

**UCHWAŁA NR XLVI/309/13
RADY MIEJSKIEJ W POŁAŃCU**

z dnia 26 września 2013 r.

w sprawie przyjęcia Programu Rozwoju i Promocji Turystyki Miasta i Gminy Połaniec wraz z systemem monitorowania i ewaluacji

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 6 ustawy z dnia 8 marca 1990r. o samorządzie gminnym (j.t. Dz. U. z 2013 r. poz. 594) **uchwala się, co następuje:**

§ 1.

Przyjmuje się Program Rozwoju i Promocji Turystyki Miasta i Gminy Połaniec wraz z systemem monitorowania i ewaluacji stanowiący załącznik nr 1 do niniejszej uchwały.

§ 2.

Wykonanie Uchwały powierza się Burmistrzowi Miasta i Gminy Połaniec.

§ 3.

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

PRZEWODNICZĄCY
RADY MIEJSKIEJ

mgr Stanisław Lolo



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



RADA MIEJSKA
w Polańcu

Załącznik nr 1 do Uchwały NR XLVI/309/13

Rady Miejskiej w Polańcu

z dnia 26 września 2013 roku

Program rozwoju i promocji turystyki Miasta i Gminy Polaniec



„Najlepszą metodą przewidywania przyszłości jest jej tworzenie”

Peter Drucker

Polanica, wrzesień 2012 – marzec 2013

Opracowano w ramach projektu
Urząd Miasta i Gminy Polaniec - profesjonalny, efektywny, dostępny.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Człowiek - najlepsza inwestycja

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Opracowano we współpracy z

InicjatywaLokalna.pl

ul. Targowa 18/1207, 25-520 Kielce
tel./fax 041 343 01 24
e-mail: biuro@inicjatywalokalna.pl
www.inicjatywalokalna.pl

SPIS TREŚCI

Wstęp	4
1. Metodologia prac	5
2. Analiza SWOT obszaru turystyki	6
3. Drzewo problemów	9
4. Drzewo celów	10
5. Priorytety rozwoju	11
6. Plan marketingowy produktów turystycznych.....	12
7. Zadania, budżet i harmonogram realizacji.....	17
8. Wskaźniki realizacji programu	18
9. Metodologia ewaluacji i monitoringu.....	19

WSTĘP

Realizacja Programu Rozwoju i Promocji Turystyki Miasta i Gminy Polaniec to tworzenie turystycznej przyszłości obszaru. Wykorzystanie potencjału naturalnego i historycznego do wykreowania nowego produktu turystycznego – **Centrum Energii Kościuszko** – to ogromna szansa na dynamiczny rozwój branży turystycznej i okoloturystycznej.

Głównym celem Programu jest **Wzrost liczby turystów przyjeżdżających do regionu Połańca**. Głównym elementem, na którym powinien oprzeć się rozwój turystyki jest stworzenie rdzenia produktu turystycznego – **Poczuj Energię – źródło wszelkiej aktywności**.

Obecnie w branży turystycznej zaobserwować można kilka nowych tendencji. Czas urlopu staje się bezcennym dobrem, który turyści szanują – odpowiednio się przygotowują do wyjazdu, traktując go jako czas wydawania pieniędzy na zachcianki. Działania marketingowe – reklamy są wypierane przez marketing z konkretną zawartością, produktem turystycznym. Działania marketingowe opierają się głównie na narzędziach nowych technologii, zwłaszcza internecie.

Realizując Program należy kierować się wyżej wymienionymi zasadami oraz pamiętać o wysokiej jakości oferty – świadczonych usług, a na sukces nie trzeba będzie długo czekać.

W perspektywie finansowej Unii Europejskiej 2014 – 2020 wdrażane będzie podejście **rozwoju kierowanego przez lokalne społeczności (CLLD)**. Będzie to ogromna szansa dla dobrze przygotowanych społeczności lokalnych i reprezentujących je samorządów. Pozyskanie dotacji będzie wymagało współpracy samorządu z organizacjami pozarządowymi i gospodarczymi co najmniej na etapie planowania projektu. Dzięki takiemu podejściu powstanie szansa na wykorzystanie pełnego potencjału turystycznego gminy.

1. METODOLOGIA PRAC

Program Rozwoju i Promocji Turystyki Miasta i Gminy Połaniec został opracowany w ramach realizowanego przez Gminę Połaniec projektu pn. „Urząd Miasta i Gminy Połaniec - profesjonalny, efektywny, dostępny” realizowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Priorytetu V *Dobre rządy*, Działania 5.2 *Wzmocnienie potencjału administracji samorządowej*, Poddziałania 5.2.1 *Modernizacja zarządzania w administracji samorządowej*.

Prace związane z przygotowaniem, opracowaniem i wdrożeniem Programu trwały od października 2012 roku do marca 2013 roku. W ramach prac na Programem:

1. Przeprowadzono 3 szkolenia dla 10 osób z zakresu rozwoju turystyki i planowania promocji turystycznej.
2. W ramach doradztwa skorzystano z 15 usług doradczych w zakresie stanu obecnego oraz planowanego rozwoju turystyki na obszarze gminy.
3. Przeprowadzono 10 moderowanych spotkań z osobami zaangażowanymi w opracowanie Programu.

2. ANALIZA SWOT OBSZARU TURYSTYKI

Analiza SWOT to jedna z najpopularniejszych i najskuteczniejszych metod analitycznych wykorzystywanych w procesie planowania strategicznego. Jest stosowana do analizy wewnętrznego i zewnętrznego środowiska funkcjonowania danej jednostki. Polega na posegregowaniu posiadanych informacji na dany temat na cztery grupy (kategorie czynników strategicznych). Kategorie te obejmują czynniki pozytywnie i negatywnie oddziałujące na rozwój oraz czynniki zewnętrzne, które mogą ten wpływ wspomóc lub zakłócić. Czynniki wewnętrzne, czyli mocne i słabe strony, są zależne od władz lokalnych i od lokalnej społeczności. Czynniki zewnętrzne natomiast należą do otoczenia bliższego i dalszego, i z reguły ani władze samorządowe, ani mieszkańcy danej jednostki nie mają na nie wpływu. Można je jednak odpowiednio wykorzystać w procesie zaplanowanego rozwoju lub zniwelować skutki ich negatywnego wpływu. Nazwa tej metody pochodzi od akronimów angielskich słów: *Strengths* (mocne strony), *Weaknesses* (słabe strony), *Opportunities* (szanse) oraz *Threats* (zagrożenia).

Poniższa analiza SWOT została przeprowadzona dla obszaru turystyki gminy Polanec oraz elementów z nią związanych.

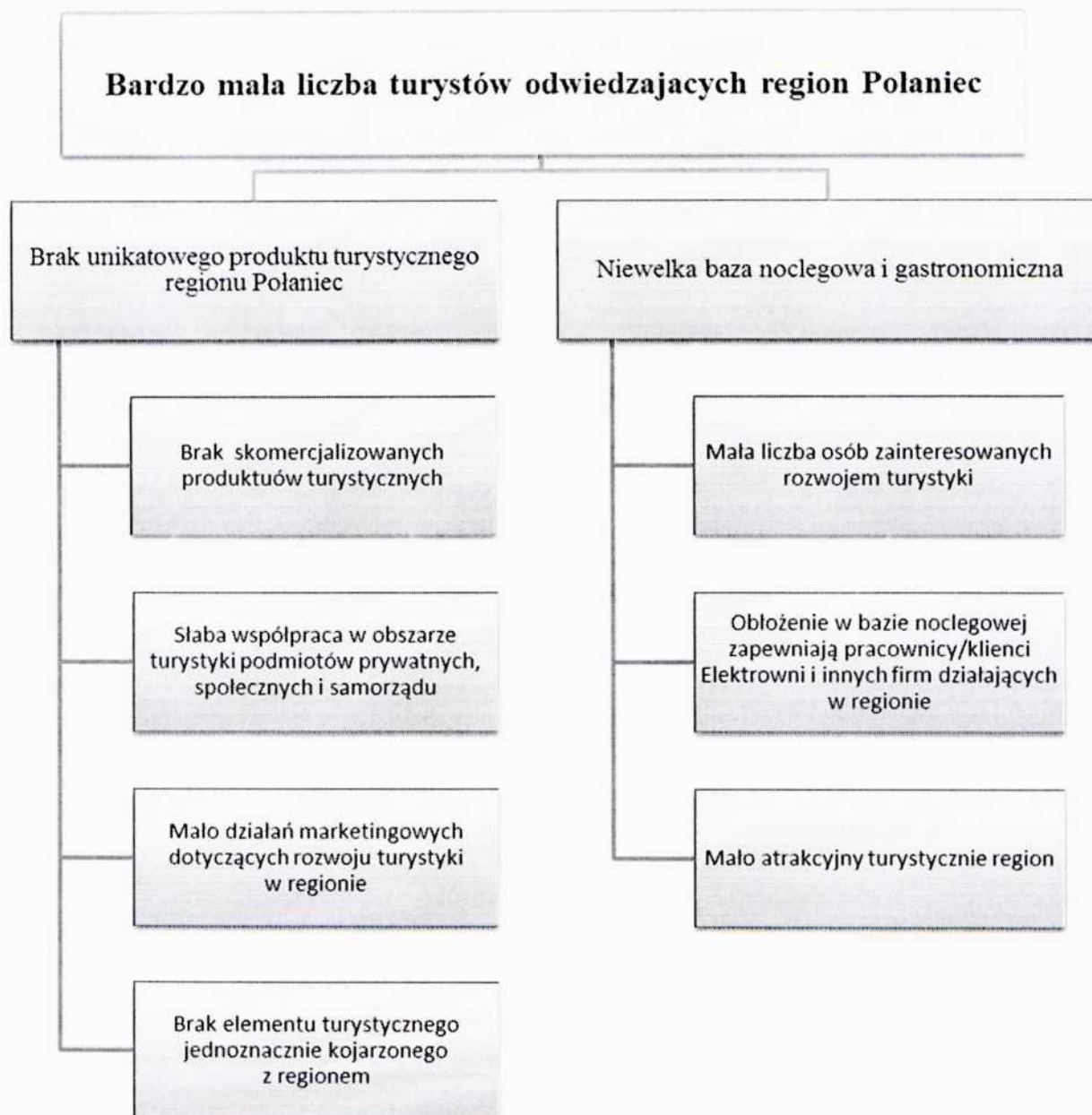
MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
1. Utożsamianie się mieszkańców oraz zasoby związane z osobą Tadeusza Kościuszki. 2. Kilka zabytków. 3. Wielowiekowa historia obszaru. 4. Kultywowanie dziedzictwa kulturalnego i historycznego obszaru. 5. Możliwości finansowe samorządu. 6. Wysoki poziom rozwoju regionu i zaspokajania potrzeb mieszkańców. 7. Zagospodarowanie przestrzeni publicznych i jakość usług publicznych. 8. Elektrownia Polanec i największy na świecie blok do spalania biomasy. 9. Członkostwo gminy oraz różnych podmiotów turystycznych w organizacjach zajmujących się rozwojem	1. Położenie w regionie nierozpoznawalnym turystycznie. 2. Słaba identyfikacja turystyczna obszaru na tle województwa świętokrzyskiego i Polski. 3. Znaczna odległość do dużych aglomeracji miejskich. 4. Mała baza noclegowa i gastronomiczna. 5. Mała ilość interesariuszy zainteresowanych rozwojem turystyki na terenie obszaru. 6. Brak skoordynowanych i wspólnych działań marketingowych branży turystycznej i samorządu. 7. Słaba współpraca podmiotów branży turystycznej. 8. Brak stałych relacji partnerskich

turystyki. 10. W ciągu 1 godziny jazdy samochodem można dojechać do 7 z 10 najczęściej odwiedzanych w 2012 roku atrakcji turystycznych (biletowanych) województwa świętokrzyskiego. 11. Baza rekreacyjno-rozrywkowa. 12. Działające przedsiębiorstwa zapewniają częściowe obłożenie bazy noclegowej. 13. Duża liczba wydarzeń kulturalnych, rekreacyjnych, rozrywkowych.	między turystycznymi podmiotami gospodarczymi, organizacjami pozarządowymi a samorządem gminy. 9. Brak kompleksowej całorocznej oferty turystycznej regionu, dającej stabilność zatrudnienia i dochodów. 10. Brak atrakcji turystycznych dostępnych niezależnie od pogody. 11. Słaba widoczność i aktywność turystyczna obszaru, samorządu oraz podmiotów turystycznych w Internecie. 12. Brak w UMiG wydzielonego stanowiska dla osoby odpowiedzialnej za rozwój turystyki. 13. Brak prowadzenia badań opinii i potrzeb turystów przyjeżdżających do gminy. 14. Mała ilość skomercjalizowanych produktów turystycznych oraz słabe zagospodarowanie turystyczne naturalnych atrakcji turystycznych obszaru. 15. Brak tradycji działalności turystycznych. 16. Brak mierzalnego ruchu turystycznego. 17. Brak rozpoznawalnego wydarzenia turystycznego.
SZANSE	ZAGROŻENIA
1. Rozwój turystyki weekendowej i krótkoterminowej. 2. Wzrost świadomości ludzi na temat korzyści z prowadzenia aktywnego i zdrowego trybu życia. 3. Możliwość pozyskania środków z Unii Europejskiej w latach 2014-2020 przez różne organizacje. 4. Powstanie mostu na Wiśle – otwartość komunikacyjna w kierunku województwa podkarpackiego, wzrost ruchu tranzytowego. 5. Możliwość realizacji inwestycji w Partnerstwie Publiczno-Prywatnym.	1. Brak rozwoju gospodarczego Polski. 2. Spadek aktywności turystycznej Polaków. 3. Prawo utrudniające lub nawet uniemożliwiające wykorzystanie naturalnych zasobów obszaru do rozwoju turystyki. 4. Konkurencja znanych i dobrze rozwiniętych regionów turystycznych Polski. 5. Coraz łatwiejsza i tańsza dostępność regionów turystycznych Europy i Świata dla mieszkańców Polski.

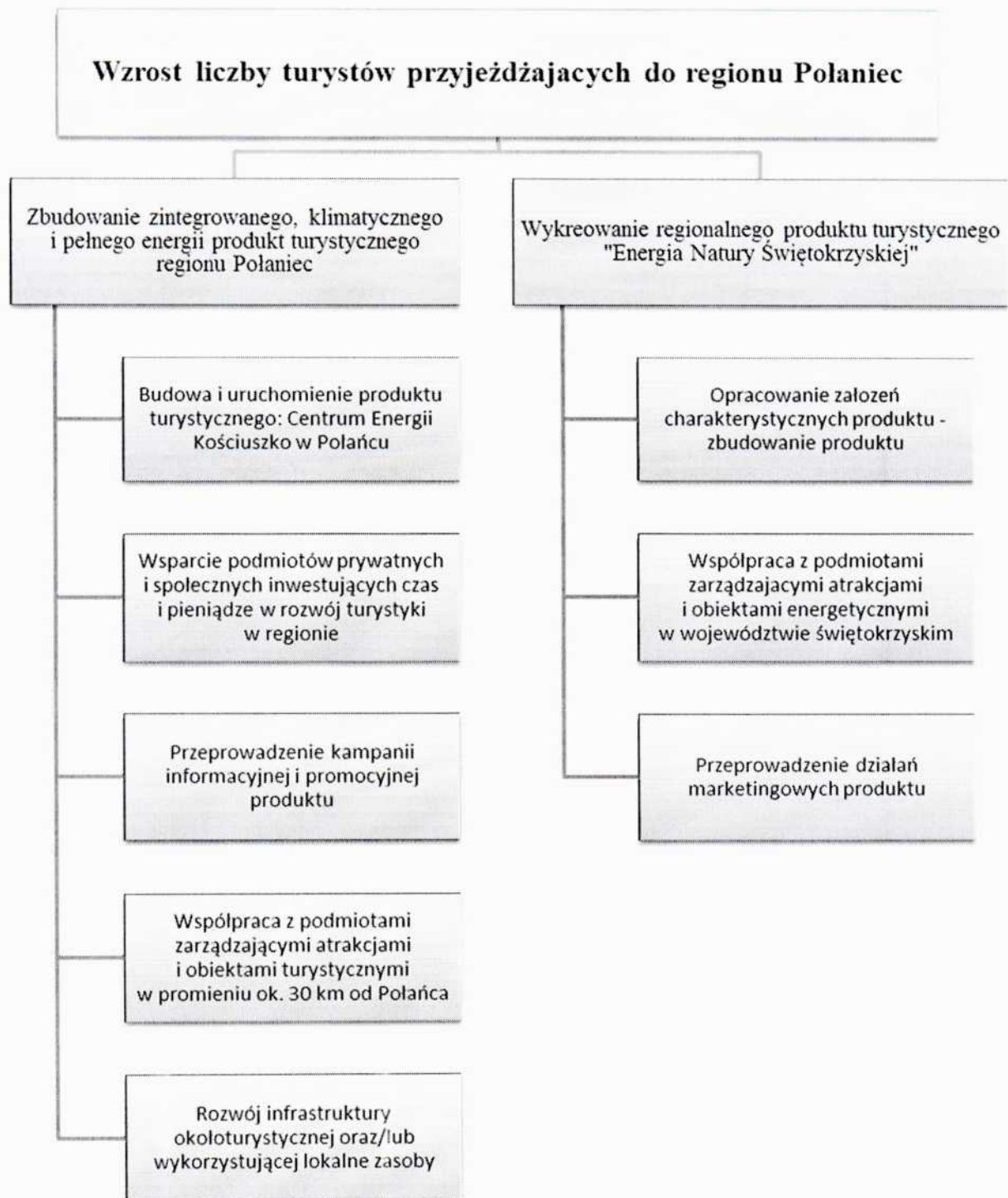
Wnioski z analizy SWOT

1. Branża turystyczna jest mała i nastawiona na obsługę klientów/pracowników obsługujących przedsiębiorstwa zlokalizowane w gminie.
2. Należy włączyć atrakcje obszaru do 1-2 regionalnych produktów turystycznych, zbudować 1-2 własne unikatowe produkty turystyczne.
3. Posiadany potencjał, stworzenie nowych produktów turystycznych wraz z położeniem obszaru umożliwiającym bezproblemowe dotarcie w ciągu kilkudziesięciu minut do większości najważniejszych atrakcji turystycznych województwa, co pozwala na zaoferowanie atrakcyjnego i kompleksowego kilkudniowego pakietu pobytowego dla rodzin oraz grup zorganizowanych.
4. Niezwłoczne rozpoczęcie prac nad rozwojem turystyki pozwoli na przygotowanie bardzo dobrych projektów pro turystycznych wykorzystujących potencjał obszaru, które otrzymają dofinansowanie z UE w latach 2014-2020.
5. Należy podjąć kompleksowe działania związane z umożliwieniem pracownikom branży turystycznej, administracji samorządowej, jak i mieszkańcom gminy zdobycia wiedzy merytorycznej na temat potencjału turystycznego regionu, znaczenia turystyki dla rozwoju gminy oraz zasad rozwoju turystyki.
6. Mając na względzie anomalie pogodowe oraz potrzebę wydłużania sezonu turystycznego należy tworząc nowe produkty turystyczne przewidywać ich funkcjonowanie niezależnie od pogody.
7. W gminie organizowanych jest wiele wydarzeń kulturalnych, rekreacyjnych, rozrywkowych, ale brak jest unikatowego i rozpoznawalnego wydarzenia adresowanego do turystów.
8. Unikatowy potencjał turystyczny obszaru to historia związana z osobą Tadeusza Kościuszki oraz największy na świecie „zielony blok” do spalania biomasy.
9. Samorząd zaspokaja potrzeby mieszkańców na wysokim poziomie, a przestrzeń publiczna jest odpowiednio zagospodarowana. Dzięki temu można powiedzieć o okółoturystycznej gotowości obszaru – atrakcyjności obszaru dla potencjalnych turystów. Brak jest unikatowego produktu turystycznego.

3. DRZEWO PROBLEMÓW



4. DRZEWO CELÓW



5. PRIORYTETY ROZWOJU

1. Zbudowanie trwałego mechanizmu partnerskiej i długofalowej współpracy branży turystycznej, organizacji pozarządowych i samorządu.
2. Zbudowanie 1-2 własnych unikatowych produktów turystycznych oraz włączenie produktu obszaru do regionalnych produktów turystycznych.
3. Organizowanie ogólnopolskiego wydarzenia skierowanego do turystów, bazującego na produkcie turystycznym regionu.
4. Przygotowanie bardzo dobrych projektów pro turystycznych wykorzystujących potencjał obszaru w celu ubiegania się o dofinansowanie z UE w latach 2014-2020.
5. Zorganizowanie możliwości zdobycia wiedzy turystycznej przez pracowników branży turystycznej, administracji samorządowej jak i mieszkańców gminy.

Oczekiwane efekty realizacji Programu:

1. Powstanie partnerstwa firm, organizacji pozarządowych i samorządu, tworzącego unikatowy regionalny produktu turystycznego "Energia Natury Świętokrzyskiej".
2. „Zaistnienie” Połańca na mapie turystycznej województwa świętokrzyskiego – między Sandomierzem a Pacanowem, niedaleko Solca-Zdroju, Szydłowa, Kurozwęk czy Ujazdu.
3. Stworzenie turystom atrakcyjnej możliwości spędzenia czasu i wydania pieniędzy.
4. Sprzedanie 50 000 biletów w pierwszym roku działania Centrum, a 100 000 w 3 roku.

Oczekiwane rezultaty realizacji Programu:

1. Stworzenie nowych miejsc pracy – bezpośrednio w Połańcu.
2. Atrakcyjne – turystyczne zagospodarowanie ok. 5 ha terenu.
3. Najnowocześniejsze i jedyne w Polsce południowo-wschodniej Planetarium i Obserwatorium Astronomiczne.
4. Pierwszy w Polsce park tematyczny poświęcony Tadeuszowi Kościuszce.
5. Unikatowy w skali Polski tematyczny park dotyczący energii.
6. "Energia Natury Świętokrzyskiej" – jedyna w Polsce możliwość zobaczenia zasad funkcjonowania różnych źródeł energii odnawialnej.
7. Powstanie nowej infrastruktury rekreacyjnej i sportowej w Połańcu.

6. PLAN MARKETINGOWY PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH

Rdzeń produktów turystycznych

Poczuj Energię – źródło wszelkiej aktywności

Elementy cząstkowe rdzenia (na podstawie: www.sjp.pwn.pl):

1. **Poczuć** – doświadczyć czegoś za pomocą zmysłów; doznać jakiegoś uczucia; przeczuć coś instynktownie; uświadomić sobie coś.
2. **Energia** – skłonność i zdolność do intensywnego działania jako cecha człowieka; wyrażona w jednostkach pracy skalarna wielkość fizyczna; w filozofii greckiej: forma, w przeciwieństwie do materii jako potencji; pot. prąd elektryczny.
3. **Źródło** – miejsce, z którego woda wypływa na powierzchnię ziemi; to, co stanowi początek czegoś; przyczyna uczuć, zachowań, chorób itp.; dokument będący podstawą do dalszych badań.
4. **Wszelka** – zaimek komunikujący, że to, o czym mowa w zdaniu, dotyczy wszystkich rodzajów obiektów, stanów rzeczy lub sposobów działania, nazywanych przez rzeczownik.
5. **Aktywność** – przejawianie inicjatywy, branie żywego udziału w czymś; o urządzeniach, systemach: zdolność do działania; zdolność do reakcji chemicznej lub przyspieszanie jej; podleganie intensywnym procesom fizycznym lub chemicznym.

Określenie energii, które może być przesłaniem dla parku tematycznego ...

Energia to źródło wszelkiej aktywności, tego, że coś się dzieje. Chodzi zarówno o Ziemię jak i kosmos. W przyrodzie ona nigdy nie zanika, lecz zmienia formy. Można powiedzieć, że określa zdolność ciała do wykonania pracy. Koło nas ciągle coś się dzieje: latają samoloty, uczniowie chodzą do szkoły, dorośli pracują, nasze oczy się poruszają, w rzekach płynie woda. Istnienie tych procesów zawdzięczamy tylko i wyłącznie przemianom energii. Przyjrzyjmy się dokładniej jej ciekawym obliczom... (www.gimnazjumtroszyn.pl)

<i>Produkt</i>		<i>Park tematyczny</i> <i>Centrum Energii Kościuszko</i>
Opis produktu		1. Budowa produktu turystycznego zawiera: a. Energetyczny Park (budynek, teren, Internet) Wiedzy, Doświadczeń i Rozrywki (obiekt umożliwiający spędzenie min. 5 godzin przez dzieci i młodzież na rozrywce i poznawaniu praw energii i siły natury). b. Historyczny Obóz Kościuszki (obiekt prezentujący obóz Kościuszkowski oraz postać Tadeusza Kościuszki) – umożliwienie przeprowadzenia „warsztatów” Kościuszkowskich oraz poznania krajowych i międzynarodowych losów Kościuszki. c. Planetarium i Obserwatorium Astronomiczne (obiekt umożliwiający odtworzenie wyglądu nieba oraz umożliwiający jego obserwację) – pokazanie i poczucie energii wszechświata. d. Rozbudowa obiektów sportowo rekreacyjnych z zastosowaniem Odnawialnych Źródeł Energii – nowoczesny obiekt stadionu i kompleks basenowy umożliwiający aktywny wypoczynek zarówno dzieci, młodzieży jak i dorosłych. e. Infrastrukturę towarzyszącą (baza sportowa i rekreacyjna). 2. Przeprowadzenie kampanii informacyjnej i promocyjnej produktu.
Rdzeń produktu		Poczuj Energię – źródło wszelkiej aktywności
Grupa docelowa		Rodziny z dziećmi do 12 roku życia (turyści indywidualni)
Uzupełniająca grupa docelowa		Uczniowie (przedszkole – VI klasa) (grupy zorganizowane)
Produkt oczekiwany przez turystę – główne elementy		Atrakcyjne spędzenie 1-5 godzin niezależnie od warunków atmosferycznych, zdobycie jakiejś umiejętności, kompleksowa oferta usług dodatkowych. Czysto, bezpiecznie, rekreacja, edukacja i rozrywka dla dzieci lub wspólna, średni standard noclegu, poznanie lokalnych ciekawostek, udział w unikatowym wydarzeniu, udział w warsztatach rękodzielniczych, pobyt 0-4 noclegów, jak najbliżej natury, doradztwo w planowaniu pobytu.
<i>Lp.</i>	<i>Zakres</i>	<i>Założenia</i>
1.	Nabywcy	Osoby fizyczne, szkoły, organizatorzy wypoczynku dzieci.
2.	Popyt	Na rynku panuje tendencja wzrostowa, ale skraca się czas pobytu. Turysci podróżują częściej, ale na krócej.
3.	Podaż	W Polsce działa wielu oferentów. Wzrasta liczba parków tematycznych.

4.	Pozycja rynkowa produktu	Unikatowość produktu pozwoli na wyróżnienie się na mapie Polski. Gmina jest dobrym miejscem „wypadowym” do największych atrakcji województwa świętokrzyskiego i podkarpackiego.
5.	Zaopatrzenie	Produkt będzie produkowany przez podmiot utworzony przez samorząd gminy.
6.	Dystrybucja	Organizatorzy turystyki, producenci.
7.	Szanse rynkowe	Zwiększająca się liczba rodzin podróżujących po Polsce. Wzrost liczby organizowanych wycieczek szkolnych.
8.	Zagrożenia rynkowe	Konkurencja innych regionów.
9.	Mocne strony	Elektrownia Połaniec – największy na świecie „zielony blok”. Unikatowy produkt.
10.	Słabe strony	Brak doświadczenia w działalności turystycznej.
11.	Cele	Zapewnienie całorocznego ruchu turystycznego. Wykorzystanie potencjału i dziedzictwa regionu do zbudowania unikatowego produktu turystycznego. Dywersyfikacja rozwoju Połania poprzez stworzenie produktu turystycznego na min. 5 godzin, stymulującego rozwój turystyki w okolicy.
12.	Rynek docelowy	Aglomeracja Warszawska, Śląska, Łódzka i Trójmiasto. Województwa ościennie: lubelskie, podkarpackie, małopolskie. Województwo świętokrzyskie.
13.	Zadania rynkowe	Nawiązanie współpracy z organizatorami turystyki z rynków docelowych oraz szkołami.
14.	Budżet	Wypracowanie szczegółów produktu – 100 000 zł Opracowanie dokumentacji technicznej – 300 000 zł Powstanie produktu – 49 600 000 zł
15.	Uwagi	Sukces produktu zależy od odpowiedniego dostosowania oferty do potrzeb grupy docelowej.

<i>Produkt</i>		Regionalny produktu turystyczny "Energia Natury Świętokrzyskiej"
Opis produktu		Współpraca z podmiotami zarządzającymi atrakcjami i obiektami „energetycznymi” w województwie świętokrzyskim: Elektrownia Polanice (zielona energia – największy na świecie blok do spalania), Program inwestycyjno-naukowy Rządów (energia odnawialna natury – pierwsze tego rodzaju przedsięwzięcie w Polsce), Uzdrowisko Solec-Zdrój (energia wody – najlepsza na świecie), Pustelnia Złotego Lasu w Rytwianach (energia ciszy – jedyne w swoim rodzaju), inne ...
Rdzeń produktu		Poczuj Energię – źródło wszelkiej aktywności
Grupa docelowa		Pracownicy / współpracownicy różnych organizacji (grupy zorganizowane)
Uzupełniająca grupa docelowa		Kilkuosobowe grupy turystów indywidualnych
Produkt oczekiwany przez turystę – główne elementy		Unikatowa oferta rekreacji i rozrywek, profesjonalne zaplecze do zorganizowania szkolenia, wyjazdu integracyjnego, uroczystości rodzinnej, konkurencyjność cenowa, średni i wyższy standard noclegu, kompleksowa obsługa, poznanie lokalnych ciekawostek, udział w unikatowym wydarzeniu, pobyt 1-3 noclegi, jak najbliżej natury, zdobycie jakiejś umiejętności.
<i>Lp.</i>	<i>Zakres</i>	<i>Założenia</i>
1.	Nabywcy	Przedsiębiorcy, Organizacje pozarządowe, Samorządy, Organizatorzy turystyki, Osoby fizyczne organizujące uroczystości rodzinne.
2.	Popyt	Na rynku panuje tendencja wzrostowa.
3.	Podaż	W Polsce działa wielu oferentów.
4.	Pozycja rynkowa produktu	Unikatowość produktu wynikająca z kompleksowości i klimatu oferty umożliwi wykreowanie popytu i mody na organizację wydarzeń pełnych energii.
5.	Zaopatrzenie	Produkt będzie produkowany we współpracy różnych podmiotów.
6.	Dystrybucja	Organizatorzy turystyki, producenci.
7.	Szanse rynkowe	Środki z UE na organizację szkoleń. Organizacja wydarzeń rodzinnych poza domem. Chęć uczestniczenia, przebywania, poznania czegoś unikatowego, innego.

8.	Zagrożenia rynkowe	Konkurencja innych regionów.
9.	Mocne strony	Bliskość unikatowych elementów produktu.
10.	Słabe strony	Słabe doświadczenie we współpracy podmiotów branży turystycznej.
11.	Cele	Zapewnienie całorocznego ruchu turystycznego. Wykorzystanie potencjału i dziedzictwa regionu do zbudowania unikatowego produktu turystycznego. Dywersyfikacja rozwoju regionu poprzez stworzenie produktu turystycznego stymulującego rozwój turystyki.
12.	Rynek docelowy	Aglomeracja Warszawska, Śląska, Łódzka i Trójmiasto. Województwa ościennie: lubelskie, podkarpackie, małopolskie. Województwo świętokrzyskie.
13.	Zadania rynkowe	Nawiązanie współpracy z organizatorami turystyki, firmami szkoleniowymi, przedsiębiorcami z rynków docelowych.
14.	Budżet	Wypracowanie szczegółów produktu – 100 000 zł Powstanie produktu – 300 000 zł
15.	Uwagi	Sukces produktu zależy od zaufania i współpracy branży turystycznej z organizacjami pozarządowymi i samorządem.

7. ZADANIA, BUDŻET I HARMONOGRAM REALIZACJI

Lp.	Zadanie	Nakłady ogółem (zł)	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1.	Wsparcie podmiotów prywatnych i społecznych inwestujących czas i pieniądze w rozwój turystyki w regionie	400 000	x	x	x	x	x	x	x	x
2.	Współpraca z podmiotami zarządzającymi atrakcjami i obiektami turystycznymi w promieniu ok. 30 km od Połańca	400 000	x	x	x	x	x	x	x	x
3.	Rozwój infrastruktury okołoturystycznej oraz/lub wykorzystującej lokalne zasoby	10 000 000	x	x	x	x	x	x		
4.	Wykreowanie rozpoznawalnego i unikatowego wizerunku turystycznego obszaru	400 000		x	x					
5.	Budowanie produktów turystycznych	400 000	x	x	x					
6.	Organizowanie ogólnopolskiego wydarzenia skierowanego do turystów, bazującego na produkcie turystycznym regionu.	1 600 000	x	x	x	x	x	x	x	x
7.	Zorganizowanie możliwości zdobycia wiedzy turystycznej przez pracowników branży turystycznej, administracji samorządowej jak i mieszkańców gminy.	400 000	x	x	x	x				
8.	Uruchomienie produktu: Park tematyczny „Centrum Energii Kościuszko”	50 000 000	x	x	x					
9.	Regionalny produktu turystyczny "Energia Natury Świętokrzyskiej"	400 000		x	x					
SUMA		64 000 000	x	x	x	x	x	x	x	x

Wydatek <i>(szacunkowo na poszczególne lata)</i>	Nakłady ogółem (zł)	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ogółem	64 000 000 zł	650 000 zł	2 350 000 zł	42 250 000 zł	12 350 000 zł	3 350 000 zł	2 350 000 zł	350 000 zł	350 000 zł
Wydatki samorządu gminy z uwzględnieniem otrzymania średnio 70 % dotacji	19 200 000 zł	195 000 zł	705 000 zł	12 675 000 zł	3 705 000 zł	1 005 000 zł	705 000 zł	105 000 zł	105 000 zł

8. WSKAŹNIKI REALIZACJI PROGRAMU

Nazwa wskaźnika	Źródło danych	Jednostka miary	Wartość wskaźnika na koniec roku		Wartość pożądana
			2011	2019	
Liczba podmiotów gospodarczych	GUS	szt.	816		900
Liczba turystów odwiedzających rocznie Połaniec – sprzedane bilety do atrakcji turystycznej	UMiG	szt.	0/bd		100 000

9. METODOLOGIA EWALUACJI I MONITORINGU

Warunkiem sprawnej oraz efektywnej realizacji dokumentów strategicznych jest wdrożenie skutecznego systemu monitorowania i oceny. Niniejszy system monitorowania i ewaluacji Programu Rozwoju i Promocji Turystycznej jest komplementarny z tym, który został zastosowany w Strategii Rozwoju Miasta i Gminy Połaniec 2012-2020, w celu ujednolicenia procedur monitoringu i ewaluacji najważniejszych dokumentów strategicznych gminy.

Monitoring ma na celu gromadzenie i analizę danych na temat przebiegu realizacji danego programu, co pozwala na wyłapywanie ewentualnych nieprawidłowości w jego realizacji i wprowadzanie niezbędnych korekt umożliwiających osiągnięcie wcześniejszych założeń. Ewaluacja natomiast ma za zadanie sprawdzenie czy w wyniku podejmowanych działań powstały spodziewane rezultaty oraz czy przełożyły się one na realizację wyznaczonych celów.

Opracowanie systemu monitorowania i ewaluacji umożliwia zatem gromadzenie bieżących danych dotyczących postępów we wdrażaniu oraz osiąganiu założonych celów poszczególnych programów. Pozwala także na obserwację rezultatów prowadzonych działań oraz na wprowadzanie niezbędnych aktualizacji i korekt, gdyby zachodziła taka potrzeba. Zakres monitoringu i ewaluacji Programu wyznacza określony w nim cel strategiczny wraz z celami operacyjnymi oraz zaplanowanymi zadaniami.

Monitoring prowadzony będzie w zakresie rzeczowym i dotyczyć będzie efektywności podejmowanych działań, a także postępu wdrażania Programu. Ewaluacja Programu będzie prowadzona w celu określenia rzeczywistych efektów zrealizowanych zadań, a jej ocena opierać się będzie na następujących kryteriach:

1. **Skuteczności** – pozwala określić czy zostały osiągnięte cele Programu założone na etapie programowania.
2. **Efektywności** – pozwala ocenić poziom ekonomiczności Programu.
3. **Użyteczności** – pozwala ocenić zgodność celów Programu z faktycznymi problemami i potrzebami grupy docelowej.
4. **Trafności** – obrazuje, do jakiego stopnia cele Programu odpowiadają potrzebom wskazanym dla danego obszaru.
5. **Trwałości** – pozwala określić na ile można się spodziewać, że pozytywne zmiany wywołane oddziaływaniem Programu będą trwać po zakończeniu projektu.

Za wdrożenie i prowadzenie systemu monitorowania i ewaluacji odpowiedzialny będzie powołany przez Burmistrza Koordynator prac. Do zadań Koordynatora wraz z Zespołem Roboczym i Strategicznym należeć będzie m.in.:

- przedstawienie wniosków z realizacji poszczególnych celów operacyjnych,
- monitorowanie oraz ocena wdrażania poszczególnych działań,
- sformułowanie wniosków i zaleceń odnośnie wprowadzenia usprawnień w kwestii wdrażania Programu,
- opracowanie sprawozdań z posiedzeń.

Dokumenty dotyczące monitorowania i ewaluacji Strategii oraz programów towarzyszących będą dostępne do wglądu w Referacie Pozyskiwania Zewnętrznych środków Finansowych i Promocji.

PRZEWODNICZĄCY
RADY MIĘSKIEJ
mgr Stanisław Łolo

**Uzasadnienie do Uchwały NR XLVI/309/13
Rady Miejskiej w Połańcu
z dnia 26 września 2013 roku**

w sprawie przyjęcia Programu Rozwoju i Promocji Turystyki Miasta i Gminy Połaniec wraz z systemem monitorowania i ewaluacji.

Program Rozwoju i Promocji Turystyki Miasta i Gminy Połaniec stanowiący załącznik do niniejszej uchwały został opracowany w ramach realizowanego przez Gminę Połaniec projektu pn. „Urząd Miasta i Gminy Połaniec - profesjonalny, efektywny, dostępny” realizowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Prace związane z przygotowaniem, opracowaniem i wdrożeniem Programu trwały od października 2012 roku do marca 2013 roku.

Głównym celem Programu jest wzrost liczby turystów przyjeżdżających do regionu Połańca. Realizacja tego Programu to tworzenie turystycznej przyszłości Połańca, wykorzystanie potencjału naturalnego i historycznego do wykreowania nowego produktu turystycznego – Centrum Energii Kościuszko – jest to szansa na dynamiczny rozwój branży turystycznej i okolicznej.

Głównym elementem, na którym powinien oprzeć się rozwój turystyki jest stworzenie rdzenia produktu turystycznego – Poczuj Energię – źródło wszelkiej aktywności. Program zawiera analizę mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń, a także wnioski z tego płynące.

W programie zostało przedstawione drzewo problemów (Bardzo mała liczba turystów odwiedzających Połaniec) drzewo celów (Wzrost liczby turystów przyjeżdżających do regionu Połańca), priorytety rozwoju, oczekiwane efekty realizacji Programu oraz oczekiwane rezultaty.

Rezultatem podjętych działań będzie powstanie produktu turystycznego:

1. Parku tematycznego Centrum Energii Kościuszko zawierającego budowę

- a. Energetycznego Parku Wiedzy, Doświadczeń i Rozrywki (obiekt umożliwiający spędzenie min. 5 godzin przez dzieci i młodzież na rozrywce i poznawaniu praw energii i siły natury)
- b. Historycznego Obozu Kościuszki (obiekt prezentujący obóz kościuszkowski oraz postać Tadeusza Kościuszki) – umożliwienie przeprowadzenia „warsztatów” kościuszkowskich oraz poznania krajowych i międzynarodowych losów Kościuszki
- c. Planetarium i Obserwatorium Astronomicznego (obiekt umożliwiający odtworzenie wyglądu nieba oraz umożliwiający jego obserwację) – pokazanie i pocucie energii wszechświata,
- d. Rozbudowa obiektów sportowo rekreacyjnych – nowoczesny obiekt stadionu i kompleks basenowy umożliwiający aktywny wypoczynek zarówno dzieci, młodzieży jak i dorosłych
- e. Infrastrukturę towarzyszącą (baza sportowa i rekreacyjna)

2. Regionalny produktu turystyczny "Energia Natury Świętokrzyskiej"

Współpraca z podmiotami zarządzającymi atrakcjami i obiektami „energetycznymi” w województwie świętokrzyskim: Elektrownia Połaniec (zielona energia – największy na świecie blok do spalania), Program inwestycyjno-naukowy Rządów (energia odnawialna natury – pierwsze tego rodzaju przedsięwzięcie w Polsce), Uzdrowisko Solec-Zdrój (energia wody –

najlepsza na świecie), Pustelnia Złotego Lasu w Rytwianach (energia ciszy – jedyne w swoim rodzaju).

Dokument ten wymagał uzyskania zgody na odstąpienie od przeprowadzenia strategicznej oceny oddziaływania na środowisko na podstawie Art. 48 ust. 1 ustawy z dnia 3 października 2008 r. o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko (Dz. U. Nr 199, poz. 1227, ze zm.).

Program podlegał konsultacjom społecznym przeprowadzonym na podstawie przepisów w/w ustawy w ramach procedury strategicznej oceny oddziaływania na środowisko.

W ramach prowadzonych konsultacji społecznych nie wniesiono żadnego wniosku ani uwagi.

W początkowym okresie po uchwaleniu należy bardzo precyzyjnie zaplanować mechanizmy monitorowania wdrażania programu, aby przez kolejne lata jego obowiązywania funkcjonował klarowny i spójny system. Dobrze funkcjonujący system monitoringu i ewaluacji umożliwi odpowiednio wczesne wykrywanie zagrożeń dla prawidłowej realizacji Programu, a także stwierdzenie stopnia osiągnięcia założonych celów, korektę przyjętych założeń i zastosowanie najlepszych rozwiązań.

PRZEWODNICZĄCY
RADY MIASTECZKOWEJ
mgr Stanisław Łoło