

20-2007 h. n. 12

S P R A W O Z D A N I E
Z PRACY KOMISJI PROMOCJI I ROZWOJU
RADY MIEJSKIEJ W WĄCHOCKU
ZA 2008r.

Komisja Promocji i Rozwoju obradowała zgodnie z planem pracy uchwalonym w dniu 28 grudnia 2007r uchwałą Rady Miejskiej nr XVI/103/2007.

Komisja obradowała podczas trzynastu posiedzeń. Od siódmego posiedzenia skład komisji rozszerzył się o dwoje nowych członków: Panią Krystynę Chojnącką oraz Pana Tadeusza Mazurkiewicza. Stałymi gośćmi podczas posiedzeń komisji byli Przewodniczący Zarządu Osiedla „Południe” Tomasz Szczykutowicz oraz Dyrektor MGOK-u Marian Suszał. Uważam, że częsta obecność tych dwóch Panów stanowi ważny element naszych posiedzeń, a ich cenne uwagi ułatwiają podejmowanie decyzji.

Komisja pracowała zgodnie z planem pracy, a efekty działań w miesiącach podczas których nie było sesji przybliżam poniżej.

W 2008 roku w ramach realizacji planu pracy komisja obradowała na temat następujących zagadnień:

26 marca 2008r komisja dyskutowała na temat systemu promocji gminy.

W trakcie posiedzenia członkowie zapoznali się z informacjami ze strony inspektora ds. promocji gminy na temat podjętych dotychczas działań oraz uzyskali wiadomości na temat planowanych w 2008 r działań promocyjno-kulturalnych ze strony Dyrektora MGOK-u.

W toku dyskusji poruszono kwestie związane ze sposobem przekazywania informacji (media tradycyjne – czasopisma i radio; media elektroniczne – strony www gminy - BIP, strona www.wachock.pl – w ubiegłym roku w permanentnej przebudowie,), zastanawiano się również nad głównym produktem, który należałoby promować.

W podsumowaniu zauważono, że rzeczą niezbędną dla stworzenia sprawnego, funkcjonującego i przede wszystkim skutecznego systemu promocji jest opracowanie strategii promocji gminy, która dałaby odpowiedź na problemy i szanse promocji gminy, stworzyłaby zorganizowany harmonogram działań koniecznych dla skutecznej i dającej wymierne wyniki promocji oraz dająca możliwość podsumowania efektów tej pracy. Niestety do dzisiaj temat nie został podjęty i wszelkie działania w tym zakresie prowadzone są raczej wybiórczo i co najwyżej w 1-2 rocznym czasookresie.

20 maja 2008r podczas posiedzenia członkowie komisji dyskutowali na temat kierunków promocji gminy.

W trakcie posiedzenia, podobnie jak poprzednio zauważono brak zorganizowanego systemu działań dotyczących promocji. Skutkuje to w dłuższym horyzoncie czasowym brakiem wzajemnej komunikacji pomiędzy jednostkami, wskutek czego podejmowane działania sprawiają wrażenie braku skoordynowania. Brakuje jasno określonego celu, któremu wykonywane działania powinny być podporządkowane. Wydaje się, że rzeczą konieczną są szkolenia dla osób zajmujących się promocją oraz zwiększenie możliwości dla skutecznego funkcjonowania systemu (co wiąże się z etatami i finansami). Wydaje się jednak to niezbędne aby podejmowane działania dały w określonym czasie wymierny efekt. Oczywiście

zwiększenie finansowe planu powinno być poprzedzone analizami oraz jasnym określeniem celów i sposobów, którymi to zostaną osiągnięte /budżet zadaniowy/.

30 lipca 2008r. odbyła się dyskusja na temat możliwości rozwoju turystyki w gminie

W toku dyskusji zgodzono się, że turystyka jest jednym z kluczowych elementów rozwoju gminy (zgodnie ze strategią rozwoju gminy). Zauważono jednak, podobnie jak w toku poprzednich dyskusji, że brakuje skoordynowanych działań koniecznych dla stworzenia właściwych warunków dla rozwoju turystyki. Przede wszystkim brakuje nawiązania współpracy z podmiotami gospodarczymi zajmujących się działalnością związaną z turystyką. Stworzenie platformy współpracy mogłoby dać odpowiedź jakie są problemy i potrzeby tego typu podmiotów, wykreować formy wsparcia co w konsekwencji przyczyniłoby się do utworzenia nowych podmiotów i zmniejszenia bezrobocia w gminie oraz zwiększenia dochodów własnych. Ważnym elementem tych działań byłoby utworzenie Punktu Informacji Turystycznej, który oprócz tradycyjnej formy (informacja turystyczna, sprzedaż pamiątek) mógłby być koordynatorem działań mających na celu współpracę z lokalnymi podmiotami gospodarczymi, promocję gminy oraz nawiązanie i utrzymywanie kontaktów z partnerami zewnętrznymi (organizacje pozarządowe, jednostki samorządu). Celowym wydaje się więc min. nawiązanie współpracy z sektorem biznesowym lub potencjalnymi kandydatami do podjęcia trudu założenia własnej firmy pod kątem określenia ich oczekiwań, preferencji i potrzeb w celu oszacowania ich potencjału rozwojowego. O słabości wsparcia dla turystyki w gminie świadczy również wielokrotnie powtarzana od lat kwestia szaletów miejskich oraz nieustająca słabość podmiotów gospodarczych podejmujących trud działalności w sferze gastronomicznej, noclegowej i usługowej.

W podsumowaniu pracy komisji w temacie kierunków mimo wszystko należy zauważyć znaczący postęp w działaniach związanych z promocją i turystyką gminy. Przede wszystkim zostało utworzone stanowisko ds. promocji – w perspektywie dnia dzisiejszego wydaje się jednak, że ½ etatu to zbyt mały wymiar dla efektywnego funkcjonowania tego stanowiska. Efektem tego jest np., brak czasu dla drobnych inicjatyw (promocyjne kalendarze, inne wydawnictwa, realizacja pomysłów na „witacze” na granicach gminy czy innych tego typu działań). Jednak są i pozytywne wyniki działań jak zwiększona aktywność przedstawicieli gminy we wszelkiego typu stowarzyszeniach i organizacjach (min. Ogólnopolski Związek Gmin Cysterskich, Regionalna Organizacja Turystyczna, LGD „Wokół Łysej Góry”), poprawa jakości imprez organizowanych na terenie gminy, podjęcie się trudu organizacji Ogólnopolskiego Forum Gmin Cysterskich i Właścicieli Obiektów Poczysterskich czy ustawienie znaków informujących o nazwach ulic oraz nr domów w sołectwach. Sukcesem jest również zakończenie budowy zbiornika wodnego na rzece Kamiennej – pamiętać należy jednak o wyposażeniu go w odpowiednią infrastrukturę, dopiero wtedy będziemy mówić o jego realnej funkcji rekreacyjnej.

Tym niemniej w ocenie komisji największym problemem jest brak wypracowanego modelu funkcjonowania promocji oraz wytyczenia określonych celów i ich konsekwentnej realizacji. Na problem promocji i turystyki należałoby spojrzeć przynajmniej w perspektywie paroletniej z określonymi celami rocznymi i harmonogramem ich wykonania. Wytypowanie zadań pozwoliłoby na ich pełne ujęcie, podział odpowiedzialności i eliminację błędów i zagrożeń.

Karygodnym przykładem jest tutaj strona www. – to doskonałe narzędzie komunikacji było do niedawna w „wiecznej” przebudowie czy, jako przykłady spraw drobnych lecz istotnych - brak wspomnianych wcześniej wydawnictw typu kalendarz ścienny, brak witaczy na granicach gminy jak i stacjonarnych map turystycznych. Ważnym wydaje się fakt przekucia dobrej na efektywną współpracę z odpowiednią komórką starostwa. Pozwoliłoby to min. na synchronizację organizowanych na terenie powiatu imprez oraz ich wzajemną reklamę co przełożyłoby się na wzrost frekwencji gości. Niemniej ważna byłaby również wspólna współpraca w zakresie promocji co pozwoliłoby na zmniejszenie kosztów przy szerszej ofercie (wspólne stoisko podczas targów turystycznych).

Podsumowując uważam, że Komisja właściwie wykorzystwała swój czas pracy. Mamy nadzieję, że pomysły, analizy i opinie, które wspólnie wypracowaliśmy zostaną kiedyś wykorzystane bo śmieszne to jest, że mamy merytoryczną komisję, a te niewiele kwoty finansów przeznaczone w budżecie na promocję, paradoksalnie są wykorzystywane w niewiele ponad 50%.

Przewodniczący Komisji
Promocji i Rozwoju
Sebastian Staniorewicz

