



STRATEGIA ROZWOJU TURYSTYKI MIASTA LUBLIN DO ROKU 2025 WPROWADZENIE

landbrand
wyróżniamy miejsca



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego
Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013



Spis treści

1. Wstęp do Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublin do roku 2025.....	3
2. Metodyka prac.....	5
3. Uwagi końcowe	6



1. Wstęp do Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublin do roku 2025

Turystyka jest obecnie rozumiana jako zjawisko interdyscyplinarne, którego fenomen wiąże się z czasem wolnym i podróżowaniem. Każdy mieszkaniec Polski, Europy i świata dysponuje ściśle ograniczonym zasobem czasu wolnego, który pragnie jak najlepiej alokować, czerpiąc możliwie największe korzyści. Podróżowanie nierozzerwalnie wiąże się z przemieszczaniem do nowych miejsc i zmianą codziennego otoczenia. W dobie globalizacji i dynamicznego rozwoju środków transportu, a w szczególności transportu lotniczego, potencjalnym turystą w Lublinie może stać się każdy mieszkaniec globu. Zadaniem, jakie postawili przed sobą autorzy niniejszego dokumentu było takie wykorzystanie atrakcyjności turystycznej miasta Lublina, żeby zainteresowała się nim możliwie najszerza grupa turystów z Polski i ze świata.

Strategia Rozwoju Turystyki Lublina do roku 2025 jest dokumentem składającym się z trzech zasadniczych części: Analizy, Części Strategicznej i Części Wdrożeniowej. W każdej z nich nieco inaczej rozłożono akcenty prac.

W części analitycznej przeprowadzono wnikliwą diagnozę atrakcyjności turystycznej Lublina, rozumianej jako wypadkowa jego dostępności transportowej, walorów naturalnych i antropogenicznych oraz zagospodarowania turystycznego. W jej ramach zgromadzono wszelkie niezbędne informacje dotyczące istniejącego potencjału, na którym można oprzeć rozwój funkcji turystycznej miasta. Dodatkowo zapoznano się z funkcjonującymi obecnie produktami turystycznymi. Miało to na celu pozyskanie informacji o rzeczywistym wykorzystaniu przez odwiedzających walorów i zagospodarowania turystycznego. Jako wskazania do prac nad częścią strategiczną zdiagnozowano rzeczywiście uprawiane w mieście formy turystyki, wskazując także możliwości rozwoju każdej z form, w ramach konkretnych obszarów tematycznych. Wskazania te wzbogacone również o wnioski z przeprowadzonej analizy SWOT, zostały wykorzystane jako podstawa do propozycji zawartych w części strategicznej. W ramach analizy zapoznano się z potencjałem rozwoju turystyki Lublina oraz kierunkami rozwoju realizowanymi przez miasto na mocy obowiązujących dokumentów strategicznych, w tym przyjętą 28 lutego 2013 roku Strategią Rozwoju Lublina na lata 2013-2020.

Część strategiczna poświęcona jest zagadnieniom programowania rozwoju turystyki w mieście. Jej podstawowa struktura składa się z misji i wizji rozwoju turystyki, których osiągnięcie umożliwi realizacja poszczególnych celów strategicznych. W każdym z celów zapisano także cele niższego rzędu, tak zwane cele operacyjne, poparte działaniami. To one właśnie tworzą katalog poszczególnych akcji, które należy podjąć, mając na uwadze rozwój szeroko rozumianej funkcji turystycznej w mieście. Najwięcej uwagi w ramach części strategicznej poświęcono na stworzenie programu rozwoju produktów turystycznych miasta, które w najpełniejszym stopniu wykorzystają jego atrakcyjność. Ich propozycje pozwolą na zbudowanie konkurencyjnej pozycji miasta Lublina na mapie turystycznej kraju. W ramach propozycji produktowych wyodrębnione zostały produkty wiodące, jak również uzupełniające oraz te, które można realizować w szerszym kontekście współpracy regionalnej.

Częścią zamykającą Strategię jest część wdrożeniowa. Ukazuje ona harmonogram realizacji poszczególnych działań i ich partnerów. Wskazuje także kroki milowe, których podjęcie umożliwi zakończenie prac nad wdrożeniem Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublina sukcesem.

Dodatkowym dokumentem stanowiącym integralną części Strategii jest Wprowadzenie.

Sposób prezentacji Strategii w czterech częściach – Wprowadzenie, Część I Analityczna, Część II Strategiczna i Część III Wdrożeniowa – jest niezwykle istotny. Wszystkie te dokumenty tworzą bowiem integralną całość, ale w razie potrzeby mogą być również wykorzystywane jako samoistne dokumenty o zawężonej tematyce.

2. Metodyka prac

Turystyka w rozumieniu autorów Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublina może stać się istotną gałęzią lokalnej gospodarki, jeśli jej rozwój zostanie oparty na długofalowej strategii wykorzystania zdiagnozowanych w analizie atrakcji turystycznych miasta, a także na eliminowaniu słabych stron i wykorzystywaniu pojawiających się szans. Stąd też profesjonalnie i rzetelnie przeprowadzony proces diagnostyczno-analityczny, który dotyczy różnorodnych aspektów rozwoju turystyki, jest podstawą stworzenia wysokiej jakości dokumentu kierunkowego.

Celem prowadzonych analiz było wszechstronne i dogłębne poznanie nie tylko stanu obecnego rozwoju turystyki w mieście, ale także wartości związanych z dziedzictwem Lublina oraz z wizjami jego rozwoju w przyszłości. Analiza jest bowiem dokumentem, który stanowi niezbędną podstawę wiedzy pod ambitne wizje i kreacje, które pojawią się w części strategicznej dokumentu.

W ramach prac nad częścią analityczną Strategii konsultanci firmy landbrand przeprowadzili w mieście dwie wizje lokalne. W sumie spędzili 5 dni na terenie miasta, przyjmując optykę turysty, poznając je przez pryzmat jego oczekiwań i potrzeb. Dostarczyło to zespołowi autorskiemu niezbędnej wiedzy na temat rzeczywistego produktu turystycznego miasta. Część analityczna dokumentu opracowana została metodą partycypacyjno-ekspercką. W jej ramach odbyły się dwie konsultacje z udziałem branży turystycznej oraz szereg spotkań z Zespołem ds. Strategii Rozwoju Turystyki, powołanym przez Urząd Miasta Lublin. W skład zespołu weszli przedstawiciele wielu wydziałów urzędu: Wydziału Sportu i Turystyki, Wydziału Kultury, Wydziału Strategii i Obsługi Inwestorów, Wydziału Projektów Nieinwestycyjnych, Kancelarii Prezydenta oraz przedstawiciel Lubelskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej. Koordynatorem merytorycznym prac zespołu był Wydział Sportu i Turystyki Urzędu Miasta Lublin.

Celem części strategicznej Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Lublin do roku 2025 było określenie pożądanego stanu rozwoju funkcji turystycznej Lublina w 2025 roku oraz wskazanie niezbędnych do jej osiągnięcia kroków. Zgodnie z metodyką planowania strategicznego, autorzy dokumentu zdefiniowali więc wizję, misję oraz drzewo celów strategicznych i operacyjnych. Ponadto, z uwagi na zastosowanie podejścia produktowego do problematyki rozwoju turystyki, autorzy skoncentrowali się w części strategicznej na opracowaniu kreatywnych i nowatorskich koncepcji produktów turystycznych. Całość prac w części strategicznej oparta była, podobnie jak w części analitycznej, o metodę partycypacyjno-ekspercką.

We wdrożeniu Strategii Rozwoju Turystyki Miasta Lublin do roku 2025 najważniejsze jest stworzenie efektywnej i trwałej struktury organizacyjnej, w ramach której współpracujące ze sobą podmioty będą dążyły do osiągnięcia wspólnych celów. Stąd też w części wdrożeniowej zapisy koncentrują się na przedstawieniu efektywnego - pod względem podmiotowym, przedmiotowym i finansowym – modelu wdrażania Strategii.

3. Uwagi końcowe

Strategia Rozwoju Turystyki dla Miasta Lublin do roku 2025 została przygotowana na zlecenie Urzędu Miasta Lublina przez zespół roboczy firmy Landbrand pod kierownictwem Huberta Gonery w składzie: Grzegorz Niklas, Piotr Benenowski, Paulina Brzeska-Gonera. Prace nad Strategią trwały od listopada 2012 roku do kwietnia 2013 roku. Autorzy opracowania pragną serdecznie podziękować wszystkim przedstawicielom branży turystycznej, instytucji kultury i placówek Urzędu Miasta Lublin, a w szczególności pracownikom Wydziału Sportu i Turystyki, za okazaną pomoc i zaangażowanie w toku prac nad dokumentem.

Pierwsze konsultacje społeczne projektu Strategii Rozwoju Turystyki dla Miasta Lublin odbywały się jeszcze w trakcie przygotowania dokumentu, dzięki zastosowaniu metody partycypacyjno-ekspertskiej i organizacja szeregu spotkań i warsztatów. W sierpniu 2013 roku projekt Strategii został poddany ocenie eksperckiej Polskiej Agencji Rozwoju Turystyki S.A., a raport z tejże oceny stanowi załącznik do ostatecznej wersji dokumentu. Dokument po korekcie przeprowadzonej przez PART S.A. we wrześniu 2013 roku poddano kolejnemu etapowi konsultacji społecznych z mieszkańcami Miasta Lublin oraz z Radą Pożytku Publicznego Miasta Lublin i organizacjami pozarządowymi.

Strategia Rozwoju Turystyki Miasta Lublin uzyskała pozytywną opinię Regionalnej Dyrekcji Ochrony Środowiska w Lublinie oraz Lubelskiego Państwowego Wojewódzkiego Inspektora Sanitarnego w Lublinie.