znajomych. Wysoki udział miały również wyjazdy wakacyjne, gdzie pomimo ich spadku, wzrosła ich długość. Nic dziwnego zatem, że to właśnie te dwa obszary turystyki generują dziś największe zyski dla regionu Południowej Walii. W 2006 roku sytuacja wyglądała jednak nieco inaczej. Ważną rolę odgrywały wyjazdy biznesowe

i związane z nimi wydatki na poziomie około 72 mln funtów [*Turystyka zagraniczna do Południowej Walii ze względu na cel 2014*] Często ich przyczyną, niezwykle istotną z punktu widzenia rozwoju danego kraju czy też regionu, była i jest nadal chęć inwestowania i rozwijania kontaktów gospodarczych. Tego typu wyjazdy stanowią zatem doskonały wskaźnik zainteresowania środowiska biznesowego danym obszarem, a w przypadku omawianego regionu Południowej Walii, ze względu na ich dostrzegalny spadek, budzić pewien niepokój. Każda z ww. kategorii charakteryzowała się jednak w badanym okresie mniejszymi lub też większymi fluktuacjami.

Wśród najczęściej wybieranych form zakwaterowania znalazły się przede wszystkim: darmowe zakwaterowanie u znajomych lub rodziny, hotele, domy gościnne, a także kamping. W ich przypadku odnotowano także najdłuższy czas pobytu oraz największe przychody. W porównaniu do roku 2001 poprawa dotknęła oprócz wspomnianych już hoteli, domów gościnnych oraz kempingu, również inne formy zakwaterowania. Jeśli chodzi o długość pobytu pozytywne zmiany dotyczyły wyjazdów do rodzin oraz znajomych, zakwaterowania w hotelach, wyjazdów kempingowych oraz innych form zakwaterowania. Pod względem wydatków dominowały natomiast pierwsze trzy z ww. [*Turystyka zagraniczna do Południowej Walii ze względu na zakwaterowanie 2014*].

Dominacja wyjazdów typu VFR<sup>1</sup> w ruchu turystycznym Południowej Walii wynika przede wszystkim ze specyfiki ruchów migracyjnych. Wyjazdy związane z mobilnością zawodową, zwłaszcza ludzi młodych, sprawiają bowiem, że okres wakacji i urlopów to czas powrotu w rodzinne strony, odwiedzin krewnych, bliskich oraz znajomych. Teza ta znajduje potwierdzenie w przytoczonych danych i wyżej wskazanych tendencjach.

Kryzysu gospodarczego i związanych z nim trudności na rynku usług turystycznych (o którym była mowa we wstępie) doświadczyła również Polska. Podobnie jak to miało miejsce w Zjednoczonym Królestwie, po okresie ożywienia turystycznego przypadającego na lata 2005-2007, w roku 2008 zauważyć można wyraźny spadek zarówno w zakresie przyjazdów zagranicznych turystów do Polski, jak i wyjazdów krajowych i zagranicznych obywateli polskich. Załamanie ruchu turystycznego nastąpiło w roku 2009, w którym odnotowano najniższe (na przestrzeni 15 lat) wartości: w przypadku przyjazdów zagranicznych turystów do Polski było to niespełna 12 mln osób (dla porównania w roku 2006 – 15,7 mln), natomiast w odniesieniu do wyjazdów Polaków 13,3 mln dla krajowych wyjazdów długoterminowych i 6,3 mln dla wyjazdów zagranicznych (w roku 2006 było to odpowiednio 16,9 mln i 7,3 mln) [*Przyjazdy turystów zagranicznych oraz turystyczne podróże Polaków 2012*].

Zgodnie z przewidywaniami, w następnych latach Polska doświadczać będzie stałego wzrostu w ruchu turystycznym: w 2017 roku do Polski przyjedzie ponad 16 mln turystów, natomiast w podróż krajową lub zagraniczną uda się blisko 22 mln Polaków.

Tendencje ogólnopolskie są zauważalne również w odniesieniu do województwa śląskiego, w którym w roku 2011 łączna liczba krajowych podróży turystycznych wyniosła 2,5 mln. Taki wynik daje mu 4 pozycję w skali kraju.

Analiza ruchu turystycznego dokonywana pod kątem długości trwania wyjazdów wskazuje, że nie odnotowano w tym zakresie większych zmian w stosunku do lat poprzednich. Jeżeli chodzi o podróże długookresowe do województwa śląskiego to ich liczba kształtowała się w roku 2011 na poziomie 0,8 mln, jeśli chodzi natomiast o podróże krótkookresowe to było to 1,7 mln. Niewielką przewagę podróży krótkookresowych nad długookresowymi można dostrzec także w przyjazdach zagranicznych turystów [*Badanie ruchu turystycznego w województwie śląskim w 2012 roku*].

Również w przypadku struktury celów przyjazdów nie zaobserwowano znaczących modyfikacji; owszem, pojawiają się pewne niewielkie fluktuacje w danych statystycznych, jednakże ogólne proporcje pomiędzy poszczególnymi segmentami rynku wskazują

<sup>1</sup> Wyjazdy do znajomych i rodziny.

na względną stabilność i zachowanie charakteru turystyki województwa. Nadal największe znaczenie mają podróże służbowe oraz w interesach; ich przewaga nad podróżami turystyczno-wypoczynkowymi w roku 2011 nieznacznie wzrosła. W roku ubiegłym łączna liczba podróży w celach typowo turystycznych wyniosła niecałe 0,9 mln, co powoduje, iż podróże turystyczne stanowią jedną trzecią ogółu wszystkich podróży do tego regionu. Połączenie celu podróży z długością ich trwania pozwala na wysunięcie wniosku, że zmniejsza się dysproporcja pomiędzy podróżami długookresowymi (wskaźnik dla województwa śląskiego wynosi 41%, dla Polski – 55%) a krótkookresowymi (w roku ubiegłym ich liczba spadła blisko o jedną trzecią); jednakże nadal to właśnie podróże turystyczne na okres 1-3 dni cieszą się największą popularnością w regionie. Sukcesywnie wzmagają się zainteresowanie turystyką zakupową (wzrost z 1,3 mln do 1,5 mln) oraz podróżami, których celem są odwiedziny u krewnych i znajomych (z 2,25 do 2,55 mln). Podróże o profilu religijnym mają charakter marginalny.

Na bazę noclegową (2011 roku) województwa śląskiego składa się 508 turystycznych obiektów zbiorowego zakwaterowania (w porównaniu z rokiem poprzednim liczba ta spadła o 0,6%), z czego 53,7% stanowią obiekty hotelowe. To one cieszą się największą popularnością wśród turystów odwiedzających województwo śląskie: w roku 2011 w hotelach nocowało blisko 60% ogółu turystów, niewiele ponad 8% wybrało pozostałe obiekty niesklasyfikowane oraz ośrodki szkoleniowo-wypoczynkowe (prawie 6%) [*Turystyka w województwie śląskim w 2011 roku*].

Ruch turystyczny w województwie śląskim jest kompatybilny z charakterem i specyfiką regionu. W przeciwieństwie do Południowej Walii, gdzie główną rolę odgrywają wyjazdy do rodziny czy znajomych, w województwie śląskim dominują podróże biznesowe. Znajduje to swoje potwierdzenie zarówno w wybieranych obiektach zakwaterowania, jak i średniej długości czasu przeznaczanego na pobyt. W rezultacie, o ile w Południowej Walii systematycznie wzrasta zainteresowanie wyjazdami o charakterze długoterminowym, o tyle w województwie śląskim dominują wyjazdy krótkoterminowe. Władze województwa śląskiego wciąż bowiem aktywnie poszukują inwestorów, którzy skłonni byłiby rozpocząć swoją działalność na jego obszarze, tym samym tworząc nowe miejsca pracy oraz wpływając na jego zewnętrzny image i prestiż.

## Strategie turystyczne – przykład Południowej Walii i województwa śląskiego

W związku z tym, że region Południowej Walii nie stanowi samodzielnego obszaru administracyjnego, z wyjątkiem okresu wyborów, tak jak chociażby województwo śląskie, jego strategia w zakresie turystyki stanowi element strategii ogólnokrajowej, której niektóre elementy można uznać jednak za szczególnie istotne dla omawianego obszaru. Wśród nich wymienić należy przede wszystkim ukierunkowanie wszelkich działań marketingowych na zwiększenie przyjazdów z takich regionów Wielkiej Brytanii, jak: Londyn, South East oraz South West, Yorkshire, a także East Midlands. Do tej pory Walię odwiedzali bowiem głównie mieszkańcy North West i West Midlands. Ze względu na ich geograficzną bliskość, wymierne korzyści mogą przyspaść zatem mieszkańcom, władzom oraz przedsiębiorstwom turystycznym zwłaszcza omawianego regionu. W rezultacie zakłada się, że dochody z turystyki wzrosną do 2020 roku o 10%.

To, co ma stanowić o przewadze Walii, w tym Południowej Walii, nad pozostałymi, wybranymi przez turystów destynacjami, to unikalność i wyjątkowy charakter oferowanych produktów oraz usług opartych na lokalnej tradycji, zwyczajach oraz dziedzictwie, tj. wyjątkowej historii, odmiennym języku, celtyckich zwyczajach, a także dawnym przemysłowym charakterze.

Działania promocyjne obejmować mają szerokie spektrum środków masowego przekazu (telewizję, radio, Internet, gazety), udział w targach turystycznych oraz współpracę z biurami podróży. Ponadto podejmuje się działania zmierzające do zwiększenia dostępności Walii dla turystów z zewnątrz, zwłaszcza w zakresie transportu lotniczego. Równie ważnym instrumentem wspierania turystyki jest system grantów przyznawanych na poprawę jakości świadczonych usług, a także system doradztwa i oceny oraz wsparcia nowo powstających przedsiębiorstw turystycznych. Z punktu widzenia poruszanej w niniejszym artykule problematyki za istotne uznać należy również działania zmierzające do rewitalizacji byłych obszarów górniczych.

Pomimo iż turystyka nie stanowi panaceum na długotrwałe, społeczne oraz ekonomiczne problemy niektórych części Walii [m.in. Południowej Walii – przyp. autor] może wspierać powstanie i rozwój bardziej zróżnicowanej, a zarazem zrównoważonej gospodarki. Programy rewitalizacyjne promujące związki z kulturą lokalną mogą także nie tylko pomóc turystyce, a także wzmocnić poczucie dumy i lokalnej tożsamości [*The Welsh Government Strategy for Tourism 2013-2020. Partnership for growth 2013*].

Walijski model rewitalizacji nie neguje zatem historii, tradycji, dziedzictwa nie tylko kulturowego, ale i gospodarczego (skutków industrializacji), a wręcz przeciwnie, powraca do tego, co bardzo często zaniedbane i zdewastowane. Uwzględniając szczególną sytuację Walii, tj. proces dewolucji wynikający z dążeń niepodległościowych narodu walijskiego, jego kondycję i problemy demograficzne, a zwłaszcza wzrastający udział imigrantów, również w populacji Południowej Walii, a także i to, że jedynie około 50% jej mieszkańców uważa się za Walijszczyków [*Census: National identity, local authorities in England and Wales 2011*], a aż 73,9% przyznaje, że nie potrafi mówić, czytać i pisać po walijsku [*Census: Welsh language skills (detailed), unitary authorities in Wales 2011*], model ten nabiera szczególnego znaczenia i znajduje pełne uzasadnienie. Własna, silna tożsamość pełni zatem w tym miejscu podwójną rolę. Po pierwsze spaja naród, wzmacniając więź społeczną pomiędzy jego mieszkańcami, po drugie buduje wyjątkowość i odrębność danej wspólnoty, której elementy, jak to ma miejsce w przypadku Walii, mogą zostać następnie wykorzystane jako atrakcja turystyczna. Między turystyką a tożsamością narodową istnieje zatem sprzężenie zwrotne, co oznacza, że jedno jest determinantą drugiego i odwrotnie. Fakt ten został dostrzeżony przez władze walijskie, które oprócz aspektów urbanistycznych, ekonomicznych i społecznych, dostrzegły w turystyce (w tym programach rewitalizacyjnych) również korzyści narodowe.

Wyrazem tego jest powołanie przez rząd walijski jednostki, której działania zostały skierowane na ochronę dziedzictwa narodowego Walii, w tym dziedzictwa przemysłowego regionu Południowej Walii (tzw. Cadw).

Przemysłowe dziedzictwo i regionalna odrębność stały się również podstawą strategii turystycznej województwa śląskiego, charakteryzującego się silnie akcentowaną potrzebą utożsamiania się społeczności lokalnych z własną kulturą. Tym, co wydaje się być kluczowe dla tego regionu, to występowanie dużych aglomeracji miejskich, które tworzą nie tylko centrum biznesowe południowej Polski, ale jednocześnie nadają kształt miejscowej turystyce. Koncentracja na kulturze miejskiej to pokłosie nie tylko specyfiki regionu, ale i dopasowania rynku do potrzeb i oczekiwań potencjalnych nabywców usług turystycznych. Dokonując segmentacji rynku turystyki pod kątem przyszłych konsumentów, zauważyć można, że największy potencjał rozwojowy drzemie w turystyce krajowej, zdominowanej zwłaszcza przez ludność miejską, a w szczególności mieszkańców aglomeracji, w których liczba mieszkańców przekracza 100 tys. osób.

Biorąc pod uwagę powyższe, Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Śląskim na lata 2004-2013 zakładała, iż celem strategicznym ma być „rozwój produktu markowego – turystyka miejska i kulturowa, połączona ze zwiedzaniem najbliższych miast, obejmująca wycieczki i indywidualne podróże turystów krajowych, jak również podróże związane

z turystyką sentymentalną” [Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Śląskim na lata 2004-2013, 2004]. W zgodzie z tą ideą przygotowano kilka celów szczegółowych, wśród których szczególną uwagę zwracają następujące punkty:

- zwiększenie dostępności obiektów archeologicznych dla celów turystycznych;
- restauracja, promocja i udostępnienie turystom zabytkowych układów urbanistycznych oraz obiektów architektury militarnej;
- rozwój turystyki przemysłowej (industrialnej);
- poszerzenie oferty kulturalnej, rozrywkowej i widowiskowo-sportowej;
- tworzenie warunków i wzrost liczby odwiedzin w ramach turystyki sentymentalnej;
- poszerzenie oferty turystyki pielgrzymkowej.

Działania te miały na celu utworzenie z województwa śląskiego destynacji turystycznej, w której fundamentalną rolę odgrywać będzie kultura przemysłowa z zabytkami dawnej techniki oraz architektury i budownictwa na czele. Koncepcja ta wydaje się być naturalną (jeśli nie – jedyną) drogą prowadzącą nie tylko do ożywienia ruchu turystycznego, ale – co ważniejsze – podkreślenia specyfiki regionu.

Obecnie, plan prac dotyczący rozwoju kultury i turystyki stanowi część ogólnej Strategii Rozwoju Województwa Śląskiego [Strategia Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2020”, 2014] i zakłada kontynuację wcześniej określonych celów, przy jednoczesnym zwróceniu większej uwagi na turystów zagranicznych. Przewiduje się bowiem, iż prowadzone inwestycje komunikacyjne (budowa autostrady A4, rozbudowa portu lotniczego w Pyrzowicach), przełożą się na wzmożone zainteresowanie ofertą turystyczną wśród cudzoziemców, głównie z Europy Zachodniej. W porównaniu do Strategii Rozwoju z lat 2004-2013, w obowiązującym dokumencie mocniej zaakcentowano rolę turystyki kulturowej i rozrywkowej słusznie dostrzegając, iż województwo śląskie ma szansę stać się liderem regionalnym w organizowaniu imprez, targów i wystaw o znaczeniu międzynarodowym.

## Przykłady dobrych praktyk projektów rewitalizacyjnych

W literaturze poświęconej projektom rewitalizacyjnym bardzo często spotkać można się z pojęciem tzw. dobrych praktyk. Podobnie jak w przypadku innych terminów, tak i w odniesieniu do tego pojęcia, mamy do czynienia z różnymi sposobami jego definiowania. W ramach niniejszych rozważań przyjęto jednak definicję A. Karwińskiej i D. Wiktora, dla których dobre praktyki to „takie zasady działania i takie projekty, które prowadzą do dobrych lub bardzo dobrych wyników organizacji. Powinny one również spełniać dodatkowe warunki, takie jak: dobre planowanie, autoewaluacja, możliwość implementacji przez inne organizacje, etyka działania. Dodatkowo mogą też wyróżniać się nowatorstwem w podejściu do rozwiązywania problemów lub w jakimś innym aspekcie działalności” [Karwińska, Wiktor 2008, s. 8]. Definicja ta zwraca uwagę nie tylko na efekty i rezultaty realizowanych zadań oraz projektów, ale i ich użyteczność dla innych podmiotów i ich kluczowe aspekty. Sukces turystyczny danego kraju czy też regionu jest właśnie ich wynikiem.

Do tego typu projektów zaliczyć można w przypadku regionu Południowej Walii bez wątplenia rozbudowę infrastruktury drogowej, znaczenie której przez wiele lat było ignorowane ze względu na fakt, że podstawową i dominującą formą transportu węgla była kolej. Powstanie infrastruktury drogowej było zatem warunkiem *sine qua non* rozwoju nowych gałęzi przemysłu i sektora usług. W ten sposób rozbudowa infrastruktury drogowej przyczyniła się do przyływu zagranicznego kapitału i powstania nowych miejsc pracy, w szczególności w sektorze elektronicznym (firmy japońskie) [Delattre, Tailliez 2006, s. 29].

Innym przykładem rewitalizacji może być ośrodek górniczy Blaenavon położony na terenie Południowej Walii, który został wpisany na listę światowego dziedzictwa UNESCO.



Ośrodek ten stał się centralnym elementem i podstawą rozwoju lokalnej gospodarki [Delattre, Tailliez 2006, s. 26].

Na jego terenie znajduje się Narodowe Muzeum Górnictwa, XVIII-wieczna huta, w okolicy natomiast najstarszy przemysłowy kościół św. Piotra, ratusz robotniczy, malowniczy, postindustrialny rezerwat natury Jeziora Garn, a także fragmenty dziedzictwa kolejowego, piece do wypalania wapna czy sztolnia. Na szczególną uwagę zasługuje fakt połączenia tego, co przyniosła z sobą industrializacja z tym, co było charakterystyczne oraz typowe dla gospodarki agrarnej (liczne parki).

Do podobnego typu ośrodków zaliczyć można m.in. Corris Mine Explorers, gdzie odwiedzający mają okazję zobaczyć, jak ciężka była praca górników, zwiedzając podziemne tunele, i jak trudne było życie poprzednich pokoleń. Stosunkowo nową atrakcją stanowi park Tondu, na terenie którego znajdują się huty z czasów wiktoriańskich oraz jeden z najlepiej zachowanych pieców koksowniczych. Równie ważnym miejscem na trasie turystycznej po Południowej Walii jest Cardiff Bay (zatoka Tygrysa), będąca zarazem przykładem najstarszej wieloetnicznej społeczności lokalnej w Walii. Społeczność ta tworzyła się na przestrzeni lat spośród pracowników i marynarzy z ponad 50 krajów m.in. z Somalii czy Grecji. Cardiff Bay przeszła ostatnimi laty proces rewitalizacji, w wyniku którego przekształciła się w ogromnych rozmiarów jezioro. W okolicy znajduje się wiele atrakcji, w tym m.in. Centrum Techniki oraz centra sztuki, a także budynek Zgromadzenia Narodowego Walii. Cardiff samo w sobie łączy elementy przeszłości z nowoczesnym spojrzeniem na przyszłość narodu walijskiego.

Pierwsze symptomy nowego podejścia opartego na programach rewitalizacyjnych sięgają jednak lat 1970. Wówczas, w Machynlleth, na bazie dawnego kamieniołomu łupków, z inicjatywy Gerrarda Morgana Grenville'a powstało Centrum Alternatywnych Technologii (ang. CAT – *the Centre for Alternative Technologies*), które obecnie stanowi jedną z głównych atrakcji turystycznych Południowej Walii. Centrum zasilane jest przy pomocy wody pochodzącej z pobliskich wzgórz, która wykorzystywana jest także do innych celów, m.in. umożliwia funkcjonowanie pobliskiej kolei. Oprócz tego wykorzystuje się także energię słoneczną. W ramach Centrum funkcjonuje również Instytut Zrównoważonego Rozwoju, Studium Podyplomowe z dziedziny środowiska, a także Eco-dom [Matthews 2013, ss. 174-175].

Warto wspomnieć także o szeregu atrakcji kolejowych, przede wszystkim możliwości odbycia podróży koleją wąskotorową m.in. liniami Bala Lake Railway, Ffestiniog Railway, Rheilffordd Talyllyn Railway, Barry Tourist Railway czy też Dean Forest Railway Co Ltd.

Podobne przykłady zaobserwować można w województwie śląskim. O pierwszym z nich, związanym z poprawą dostępności komunikacyjnej i udrożnieniem układu komunikacyjnego, wspomniano już powyżej. To kluczowe, nie tylko z punktu widzenia rozwoju turystyki, ale i całej gospodarki regionu, działanie ściśle koresponduje z inwestycjami, których celem jest poprawa jakości dróg lokalnych. Zgodnie z zamysłem inicjatorów projektu, jest to precyzyjnie zaplanowane działanie strategiczne i promocyjne, gdyż – jak słusznie twierdzą – „zważywszy (...), iż 85% Niemców przyjeżdża do Polski samochodami, a stanowią oni największy segment rynku (w podziale uwzględniającym kraj zamieszkania), trudno nie zauważyć znaczącej rangi inwestycji komunikacyjnych dla rozwoju turystyki w regionie” [Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Śląskim na lata 2004-2013, 2004].

Na terenie województwa śląskiego występuje ponad 70 zabytków techniki wpisanych do rejestru zabytków, reprezentujących szereg dziedzin gospodarki; część z nich wymaga odpowiedniej adaptacji dla celów turystyki, jednak niektóre, rekomendowane do weryfikacji terenowej na Szlak Zabytków Techniki, już funkcjonują jako atrakcje regionu. Wśród nich na uwagę zwraca usytuowana w Tarnowskich Górach kopalnia srebra zwana „Sztolnią Czarnej Pstrągi”. Poza możliwością spaceru w podziemnych korytarzach położonych 40 m

pod powierzchnią ziemi, oferuje ona turystom również zwiedzanie Muzeum Górnictwa oraz Skansenu Maszyn Parowych.

Podobnych atrakcji doświadczyć możemy dzięki wizycie w zabytkowej kopalni węgla kamiennego „Guido”. Znajdziemy tam najgłębiej położoną trasę turystyczną w Europie; szyb kolejowy zwozi turystów na poziomy 170 i 320 metrów, by tam mogli oni zobaczyć miejsce gdzie pracowali nie tylko górnicy, ale i konie, które przez lata mieszkały w specjalnie urządzonych dla nich podziemnych stajniach. Co ciekawe, dziś kopalnia szczyci się cyklicznie urządzanymi projektami artystycznymi, wśród których na szczególną uwagę zasługuje *Muzyka na Poziomie* oraz *Teatr na Poziomie*.

Wykorzystaniem potencjału regionu mogą pochwalić się również inicjatorzy ochrony dolomitowego nieczynnego kamieniołomu Blachówka, mieszczącego się na granicy Bytomia i Tarnowskich Gór. Teren ten, poza walorami naukowymi, dydaktycznymi, historycznymi i krajobrazowymi, dostarcza odwiedzającym go osobom także atrakcji sportowych; utworzony tam ośrodek Dolomity Sportowa Dolina posiada bowiem sztuczny stok narciarski.

Doskonałą ilustracją uczynienia z obiektu techniki obiektu turystycznego jest również najstarsza na świecie nieprzerwanie czynna kolej wąskotorowa z Bytomia do Tarnowskich Gór, oferująca jedyną w swoim rodzaju podróż w zabytkowym wagonie salonowym z 1912 roku.

Wzorcowym przykładem wykorzystania potencjału regionu i uczynienia z przemysłowej spuścizny swoistej wizytówki regionu, są dwa katowickie osiedla robotnicze – Nikiszowiec i Giszowiec. Powstały one na początku XX wieku i w zamyśle miały służyć pracownikom kopalni; dziś – wpisane na listę Narodowego Instytutu Dziedzictwa – stanowią atrakcję turystyczną Górnego Śląska. Co ciekawe, Giszowiec jako pierwszy w Polsce rozpoczął realizację idei angielskiego miasta-ogrodu.

Zaprezentowane powyżej przykłady tzw. dobrych praktyk wykazują zatem wiele podobieństw. Oba regiony w swych strategiach turystycznych opierają się bowiem na swym przemysłowym dziedzictwie, a jako że rozwój przemysłu w obu przypadkach był niezwykle podobny, tego typu zbieżności nie powinny dziwić. Pozostałości po dawnych obszarach górniczych i związana z nimi infrastruktura podlegały w rezultacie procesom rewitalizacji. W ten sposób oba regiony mogą stanowić dla siebie źródło inspiracji i wymiany doświadczeń.

## Zakończenie

Wspomniane we wstępie procesy przekształceniowe, których doświadcza zarówno województwo śląskie, jak i Południowa Walia, to pokłosie nie tylko przemian gospodarczych, ale i również (a może przede wszystkim) następstwo globalizacji. Nawiązanie do tego zjawiska wydaje się być uzasadnione; procesy globalizacyjne mogą być bowiem zarówno szansą, jak i zagrożeniem dla rozwoju poszczególnych regionów. Z jednej bowiem strony, przyczyniają się do coraz mocniej akcentowanych tendencji separatystycznych, sprzyjających osłabieniu więzi i znaczenia centrum politycznego i gospodarczego kraju, a – co za tym następuje – zwiększają się perspektywy rozwoju regionalnego; z drugiej jednakże są odpowiedzialne za upadek tradycyjnych gałęzi przemysłu, co przekłada się na stagnację regionu, rozpatrywaną nie tylko w kategorii zastoju ekonomicznego, ale także społecznego. Odpowiednie ukierunkowanie strategicznych programów rozwoju regionalnego staje się zatem kluczowe dla kształtowania teraźniejszości, jak i przyszłości regionu. Jest to szczególnie ważne na terenach przemysłowych, zaniedbanych, do których zaliczają się oba omawiane w niniejszym tekście obszary. Odkrycie i celne wykorzystanie potencjału turystycznego może stanowić zatem szansę, o której była mowa wcześniej. Szansę wyjątkową, bo stwarzającą nie tylko sposobność do ożywienia gospodarczego, ale do działania w kooperacji ze specyfiką regionu, odwołującą się do szczególnych predyspozycji

regionalnych, tak istotnych, bo trudnych do skopiowania, z punktu widzenia globalnego świata.

Południowa Walia skorzystała z nadarzającej się okazji. Wykorzystanie możliwości, jakie stwarzał sektor usług oraz nowoczesne technologie, a także inwestowanie w rozwój turystyki, zaowocowało nie tylko zahamowaniem szalejącego, stanowiącego rezultat rządów Margaret Thatcher bezrobocia, ale także przełożyło się na szybki i efektywny rozwój regionu. Z uwagi na fakt, iż ożywienie w ruchu turystycznym Południowa Walia zawdzięcza głównie mieszkańcom Zjednoczonego Królestwa, dalsze programowanie polityki związanej z przemysłem turystycznym winno koncentrować się na działaniach zmierzających do zwrócenia uwagi na potrzeby i możliwości turysty zagranicznego. Autorzy strategii dla rozwoju turystyki w Południowej Walii słusznie podkreślają konieczność zachowania ciągłości tradycji i kultury regionu; to tutaj bowiem znajdują się produkty i usługi, które z uwagi na lokalny (czytaj: niepowtarzalny) charakter mają możliwość zapewnienia trwałej przewagi komparatywnej na rynku krajowym i międzynarodowym.

Odmienne kształtuje się natomiast sytuacja województwa śląskiego, znajdującego się w fazie redefiniowania tożsamości regionu i poszukiwania pomysłu na wykorzystanie jego potencjału. Można odnieść wrażenie, że województwo śląskie dopiero uczy się i testuje możliwości wykorzystania predyspozycji regionu i przekształcenia je w atrakcje turystyczne. Działania te wymagają równoległego, współzależnego rozwijania oraz umacniania komplementarnych funkcji, obejmujących zarówno elementy gospodarcze, edukacyjne, kulturowe, przestrzenne, jak i środowiskowe. W ruchu turystycznym województwa śląskiego nadal dominują podróże biznesowe, które – choć warte uwagi – nie mogą być traktowane jako jedyny, mający rację bytu element przemysłu turystycznego regionu. Zawarte w strategii rozwoju turystyki koncepcje, zdają się powoli dostrzegać i doceniać sposobność efektywnego wykorzystania potencjalnie atrakcyjnych dla turysty zasobów, co nie tylko przełoży się na wzrost jakości życia mieszkańców regionu, ale jednocześnie pozwoli na uniezależnienie się od cyklicznych wahań koniunkturalnych.

Analiza porównawcza dokonywana pod kątem wykorzystania potencjału regionów poprzemysłowych (województwa śląskiego i Południowej Walii) pozwala na sformułowanie następujących konkluzji:

1. Konfrontacja obu regionów w zakresie obowiązujących trendów związanych z ruchem turystycznym wypada na korzyść Południowej Walii, znajdującej się nie tylko na bardziej zaawansowanym etapie realizowania planów rewitalizacyjnych i restrukturyzacyjnych regionu, ale i również odznaczającej się szybszym i bardziej wydajnym tempem dokonywanych zmian;
2. Zarówno województwo śląskie, jak i Południowa Walia traktowane są jako regiony odgrywające istotną rolę w kształtowaniu ruchu turystycznego w skali kraju;
3. Po okresie kryzysu gospodarczego, w obu regionach obserwujemy stałą tendencję zwiększania się nie tylko ilości zarejestrowanych wizyt o charakterze turystycznym, ale także rosnące zapotrzebowanie na rozwój i rozbudowę tego sektora usług;
4. Odpowiedzią na to zapotrzebowanie jest utworzenie stosownych strategii, stanowiących istotny element polityki rozwoju obu omawianych regionów;
5. Wybór miejsc, a także metod oraz sposobów przeprowadzania rewitalizacji i restrukturyzacji wskazuje na znaczne podobieństwo pomiędzy województwem śląskim a Południową Walią;
6. Zasygnalizowana konwergencja pomiędzy ruchem turystycznym wskazanych regionów winna stanowić punkt wyjścia do dalszych obserwacji i analiz, a także stanowić podstawę do tworzenia platformy wymiany doświadczeń.

**Bibliografia:**

- Badanie ruchu turystycznego w województwie śląskim w 2012 roku*, 2012, Raport generalny z badań dla Śląskiej Organizacji Turystycznej, Instytut Turystyki
- Census: National identity, local authorities in England and Wales*, 2011, Office for National Statistics
- Census: Welsh language skills (detailed), unitary authorities in Wales*, 2011, Office for National Statistics
- Delattre P., Tailliez S., 2006, *Boosting the regeneration process of Europe's coalfield regions*, Acom/Recore
- Karwińska A., Wiktor D., 2008, *Przedsiębiorczość i korzyści społeczne: identyfikacja dobrych praktyk w ekonomii społecznej*, Ekonomia Społeczna Teksty
- Klimek K., 2010, *Turystyka jako czynnik społeczno-gospodarczy rozwoju Szwajcarii. Wnioski dla Polski*, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Kraków
- Kuźnik F., 2012, *Diagnoza doświadczeń historycznych województwa śląskiego widziana z perspektywy rozwoju regionalnego*, Śląskie Studia Regionalne, nr III (I)
- Łukowski W., 2011, *Tożsamość lokalna. W poszukiwaniu źródeł i sensu(ów) zakorzenienia*, [w:] *Od animacji do rewitalizacji społecznej*, Warszawa
- Majer A., 2010, *Socjologia miasta*, Warszawa
- Matthews R., 2013, *Wales a very peculiar history*, The Salariya Book Company
- Morgan G., 2008, *A brief history of Wales*, Y Lolfa
- Podręcznik rewitalizacji. Zasady, procedury i metody działania współczesnych procesów rewitalizacji*, 2003, GTZ Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit, Warszawa
- Przejazdy turystów zagranicznych oraz Turystyczne podróże Polaków. Rok 2012: wstępne oszacowanie: lata 2013-2017: Prognoza*, 2012, Instytut Turystyki, <http://www.intur.com.pl/images/wykresy/high/tur1.htm> (dostęp z dn.: 06.02.2014)
- Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Śląskim na lata 2004-2013
- Strategia Rozwoju Województwa Śląskiego „Śląskie 2020”
- Sztaba J., 2013, *Rewitalizacja szansą dla regionów przemysłowych*, Studia i Materiały, Miscellanea Oeconomicae, nr 1
- The Welsh Government Strategy for Tourism 2013-2020. Partnership for growth*, 2013, Welsh Government
- Travel&Tourism Economic Impact*, 2013, World Travel&Tourism Council
- Trendy w turystyce światowej*, Instytut Turystyki, <http://www.intur.com.pl/trendy.htm#tab1> (dostęp z dn.: 06.02.2014)
- Turystyka w strukturach Unii Europejskiej. Programy Unii Europejskiej dotyczące rozwoju turystyki. Przyszłość turystyki w Unii Europejskiej*, 2011, Ministerstwo Sportu i Turystyki, Warszawa
- Turystyka w województwie śląskim w 2011 roku*, 2011, Urząd Statystyczny w Katowicach
- Turystyka zagraniczna do Południowej Walii ze względu na cel*, <http://www.visitbritain.org/insightsandstatistics/inboundvisitorstatistics/regions/towns.aspx> (dostęp z dn.: 10.02.2014)
- Turystyka zagraniczna do Południowej Walii ze względu na zakwaterowanie*, <http://www.visitbritain.org/insightsandstatistics/inboundvisitorstatistics/regions/towns.aspx> (dostęp z dn.: 10.02.2014)
- Turystyka zagraniczna w Zjednoczonym Królestwie według krajów i regionów*, <http://www.visitbritain.org/insightsandstatistics/inboundvisitorstatistics/regions/regionalspread.aspx> (dostęp z dn.: 10.02.2014)
- UNWTO Tourism Highlights 2013 Edition*, 2013, World Tourism Organization

## Postindustrial regions as a trend and tourist attraction on the example of the Silesian voivodeship and the region of South Wales

**Key words:** South Wales, Silesian voivodeship, tourism, postindustrial strategies

### **Abstract**

The purpose of the article is to compare the situation of tourist traffic and the tourism sector of two former industrial regions – South Wales and the Silesian voivodeship. For many years, their development was based, first and foremost, on the mining industry. However the changes that occurred in the global economy have forced their authorities to take steps to make them more competitive, also in offering new jobs. In this way the role and importance of the tourism sector established on old industrial areas and their revitalization has been recognized. As a result in addition to its space-urban planning aspects the revitalization process had its socio-economic meaning as well.

The tourist development model applied in the case of the region of South Wales has many similarities to the one introduced and implemented in the Silesian voivodeships. A good illustration of that are the examples of good practices in the field of revitalization mentioned in the article for example the improvement of road infrastructure. However while South Wales has undergone such a transformation rapidly, in the Silesian voivodeship the changes are still taking place.