



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
ŚWIĘTOKRZYSKIE

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Strategia Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020



Listopad 2011

... dla rozwoju Województwa Świętokrzyskiego...

*Projekt „Kampania promocyjna Miasta i Gminy Busko-Zdrój oraz utworzenie centrum informacji turystycznej”
współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego*

Autor:

dr Anna Wilkońska

Współpraca w zakresie opracowania
obszaru priorytetowego IV Produkt turystyczny:

mgr Jacek Kowalski

Spis treści

1	WSTĘP	2
2	METODYKA PROCESU OPRACOWANIA STRATEGII	4
3	WARUNKI REALIZACJI STRATEGII	6
4	DIAGNOZA TURYSTYCZNA	8
4.1	WARUNKI ROZWOJU TURYSTYKI.....	8
4.2	ANALIZA SWOT TURYSTYKI W MIEŚCIE I GMINIE BUSKO-ZDRÓJ	10
4.3	ZAŁOŻENIA STRATEGICZNE	13
4.4	WIZJA	15
5	STRATEGIA TURYSTYCZNA	16
5.1	MISJA TURYSTYCZNA MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ.....	16
5.2	CEL NADRZĘDNY, OBSZARY PRIORYTETOWE	16
5.3	KATALOG CELÓW OPERACYJNYCH I ZADAŃ	16
	Obszar priorytetowy I Infrastruktura turystyczna	17
	Cel operacyjny I.1 ZMIANA FUNKCJONALNOŚCI I ESTETYZACJA PRZESTRZENI	17
	Cel operacyjny I.2 DALSZY ROZWÓJ INFRASTRUKTURY REKREACYJNO-SPORTOWEJ.....	20
	Cel operacyjny I.3 ROZBUDOWA RODZINNEJ INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ	22
	Cel operacyjny I.4 POPRAWA DOSTĘPNOŚCI KOMUNIKACYJNEJ	24
	Obszar priorytetowy II UZDROWISKO I ŚRODOWISKO PRZYRODNICZE	26
	Cel operacyjny II.1 MODERNIZACJA OBIEKTÓW UZDROWISKA	26
	Cel operacyjny II.2 POPRAWA JAKOŚCI PRODUKTU UZDROWISKA I OBSŁUGI KURACJUSZA	28
	Cel operacyjny II.3 REKULTYWACJA TERENÓW ZIELONYCH	30
	Cel operacyjny II.4 DBAŁOŚĆ O ZACHOWANIE DZIEDZICTWA KULTUROWEGO I NATURALNEGO	32
	Obszar priorytetowy III PROMOCJA	34
	Cel operacyjny III.1 WZMOCNIENIE TOŻSAMOŚCI LOKALNEJ.....	34
	Cel operacyjny III.2 PROMOCJA PARTNERSKA.....	37
	Cel operacyjny III.3 WDROŻENIE PROGRAMU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ	39
	Cel operacyjny III.4 PROMOCJA LOKALNYCH OFERT INWESTYCYJNYCH	41
	Obszar priorytetowy IV PRODUKT TURYSTYCZNY	42
	Cel operacyjny IV.1 WZMOCNIENIE ISTNIEJĄCYCH I BUDOWA NOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH ..	42
	Cel operacyjny IV.2 KREOWANIE NOWYCH KATEGORII PRODUKTOWYCH	45
	Cel operacyjny IV.3 TURYSTYCZNE ZNAKI JAKOŚCI.....	47
	Cel operacyjny IV.4 BUDOWA KALENDARZA WIZERUNKOWEGO	49
	Cel operacyjny IV.5 MONITORING ZJAWISK TURYSTYCZNYCH	51
	Obszar priorytetowy V PARTNERSTWO.....	53
	Cel operacyjny V.1 WZMOCNIENIE WIĘZI LOKALNYCH	53
	Cel operacyjny V.2 WYKSZTAŁCONE KADRY	55
	Cel operacyjny V.3 BUDOWANIE ZWIĄZKÓW KOOPERACYJNYCH	57
6	WDROŻENIE I MONITORING STRATEGII	60
6.1	ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	60
6.2	ZARZĄDZANIE STRATEGIĄ.....	62
6.3	OCENA RYZYKA.....	62
6.4	MONITORING I EWALUACJA STRATEGII	67

1 WSTĘP

Busko-Zdrój jest znanym w skali Polski, aczkolwiek „wysłużonym” uzdrowiskiem. Posiada unikatowy typ wód leczniczych siarczano-słonych. Wody siarczkowe tu występujące, zawierają siarczki z uwalniającym się siarkowodorem. Historia uzdrowiska sięga XIX wieku i od tego okresu możemy mówić o początkach turystyki na tym terenie.

Rozwój światowej turystyki, zwłaszcza obecne trendy związane z produktem turystycznym oraz modą na zdrowy styl życia, stawiają Miasto i Gminę Busko-Zdrój w obliczu koniecznego przededefiniowania swojego wizerunku i dokonania zmian w profilu działalności turystycznej.

Turystyka jest niezwykle pożądaną dziedziną gospodarki, stwarza bowiem warunki do rozwoju ekonomicznego destylacji (patrz słowniczek we wstępie „Filozofia SRT – Strategii Rozwoju Turystyki”), w tym tzw. małej przedsiębiorczości, poprawia dobrobyt, ale i zmienia społeczności lokalne.

Miasto i Gmina Busko-Zdrój ze względu na swoje walory przyrodnicze i kulturowe, jak również istniejącą już infrastrukturę turystyczną ma szansę stać się ważnym ośrodkiem turystycznym, nie tylko związanym z funkcją uzdrowiskową. Busko-Zdrój jest obecnie znaną destynacją wśród turystów, **przy czym zdecydowanie jest to związane z funkcją leczniczą** występujących tu zasobów środowiska przyrodniczego.

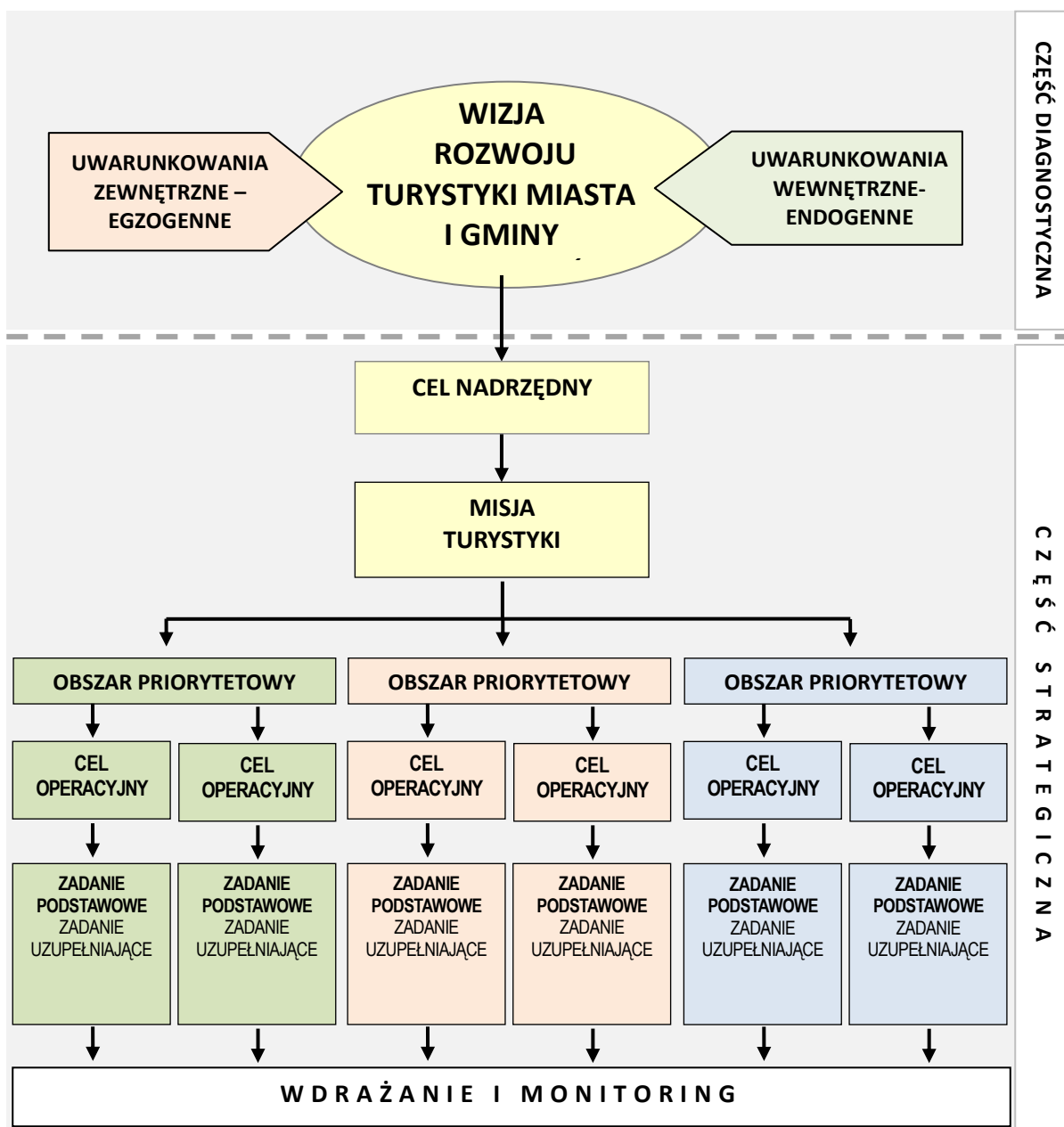
Budując Strategię Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020 podjęto próbę odpowiedzi na kilka zasadniczych pytań. Przede wszystkim jak zbudować silną markę terytorialną Miasta i Gminy Busko-Zdrój. Markę tę tworzą elementy materialne m.in. zróżnicowane, unikalne produkty turystyczne, ale i bardzo trudne do kształtowania elementy niematerialne, tj. wrażenia, emocje, atmosfera miejsca (*genius loci*), czy np. życzliwość mieszkańców, dobre towarzystwo. Współczesny turysta jest nieustannie zarzucany różnego typu informacjami, produktami. Oferta turystyczna obszaru powinna zatem zaspokajać różnorodne i często zmieniające się potrzeby klienta. Konkurencja na rynku turystycznym jest tak duża, że aby turysta skorzystał z oferty danej destynacji, musi ona być jedyna w swoim rodzaju. Z tym wiąże się kolejne pytanie – jak dobrze wykorzystać istniejący potencjał i jakie wartości dodać do tego, co już mamy, w jakim kierunku rozwijać turystykę? W przypadku Buska-Zdroju odpowiedź narzuca się samoczynnie – **podnosić standard tego co jest, czyli lecznictwa, ale przede wszystkim wychodzić poza standardową ofertę uzdrowiska**. Powodów jest wiele, ale jeden istotny – różnorodna oferta turystyczna daje możliwości inicjowania własnej przedsiębiorczości, a to bezpośrednio przekłada się na dochody mieszkańców i lokalnego samorządu. W tym ostatnim przypadku ważne było określenie roli tego organu w kreowaniu rozwoju turystyki. Czy Urząd ma pełnić funkcję realizatora, czy tylko spełniać rolę stymulatora i np. wspierać oddolne inicjatywy?

Odpowiedzi na powyższe pytania uwzględniono w zapisach poniższego dokumentu, w tym w propozycjach zadań do realizacji do roku 2020. Prezentowana Strategia jest efektem pracy ekspertów oraz konsultacji ze środowiskiem lokalnym, działającym lub pragnącym stać się częścią gospodarki turystycznej Miasta i Gminy Busko-Zdrój. W czasie prac nad dokumentem odbyły się sesje strategiczne, spotkania, w których uczestniczyli przedstawiciele instytucji publicznych oraz sektora prywatnego.

2 METODYKA PROCESU OPRACOWANIA STRATEGII

Na poniżej zaprezentowanym schemacie przedstawiono sposób postępowania w procesie opracowywania Strategii Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020. W ciągu logicznym zawarto kolejne etapy prac nad dokumentem.

Rys. Schemat procesu opracowania *Strategii Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020*.



Źródło: Opracowanie własne

Strategia składa się z dwóch zasadniczych części: **diagnostycznej** i **strategicznej**.

Pierwsza część związana jest z koniecznością zinventaryzowania i oceny obecnej sytuacji buskiej turystyki. Wykorzystano tutaj dane pochodzące z pierwotnych i wtórnych źródeł informacji. Przeprowadzone analizy dały możliwość oceny zewnętrznych czynników (ekonomicznych, polityczno-prawnych, demograficznych, technologicznych, środowiskowych, społeczno-kulturowych) i pozwoliły zdiagnozować wewnętrzną sytuację w lokalnej turystyce. W związku z ubogimi informacjami na temat struktury ruchu turystycznego - przyjazdowego do Miasta i Gminy Busko-Zdrój i oceny istniejącej oferty, przeprowadzono własne badania sondażowe.

Do analiz **uwarunkowań zewnętrznych** wykorzystano różnego rodzaju opracowania, w tym akty prawne, ekspertyzy, dokumenty planistyczne i strategiczne, wyniki badań marketingowych związanych z turystyką, statystyki i inne. Uwarunkowania wewnętrzne rozwoju turystyki w Mieście i Gminie Busko-Zdrój zdiagnozowano na podstawie danych statystycznych, informacji pozyskanych od instytucji i przedsiębiorstw działających na poziomie lokalnym oraz samego Urzędu Miasta i Gminy Busko-Zdrój. Tutaj wykorzystano informacje zawarte w różnego typu dokumentach, w tym planistycznych. Zebrane dane pozwoliły dokonać oceny otoczenia wewnętrznego (mocne i słabe strony) oraz zewnętrznego (szanse i zagrożenia) funkcjonowania turystyki.

W toku prac badawczo-analitycznych stworzono **wizję** rozwoju turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój w roku 2020, czyli określono ją postać ma przyjąć turystyka po wdrożeniu Strategii.

Powyższe działania stały się podstawą podjęcia dalszych prac. W niniejszym dokumencie przyjęto następującą strukturę planu strategicznego:

Cel nadrzędny – stanowi podstawę dalszych działań, wskazuje główny cel rozwojowy.

Misja turystyczna w Strategii jest elementem, który ma wskazywać drogę rozwoju i motywować do działania. Jednocześnie integruje różne aspekty rozwoju turystyki wokół jednej idei.

Obszary priorytetowe – to główne pola, zakreślające ramy podejmowanych inicjatyw. Odnoszą się do najważniejszych aspektów związanych z rozwojem turystyki, stanowią jej podstawę.

Cele operacyjne, czyli bieżące cele szczegółowe. W SRT w ramach każdego obszaru priorytetowego wskazano kilka celów operacyjnych. Ich realizacji służą konkretne zadania.

Zadania podstawowe – stanowią podstawę realizacji celów operacyjnych. Każde zadanie zostało krótko scharakteryzowane i opisane pod względem czasu realizacji, źródeł finansowania, partnerstwa oraz roli Urzędu Miasta i Gminy Busko-Zdrój w realizacji zadania. Wyodrębniono również wskaźniki produktu i oceny, które pozwolą na bieżącą i okresową weryfikację stopnia realizacji SRT.

Zadania uzupełniające poszerzają zadania podstawowe, stanowią zaplecze pozwalające szerzej spojrzeć na zaplanowany rozwój turystyki w Mieście i Gminie Busko-Zdrój.

Wdrożenie i monitoring – to część SRT wskazująca możliwości jej finansowania z pozabudżetowych źródeł, jak również oceniająca ryzyko zaniechania działań. Monitoring z kolei określa sposób oceny realizacji SRT.

Animator Projektu – Zamawiający.

PM – Program Budowy Marki oraz Rozwoju i Promocji Markowych Produktów Turystycznych.

PP - Program Promocji Turystycznej Miasta i Gminy Busko-Zdrój.

Program operacyjny – części SRT: PM, PP, PWS.

Projekt – całość prac objęta wskazaniem SiWZ.

PWS - Plan Wdrożenia Strategii Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój (jako część SRT).

SI – System Identyfikacji Wizualnej.

SIWZ – specyfikacja istotnych warunków zamówienia.

SRG – Strategia Rozwoju Gminy.

SRT - Strategia Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011 – 2020 (dokument główny).

ZPT – Zintegrowany Produkt Turystyczny gminy (zbiór wielu produktów gminnej proweniencji).

3 WARUNKI REALIZACJI STRATEGII

Polityka państwa, odnosząca się do rozwoju turystyki, wyznacza kierunki i stwarza ramy dla tworzenia strategii na szczeblu lokalnym. W tym kontekście największe znaczenie na szczeblu krajowym mają: „Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku” oraz „Marketingowa Strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015”.

Z kolei na poziomie regionalnym istotną rolę z punktu widzenia funkcji turystycznej Miasta i Gminy Busko-Zdrój odgrywa „Strategia Rozwoju Turystyki w Województwie Świętokrzyskim na lata 2006-2014”. Nie można tworzyć strategii lokalnej w oderwaniu od kontekstu regionalnego. W przypadku SRT szczególną rolę odgrywają powiązania na poziomie mikroregionalnym

(między innymi: Solec-Zdrój, Wiślica, Stopnica, Nowy Korczyn). Busko-Zdrój nie może funkcjonować na mapie destynacji turystycznych w oderwaniu od potencjału otoczenia.

Na poziomie lokalnym podstawowe znaczenie dla określenia kierunków rozwoju turystyki ma „Strategia Rozwoju Miasta i Gminy Busko-Zdrój”. Tamże funkcja uzdrowiskowa Busko-Zdroju została wskazana jako podstawowa.

Długofalowy cel rozwoju Miasta i Gminy Busko-Zdrój określono jako: **„Rozwój funkcji uzdrowiskowej – zwiększenie zatrudnienia w sferze pozarolniczej, szczególnie na obszarach wiejskich do 2015 roku”.**

Jak czytamy w SRG, jednoznacznie zdefiniowano lokalny rozwój w oparciu o funkcję uzdrowiskową. We wskazanym dokumencie Cel 4 odnosi się bezpośrednio do „Rozwoju funkcji uzdrowiskowej, turystyki i agroturystyki”. Tamże wyodrębniono trzy cele podrzędne:

- nr 1 – „Podniesienie atrakcyjności turystycznej gminy”,
- nr 2 – „Stwarzanie warunków do modernizacji i rozbudowy bazy hotelowej, pensjonatowej, sanatoryjnej i jej otoczenia” oraz
- nr 3 – „Promocja”. Turystyka jest dziedziną złożoną i poza wymienionymi celami zadania z nią związane założono w tymże dokumencie również w innych obszarach działań.

4 DIAGNOZA TURYSTYCZNA

4.1 WARUNKI ROZWOJU TURYSTYKI

Rozwój turystyki na szczeblu lokalnym uzależniony jest, m. in. od procesów zachodzących w otoczeniu zewnętrznym, czyli na wyższym poziomie zarządzania terytorialnego i w szerszej jego skali. Istotna jest tu analiza sytuacji w sferze prawno-politycznej, demograficznej, ekonomicznej, środowiskowej, społeczno-kulturowej i technologicznej oraz ogólnych trendów rozwojowych w turystyce. W opracowaniu warunków rozwoju turystyki uwzględniono powyższe elementy, koncentrując się na różnych poziomach zarządzania terytorialnego.

W programie operacyjnym rozwoju produktów turystycznych i marki dokonano szczegółowej analizy obecnych i prognozowanych trendów rynkowych turystyce. Poniżej zaprezentowano syntezę.

4.1.1 SKALA OGÓLNOŚWIATOWA ROZWOJU TURYSTYKI

- zwiększenie zindywidualizowanych oczekiwań klienta, zaspokajanie jego różnorodnych potrzeb;
- postępująca globalizacja rynku turystycznego, w tym działalności przedsiębiorstw, wymiany informacji, dostępu do produktu turystycznego;
- sprostanie konkurencji wymaga rozwoju unikalnych, innowacyjnych, specjalistycznych i zróżnicowanych produktów turystycznych oraz odpowiedniej jakości usług turystycznych;
- widoczna jest konieczność podnoszenia kwalifikacji zawodowych i jakości zasobów ludzkich;
- zwiększa się zainteresowanie turystyką powiązaną z aktywnością fizyczną, częstszym wypoczynkiem;
- rozwój technologii informatycznych, w szczególności Internetu, powoduje zmiany w prowadzeniu działalności gospodarczej w turystyce, w tym daje możliwość zakupu produktu turystycznego przez internet i samodzielnego jego komponowania, co skutkuje dokonywaniem rezerwacji z mniejszym wyprzedzeniem;
- zauważalny jest wzrost zainteresowania zdrowym stylem życia, a przez to wybieranie „zdrowych” destynacji, kult ciała powoduje wzrost popytu na produkty związane z odnową biologiczną;
- widoczny jest wzrost popytu na wygodę, szybkość i bezpieczeństwo, w powiązaniu z podnoszeniem się świadomość ekologicznej;
- zwiększa się popyt na luksus „małe przyjemności”, autentyzm (wrażenie wyjątkowości);
- częściej wybierane są łatwo dostępne i niedrogie destynacje na krótkie pobyty;
- na znaczeniu przybiera konieczność specjalizacji usługodawców;
- trzeba brać pod uwagę istniejące okresowe zakłócenia tempa wzrostu ruchu turystycznego, głównie spowodowane zjawiskami ekonomicznymi, politycznymi czy naturalnymi.

4.1.2 SKALA UNIJNA

- turystyka jest istotną, wysokiej rangi dziedziną gospodarki w krajach UE, co związane jest z przeznaczaniem dotacji unijnych na realizację inwestycji turystycznych;
- prawo stanowiące na poziomie UE znacząco wpływa na funkcjonowanie samorządów terytorialnych czy m.in. przedsiębiorstw turystycznych;
- konieczność pozyskiwania na poziomie lokalnym środków finansowych z UE, skutkuje przymusem spełniania wymagań w zakresie zasad i priorytetów;
- członkostwo Polski w UE stwarza duże możliwości osiągnięcia wzrostu rozwoju turystyki, co związane jest z otwartością, poprawą wizerunku, ułatwieniami wewnątrz unijnymi w ruchu granicznym itd.;
- społeczeństwo europejskie się starzeje, wzrasta segment osób w wieku poprodukcyjnym, dobrze sytuowanych i wykształconych, co wiąże się z podniesieniem wymagań w stosunku do produktu turystycznego.

4.1.3 SKALA KRAJOWA

- korzystny wizerunek turystyczny Polski, należy w najbliższym czasie oczekiwać jeszcze większego zainteresowania naszym krajem jako destynacją turystyczną;
- umocowanie turystyki w strukturach organizacyjnych Państwa, za politykę turystyczną odpowiada Ministerstwo Sportu i Turystyki, a za zadania związane z promocją Polska Organizacja Turystyczna;
- dłuższy okres czasu funkcjonowanie prawa turystycznego w Polsce sprzyja stabilizacji i rozwojowi branży;
- działalność zagranicznych ośrodków POT wspiera promocję turystyczną kraju na rynkach zagranicznych;
- poprawia się konkurencyjność turystyczna Polski;
- krajowe prognozy wielkości ruchu turystycznego są korzystne, przewiduje się w nich stały wzrost.

4.1.4 SKALA REGIONALNA

- wrasta znaczenie regionalnego charakteru destynacji turystycznych;
- istniejące struktury regionalne, odpowiedzialne za rozwój i promocję turystyczną (ROTy i LOTy);
- asygnowanie przez władze regionalne pieniędzy UE na turystykę, w tym promocję i inwestycje związane z infrastrukturą turystyczną i okołoturystyczną;
- wspieranie w różnej formie działań proturystycznych przez władze regionalne;
- współudział w realizacji inwestycji i podejmowanie działań na rzecz aktywizowania środowisk lokalnych, harmonizacja zadań;
- aktywne, skierowane do określonych segmentów rynku działania promocyjne na rzecz poprawy wizerunku woj. świętokrzyskiego.

4.1.5 SKALA LOKALNA

- oferowanie wszechstronnych produktów, tworzonych lokalnie;
- silne poczucie własnej tożsamości, autentyzm, tradycje przekazywane z pokolenia na pokolenie;

- ukierunkowana, wspólna z podmiotami prywatnymi promocja turystyczna;
- zróżnicowane, innowacyjne, charakterystyczne dla danego obszaru produkty turystyczne, które wzmacniają jego markę terytorialną;
- silne więzi i powiązania zewnętrzne i wewnętrzne, chęć współpracy i zaangażowania;
- dostęp do zróżnicowanych informacji (danych) na temat aktualnej sytuacji na lokalnym rynku turystycznym, warunkuje to także decyzje inwestycyjne;
- zróżnicowany, wysokiej jakości rynek pracy;
- oferta uzdrowiskowa musi wykraczać poza typowo leczniczą, od miejscowości uzdrowiskowej wymaga się najwyższej jakości środowiska przyrodniczego;
- dobra dostępność komunikacyjna stanowi warunek niezbędny rozwoju turystyki;
- istnienie wysokiej jakości infrastruktury turystycznej, odpowiadającej europejskim standardom ekologicznym.

4.2 ANALIZA SWOT TURYSTYKI W MIEŚCIE I GMINIE BUSKO-ZDRÓJ

Czynniki wewnętrzne (mocne i słabe strony) poddane ocenie z wykorzystaniem analizy SWOT wskazują istniejący, niewykorzystany potencjał turystyczny, co w efekcie pozwoli precyzyjnie dostosować lokalną ofertę turystyczną do obecnych i prognozowanych potrzeb turystów. Z kolei analiza uwarunkowań zewnętrznych wskazuje na szanse i zagrożenia występujące w mikro i makrootoczeniu Miasta i Gminy Busko-Zdrój.

4.2.1 MOCNE STRONY

- Korzystne położenie w południowej części woj. świętokrzyskiego, na przecięciu ważnych drogowych tras komunikacyjnych, w sąsiedztwie dwóch turystycznych województw: małopolskiego i podkarpackiego;
- Istniejące walory przyrodnicze – parki krajobrazowe i inne obszary objęte ochroną (rezerваты przyrody, strefy uzdrowiska itd.), czyste środowisko z mikroklimatem sprzyjającym leczeniu;
- Funkcjonujące od XIX wieku w Busku-Zdroju uzdrowisko, unikalny typ wody leczniczej siarczano-słonej;
- Wystarczająca wielkość i zróżnicowanie bazy noclegowej;
- Działający na lokalnym rynku organizatorzy turystyki;
- Istniejąca infrastruktura turystyczna (sale konferencyjne, lokale gastronomiczne itd.) i okołoturystyczna (obiekty sportowe, rekreacyjne itd.), odpowiedni standard infrastruktury uzdrowiskowej;
- Wyznakowane szlaki turystyczne, w tym tematyczne oraz trasy rowerowe;
- Rozpoczęta budowa systemu informacji turystycznej i podjęte prace nad ujednoczeniem elementów identyfikacji wizualnej;
- Podejmowana działalność promocyjna, w tym na rynkach zagranicznych;
- Przekonanie władz lokalnych, mieszkańców o znaczeniu turystyki dla lokalnego rozwoju gospodarczego;

- Istniejący ruch turystyczny przyjazdowy do Buska-Zdroju;
- Wykwalifikowane kadry związane z obsługą uzdrowiska;
- Współpraca z innymi ośrodkami turystycznymi, w tym zagranicznymi.

4.2.2 SŁABE STRONY

- Monofunkcyjny charakter Buska-Zdroju;
- Dominująca funkcja rolnicza na obszarach wiejskich gminy, niechęć do wprowadzania innych rozwiązań;
- Niedostateczna ilość i jakość infrastruktury gastronomicznej i uzupełniającej pobyt turysty w mieście i gminie;
- Utrudniona dostępność komunikacyjna, słaba siatka połączeń komunikacyjnych z istotnymi dla Miasta i Gminy Busko-Zdrój ośrodkami emisji ruchu turystycznego;
- Niedostatecznie oznakowane drogi dojazdowe oraz brak połączenia kolejowego;
- Brak w pobliżu lotniska, najbliższe to leżące w odległości około 120 km: na południowy-zachód Kraków – Balice i na południowy-wschód Rzeszów – Jasionka;
- Brak rozwiniętej infrastruktury do obsługi turysty biznesowego, w tym konferencyjnego;
- Słaba konkurencyjność i mała różnorodność oferty turystycznej, zwłaszcza związanej z elementami kultury, małe wykorzystanie potencjału turystycznego obszarów w sąsiedztwie Buska-Zdroju, słabo rozwinięta i identyfikowalna kuchnia regionalna;
- Ubogi kalendarz wydarzeń kulturalnych, sportowych i innych;
- Brak dużego centrum zakupów oraz droższych sklepów, co jest ważne w przypadku uzdrowisk;
- Brak w sprzedaży lokalnych, charakterystycznych dla destynacji pamiątek;
- Słabo rozbudowana oferta związana z odnową psychosomatyczną, nastawienie wyłącznie na segment 55+;
- Słaba aktywność turystyczna środowisk lokalnych;
- Niewystarczające kwalifikacje kadr turystycznych (zwłaszcza wyższych kadr menadżerskich), w tym przygotowanie do obsługi turysty zagranicznego, brak wyższych uczelni kształcących z zakresu turystyki;
- Brak stałego monitoringu zjawisk turystycznych, zwłaszcza występujących na terenie samego miasta;
- Niedostateczne własne zasoby finansowe, które mogłyby być przeznaczone m.in. na promocję turystyczną.

4.2.3 SZANSE

- Rosnący popyt na usługi turystyczne w Polsce i na świecie, w tym w zakresie turystyki zdrowotnej;

- Moda na wypoczynek w czystym środowisku, prozdrowotny model zachowań turystycznych;
- Wzrost popytu na krajową ofertę, zwłaszcza w segmencie osób starszych;
- Budowa odcinka autostrady A4 z Krakowa do Rzeszowa i dalej do Przemyśla;
- Występowanie znaczących zasobów kulturowych w sąsiednich gminach, w tym rozwój turystyczny Solca Zdrój;
- Dostępność funduszy UE, przeznaczonych na rozwój gospodarki turystycznej;
- Modernizacja i rozbudowa systemu komunikacyjnego w kraju i regionie;
- Postępujący proces prywatyzacji polskich uzdrowisk;
- Skuteczna promocja turystyczna Polski i województwa świętokrzyskiego;
- Rozwój nowoczesnych technologii, zwłaszcza informatycznych i telekomunikacyjnych;
- Wdrażanie zapisów dokumentów strategicznych dotyczących turystyki na poziomie krajowym i regionalnym;
- Jasne zapisy ustaw: o PPP i o koncesjach.

4.2.4 ZAGROŻENIA

- Wystąpienie niekorzystnych zjawisk politycznych czy ekonomicznych w skali krajowej i międzynarodowej, zaburzających kierunki i tempo rozwoju gospodarczego;
- Zmniejszenie dotacji UE, w tym przeznaczonych na turystykę w kolejnym cyklu tj. w latach 2014-2020;
- Nie nadążanie w regionie z wdrożeniem unijnych przepisów w zakresie ochrony środowiska;
- Wzrastająca konkurencyjność polskich uzdrowisk i innych destynacji turystycznych o podobnym do buskiego profilu;
- Nietrafione działania promocyjne podejmowane zwłaszcza przez woj. świętokrzyskie;
- Pogorszenie wizerunku województwa, jako celu podróży turystycznych, statyczny stan atrakcji i produktów;
- Odpływ wykwalifikowanej kadry turystycznej do innych, atrakcyjniejszych ośrodków;
- Słabe więzi i współpraca w obrębie branży turystycznej i okołoturystycznej;
- niska jakość i problemy związane z modernizacją kolejnictwa w Polsce.

4.3 ZAŁOŻENIA STRATEGICZNE

Przy tworzeniu Strategii Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011 - 2020, przyjęto następujące założenia:

1. Strategia musi być spójna z dokumentami strategicznymi i planistycznymi Miasta i Gminy Busko-Zdrój.
2. Turystyka stanie się ważnym czynnikiem rozwoju gospodarczego miasta i obszarów wiejskich.
3. Zakłada się dalszy rozwój funkcji uzdrowiskowej Buska-Zdroju, przy czym należy wyjść poza usługi wyłącznie medyczne.
4. Podniesienie poziomu konkurencyjności nastąpi poprzez rozszerzenie i urozmaicenie koszyka produktów turystycznych, w tym wprowadzenie nowych kategorii produktowych.
5. Budowanie silnej marki terytorialnej warunkuje m.in. nowoczesna i różnorodna infrastruktura turystyczna i okołoturystyczna.
6. Współczesny produkt turystyczny buduje się na emocjach, historiach i opowieściach z nim związanych.
7. Konieczne jest skierowanie oferty Miasta i Gminy Busko-Zdrój do precyzyjnie zdefiniowanych segmentów rynku turystycznego.
8. Wykwalifikowana kadra turystyczna jest niezbędną częścią systemu zarządzania poprzez jakość.
9. Realizacja zamierzonych celów nie zostanie osiągnięta bez prowadzenia spójnej, skoordynowanej, skutecznej i nastawionej na wybrane rynki docelowe promocji.
10. Działalność promocyjną może skutecznie wspierać podjęta współpraca z miastami zagranicznymi oraz sąsiednimi ośrodkami recepcji ruchu turystycznego.
11. Prowadzenie stałego monitoringu ruchu turystycznego oraz analiz m.in. konkurencji, umożliwi trafne podejmowanie decyzji inwestycyjnych.
12. Dostępność komunikacyjna destynacji turystycznej stanowi priorytet jej rozwoju, a wewnętrzny rozkład ruchu nie może wpływać negatywnie na jakość produktu turystycznego.
13. Rozwój turystyki nie może naruszać autonomii mieszkańców ani ich interesów.

14. Należy podejmować różnego typu działania niwelujące sezonowość w turystyce przyjazdowej do Miasta i Gminy Busko-Zdrój.
15. Priorytetową sprawą dla uzdrowiska jest wysoka jakość jego środowiska przyrodniczego, konieczne jest zatem wdrożenie kompleksowej ochrony własnych walorów naturalnych.
16. Zakłada się dalszy rozwój infrastruktury rekreacyjno-sportowej, w tym na terenach wiejskich.
17. Bez sprawnego systemu informacji i jednolitego wizerunku, nie można budować marki terytorialnej.
18. Samorząd lokalny ogrywa istotną rolę w procesie inwestycyjnym czy inicjowaniu współpracy pomiędzy podmiotami branży turystycznej.
19. Lokalna tożsamość, identyfikowanie się społeczności lokalnych z własnym miejscem zamieszkania, stanowi dla turysty wyraz autentyczności i wzbudza jego zainteresowanie.

Szczególnym zadaniem działań promocyjnych, ale również innych obszarów priorytetowych, jest zbudowanie podstaw komunikacji emocjonalnej z rynkami. W materii tej szczególne poruczenie nadaje się marce terytorialnej. Jest ona najkorzystniejszym narzędziem i otoczeniem kulturowym, służącym komunikacji z wyodrębnionymi segmentami.

Marka terytorialna skupia się na źródłach osobowości lokalnej społeczności Miasta i Gminy Busko-Zdrój. Jest skuteczna i sprawdzoną techniką dialogu z segmentami, w którym szczególną rolę odgrywa komunikowanie o produkcie w kontekście najwyższych wartości moralnych-etycznych. Wymagający konsument sam wywiera presję na podaż, oczekuje, aby szanować jego wrażliwość i potrzeby estetyczne. Dlatego marka emocjonalna, wywołująca przyjazne uczucia jest bardzo trendy, zwłaszcza wśród turystów zorientowanych na przeżycia natury duchowej. Te formy doświadczania są uwzględnione w definicjach zadań strategicznych. Wnosi do marketingu „elementy ludzkie” i dziedzictwa człowieka oraz jego przyrody, koncentruje swój komunikat na tajemnicy wartości, które wyznaje człowiek, a nie rynek. Obecność marki terytorialnej będącej społeczną domeną, a nie komercyjnej firmy ma również efekt zwrotny – społeczność lokalna autoryzując ją, podnosi swój prestiż i reputację.

4.4 WIZJA

Jak już wcześniej zaznaczono Strategia Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020 jest ściśle powiązana z nadrzędną strategią rozwojową Miasta i Gminy Busko-Zdrój. Cele i zadania określone w niniejszym dokumencie mają spowodować,

aby Busko-Zdrój i jego mikroregion były postrzegane na rynku turystycznym, jako destynacja słońca i wody.

Te dwa symbole stały się podstawą budowania tożsamości nowego mitu strategicznego oraz funkcji programowych produktów turystycznych bazujących na tej symbolice.

Interpretację zawiera System Identyfikacji Wizualnej – Księga Tożsamości SRT.

WIZJA:

Miasto i Gmina Busko-Zdrój w 2020 roku to destynacja Słońca i Wody.

Jest znanym i cenionym kurortem, z różnorodną i atrakcyjną ofertą zagospodarowania czasu wolnego turystów, wykorzystującym swój potencjał, w tym obszarów wiejskich, w sposób zrównoważony.

Ma wysoką pozycję w kraju w zakresie turystyki zdrowotnej, aktywnej, rodzinnej i specjalistycznej.

Oferuje na rynku unikatowe produkty turystyczne nowej kategorii, odpowiadające na zróżnicowane potrzeby turystów. Dysponuje nowoczesną i przyjazną dla środowiska infrastrukturą turystyczną oraz okołoturystyczną. Jest postrzegane, jako środowisko kreatywne i produkt wzorcowy dla polskich uzdrowisk. W Busku-Zdroju i mikroregionie sezon turystyczny trwa cały rok, tu zawsze coś się dzieje, a lokalne wydarzenia kulturalne są inspirujące.

Można tu wygodnie i szybko dotrzeć, a lokalna branża turystyczna samodzielnie podejmuje inicjatywy rozwojowe, co wzmacnia konkurencyjność Miasta i Gminy Busko-Zdrój na rynku turystycznym.

W związku z postępującym rozwojem turystyki podniósł się poziom życia mieszkańców, a rynek pracy jest zróżnicowany i daje możliwości zatrudnienia w różnych formach usług turystycznych i okołoturystycznych.

5 STRATEGIA TURYSTYCZNA

5.1 MISJA TURYSTYCZNA MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ

Naszą intencją jest, aby tożsamość wyrażona w potencjale turystycznym Miasta i Gminy Busko-Zdrój była jak najefektywniej wykorzystywana, z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju, aby produkty turystyczne odpowiadały na potrzeby turystów, jednocześnie przyczyniając się do wzrostu dobrobytu mieszkańców.

5.2 CEL NADRZĘDNY, OBSZARY PRIORYTETOWE

Celem nadrzędnym Strategii jest **zrównoważony rozwój turystyki w Mieście i Gminie Busko-Zdrój**. Osiągnięcie tego celu uzależnione jest od prawidłowego funkcjonowania turystyki na dwóch poziomach: środowiska przyrodniczego i lokalnej społeczności. Stosowanie zasad zrównoważonego rozwoju przyniesie efekty społeczne, ekonomiczne i przyrodnicze. Specyfika uzdrowiska wymaga położenia szczególnego nacisku na jakość środowiska i funkcjonującego w nim człowieka oraz relacje międzyludzkie. Turystom, zwłaszcza rekrutującym się ze środowisk wielkomiejskich trzeba stworzyć jak najlepsze warunki powrotu do zdrowia i regeneracji psychicznej, fizycznej i duchowej.

Określając obszary priorytetowe, wokół których powinna być budowana SRT wyodrębniono pięć najistotniejszych:

1. **INFRASTRUKTURA TURYSTYCZNA**
2. **UZDROWISKO I ŚRODOWISKO PRZYRODNICZE**
3. **PROMOCJA**
4. **PRODUKTY TURYSTYCZNE**
5. **PARTNERSTWO**

5.3 KATALOG CELÓW OPERACYJNYCH I ZADAŃ

W toku kolejnych prac wyodrębniono dla każdego obszaru priorytetowego cele operacyjne, a do tych z kolei przyporządkowano zadania podstawowe i uzupełniające. W przypadku pierwszego rodzaju zadań wskazano termin ich realizacji oraz możliwe źródła finansowania. Przy każdym zamieszczono informację o podmiocie z ramienia Urzędu, jak i partnerze zewnętrznym, jak również wskazano konkretne wskaźniki produktu oraz oceny. Te ostatnie będą stanowić podstawę oceny bieżącej i okresowej realizacji Strategii.

Obszar priorytetowy I **INFRASTRUKTURA TURYSTYCZNA**

Cel operacyjny I.1 **ZMIANA FUNKCJONALNOŚCI I ESTETYZACJA PRZESTRZENI**

Przyjazna, estetyczna i funkcjonalna przestrzeń publiczna jest wizytówką destynacji turystycznej. Świadczy o gotowości do obsługi wymagającego klienta. Należy również mieć na uwadze, że narastająca konkurencja na rynku turystycznym obliguje do stosowania rozwiązań technologicznych o wysokich parametrach środowiskowych oraz przyjaznych człowiekowi.

CEL OPERACYJNY I.1.	ZMIANA FUNKCJONALNOŚCI I ESTETYZACJA PRZESTRZENI
ZADANIA PODSTAWOWE	<p>I.1.1. OPRACOWANIE I REALIZACJA PLANU ZMIAN FUNKCJONALNYCH I AKTYWIZACJI OBSZARU POMIĘDZY STREFĄ A UZDROWISKOWA ORAZ PL. ZWYCIĘSTWA W BUSKU-ZDROJU.</p> <p>I.1.2. ZAKOŃCZENIE PRAC ZWIĄZANYCH Z PRZEBUDOWĄ AL. MICKIEWICZA I POPRZECZNEJ W BUSKU-ZDROJU</p> <p>I.1.3. ZAKOŃCZENIE PRZEBUDOWY PARKINGU PRZY UL. GROTTA I PLACU TARGOWEGO PRZY UL. TARGOWEJ W BUSKU-ZDROJU</p> <p>I.1.4. PRZEBUDOWA PLACU ZWYCIĘSTWA W BUSKU-ZDROJU</p> <p>I.1.5. DALSZE ZAGOSPODAROWANIE PRZESTRZENI W ELEMENTY MAŁEJ ARCHITEKTURY, Z UWZGLĘDNIENIEM POTRZEB OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH</p>
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	<p>I.1.A. ILUMINACJA ZABYTKÓW</p> <p>I.1.B. PROWADZENIE ŚWIADOMEJ POLITYKI ESTETYKI PRZESTRZENI PUBLICZNEJ W ZAKRESIE REKLAM</p> <p>I.1.C. OBJĘCIE WOLNYM DOSTĘPEM DO INTERNETU (HOT-SPOT) CENTRALNEJ CZĘŚCI MIASTA</p>

ZADANIA PODSTAWOWE

CEL OPERACYJNY I.1.	ZMIANA FUNKCJONALNOŚCI I ESTETYZACJA PRZESTRZENI
ZADANIE PODSTAWOWE I.1.1.	OPRACOWANIE I REALIZACJA PLANU ZMIAN FUNKCJONALNYCH I AKTYWIZACJI OBSZARU POMIĘDZY STREFĄ A UZDROWISKOWA ORAZ PL. ZWYCIĘSTWA W BUSKU-ZDRÓJU.
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zadanie ma doprowadzić do fizycznego i mentalnego zbliżenia części uzdrowskiej z centrum miasta (pl. Zwycięstwa). Jego realizacja ma spowodować stworzenie nowej funkcjonalności Al. Mickiewicza, tak aby kuracjusz – senior oraz inni wysegmentowani turyści nie koncentrował się na pokonywaniu wzniesienia, a na zlokalizowanych po drodze atrakcjach o silnym pierwiastku emocjonalnym. Na Al. Mickiewicza i pl. Zwycięstwa (Rynek) powinny być zlokalizowane „droższe” i markowe sklepy, lokale gastronomiczne oferujące urozmaicone menu, w tym kuchni regionalnej i kuchni świata. Ponadto powinny znaleźć się tu obiekty rozrywkowe, kulturalne, sprzedające suweniry, dzieła sztuki i inne. Al. Mickiewicza powinna się stać głównym deptakiem – promenadą, a nawet corso spacerowym miasta, prowadzącym do urzekającego rynku.
CZAS REALIZACJI	2012-2020

Strategia Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba nowootwartych obiektów
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- rola doradcza i wspierająca, np. ulgi podatkowe dla przedsiębiorców działających w sferze pożądaných dziedzin
PARTNERZY	Przedsiębiorstwa turystyczne i inne instytucje prowadzące działalność gospodarczą z terenu Miasta i Gminy, potencjalni inwestorzy

CEL OPERACYJNY I.1.	ZMIANA FUNKCJONALNOŚCI I ESTETYZACJA PRZESTRZENI
ZADANIE PODSTAWOWE I.1.2.	ZAKOŃCZENIE PRAC ZWIĄZANYCH Z PRZEBUDOWĄ AL. MICKIEWICZA I POPRZECZNEJ W BUSKU-ZDROJU
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zakończenie realizacji zadania związanego z rewitalizacją przestrzeni publicznej; powiązanie z zadaniem I.1.1.
CZAS REALIZACJI	2012
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - fundusze UE
WSKAŹNIK PRODUKTU	- zagospodarowana powierzchnia
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	UMiG BUSKO-ZDRÓJ wskaże

CEL OPERACYJNY I.1.	ZMIANA FUNKCJONALNOŚCI I ESTETYZACJA PRZESTRZENI
ZADANIE PODSTAWOWE I.1.3.	ZAKOŃCZENIE PRZEBUDOWY PARKINGU PRZY UL. GROTTA I PLACU TARGOWEGO PRZY UL. TARGOWEJ W BUSKU-ZDROJU
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zakończenie realizacji zadania związanego z rewitalizacją przestrzeni publicznej.
CZAS REALIZACJI	2012
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- zagospodarowana powierzchnia
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	UMiG BUSKO-ZDRÓJ wskaże

CEL OPERACYJNY I.1.	ZMIANA FUNKCJONALNOŚCI I ESTETYZACJA PRZESTRZENI
ZADANIE PODSTAWOWE I.1.4.	PRZEBUDOWA PLACU ZWYCIĘSTWA W BUSKU-ZDROJU
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zakończenie realizacji zadania związanego z rewitalizacją przestrzeni publicznej; powiązanie z zadaniem I.1.1.
CZAS REALIZACJI	2012
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne

	- fundusze UE
WSKAŹNIK PRODUKTU	- zagospodarowana powierzchnia
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY I.1.	ZMIANA FUNKCJONALNOŚCI I ESTETYZACJA PRZESTRZENI
ZADANIE PODSTAWOWE I.1.5.	DALSZE ZAGOSPODAROWANIE PRZESTRZENI W ELEMENTY MAŁEJ ARCHITEKTURY, Z UWZGLĘDNIENIEM POTRZEB OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zadanie ma na celu ciągłą dbałość o przestrzeń publiczną. W jego ramach zakłada się prace porządkowe-remontowe przestrzeni publicznej, w tym ścieżek, chodników oraz związane z małą architekturą (kosze, ławki, latarnie itd.). Szczególnie należy zwrócić uwagę na konieczność zaspokojenia potrzeb osób niepełnosprawnych, w tym wykonanie podjazdów dla wózków, wypustek w chodnikach dla niewidomych, czy sygnalizacji dźwiękowej na skrzyżowaniach. Zadanie obejmuje obszar miasta i gminy Busko-Zdrój.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- zagospodarowana powierzchnia
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	wskaże UMiG Busko-Zdrój

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY I.1.	ZMIANA FUNKCJONALNOŚCI I ESTETYZACJA PRZESTRZENI
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE I.1.A.	ILUMINACJA ZABYTKÓW
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Iluminowana ekspozycja atrakcji jest podstawowym narzędziem percepcji wzrokowej. Właściwe oświetlenie zabytków i obiektów przyrodniczych wzbudza zainteresowanie i koncentruje uwagę na historycznym przekazie. Umożliwia to utrwalanie postrzeganego wizerunku, utrwalenie wiedzy i wzmacnianie „strumienia wspomnieniowego”. Zadanie obejmuje obszar miasta i gminy Busko-Zdrój.
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE I.1.B.	PROWADZENIE ŚWIADOMEJ POLITYKI ESTETYKI PRZESTRZENI PUBLICZNEJ W ZAKRESIE REKLAM
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zadanie ma na celu podjęcie działań na rzecz uporządkowania i poprawy estetyki miasta z punktu widzenia wielkości, ułożenia i ogólnego wyglądu reklam. Szczególnie należy tymi działaniami objąć obszar począwszy od części uzdrowskiej do pl. Zwycięstwa wraz z otoczeniem.
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE I.1.C.	OBJĘCIE CENTRALNEJ CZĘŚCI MIASTA WOLNYM DOSTĘPEM DO INTERNETU (HOT-SPOT)
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Busko-Zdrój ma słabą dostępność do Internetu, stąd konieczność podjęcia działań na rzecz poprawy tego stanu rzeczy. Proponuje się zlokalizowanie co najmniej jednego hot-spot'u na pl. Zwycięstwa, a wskazane byłoby również, aby takowy znalazł się w południowej części al. Mickiewicza (okolice skrzyżowania z ul. 1 Maja).

Cel operacyjny I.2

DALSZY ROZWÓJ INFRASTRUKTURY REKREACYJNO-SPORTOWEJ

Na terenie Miasta i Gminy Busko-Zdrój w ostatnich latach podjęto różnego typu inicjatywy zagospodarowania rekreacyjnego. Jednakże nadal widoczne są znaczne braki, zwłaszcza związane z przygotowaniem i umożliwieniem uprawiania aktywnych form wypoczynku. Tutaj szczególną uwagę zwrócono na konieczność tworzenia sieciowania infrastruktury w skali co najmniej mikroregionalnej.

CEL OPERACYJNY I.2.	ROZBUDOWA INFRASTRUKTURY REKREACYJNO-SPORTOWEJ
ZADANIA PODSTAWOWE	I.2.1. KOLEJNE ETAPY PRAC ZWIĄZANYCH Z ROZBUDOWĄ SIECI TRAS ROWEROWYCH I.2.2. DALSZE PRACE ZWIĄZANE Z UTWORZENIEM UKŁADU SIECIOWEGO SZLAKÓW PIESZYCH
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	I.2.A. BUDOWA NA TERENIE GMINY POLA GOLFOWEGO I.2.B. ZAGOSPODAROWANIE REKREACYJNE REJONU OSIEDLI PUŁASKIEGO, KOŚCIUSZKI I ANDERSA I.2.C. BUDOWA SZLAKU KONNEGO

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY I.2.	ROZBUDOWA INFRASTRUKTURY REKREACYJNO-SPORTOWEJ
ZADANIE PODSTAWOWE I.2.1.	KOLEJNE ETAPY PRAC ZWIĄZANYCH Z ROZBUDOWĄ SIECI TRAS ROWEROWYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Na obecnym etapie prac nad systemem tras rowerowych należy zwrócić uwagę na konieczność połączenia wszystkich odcinków w sieć, oraz jej dalszą rozbudowę. Zagospodarowane trasy poprawią dostępność komunikacyjną, gdyż rower jest również środkiem transportu. Zapewnią wygodę podróży i będą atrakcyjną alternatywą przemieszczania się w przestrzeni.
CZAS REALIZACJI	2012-2016
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- fundusze UE - środki własne - finansowanie zewnętrzne – granty fundacji, organizacji pozarządowych
WSKAŹNIK PRODUKTU	- długość wyznaczonych tras
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników tras
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja, wsparcie
PARTNERZY	Fundacja Partnerstwo dla Środowiska, pozostałych wkaże UMiG Busko-Zdrój

CEL OPERACYJNY I.2.	ROZBUDOWA INFRASTRUKTURY REKREACYJNO-SPORTOWEJ
ZADANIE PODSTAWOWE I.2.2.	DALSZE PRACE ZWIĄZANE Z UTWORZENIEM UKŁADU SIECIOWEGO SZLAKÓW PIESZYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Turystyczne szlaki piesze są podstawowym komponentem oferty obszaru recepcji turystycznej. Ze względu na duże zainteresowanie spacerami, jako formą spędzania czasu wolnego ze strony turystów, w tym kuracjuszy, należy zadbać o ich dostępność i czytelność oznakowania. Trzeba pamiętać, że ze względów bezpieczeństwa trasy muszą być stale utrzymywane w jak najlepszym stanie.
CZAS REALIZACJI	2012-2014
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - PTTK
WSKAŹNIK PRODUKTU	- długość wyznaczonych tras
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników tras
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	lokalny oddział PTTK, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY I.2.	ROZBUDOWA INFRASTRUKTURY REKREACYJNO-SPORTOWEJ
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE I.2.A.	BUDOWA NA TERENIE GMINY POLA GOLFOWEGO
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Planując skoncentrowanie uwagi segmentu 35+ zasobnego finansowo, należy zadbać o nowoczesną infrastrukturę rekreacyjną. Trwałym trendem w Polsce jest budowa 9-o lub 18-o dołkowych pól golfowych. Trend wynika ze wzrastającej zamożności segmentu narodowego jak i sprzyjających warunków naturalnych dla organizowania tego typu „zielonych” atrakcji. Busko-Zdrój posiada dobre tereny pod inwestycję w tego typu obiekt.
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE I.2.B.	ZAGOSPODAROWANIE REKREACYJNE REJONU OSIEDLI: PUŁASKIEGO, KOŚCIUSZKI I ANDERSA
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zgodnie z Wieloletnim Planem Inwestycyjnym.
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE I.2.C.	BUDOWA SZLAKU KONNEGO
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Na terenie Miasta i Gminy Busko-Zdrój znajdują się dwa ośrodki jazdy konnej. Na ich bazie należy stworzyć szlak konny, który będzie uzupełnieniem oferty tras pieszych i rowerowych. Trzeba zwrócić uwagę na współpracę z ościennymi gminami, zwłaszcza Solcem-Zdrój.

Cel operacyjny I.3

ROZBUDOWA RODZINNEJ INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ

Rodziny to jeden z najważniejszych segmentów rynku turystycznego. W Polsce wraz ze wzrostem zamożności coraz częściej podróżuje się całymi rodzinami i w towarzystwie przyjaciół. Tego rodzaju klient wymaga przygotowania oferty zarówno dla dzieci, młodzieży jak i rodziców. Stąd, zwłaszcza w kontekście funkcji uzdrowiskowej Buska-Zdroju, należy podjąć zdecydowane działania na rzecz rozbudowy infrastruktury turystycznej i okołoturystycznej dla tego segmentu rynku. Proponowane zadania pozwolą zrobić kolejny krok w kierunku zmiany wizerunku Buska-Zdroju, postrzeganego dotychczas jako tradycyjne uzdrowisko.

CEL OPERACYJNY I.3.	ROZBUDOWA RODZINNEJ INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ
ZADANIA PODSTAWOWE	I.3.1. BUDOWA WIKLINOWEGO TEMATYCZNEGO PARKU ROZRYWKI I.3.2. BUDOWA KOMPLEKSU BASENÓW TERMALNYCH
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	I.3.A. MODERNIZACJA I BUDOWA PLACÓW ZABAW I AKTYWNOŚCI NA ŚWIEŻYM POWIETRZU I.3.B. BUDOWA OBIEKTÓW ROZRYWKOWYCH DLA CAŁEJ RODZINY

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY I.3.	ROZBUDOWA RODZINNEJ INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ
ZADANIE PODSTAWOWE I.3.1.	BUDOWA WIKLINOWEGO TEMATYCZNEGO PARKU ROZRYWKI
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W ramach zadania proponuje się wybudowanie parku rozrywki, którego głównym budulcem będzie wiklina. Do realizacji parku można wykorzystać m.in. wyroby z wikliny, stanowiące dekoracje i wyposażenie proponowanego w zadaniu IV.4.1. corocznego Festiwalu Uzdrawisk i Wód Mineralnych. Lokalizacja parku może być związana z wykorzystaniem nieużytków pogórnicych lub innych terenów, jednakże dobrze skomunikowanych z centrum Buska-Zdroju. Przy komponowaniu elementów parku należy zwrócić uwagę na konieczność zainteresowania nim zarówno dzieci jak i rodziców. Kompatybilnym elementem parku powinny być sklepiki z wyrobami z wikliny oraz inne tematyczne atrakcje. Szerzej o proponowanym projekcie w Programie Budowy Marki oraz Rozwoju i Promocji Markowych Produktów Turystycznych. Wskazane jest, aby projekt był bezpośrednio połączony z zadaniem I.3.2.
CZAS REALIZACJI	2013-2018
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - fundusze UE - PPP
WSKAŹNIK PRODUKTU	- zagospodarowana powierzchnia
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- partnerstwo
PARTNERZY	prywatni inwestorzy, lokalna branża turystyczna, pozostałych wskaże UMiG Busko-Zdrój

CEL OPERACYJNY I.3.	ROZBUDOWA RODZINNEJ INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ
ZADANIE PODSTAWOWE I.3.2.	BUDOWA KOMPLEKSU BASENÓW TERMALNYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Proponowany kompleks basenów termalnych wpisuje się w podjęte na terenie Buska-Zdroju inwestycje związane z wykorzystaniem złóż geotermalnych. Jak dowodzą przykłady gmin podhalańskich, jest to niezwykle interesująca i praktyczna forma spędzania czasu wolnego. Turyści decydują o przyjeździe do danego miejsca, mając na uwadze sumę korzyści – zwłaszcza psychologicznych, jakie zapewniają tego rodzaju tematyczne produkty. Część niecek basenowych powinna być zaprojektowana na wolnym powietrzu, w otoczeniu o ciekawych walorach krajobrazowych. Tego typu obiekty generują całoroczny ruch turystyczny. Projekt ściśle łączy się z zadaniem IV.2.1., wskazane jest także, aby był bezpośrednio połączony z zadaniem I.3.1.
CZAS REALIZACJI	2014-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- PPP - fundusze UE - NFOŚiGW
WSKAŹNIK PRODUKTU	- zagospodarowana powierzchnia
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkujących turystów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- współpraca
PARTNERZY	lokalna branża turystyczna, POLKIEL, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY I.3.	ROZBUDOWA RODZINNEJ INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE I.3.A.	MODERNIZACJA I BUDOWA PLACÓW ZABAW I AKTYWNOŚCI NA ŚWIEŻYM POWIETRZU
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Miejsce zabaw dla dzieci stanowią standard zagospodarowania przestrzeni czasu wolnego w miastach. Jednakże należy położyć nacisk na atrakcyjność wyposażenia tego typu obiektów. Współczesne potrzeby dzieci i nastolatków wymagają zaawansowanych form organizowania czasu wolnego. Dlatego proponowane jest włączenie do programu takich placów zabaw: mini zoo, torów przeszkód, parków linowych itp. Celem jest działanie zapobiegające zaangażowaniu dzieci w zajęcia stabilne, typu gry komputerowe itp. i zachęcanie do podejmowania aktywności ruchowej na świeżym powietrzu. Inwestycja ta jest dedykowana w równym stopniu turystom i mieszkańcom.
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE I.3.B.	BUDOWA OBIEKTÓW ROZRYWKOWYCH DLA CAŁEJ RODZINY
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W ramach zadania proponuje się budowę obiektów o charakterze rozrywkowym, które pozwalałyby na wspólne spędzanie wolnego czasu przez całą rodzinę. Tutaj zwraca się uwagę zarówno na obiekty związane z kulturą (np. samochodowe kino letnie) czy aktywnym wypoczynkiem np. kręgielnie, plenerowe lodowisko itp.

Cel operacyjny I.4

POPRAWA DOSTĘPNOŚCI KOMUNIKACYJNEJ

Dobra dostępność komunikacyjna to podstawowy element, decydujący o wyborze przez turystę destynacji turystycznej. Badania pokazują, że najczęściej goście do Buska-Zdroju przyjeżdżają z wykorzystaniem komunikacji publicznej, stąd znaczną wagę należy przywiązywać do jej poprawy. Ważnym elementem systemu komunikacji jest jasna i czytelna informacja, dlatego też znaczny nacisk należy położyć na oznakowanie zewnętrzne i wewnętrzne miast i całej gminy.

CEL OPERACYJNY I.4.	POPRAWA DOSTĘPNOŚCI KOMUNIKACYJNEJ
ZADANIA PODSTAWOWE	<p>I.4.1. OPRACOWANIE I WDROŻENIE SYSTEMU KOMUNIKACJI ZEWNĘTRZNEJ I WEWNĘTRZNEJ</p> <p>I.4.2. POPRAWA OZNAKOWANIA TURYSTYCZNEGO, W TYM DROGOWEGO ZEWNĘTRZNEGO I WEWNĘTRZNEGO NA TERENIE MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ</p>
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	<p>I.4.A. DALSZE MODERNIZACJE DRÓG NA TERENIE MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ</p> <p>I.4.B. WSPARCIE DZIAŁAŃ MAJĄCYCH NA CELU PONOWNE URUCHOMIENIE POŁĄCZENIA KOLEJOWEGO DO BUSKA-ZDROJU.</p>

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY I.4.	POPRAWA DOSTĘPNOŚCI KOMUNIKACYJNEJ
ZADANIE PODSTAWOWE I.4.1.	OPRACOWANIE I WDROŻENIE SYSTEMU KOMUNIKACJI ZEWNĘTRZNEJ I WEWNĘTRZNEJ
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Miasto i Gmina Busko-Zdrój pomimo dobrego położenia jest stosunkowo słabo skomunikowane z głównymi rynkami turystycznymi. Pomimo, że kuracjusze do uzdrowiska najczęściej przyjeżdżają komunikacją zbiorową, z punktu widzenia siatki połączeń jest ona ograniczona. Poza tym należy również zwrócić uwagę na sieć połączeń wewnątrz miasta, zwłaszcza w kontekście skomunikowania części uzdrowiskowej z centrum miasta. Tutaj można wykorzystać przyjazne środowisku stosunkowo niedrogie środki transportu, takie jak np. bryczki czy wózki elektryczne. Należy realizować zadanie z perspektywy mikroregionalnej.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	<ul style="list-style-type: none"> - środki własne - fundusze UE - PPP
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba połączeń komunikacyjnych
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	= wsparcie, doradztwo, ewentualnie preferencje podatkowe
PARTNERZY	okoliczne gminy, zwłaszcza Solec Zdrój, PKS, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY I.4.	POPRAWA DOSTĘPNOŚCI KOMUNIKACYJNEJ
ZADANIE PODSTAWOWE I.4.2.	POPRAWA OZNAKOWANIA TURYSTYCZNEGO, W TYM DROGOWEGO ZEWNĘTRZNEGO I WEWNĘTRZNEGO NA TERENIE MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W ramach zadania zakłada się poprawę oznakowania turystycznego Miasta i Gminy Busko-Zdrój. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę, że powinno być ono jednolite, stąd zaleca się wdrożenie opracowanego w tym celu systemu wizualizacji. W oznakowaniu drogowym trzeba położyć szczególny nacisk na kierunek z Warszawy, Śląska, Krakowa, Rzeszowa i Kielc. Szczególnie zwrócić uwagę na nowobudowaną autostradę A4 (tarnowski węzeł autostradowy).
CZAS REALIZACJI	2012-2015
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - fundusze UE
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba posadowionych tablic
WSKAŹNIK OCENY	- liczba pozytywnych opinii turystów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizator
PARTNERZY	Generalna Dyrekcja Dróg i Autostrad, Starostwo Powiatowe, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY I.4.	POPRAWA DOSTĘPNOŚCI KOMUNIKACYJNEJ
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE I.4.A.	DALSZE MODERNIZACJE DRÓG NA TERENIE MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Standard dróg należy do podstawowych działań samorządów lokalnych. Z punktu widzenia turystyki trzeba zwrócić szczególną uwagę na ich jakość. Należy także wziąć pod uwagę główne kierunki przyjazdów gości do destynacji. Stan dróg jest oceniany w pierwszym rzędzie i wpływa na ogólną ocenę miejsca.
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE I.4.B.	WSPARCIE DZIAŁAŃ MAJĄCYCH NA CELU PONOWNE URUCHOMIENIE POŁĄCZENIA KOLEJOWEGO DO BUSKA-ZDROJU
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Busko-Zdrój jest pozbawione połączenia kolejowego. Biorąc pod uwagę fakt, że kuracjusze przybywają do uzdrowiska najczęściej korzystając z komunikacji zbiorowej, trzeba podjąć działania na rzecz przywrócenia tej formy transportu. Istniejące tory kolejowe można również wykorzystać do przewozów o charakterze typowo turystycznym np. starymi parowozami, czego najlepszym przykładem jest poniedziałka ciuchcia.

Obszar priorytetowy II **UZDROWISKO I ŚRODOWISKO PRZYRODNICZE**

Cel operacyjny II.1 **MODERNIZACJA OBIEKTÓW UZDROWISKA**

Współczesny kuracjusz korzystający z oferty uzdrowskiej, wymaga wysokiej jakości oraz wrażliwości usług. Podstawowym komponentem związanym z zaspokojeniem tych potrzeb jest odpowiedni standard infrastruktury uzdrowskiej. Stąd wynika konieczność podejmowania niezbędnych działań modernizacyjnych i rozwojowych. Prace te mają w efekcie doprowadzić do podniesienia rangi Buska-Zdroju do poziomu kurortu.

CEL OPERACYJNY II.1.	MODERNIZACJA OBIEKTÓW UZDROWISKA
ZADANIA PODSTAWOWE	II.1.1. POPRAWA FUNKCJONALNOŚCI I ESTETYKI HISTORYCZNYCH I WSPÓŁCZESNYCH OBIEKTÓW UZDROWISKOWYCH II.1.2. BUDOWA AMFITEATRU
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	II.1.A. MODERNIZACJE I PRZEBUDOWY JEDNOSTEK GASTRONOMICZNYCH W SANATORIACH

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY II.1.	MODERNIZACJA OBIEKTÓW UZDROWISKA
ZADANIE PODSTAWOWE II.1.1.	POPRAWA FUNKCJONALNOŚCI I ESTETYKI HISTORYCZNYCH I WSPÓŁCZESNYCH OBIEKTÓW UZDROWISKOWYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W ramach zadania przewiduje się podjęcie różnego typu inicjatyw związanych z podniesieniem standardu obiektów buskiego uzdrowiska. Tutaj planuje się budowę nowych pawilonów oraz adaptację na funkcje turystyczne, lecznicze czy kulturowe istniejących obiektów. Zwłaszcza w części historycznej miasta, leżącej poza strefą A uzdrowiska. Ze względu na specyfikę środowiskową uzdrowiska, należy zwrócić uwagę na konieczność stosowania technologii przyjaznych środowisku. Należy także pamiętać o sukcesywnym likwidowaniu barier architektonicznych, podnoszących standardy obsługi osób niepełnosprawnych.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- fundusze UE - środki własne - PPP
WSKAŹNIK PRODUKTU	- zagospodarowana powierzchnia
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMIG BUSKO-ZDRÓJ	wsparcie, realizacja na terenach gminnych
PARTNERZY	Uzdrowisko Busko-Zdrój S.A., pozostałych wskaże UMIG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY II.1.	MODERNIZACJA OBIEKTÓW UZDROWISKA
ZADANIE PODSTAWOWE II.1.2.	BUDOWA AMFITEATRU
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Dla podniesienia rangi i atrakcyjności turystycznej buskiego uzdrowiska, przewiduje się budowę amfiteatru. Inwestycja wraz z jej otoczeniem kulturowym, umożliwi wzmocnienie promocji istotnych wydarzeń miejscowego kalendarza wizerunkowego, a zwłaszcza festiwalu im. Krystyny Jamroz. Tego typu obiekty są nieodłącznym elementem kurortów. Jego istnienie może w znaczącym stopniu podnieść rangę wizerunku - marki miejsca.
CZAS REALIZACJI	2014-2016
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- fundusze UE - środki własne - właściciel spółki Uzdrowisko Busko-Zdrój
WSKAŹNIK PRODUKTU	- zagospodarowana powierzchnia
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMIG BUSKO-ZDRÓJ	- współrealizacja
PARTNERZY	Uzdrowisko Busko-Zdrój S.A., pozostałych wskaże UMIG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY II.1.	MODERNIZACJA OBIEKTÓW UZDROWISKA
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE II.1.A.	MODERNIZACJE I PRZEBUDOWY JEDNOSTEK GASTRONOMICZNYCH W SANATORIACH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zadania realizowane we wsparciu m.in. funduszy UE, mające na celu podniesienie standardu obiektów pełniących funkcje żywieniowe. Realizacja zadania ma spowodować dostosowanie obecnego standardu infrastruktury i usług do aktualnych przepisów sanitarnych i współczesnych potrzeb turystów.

Cel operacyjny II.2

POPRAWA JAKOŚCI PRODUKTU UZDROWISKA I OBSŁUGI KURACJUSZA

Domeną wizerunku Buska-Zdroju jest funkcja uzdrowiskowa. Dlatego też innowacyjna oferta, bazująca na nowoczesnych technologiach powinna być objęta ciągłymi działaniami na rzecz poprawy jej konkurencyjności. Od współczesnych uzdrowisk wymaga się inwestowania w produkty, nie tylko leczenia ciała, ale także pozytywnego oddziaływania na sferę psyche. Stąd należy szczególnie zadbać o szeroki pakiet oferty SPA, wellness, „heliotropizmu”, aktywnych czy np. holistycznych form wypoczynku. Rekomendacja wynika z misji – akcentowania pierwiastków: wody i słońca w lokalnej ofercie.

CEL OPERACYJNY II.2.	POPRAWA JAKOŚCI PRODUKTU UZDROWISKA I OBSŁUGI KURACJUSZA
ZADANIA PODSTAWOWE	II.2.1. UWZGLĘDNIENIE W OFERCIE UZDROWISKOWEJ ELEMENTÓW ODNOWY BIOLOGICZNEJ II.2.3. ROZBUDOWA OFERTY UZDROWISKOWEJ DLA DZIECI I MŁODZIEŻY, W TYM NIEPEŁNOSPRAWNYCH
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	II.2.A. ROZWÓJ FUNKCJI SZKOLENIOWO-KONFERENCYJNEJ

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY II.2.	POPRAWA JAKOŚCI PRODUKTU UZDROWISKA I OBSŁUGI KURACJUSZA
ZADANIE PODSTAWOWE II.2.1.	UWZGLĘDNIENIE W OFERCIE UZDROWISKOWEJ ELEMENTÓW ODNOWY BIOLOGICZNEJ
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Aby być konkurencyjnym na współczesnym rynku uzdrowisk, nie można ograniczać się jedynie do świadczenia oferty leczniczej. Należy przewidzieć i wdrażać produkty wychodzące naprzeciw potrzebom klienta, rekrutującego się ze środowisk wielkomiejskich. Te są środowiskiem stratesu, przyspieszenia, frustracji, a zwłaszcza ograniczania czasu wolnego. Dlatego też należy poszerzyć produkt uzdrowiskowy Buska-Zdroju o funkcje eliminujące i redukujące negatywne skutki chorób i przypadłości cywilizacyjnych, zwłaszcza wykorzystujące regenerujące właściwości wody: SPA i wellness. Działanie utrwali nowy jakościowo wizerunek UZDROWISKA SŁOŃCA i (WODY).
CZAS REALIZACJI	2012-2015
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - środki prywatne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba ofert
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMIG BUSKO-ZDRÓJ	- wsparcie merytoryczne
PARTNERZY	Uzdrowisko Busko-Zdrój S.A., właściciele sanatoriów, obiektów noclegowych, pozostałych wskaże UMIG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY II.2.	POPRAWA JAKOŚCI PRODUKTU UZDROWISKA I OBSŁUGI KURACJUSZA
ZADANIE PODSTAWOWE II.2.2.	ROZBUDOWA OFERTY UZDROWISKOWEJ DLA DZIECI I MŁODZIEŻY, W TYM NIEPEŁNOSPRAWNYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	<p>Dzieci i młodzież to segment rynku, który stanowi rdzeń budowania długofalowej polityki turystycznej Miasta i Gminy Busko-Zdrój. Stąd niezwykle ważne jest dbanie o jak najciekawszą ofertę dla tego klienta. Proponuje się zwrócenie uwagi na, tzw. „terapię śmiechem”, słońcem (witamina D - heliotropia) i wodą (hydroterapia). Współczesne dzieci i młodzież mają często problemy z utrzymaniem prawidłowej wagi ciała, dlatego też można zaproponować specjalne dla nich pobyty odchudzające (np. pakiet matka z córką). Należy także pamiętać o dzieciach i młodzieży niepełnosprawnej, które wymagają szczególnej troski i profesjonalnej opieki medycznej.</p> <p>W tej materii propozycja zawiera program operacyjny rozwoju produktów i marki.</p>
CZAS REALIZACJI	2012-2014
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba ofert
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMIG BUSKO-ZDRÓJ	- wsparcie merytoryczne
PARTNERZY	Uzdrowisko Busko-Zdrój S.A., Specjalistyczny Szpital Ortopedyczno - Rehabilitacyjny "Górka" im. dr Szymona Starkiewicza w Busku-Zdroju, pozostałych wskaże UMIG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY II.2.	POPRAWA JAKOŚCI PRODUKTU UZDROWISKA I OBSŁUGI KURACJUSZA
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE II.2.A.	ROZWÓJ FUNKCJI SZKOLENIOWO-KONFERENCYJNEJ
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	<p>W związku z przeprowadzonymi inwestycjami w obiektach sanatoryjnych, związanymi z przystosowaniem i rozbudową infrastruktury szkoleniowo-konferencyjnej, należy rozszerzyć w tym zakresie ofertę uzdrowiska. Szczególnie trzeba zwrócić uwagę na organizację szkoleń, seminariów, konferencji.</p>

Cel operacyjny II.3

REKULTYWACJA TERENÓW ZIELONYCH

Obszary zielone działają na człowieka wielozmysłowo, zarówno na jego kondycję fizyczną, ale i sferę psychiczną (cisza w lesie, zapach, zielony kolor itp.). Dbałość o środowisko przyrodnicze jest nie tylko istotna dla turystów czy obecnych mieszkańców, ale i przyszłych pokoleń. Celem przyświecającym proponowanym działaniom jest troska o zapewnienie najwyższej jakości terenów zielonych i ich harmonii z krajobrazem kulturowym Miasta i Gminy Busko-Zdrój.

CEL OPERACYJNY II.3.	REKULTYWACJA TERENÓW ZIELONYCH
ZADANIA PODSTAWOWE	II.3.1. MODERNIZACJA I ROZBUDOWA PARKU ZDROJOWEGO II.3.2. ZAGOSPODAROWANIE OBSZARU „ZIMNE WODY” W BUSKU-ZDROJU II.3.3. BUDOWA OŚRODKA REKREACYJNO – TURYSTYCZNEGO W RADZANOWIE
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	II.3.A. PROGRAM ZALESIENIA TERENÓW GMINY I OKOLIC UZDROWISKA

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY II.3.	REKULTYWACJA TERENÓW ZIELONYCH
ZADANIE PODSTAWOWE II.3.1.	MODERNIZACJA I ROZBUDOWA PARKU ZDROJOWEGO
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Park Zdrojowy, stanowiący wizytówkę uzdrowskiej części Buska-Zdroju, wymaga stałej dbałości i utrzymania estetyki i wysokiego standardu małej architektury (ławki, ciągi piesze, oświetlenie, kosze, toalety itd.). Podejmując działania należy mieć na uwadze, że jest to obszar ścisłej Ochrony uzdrowskiej. W ramach zadania planuje się działania mające na celu należyte utrzymanie Parku i jego powiększenie z 16 na 28 ha.
CZAS REALIZACJI	2012 - termin zakończenia wskaże UMiG Busko-Zdrój
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - Uzdrowsko Busko-Zdrój S.A.
WSKAŹNIK PRODUKTU	- zagospodarowana powierzchnia
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMIG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	Uzdrowsko Busko-Zdrój S.A., pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY II.3.	REKULTYWACJA TERENÓW ZIELONYCH
ZADANIE PODSTAWOWE II.3.2.	ZAGOSPODAROWANIE OBSZARU „ZIMNE WODY” W BUSKU-ZDROJU
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W ramach programu zagospodarowania obszaru „Zimne Wody” na terenie Buska-Zdroju planuje się wykonanie punktów widokowych, elementów małej architektury, oznakowanie ścieżek pieszych i rowerowych i przygotowanie ścieżki edukacyjnej. Teren ten ma istotne znaczenie wizerunkowe dla nowej marki i komunikatu o wyjątkowych właściwościach leczniczych i relaksujących miejscowych wód.
CZAS REALIZACJI	2012-2014

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - fundusze UE
WSKAŹNIK PRODUKTU	- zagospodarowana powierzchnia
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMIG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	Wskaże UMiG Busko-Zdrój

CEL OPERACYJNY II.3.	REKULTYWACJA TERENÓW ZIELONYCH
ZADANIE PODSTAWOWE II.3.3.	BUDOWA OŚRODKA REKREACYJNO – TURYSTYCZNEGO W RADZANOWIE
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W ostatnich latach wykonano pierwszy etap prac związanych z zagospodarowaniem zbiornika wodnego w Radzanowie. Aby mógł on w pełni spełniać kryteria funkcjonalności, konieczne jest wybudowanie tu ośrodka rekreacyjno-turystycznego. W ramach zagospodarowania powinny być zaprogramowane m.in.: wypożyczalnie sprzętu rekreacyjnego (wodnego, ale także rowerów), kompleks handlowo-gastronomiczny (mała gastronomia), boiska dla gier zespołowych, ogródek zabaw dziecięcych, itp. oraz informacja turystyczna. Równie ważna jest troska o zachowanie czystości wody i redukcję zanieczyszczeń – zarówno samej wody, jak i zielonego otoczenia.
CZAS REALIZACJI	2012-2015
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - fundusze UE
WSKAŹNIK PRODUKTU	- zagospodarowana powierzchnia
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników turystów
UMIG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	Wskaże UMiG Busko-Zdrój

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY II.3.	REKULTYWACJA TERENÓW ZIELONYCH
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE II.3.A.	PROGRAM ZALESIENIA TERENÓW GMINY I OKOLIC UZDROWISKA
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zalesienie obszaru Miasta i Gminy Busko-Zdrój jest uwarunkowane z troską o zdrowe, czyste środowisko przyrodnicze, co ma ścisły związek z funkcją uzdrowiskową. Prowadząc prace odtworzeniowe i zwiększające areał drzewostanu, należy również pamiętać o zagospodarowaniu lasów w urzędzenia do rekreacji i wypoczynku. Świadoma polityka w tym względzie przyczyni się do kontrolowania ewentualnych nieprawidłowości i da możliwość szybkiego reagowania na pojawiające się zagrożenia.

Cel operacyjny II.4

DBAŁOŚĆ O ZACHOWANIE DZIEDZICTWA KULTUROWEGO I NATURALNEGO

Tożsamość narodowa jest wypadkową dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego. Dlatego też szczególna dbałość o nie powinna przyświecać każdym działaniom podejmowanym na terenie objętym planowaniem strategicznym. Zwłaszcza jest to istotne z punktu widzenia uzdrowiskowej funkcji Buska-Zdroju i historii tych ziem.

CEL OPERACYJNY II.4.	DBAŁOŚĆ O ZACHOWANIE DZIEDZICTWA KULTUROWEGO I NATURALNEGO
ZADANIA PODSTAWOWE	II.4.1. DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY PRZYRODY UZDROWISKA, W TYM ŹRÓDEŁ WÓD LECZNICZYCH II.4.2. ZMIANA WIZERUNKU WODY „BUSKOWIANKA” II.4.3. WYELIMINOWANIE RUCHU CIĘŻAROWEGO ZE STREFY UZDROWISKOWEJ BUSKA-ZDROJU
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	II.4.A. ROZPOCZĘCIE DZIAŁALNOŚCI OŚRODKA TURYSTYCZNO-KULTURALNEGO W GADAWIE

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY II.4.	DBAŁOŚĆ O ZACHOWANIE DZIEDZICTWA KULTUROWEGO I NATURALNEGO
ZADANIE PODSTAWOWE II.4.1.	DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY PRZYRODY UZDROWISKA, W TYM ŹRÓDEŁ WÓD LECZNICZYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Źródła wód mineralnych podlegają ochronie prawnej. Jednak ze względu na fakt, że Busko-Zdrój buduje przewagę rynkową w sektorze turystyki zdrowotnej na wybitnych walorach uzdrowiskowych wody i klimatu, należy objąć je ochroną i stałym monitoringiem. Dbałość o środowisko przyrodnicze jest niezwykle ważna również dlatego, że na terenie i w bezpośrednim otoczeniu Buska-Zdroju znajdują się parki krajobrazowe i obszary chronionego krajobrazu.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - fundusze UE - NFOŚi GW
WSKAŹNIK PRODUKTU	- powierzchnia objęta ochroną
WSKAŹNIK OCENY	- wysokość parametrów środowiskowych
UMIG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	WFOŚiGW, pozostałych wskaże UMIG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY II.4.	DBAŁOŚĆ O ZACHOWANIE DZIEDZICTWA KULTUROWEGO I NATURALNEGO
ZADANIE PODSTAWOWE II.4.2.	ZMIANA WIZERUNKU WODY „BUSKOWIANKA”
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Butelkowana woda mineralna „Buskowianka” jest cennym elementem marki terytorialnej Busko-Zdrój. Ze względu na ograniczone możliwości produkcyjne wody, stanowi ona jednocześnie dobro elitarne. Prowadząc świadomą politykę kształtowania wizerunku należy wykorzystać zaproponowaną wizualizację marki Busko-Zdrój. Jest to jeden z elementów wzmacniających świadomość wody u mieszkańców i gości odwiedzających Miasto i Gminę Busko-Zdrój.
CZAS REALIZACJI	2012-2015
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - Uzdrowisko Busko-Zdrój S.A.
WSKAŹNIK PRODUKTU	- wielkość produkcji wody w nowej szacie graficznej
WSKAŹNIK OCENY	- liczba osób wyrażających pozytywne opinie na temat wizualizacji
UMIG BUSKO-ZDRÓJ	- wsparcie
PARTNERZY	Uzdrowisko Busko-Zdrój S.A., pozostałych wskaże UMIG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY II.4.	DBAŁOŚĆ O ZACHOWANIE DZIEDZICTWA KULTUROWEGO I NATURALNEGO
ZADANIE PODSTAWOWE II.4.3.	WYELIMINOWANIE RUCHU CIĘŻAROWEGO ZE STREFY UZDROWISKOWEJ BUSKA-ZDROJU
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Niedopuszczalna jest obecna sytuacja, w której w najbliższym sąsiedztwie uzdrowiska odbywa się ruch samochodów ciężarowych. Jednocześnie ulica 1 Maja obsługująca ten ruch rozgranicza uzdrowisko od centrum miasta. Ulica stanowi barierę w dogodnej komunikacji między centrum miasta a uzdrowiskiem.
CZAS REALIZACJI	2012-2015
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - fundusze UE
WSKAŹNIK PRODUKTU	- długość odcinka drogowego wyłączanego z ruchu ciężarowego
WSKAŹNIK OCENY	- liczba przechodzących przez ulicę turystów
UMIG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	wskaże UMIG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY II.4.	DBAŁOŚĆ O ZACHOWANIE DZIEDZICTWA KULTUROWEGO I NATURALNEGO
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE II.4.A.	ROZPOCZĘCIE DZIAŁALNOŚCI OŚRODKA TURYSTYCZNO-KULTURALNEGO W GADAWIE
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zadanie zakłada dokończenie realizacji ośrodka w Gadawie, mającego prowadzić różnorodną działalność turystyczno- kulturalną. Obiekt zostanie wyposażony m.in. w sprzęt sportowy, audio-video, biurowy, a w bezpośrednim sąsiedztwie powstanie plac zabaw z huśtawkami, piaskownicą i zjeżdżalnią.

Obszar priorytetowy III PROMOCJA

Cel operacyjny III.1 WZMOCNIENIE TOŻSAMOŚCI LOKALNEJ

Obecność społeczności lokalnej, a zwłaszcza wysoka świadomość: własnej tożsamości regionalnej oraz roli turystyki w rozwoju społecznym i gospodarczym, to istotne determinanty rozwoju turystyki. Mieszkańcy tworzą awangardę miejscowych atrakcji. Turyści natomiast, transportując ze sobą nawyki kulturowe, są istotnym czynnikiem zmian tożsamości. Kontakty na linii: mieszkaniec – turysta, mogą mieć również negatywne skutki, jeżeli społeczność nie określi jednoznacznie wymogów kulturowych i standardów zachowań dla swoich gości. Wyznacznikiem wymagań są zachowane tradycje kulturowe – zwłaszcza na obszarach wiejskich, gdzie utrzymywane są ścisłe związki z dobrodziejstwem własnej ziemi. Promocja ma te kontakty ułatwić, ale i regulować.

CEL OPERACYJNY III.1.	WZMOCNIENIE TOŻSAMOŚCI LOKALNEJ
ZADANIA PODSTAWOWE	<p>III.1.1. KAMPANIE PROMOCYJNE „NIC O WAS BEZ WAS”</p> <p>III.1.2. COROCZNE PRYZNANIE TYTUŁU AMBASADORA UZDROWISKA SŁOŃCA BUSKA-ZDROJU</p> <p>III.1.3. PROGRAM PROMOCJI AKTYWNYCH OŚRODKÓW WIEJSKICH Z TERENU GMINY</p> <p>III.1.4. WZMOCNIENIE ŚWIADOMOŚCI SYMBOLIKI LOKALNEJ: SŁOŃCA, WODY (SIARKOWEJ) I PONIDZIA ORAZ INNYCH LOKALNYCH SYMBOLI</p>
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	III.1.A. MONITORING OPINII MIESZKAŃCÓW

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY III.1.	WZMOCNIENIE TOŻSAMOŚCI LOKALNEJ
ZADANIE PODSTAWOWE III.1.1.	KAMPANIE PROMOCYJNE „NIC O WAS BEZ WAS”
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Celem kampanii, jest informowanie społeczności lokalnej o zainicjowanym projekcie zmian w lokalnej gospodarce turystycznej. Wynika to faktu, że mieszkańcy są bezpośrednimi beneficjentami inwestycji, ale przede wszystkim bez ich udziału oraz akceptacji, akcja nie będzie miała szans realizacji. To mieszkańcy, a zwłaszcza rekrutująca się z ich szeregów lokalna branża Turystyczna, będzie współdziałać z Samorządem w ramach partnerstwa publiczno prywatnego w realizacji projektu – zwłaszcza tworzeniu produktów turystycznych. Szczególną rolę spełniają tu media lokalne. Wszystkie działania dla dobra wspólnego trzeba podejmować kolektywnie, czyli samorządnie.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba kampanii
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne efekty kampanii
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY III.1.	WZMOCNIENIE TOŻSAMOŚCI LOKALNEJ
ZADANIE PODSTAWOWE III.1.2.	COROCZNE PRYZNANIE TYTUŁU AMBASADORA UZDROWISKA SŁOŃCA BUSKA-ZDROJU
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W ramach zadania przewiduje się przyznawanie corocznie tytułu Ambasadora Buska-Zdroju. Kapituła przyznająca tytuł powinna składać się z liderów reprezentujących różne środowiska, w tym gospodarcze Miasta i Gminy Busko-Zdrój i być umocowana przy Burmistrzu. Jej członkowie powinni wywodzić się zwłaszcza z formacji lokalnej „klasy kreatywnej”. Założeniem działania jest budowanie formacji liderów – „eksporterów” nowego wizerunku Miasta i Gminy Busko-Zdrój.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba wyróżnionych osób
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne opinie na temat działalności Ambasadorów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY III.1.	WZMOCNIENIE TOŻSAMOŚCI LOKALNEJ
ZADANIE PODSTAWOWE III.1.3.	PROGRAM PROMOCJI AKTYWNYCH OŚRODKÓW WIEJSKICH Z TERENU GMINY
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Busko-Zdrój jest gminą głównie o charakterze rolniczym. Stąd należy zwrócić uwagę na konieczność podejmowania na tych terenach różnego typu inicjatyw, które umożliwią przeniesienie akcentu z zajęć agrarnych, na inne – zwłaszcza turystyczne. Gmina powinna być zapleczem logistycznym dla turystyki nie tylko w materii zdrowej – ekologicznej żywności, ale także wszelkich atrakcji natury wiejskiej, uzupełniających ofertę czasu wolnego. W tym zakresie należy wspierać promocyjnie działania m.in. Kół Gospodyń Wiejskich, Lokalnych Grup Działania itd. w zakresie turystyki, czy kultury. Należy tutaj także pamiętać o współpracy z gminami ościennymi.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - fundusze UE
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba podjętych inicjatyw
WSKAŹNIK OCENY	- liczba turystów na obszarach wiejskich
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- wsparcie promocyjne, współpraca merytoryczna
PARTNERZY	Koła Gospodyń Wiejskich, Lokalne Grupy Działania, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY III.1.	WZMOCNIENIE TOŻSAMOŚCI LOKALNEJ
ZADANIE PODSTAWOWE III.1.4.	WZMOCNIENIE ŚWIADOMOŚCI SYMBOLIKI LOKALNEJ: SŁOŃCA, WODY (SIARKOWEJ) I PONIDZIA ORAZ INNYCH LOKALNYCH SYMBOLI
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zadanie wynika z potrzeby uświadomienia rangi i znaczenia miejscowych symboli, jako fundamentów budowania konkurencyjnej oferty, różnicującej produkty buskiej proweniencji od innych produktów branżowych. Inne zamierzenie to budowanie przeświadczenia u społeczności lokalnej o zdolności i potencjale lokalnego środowiska do kreowania pozytywnego wizerunku oraz umiejętnego operowania marką miejsca.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba podjętych inicjatyw
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne opinie
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- współpraca
PARTNERZY	wskazuje UMiG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY III.1.	WZMOCNIENIE TOŻSAMOŚCI LOKALNEJ
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE III.1.A.	MONITORING OPINII MIESZKAŃCÓW
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Posiadanie wiedzy o tym, w jaki sposób są programowane i realizowane inicjatywy gminne w zakresie turystyki, jest prawem, ale i obowiązkiem mieszkańców. Z kolei animator – UMiG powinien badać opinie społeczności lokalnej na temat zarówno swojej aktywności w przedmiocie strategii, jak i skuteczności działań. Monitoring powinien służyć również możliwości korygowania realizowanych zadań. Aktywność gminy (wspólnota terytorialna), jest istotnym czynnikiem postrzegania wiarygodności zintegrowanego produktu i jego marki przez rynki turystyczne. Ma to ścisły związek z rolą społeczności, jako największej atrakcji miejsca, formacji „strażników źródeł tożsamości”, o czym szerzej traktuje program operacyjny rozwoju produktów turystycznych i marki.

Cel operacyjny III.2

PROMOCJA PARTNERSKA

Promocja wymaga okazałych nakładów finansowych. Bardzo duża konkurencja powoduje, że w przypadku zaniechania działań promocyjnych natychmiast „wypada się” z rynku turystycznego. Stąd koniecznością jest wzmocnienie efektywności działań, poprzez budowanie związków kooperacyjnych i współpracę merytoryczną podmiotów. Zwłaszcza tych, które charakteryzują się tymi samymi, lub zbliżonymi parametrami produktów turystycznych. W tym przedmiocie, zalecana jest aktywna współpraca z Solcem-Zdrój, ze względu na szczególne właściwości wód leczniczych o podobnym składzie pierwiastków oraz aspekt bliskości położenia. Konieczne jest także wykorzystanie zainicjowanej już współpracy z partnerskimi ośrodkami zagranicznymi (Chmielnik, Haukipudas, Specchia, Steinheim, Szigetszentmiklós, Sveti Martin na Muri).

CEL OPERACYJNY III.2.	PROMOCJA PARTNERSKA
ZADANIA PODSTAWOWE	III.2.1. REALIZACJA ZADAŃ OKREŚLONYCH W „PROGRAMIE PROMOCJI TURYSTYCZNEJ MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ” III.2.2. OPRACOWANIE PLANU WSPÓLNYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ Z SOLCEM-ZDRÓJ
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	III.2.A. PROMOCJA MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ POPRZEZ SIEĆ MIAST BLIŹNIACZYCH I INNYCH ZAPRZYJAŹNIONYCH

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY III.2.	PROMOCJA PARTNERSKA
ZADANIE PODSTAWOWE III.2.1.	REALIZACJA ZADAŃ OKREŚLONYCH W „PROGRAMIE PROMOCJI TURYSTYCZNEJ MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ”
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Dla potrzeb Miasta i Gminy Busko-Zdrój został opracowany program operacyjny; w zadaniu zakłada się jego realizację.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - partnerzy prywatni
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba kampanii
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne efekty kampanii
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	lokalna branża turystyczna, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY III.2.	PROMOCJA PARTNERSKA
ZADANIE PODSTAWOWE III.2.2.	OPRACOWANIE PLANU WSPÓLNYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ Z SOLCEM-ZDROJEM
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W zadaniu zakłada się wspólną promocję (strony internetowe, stoiska targowe, wydawnictwa itd.) Buska-Zdroju i Solca-Zdroju. Celem kooperacji,

Strategia Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020

	jest stworzenie w świadomości potencjalnych klientów wyobrażenia, że tworzą one (tzn. Busko-Solec) region turystyczny, o specyfice uzdrowskiej, a zwłaszcza „zagłębie polskiej balneologii”. Szczegółowe rekomendacje nt. zawarte są programie operacyjnym rozwoju produktów markowych i marki. Warto nadmienić, że rzeczony obszar jest korzystnie zlokalizowany w nieznaczącej odległości od kluczowych rynków – aglomeracji: Warszawy i aglomeracji, Krakowa, aglomeracji śląskiej i innych.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - partnerzy prywatni - środki innych samorządów
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba kampanii
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne efekty kampanii
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	Gmina Solec Zdrój, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY III.2.	PROMOCJA PARTNERSKA
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE III.2.A.	PROMOCJA MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ POPRZEZ SIEĆ MIAST BLIŹNIACTWYCH I INNYCH ZAPRZYJAŻNIONYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Miasto i Gmina Busko-Zdrój ma podpisanych kilka umów o współpracy z miastami zagranicznymi. Należy wzmocnić inicjatywy związane z promocją w miejscowościach, z którymi podpisano porozumienia. Należy zaplanować i wdrożyć politykę oraz narzędzia m.in. wspólnego udziału w imprezach promocyjnych, akcjach marketingowych oraz krajowych i międzynarodowych targach turystycznych. Zakłada się też szerszy kontekst współpracy w ramach związków międzygminnych, klastrów turystycznych, grup producenckich, lokalnych grup działań itd.

Cel operacyjny III.3

WDROŻENIE PROGRAMU IDENTYFIKACJI
WIZUALNEJ

Jednolity system wizualizacji jednostki terytorialnej zaliczany jest do podstawowych elementów kreowania jej marki terytorialnej. Szczególnej troski wymaga odpowiednie oznakowanie i realizacja sieci informacji turystycznej. Cel powyższy zostanie zrealizowany w oparciu o przygotowany na potrzeby niniejszej Strategii „System Identyfikacji Wizualnej”.

CEL OPERACYJNY III.3.	WDROŻENIE PROGRAMU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ
ZADANIA PODSTAWOWE	III.3.1. REALIZACJA ZADAŃ OKREŚLONYCH W „PROGRAMIE BUDOWY MARKI ORAZ ROZWOJU I PROMOCJI MARKOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH” III.3.2. WDROŻENIE SYSTEMU INFORMACJI I OZNAKOWANIA TURYSTYCZNEGO

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY III.3.	WDROŻENIE PROGRAMU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ
ZADANIE PODSTAWOWE III.3.1.	REALIZACJA ZADAŃ OKREŚLONYCH W „PROGRAMIE BUDOWY MARKI ORAZ ROZWOJU I PROMOCJI MARKOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH”
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Dla potrzeb Miasta i Gminy Busko-Zdrój został opracowany program operacyjny; w zadaniu zakłada się jego realizację.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba kampanii
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne efekty kampanii
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	lokalna branża turystyczna, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY III.3.	WDROŻENIE PROGRAMU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ
ZADANIE PODSTAWOWE III.3.2.	WDROŻENIE SYSTEMU INFORMACJI I OZNAKOWANIA TURYSTYCZNEGO
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W zadaniu zakłada się podjęcie działań na rzecz powiązania sieciowego pomiędzy analogowymi, osobowymi i nieosobowymi (infokioski) punktami informacji turystycznej. Przedmiotem szczególnego zaangażowania powinno być zbudowanie sprawnego systemu przekazu informacji. System ten należy uzupełnić aktualnymi informacjami o ofercie obiektów noclegowych, stacji benzynowych, gastronomii, instytucji kultury i rozrywki, parkingów oraz inne, istotne usługi i atrakcje ułatwiające podróżowanie i pobyt. Rekomenduje się podpisanie umów o współpracy między UMiG, a gestorami na przekazanie materiałów promocyjnych ze strony Urzędu. Druga strona zostanie w nich zobowiązana do prowadzenia badań rynku – tak istotnych dla monitorowania ruchu turystycznego i pozyskiwania danych np. o zmianach potrzeb rynkowych. Ścisłą współpracę należy nawiązać z okolicznymi ośrodkami (Solec-Zdrój, Pińczów, Nowy Kroczyń, Wiślica itd.) oraz ROT Woj. Świętokrzyskiego, jako jednostką realizującą zadania związane z regionalną informacją turystyczną.

Strategia Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020

CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - fundusze UR - budżet ROT
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba podpisanych umów - liczba nowopowstałych obiektów
WSKAŹNIK OCENY	- liczba wejść na strony internetowe www.busko.travel - liczba obsłużonych turystów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja, współrealizacja
PARTNERZY	ROT Woj. Świętokrzyskiego, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

Cel operacyjny III.4

PROMOCJA LOKALNYCH OFERT
INWESTYCYJNYCH

W działalności promocyjnej Miasta i Gminy Busko-Zdrój, nie należy zapominać o promocji gospodarczej, związanej z rozwojem infrastruktury turystycznej i okołoturystycznej. Warunkiem wzmocnienia turystycznej recepcji w skali zadowalającej inwestorów, jest dostosowywanie programów funkcjonalnych i standardów jakości do obowiązujących na rynku potrzeb oraz zagospodarowanie przestrzeni. W równym stopniu ważne jest informowanie rynków o wielowątkowym potencjale miejsca i jego korzyściach, a także zachęcanie do przyjazdu. Bez podaży turystycznej nie będzie konsumpcji produktu.

CEL OPERACYJNY III.4.	PROMOCJA LOKALNYCH OFERT INWESTYCYJNYCH
ZADANIA PODSTAWOWE	III.4.1. PRZYGOTOWANIE KATALOGU OFERT OBSZARÓW/OBIKTÓW POD INWESTYCJE TURYSTYCZNE I OKOŁOTURYSTYCZNE
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	III.4.A. STWORZENIE PLANU STAŁYCH KONTAKTÓW ZE ŚRODOWISKIEM TURYSTYCZNYM I POTENCJALNYMI INWESTORAMI

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY III.4.	PROMOCJA LOKALNYCH OFERT INWESTYCYJNYCH
ZADANIE PODSTAWOWE III.4.1.	PRZYGOTOWANIE KATALOGU OFERT OBSZARÓW/OBIKTÓW POD INWESTYCJE TURYSTYCZNE I OKOŁOTURYSTYCZNE
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zadanie to w kontekście wzrastającego zadłużenia jednostek samorządu terytorialnego i z drugiej strony możliwości, jakie daje ustawa o partnerstwie publiczno-prywatnym jest niezwykle ważne. Także w kontekście planowanego zmniejszenia wysokości kwot dotacji z kolejnej edycji funduszy UE. W zadaniu zakłada się przygotowanie ofert terenów pod inwestycje celowe z zakresu kultury, turystyki, sportu i rekreacji.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba ofert inwestycyjnych
WSKAŹNIK OCENY	- liczba realizowanych inwestycji
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY III.4.	PROMOCJA LOKALNYCH OFERT INWESTYCYJNYCH
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE III.4.A.	STWORZENIE PLANU STAŁYCH KONTAKTÓW ZE ŚRODOWISKIEM TURYSTYCZNYM I POTENCJALNYMI INWESTORAMI
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W zadaniu zakłada się wypracowanie modelu stałej współpracy Urzędu Miasta i Gminy Busko-Zdrój ze środowiskiem gospodarczym. Do tego mogą służyć: internetowa platforma wymiany informacji, spotkania, konferencje, prezentacje dobrych praktyk, wymiana doświadczeń itp.

Obszar priorytetowy IV **PRODUKT TURYSTYCZNY**

Cel operacyjny IV.1 **WZMOCNIENIE ISTNIEJĄCYCH I BUDOWA NOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH**

Konkurowanie w kategorii „uzdrowisko”, wymaga planowania produktów nie tylko o specyfice leczniczej, ale również takich, które uzupełniają ofertę o funkcje wypoczynku, regeneracji sił czy m.in. rozrywki w czasie wolnym. Brak takich produktów jest widoczny w obecnym wizerunku Miasta i Gminy Busko-Zdrój. Należy pamiętać, że turyści mają nawyk wydawania większych kwot pieniędzy niż tradycyjni kuracjusze. Innym ważnym aspektem jest wzmagające się zapotrzebowanie na produkty urozmaicone, tzw. „małe przyjemności”. Bez innowacyjnego, wysokiej jakości produktu nie można mówić o rozwoju turystyki.

CEL OPERACYJNY IV.1.	WZMOCNIENIE ISTNIEJĄCYCH I BUDOWA NOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH
ZADANIA PODSTAWOWE	<p>IV.1.1. REALIZACJA ZADAŃ OKREŚLONYCH W „PROGRAMIE BUDOWY MARKI ORAZ ROZWOJU I PROMOCJI MARKOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH”</p> <p>IV.1.2. ROZSZERZENIE OFERTY LOKALNYCH WYCIECZEK OBJAZDOWYCH</p> <p>IV.1.3. BUSKO-ZDRÓJ – LOGISTYCZNE CENTRUM TURYSTYKI POŁUDNIA WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO</p>
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	IV.1.A. BUDOWANIE SOCIETY – SEGMENTU LOJALNYCH TURYSTÓW BUSKA-ZDROJU

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY IV.1.	WZMOCNIENIE ISTNIEJĄCYCH I BUDOWA NOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH
ZADANIE PODSTAWOWE IV.1.1.	REALIZACJA ZADAŃ OKREŚLONYCH W „PROGRAMIE BUDOWY MARKI ORAZ ROZWOJU I PROMOCJI MARKOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH”
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Dla potrzeb Miasta i Gminy Busko-Zdrój został opracowany program operacyjny; w zadaniu zakłada się jego realizację. W programie zaproponowano modelowe rozwiązania związane z budową produktów, uwzględniając te, których rozwój będzie kompetencją samorządu terytorialnego, jak również takie na bazie, których lokalna branża turystyczna będzie projektować własne produkty.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	<ul style="list-style-type: none"> - środki własne - fundusze UE - partnerzy prywatni - inne samorządy terytorialne - ROT Woj. Świętokrzyskiego

WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba przygotowanych produktów
WSKAŹNIK OCENY	- opinie turystów na temat produktów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja, wsparcie merytoryczne, współpraca
PARTNERZY	lokalna branża turystyczna, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY IV.1.	WZMOCNIENIE ISTNIEJĄCYCH I BUDOWA NOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH
ZADANIE PODSTAWOWE IV.1.2.	ROZSZERZENIE OFERTY LOKALNYCH WYCIECZEK OBJAZDOWYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Obecnie istniejąca oferta pakietów pobytowych na terenie Miasta i Gminy Busko-Zdrój jest stosunkowo uboga. Należy szczególnie zwrócić uwagę na dwa aspekty. Po pierwsze stworzenie możliwości samodzielnego składania z poszczególnych części oferty wycieczek, przy wykorzystaniu rozbudowanej platformy www.busko.travel . O możliwościach indywidualnego komponowania tzw. „koszyków produktowych” jest mowa w „Programie Budowy Marki oraz Rozwoju i Promocji Markowych Produktów Turystycznych”. Po drugie dla segmentu rodzin z dziećmi należy przygotować formę niezbędnika, uwzględniającego specjalne pakiety, określające możliwość wypoczynku, rekreacji i rozrywki, inscenizacji kulturalnych dla dzieci, czy m.in. uczestniczenia w warsztatach twórczych z dziedziny sztuki dla całej rodziny.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - partnerzy prywatni
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba przygotowanych produktów
WSKAŹNIK OCENY	- opinie turystów na temat produktów
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- wsparcie merytoryczne, współpraca
PARTNERZY	lokalna branża turystyczna, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY IV.1.	WZMOCNIENIE ISTNIEJĄCYCH I BUDOWA NOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH
ZADANIE PODSTAWOWE IV.1.3.	BUSKO-ZDRÓJ – LOGISTYCZNE CENTRUM TURYSTYKI POŁUDNIA WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Busko-Zdrój ma niezwykle korzystną lokalizację. W jednym miejscu skoncentrowana jest największa ilość miejsc noclegowych w promieniu 100 km, licząc od północnej części Krakowa oraz południowej Kielc. Tym samym Busko przewodzi, jako ośrodek dysponujący dostateczną ilością miejsc noclegowych dla obsługi imprez organizowanych nie tylko na miejscu, ale także przez innych touroperatorów, tworząc zaplecze logistyczne. W ramach zadania konieczne jest dokonanie szczegółowej inwentaryzacji, pozyskanie deklaracji współpracy poszczególnych obiektów przy tworzeniu oferty, wewnętrznego podziału ze względu na liczbę i jakość np. jednostek hotelowych, zaprojektowanie materiałów ofertowych, przygotowanie planu marketingowego, a następnie dystrybucja skierowana do touroperatorów i agencji, czy m.in. ROT-ów: Świętokrzyskiego i Małopolskiego.
CZAS REALIZACJI	2012-2020

ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - partnerzy prywatni - inne samorządy terytorialne - ROT Woj. Świętokrzyskiego i Małopolskiego
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba przygotowanych produktów
WSKAŹNIK OCENY	- opinie turystów na temat podjętej inicjatywy
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- wsparcie merytoryczne, współpraca
PARTNERZY	ROT Woj. Świętokrzyskiego, MOT, lokalna branża turystyczna, pozostałych wskaże UMiG Busko-Zdrój

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY IV.1.	WZMOCNIENIE ISTNIEJĄCYCH I BUDOWA NOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE IV.1.A.	BUDOWANIE SOCIETY – SEGMENTU LOJALNYCH TURYSTÓW BUSKA-ZDROJU
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W uzdrowisku, jako miejscu gdzie dochodzi do bliższych, interpersonalnych kontaktów pomiędzy personelem medycznym, kuracjuszami i niejednokrotnie mieszkańcami, powinny zostać stworzone warunki do ich tworzenia i podtrzymywania. Świadomość elitarnego towarzystwa wiernych kuracjuszy i turystów będzie wywierać duży wpływ na przyjezdnych i współtworzyć lokalny klimat i markę. Związane jest to z ogólnym trendem do tworzenia socjet, klubów, elit wokół modnego produktu i celebrowania atrakcji miejsca, jako najbardziej pożądanego. W ramach zadania należy opracować system nagradzania przywiązanych, stałych gości, np. poprzez udzielanie progresywnie rosnących bonusów na korzystanie z atrakcji uzdrowiska (konieczne porozumienie dostawców), członkowska karta lojalnościowa (gradacja członkowstwa), czy np. wysyłka życzeń okolicznościowych.

Cel operacyjny IV.2

KREOWANIE NOWYCH KATEGORII
PRODUKTOWYCH

Tworzenie nowych kategorii produktowych jest zabiegiem marketingowym – jedną z najlepszych taktyk zwracania na siebie uwagi. Jest to kreowanie innowacyjnych: wariantów, rodzajów, czy klas produktów. Stanowi pierwszoplanowy cel działań konkurencyjnych. Nową kategorię tworzy innowacyjny produkt, który przez fakt pierwszeństwa zajmuje pozycję nr 1 w danej kategorii (w pamięci klienta). Nowe kategorie produktowe tworzone są w odpowiedzi na wyczerpywanie się formuł istniejących, wytypowane nisze, pojawiające się potrzeby i oczekiwanie nowości ze strony konsumentów. Wprowadzenie nowej kategorii ma tę zaletę dla innowatora, że jest on przez rynek kojarzony, jako awangarda zmian rynkowych i „pierwszy producent nowej kategorii”. Kreator nowej kategorii powinien jednocześnie tworzyć koniunkturę na nową kategorię.

CEL OPERACYJNY IV.2.	KREOWANIE NOWYCH KATEGORII PRODUKTOWYCH
ZADANIA PODSTAWOWE	IV.2.1. PARK WODNY DELAQUA W NOWEJ FORMULE – „PARKI CZTERECH ŻYWIOŁÓW” IV.2.2. OH SEÑOR – PIERWSZY, HOLISTYCZNY PRODUKT CZASU WOLNEGO DLA SENIORÓW

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY IV.2.	KREOWANIE NOWYCH KATEGORII PRODUKTOWYCH
ZADANIE PODSTAWOWE IV.2.1.	PARK WODNY DELAQUA W NOWEJ FORMULE – „PARKI CZTERECH ŻYWIOŁÓW”
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Przedmiotem zadania jest wykreowanie nowego, innowacyjnego typu produktu o nazwie DELAQUA (<i>delecto per aquam</i> – DPA – uprzyjemnić czas przez wodę, czyli dosłownie cieszyć się, bawić się wodą, a nie SPA – <i>sanus</i> , czyli leczyć), można też zastosować lokalną nazwę DOBROWODA! Częścią projektu jest kompleks basenów termalnych, wymieniony w zadaniu I.3.2. Do podstawowych działań, jakie przewiduje się tutaj do realizacji należy opracowanie koncepcji produktowej – programu funkcjonalnego obiektu, z uwzględnieniem charakterystyki innowacyjnej marki. Szczegółowy opis wybranych funkcji w „Programie Budowy Marki oraz Rozwoju i Promocji Markowych Produktów Turystycznych”.
CZAS REALIZACJI	2014-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - środki operatora kompleksu basenów
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba opracowanych dokumentów - liczba podjętych inicjatyw
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne opinie - liczba użytkowników
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- inicjator, koordynator
PARTNERZY	lokalna branża turystyczna, POLKIEL, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY IV.2.	KREOWANIE NOWYCH KATEGORII PRODUKTOWYCH
ZADANIE PODSTAWOWE IV.2.2.	OH SEÑOR – PIERWSZY, HOLISTYCZNY PRODUKT CZASU WOLNEGO DLA SENIORÓW
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zwiększanie się segmentu seniorów będzie wpływało na konieczność dokonania zmian w ofercie produktów turystycznych. Segment ten będzie wymagał „aktywnych” produktów o wyższej dawce emocji, doświadczeń zmysłowych, ale przede wszystkim różniących się od dotychczasowych wartością dodaną (produkt rozszerzony). Zadanie dotyczy opracowania programu innowacyjnego produktu o rdzeniu holistycznym, po raz pierwszy w skali kraju tak jednoznacznie dedykowanego turystom, w tym kuracjuszom z grupy wiekowej 55+. Ta nowa kategoria produktowa zapewni Busku-Zdroju pierwszeństwo na rynku w nowym trendzie rozwojowym w Polsce. Objasnienie kategorii, wraz z propozycjami składników produktu znajduje się w „Programie Budowy Marki oraz Rozwoju i Promocji Markowych Produktów Turystycznych”.
CZAS REALIZACJI	2012
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - środki prywatne (sanatoria, branża turystyczna)
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba opracowanych dokumentów
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne opinie
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- inicjator, koordynator
PARTNERZY	Uzdrowisko Busko-Zdrój S.A., lokalna branża turystyczna, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

Cel operacyjny IV.3**TURYSTYCZNE ZNAKI JAKOŚCI**

Konieczność podnoszenia jakości i konkurencyjności produktu turystycznego jest obecnie nieodzownym elementem funkcjonowania na współczesnym rynku turystycznym. Przedsiębiorstwa działające w branży turystycznej na razie w stosunkowo niewielkim zakresie wykorzystują nowoczesne metody organizacji i zarządzania poprzez jakość. A trzeba pamiętać, że słaba sprzedaż produktu na rynku jest przede wszystkim związana z niską jakością. Stąd inicjatywy, które pozwolą stopniowo budować wysoką wartość produktu, jak również zmieniać nastawienie wytwórców usług turystycznych do samego produktu.

CEL OPERACYJNY IV.3.	TURYSTYCZNE ZNAKI JAKOŚCI
ZADANIA PODSTAWOWE	IV.3.1. OPRACOWANIE LOKALNEGO TURYSTYCZNEGO SYSTEMU REKOMENDACJI IV.3.2. PARTNERZY MARKI BUSKO-ZDRÓJ
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	IV.3.A. OPRACOWANIE LINII BUSKICH KOSMETYKÓW

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY IV.3.	TURYSTYCZNE ZNAKI JAKOŚCI
ZADANIE PODSTAWOWE IV.3.1.	OPRACOWANIE LOKALNEGO TURYSTYCZNEGO SYSTEMU REKOMENDACJI
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Celem zadania jest wypracowanie własnego (docelowo mikroregionalnego) systemu nadawania znaków jakości. W procesie certyfikowania powinni być uwzględnieni lokalni dostawcy produktów, np. baza noclegowa, gastronomiczna, atrakcje turystyczne, przedsiębiorstwa turystyczne, baza agroturystyczna itd. Przyznawanie znaków (na z góry określony okres), powinno być oparte na formule konkursowej. Certyfikacja obiektów jest dobrym manewrem marketingowym, gdyż turyści z psychologicznego punktu widzenia widząc certyfikat, mają przekonanie o wysokiej kulturze zarządzania. W ramach zadania zakłada się również świadczenie usług informacyjnych, doradczych itp. związanych z systemami zarządzania jakością.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba konkursów - liczba wystosowanych pytań
WSKAŹNIK OCENY	- liczba przyznanych certyfikatów - liczba udzielonych odpowiedzi
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY IV.3.	TURYSTYCZNE ZNAKI JAKOŚCI
ZADANIE PODSTAWOWE IV.3.2.	PARTNERZY MARKI BUSKO-ZDRÓJ
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zadanie zakłada współpracę ze znanymi, stałymi kuracjuszami w uzdrowisku Busko-Zdrój w zakresie promocji miasta. Należy rozważyć, biorąc pod uwagę rozwój zakładanych w „Programie produktów dla Miasta i Gminy Busko-Zdrój” segmentów rynku, kto będzie do tej roli w najbliższym czasie i w przyszłości najodpowiedniejszą osobą.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba Ambasadorów
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne efekty kampanii
UMIG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	wskaże UMIG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY IV.3.	TURYSTYCZNE ZNAKI JAKOŚCI
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE IV.3.A.	OPRACOWANIE LINII BUSKICH KOSMETYKÓW
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Przykłady krajowe i zagraniczne dowodzą, że dobrym zabiegiem marketingowym, poszerzającym ofertę uzdrowiska i wzmacniającym konkurencyjność wizerunku jest dystrybuowanie własnej linii kosmetyków, opartej na własnych wodach mineralnych i ich właściwościach. Można także podjąć współpracę z firmą kosmetyczną, która będzie firmować logo turystycznym Buska-Zdroju swój asortyment, bądź jedną z linii.

Cel operacyjny IV.4**BUDOWA KALENDARZA WIZERUNKOWEGO**

Destynacja turystyczna, w tym zwłaszcza uzdrowiska są postrzegane na rynku jako miejsca, gdzie klient będzie mógł skorzystać z bogatej oferty kulturalnej. Kalendarz wydarzeń kulturalnych w Busku-Zdroju jest niezwykle ubogi, dlatego należy uzupełnić istniejący program o nowe koncepcje. Aby ułatwić turystyce „trafienie” w spektakularny dzień lub czas ważnego wydarzenia i w związku z tym planować podróże, służby marketingowe inwentaryzują istniejące, spektakularne wydarzenia autoryzowane przez lokalną społeczność w kalendarzu rocznym. Uzupełniają go o nowe koncepcje wydarzeń. Szeregują je i tworzą chronologiczne zestawienie ważnych imprez. Kalendarz wizerunkowy jest ważnym elementem wspomagającym budowanie emocjonalnej marki terytorialnej.

CEL OPERACYJNY IV.4.	BUDOWA KALENDARZA WIZERUNKOWEGO
ZADANIA PODSTAWOWE	IV.4.1. OPRACOWANIE TURYSTYCZNEGO KALENDARZA WYDARZEŃ KULTURALNYCH IV.4.2. EXPO ZDROJE – FESTIWAL POLSKICH UZDROWISK I WÓD MINERALNYCH
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	IV.4.A. ORGANIZACJA CYKLICZNYCH DUŻYCH IMPREZ PLENEROWYCH

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY IV.4.	BUDOWA KALENDARZA WIZERUNKOWEGO
ZADANIE PODSTAWOWE IV.4.1.	OPRACOWANIE TURYSTYCZNEGO KALENDARZA WYDARZEŃ KULTURALNYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W ramach zadania zakłada się przygotowanie stałego kalendarza wydarzeń kulturalnych, skierowanych do różnych segmentów rynku. Przy czym przede wszystkim proponuje się wzmocnienie istniejących Festiwali Wojtka Belona i Krystyny Jamroz. Jako nową propozycję sugeruje się np. festiwal muzyki kompozytorów naszej części Europy. Szerzej na ten temat w „Programie Budowy Marki oraz Rozwoju i Promocji Markowych Produktów Turystycznych”.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - sponsorzy - fundusze UE
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba wydarzeń kulturalnych - liczba dni wydarzeń kulturalnych
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne opinie
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja, współpraca
PARTNERZY	Gminny Ośrodek Kultury, pozostałych wskaże UMiG Busko-Zdrój

CEL OPERACYJNY IV.4.	BUDOWA KALENDARZA WIZERUNKOWEGO
ZADANIE PODSTAWOWE IV.4.2.	EXPO ZDROJE – FESTIWAL POLSKICH UZDROWISK I WÓD MINERALNYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Istotą zadania jest zorganizowanie w Busku-Zdroju festiwalu artystycznego polskich uzdrowisk. W przyszłości zakłada się możliwość zapraszania uzdrowisk zagranicznych. W szczególności festiwal ma prezentować produkty uzdrowiskowe, w tym wody mineralne oraz inne: kosmetyki, ofertę leczniczą, turystyczną, rekreacyjną itp., a także pełnić funkcje promocyjną. Deptak łączący część uzdrowiskową z częścią historyczną miasta – Al. Mickiewicza, na czas trwania festiwalu zamieni się w żywą scenę, na której będą się prezentować m.in. orkiestry uzdrowiskowe (Orkiestra Zdrojowa) i inni artyści. W Polsce nie ma takiego wydarzenia. Wyróżnikiem tego <i>eventu</i> mają być elementy dekoracji, wyposażenia itd. wykonane wyłącznie z wikliny – wierzby, tematycznie związanej z wodą.
CZAS REALIZACJI	2015 i dalej co dwa lata
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - sponsorzy - fundusze UE
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba dni festiwalowych
WSKAŹNIK OCENY	- liczba użytkowników
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja, współpraca
PARTNERZY	lokalna branża turystyczna, media, producenci branży FMCG, kosmetycznej, wellness i SPA, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY IV.4.	BUDOWA KALENDARZA WIZERUNKOWEGO
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE IV.4.A.	ORGANIZACJA CYKLICZNYCH DUŻYCH IMPREZ PLENEROWYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W ramach zadania planuje się opracowanie scenariuszy imprez o charakterze kulturalnym, sportowym, rekreacyjnym. Celem jest zagospodarowanie czasu wolnego zwłaszcza rodzin z dziećmi, oferując różnorodne imprezy o charakterze ogólnodostępnym.

Cel operacyjny IV.5**MONITORING ZJAWISK TURYSTYCZNYCH**

Dobra znajomość rynku turystycznego stanowi podstawę prowadzenia precyzyjnych, celowych na nim działań. Bez wiedzy na temat potrzeb konsumentów, stopnia ich zaspakajania, zasobów finansowych, preferencji, stopnia zadowolenia ze skonsumowanego produktu turystycznego itd., nie można prowadzić efektywnej polityki marketingowej. Także, co ważne, znajomość tych zagadnień pozwoli na zniwelowanie ryzyka związanego z inwestycjami turystycznymi i okołoturystycznymi.

CEL OPERACYJNY IV.5.	MONITORING ZJAWISK TURYSTYCZNYCH
ZADANIA PODSTAWOWE	IV.5.1. BADANIA I ANALIZY RUCHU TURYSTYCZNEGO IV.5.2. PROWADZENIE STAŁEGO MONITORINGU DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	IV.5.A. ANALIZA KONKURENCJI

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY IV.5.	MONITORING ZJAWISK TURYSTYCZNYCH
ZADANIE PODSTAWOWE IV.5.1.	BADANIA I ANALIZY RUCHU TURYSTYCZNEGO
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W ramach zadania planuje się opracowanie metodyki, przeprowadzenie oraz wykonanie analiz ruchu turystycznego w Mieście i Gminie Busko-Zdrój. Badania te muszą być prowadzone corocznie, według jednej metody, tak aby można było porównywać uzyskane wyniki. Badania będą odnosić się do zagadnień ilościowych i jakościowych, z uwzględnieniem struktury ruchu, potrzeb, wielkości, preferencji, oczekiwań, czy oceny oferty, obsługi klienta. Należy również zaznaczyć, że badania ruchu turystycznego są niezbędne do pomiarów wskaźników oceny niniejszej Strategii.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba przebadanych turystów
WSKAŹNIK OCENY	- raport z badań
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja, we współpracy ze środowiskiem naukowym
PARTNERZY	GUS, instytucje badawcze, wyższe uczelnie, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ.

CEL OPERACYJNY IV.5.	MONITORING ZJAWISK TURYSTYCZNYCH
ZADANIE PODSTAWOWE IV.5.2.	PROWADZENIE STAŁEGO MONITORINGU DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Aby prowadzić skuteczną promocję turystyczną, trzeba stale monitorować podejmowane akcje. Jest to niezbędne przede wszystkim ze względu na fakt konieczności ponoszenia wysokich nakładów na promocję. W zadaniu zakłada się także kontrolę tego co w zakresie i z jakim efektem robi m.in. ROT Woj. Świętokrzyskiego, przedsiębiorcy turystyczni czy inne lokalne i regionalne instytucje (stowarzyszenia, grupy klastrowe itd.).

CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba wykonanych badań i analiz
WSKAŹNIK OCENY	- raport z badań
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja, we współpracy ze środowiskiem naukowym
PARTNERZY	instytucje badawcze, wyższe uczelnie, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY IV.5.	MONITORING ZJAWISK TURYSTYCZNYCH
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE IV.5.A.	ANALIZA KONKURENCJI
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Wiedza na temat akcji podejmowanych przez konkurencję należy do podstawowych wymagań współczesnego rynku turystycznego. Systematyczne badania i analizy pozwolą na skuteczne reagowanie na sytuacje zaistniałe w otoczeniu. Stały monitoring powinien dotyczyć przede wszystkim polskich uzdrowisk, w tym: Nałęczowa, Konstancina, Iwonicza-Zdroju, Ciechocinka, Krynicy-Zdroju, czy m.in. Wysowej-Zdroju. Ze względu na rekomendowane budowanie ścisłych związków kooperacyjnych z Solcem-Zdrojem, uzdrowisko to nie jest uznawane w SRT za konkurencję.

Obszar priorytetowy V PARTNERSTWO

Cel operacyjny V.1

WZMOCNIENIE WIĘZI LOKALNYCH

Aby Busko-Zdrój i jego mikroregion osiągnęły wysoką rozpoznawalność oraz reputację w wybranych segmentach rynku turystycznego, należy inwestować w silne partnerstwo lokalne. Budowanie struktur społecznych terytorialnej marki turystycznej, wymaga stałej współpracy administracji samorządowej z interesariuszami strategii, lokalną klasą kreatywną oraz społecznością. Metodą działań integrujących społeczność wokół zadań rozwojowych w tym zwłaszcza pielęgnujących markę, jest zastosowanie narzędzi szybkiej wymiany informacji i wzajemnego wsparcia. Do klasycznych narzędzi w tym obszarze działania jest realizowanie kampanii „nic o was bez was”, o czym już była mowa, jak i bieżące informowanie o postępach prac, planach itd. Istotnym działaniem jest prowadzenie konsultacji społecznych, które zainicjowano w ramach projektu opracowywania SRT.

CEL OPERACYJNY V.1.	WZMOCNIENIE WIĘZI LOKALNYCH
ZADANIA PODSTAWOWE	V.1.1. WZMOCNIENIE POZYCJI MŚP DZIAŁAJĄCYCH W BRANŻY TURYSTYCZNEJ V.1.2. RADA KONSULTACYJNA BURMISTRZA MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY V.1.	WZMOCNIENIE WIĘZI LOKALNYCH
ZADANIE PODSTAWOWE V.1.1.	WZMOCNIENIE POZYCJI MŚP DZIAŁAJĄCYCH W BRANŻY TURYSTYCZNEJ
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zadanie jest skierowane do małych i średnich przedsiębiorstw działających na lokalnym rynku turystycznym. Przewiduje się tutaj wdrożenie programu usług doradczych, w ramach którego wykorzysta się takie narzędzia jak: drukowane materiały informacyjne, eksperckie, spotkania doradcze, szkolenia itd. Tematyka powinna dotyczyć szeroko pojętego rynku turystycznego, ale także możliwości uzyskania wsparcia zewnętrznego planowanych inwestycji.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - środki prywatnych przedsiębiorców
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba wykonanych usług
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne opinie
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja, wsparcie
PARTNERZY	lokalna branża turystyczna, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY V.1.	WZMOCNIENIE WIĘZI LOKALNYCH
ZADANIE PODSTAWOWE V.1.2.	RADA KONSULTACYJNA BURMISTRZA MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ

Strategia Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020

KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Zadanie ma służyć zbudowaniu instytucjonalnego wsparcia merytorycznego dla Władz Miasta i Gminy Busko-Zdrój w zakresie realizacji zadań z zakresu turystyki. Chodzi tutaj o stworzenie platformy wymiany informacji i możliwości bezpośrednich kontaktów. Jednocześnie zakłada się, że Rada będzie zajmowała się wdrożeniem niniejszej Strategii. Zaleca się co najmniej 1-2 spotkania rocznie, a jej grono powinno składać się z przedstawicieli środowisk lokalnych, pracowników naukowych, przedsiębiorców, kadry zarządzającej sanatoriami itd.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba spotkań
WSKAŹNIK OCENY	- liczba podjętych działań
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	lokalna branża turystyczna, wyższe uczelnie, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

Cel operacyjny V.2**WYKSZTAŁCONE KADRY**

Warunkiem koniecznym w procesie budowania i podnoszenia jakości produktu turystycznego są wykwalifikowane kadry. W przypadku turystyki szczególnego znaczenia nabierają osoby z ukończonymi studiami wyższymi. Na terenie Miasta i Gminy Busko-Zdrój nie ma wyższej uczelni kształcącej w zakresie turystyki, stąd duża waga poniżej zaproponowanych zadań.

CEL OPERACYJNY V.2.	WYKSZTAŁCONE KADRY
ZADANIA PODSTAWOWE	V.2.1. SYSTEM SZKOLEŃ I DORADZTWA ZAWODOWEGO KADR TURYSTYCZNYCH V.2.2. WSPÓŁPRACA Z PLACÓWKAMI OŚWIATOWYMI I AKADEMICKIMI KSZTAŁCĄCYMI KADRY TURYSTYCZNE
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	V.2.A. KONKURS NA NAJLEPSZĄ PRACĘ LICENCJACKĄ I MAGISTERSKĄ Z ZAKRESU TURYSTYKI

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY V.2.	WYKSZTAŁCONE KADRY
ZADANIE PODSTAWOWE V.2.1.	SYSTEM SZKOLEŃ I DORADZTWA ZAWODOWEGO KADR TURYSTYCZNYCH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W ramach zadania proponuje się opracowanie programu stałych szkoleń dla pracowników informacji turystycznej, kulturalnej i gospodarczej (też pracowników Urzędu Miasta i Gminy), działaczy lokalnych, przewodników terenowych, czy m.in. policji. Tematyka powinna obejmować zagadnienia począwszy od m.in. aktualnych tendencji na światowym rynku turystycznym, poprzez obsługę klienta, zarządzanie jakością i wiele innych, związanych z rzeczywistymi potrzebami. Tego typu działania mają na celu stymulowanie do ustawicznego podnoszenia wiedzy i umiejętności zawodowych, co w efekcie będzie się przerosić na jakość świadczonych usług.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - fundusze UE
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba odbytych dni szkoleniowych
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne opinie
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- współrealizacja
PARTNERZY	wyższe uczelnie, pozostałych wskaże UMiG Busko-Zdrój

CEL OPERACYJNY V.2.	WYKSZTAŁCONE KADRY
ZADANIE PODSTAWOWE V.2.2.	WSPÓŁPRACA Z PLACÓWKAMI OŚWIATOWYMI I AKADEMICKIMI KSZTAŁCĄCYMI KADRY TURYSTYCZNE
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W powyższym zadaniu zakłada się podjęcie ścisłej współpracy Miasta i Gminy Busko-Zdrój z okolicznymi wyższymi uczelniami, kształcącymi na kierunkach związanych z turystyką. W ramach tego typu kooperacji należy także wesprzeć

Strategia Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020

	szkolnictwo średnie, prowadzące zajęcia na kierunkach związanych z turystyką, hotelarstwem, czy gastronomią. Współpraca powinna przejawiać się podejmowaniem wspólnych inicjatyw (np. spotkań potencjalnych kadr z przedsiębiorcami, odbywaniem praktyk zawodowych w buskich instytucjach obsługujących ruch turystyczny itd.).
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba obsłużonych kadr - liczba odbytych spotkań
WSKAŹNIK OCENY	- liczba zawartych umów na praktykę - pozytywne opinie
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- wsparcie merytoryczne
PARTNERZY	szkoły średnie i wyższe uczelnie kształcące na kierunkach turystycznych i okołoturystycznych, pozostałych wskaże UMiG Busko-Zdrój

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY V.2.	WYKSZTAŁCONE KADRY
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE V.2.A.	KONKURS NA NAJLEPSZĄ PRACĘ LICENCJACKĄ I MAGISTERSKĄ Z ZAKRESU TURYSTYKI
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Raz na dwa lata zakłada się ogłoszenie konkursu na najlepszą pracę licencjacką i magisterską związaną z turystyką na terenie Miasta i Gminy Busko-Zdrój. W szerszym kontekście zaleca się tu współpracę na poziomie całego mikroregionu.

Cel operacyjny V.3

BUDOWANIE ZWIĄZKÓW KOOPERACYJNYCH

Kooperacja jest czynnikiem wzmacniającym indywidualne polityki konkurencyjne, również na rynku turystycznym. Ten powszechny, globalny trend jest w praktyce obsługi i organizacji ruchu turystycznego niezbędny, ze względu na rozbudowane potrzeby rynków. Turyści rekrutujący się ze środowisk miejskich, są przyzwyczajeni do dużej alternatywności ofert i możliwości spędzania czasu wolnego w sposób intensywny i praktyczny. Takie wymogi są również skutkiem konsumowania produktów turystycznych bogato wyposażonych w wartości dodatkowe oraz psychologiczne, w czasie korzystania z różnych – polskich i zagranicznych destynacji urlopowych. Kooperacja oparta na trwałych strukturach organizacyjnych wewnątrz produktu turystycznego uzdrowiska i gminy, ułatwi kreowanie marki i wzmocni przekaz marketingowy (jesteśmy dobrze zorganizowani wewnętrznie, współdziałamy w celu utrzymywania wysokich standardów obsługi).

CEL OPERACYJNY V.3.	BUDOWANIE ZWIĄZKÓW KOOPERACYJNYCH
ZADANIA PODSTAWOWE	V.3.1. INICJOWANIE KONTAKTÓW TURYSTYCZNYCH ZE ŚRODOWISKIEM BRANŻOWYM W INNYCH OŚRODKACH V.3.2. PONIDZIAŃSKIE ZAGŁĘBIE TURYSTYCZNE V.3.3. BUDOWA STRUKTUR MIKROREGIONU UZDROWISKOWEGO SOLARIS
ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE	V.3.A. BADEN-POLEN V.3.B. GRUPA PRODUCENCKA „SŁONECZNE BUSKIE OWOCE”

ZADANIA PODSTAWOWE:

CEL OPERACYJNY V.3.	BUDOWANIE ZWIĄZKÓW KOOPERACYJNYCH
ZADANIE PODSTAWOWE V.3.1.	INICJOWANIE KONTAKTÓW TURYSTYCZNYCH ZE ŚRODOWISKIEM BRANŻOWYM W INNYCH OŚRODKACH
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Miasto i Gmina Busko-Zdrój ma podpisane kilka umów o współpracę z innymi ośrodkami, w tym zagranicznymi miastami bliźniaczymi (Włochy, Finlandia, Niemcy, Węgry) i ukraińskim uzdrowiskiem Chmielnik. W ramach zadania zaleca się powołanie zespołu mającego na celu uaktywnienie współpracy z miastami bliźniaczymi, ale i innymi partnerami, także polskimi.
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - fundusze UE
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba spotkań
WSKAŹNIK OCENY	- liczba podjętych inicjatyw
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja
PARTNERZY	miasta bliźniacze, inne ośrodki miejskie, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY V.3.	BUDOWANIE ZWIĄZKÓW KOOPERACYJNYCH
ZADANIE PODSTAWOWE V.3.2.	PONIDZIAŃSKIE ZAGŁĘBIE TURYSTYCZNE
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	W ramach zadania zakłada się ścisłą współpracę z okolicznymi miejscowościami turystycznymi, niejednokrotnie posiadającymi unikatowe walory kulturowe, tj. Wiślicą, Pińczowem, Nowym Korczynem, Solcem Zdrój itd. Działania podejmowane w tym zakresie mają doprowadzić do zbudowania wspólnej oferty i wizerunku obszaru, umownie nazwanego tu „Ponidziańskim Zagłębem Turystycznym”. Zakłada się inicjowanie i współpracę w ramach klastrów turystycznych (też Klastrem Zdrowie i Turystyka „Uzdrowiska – Perły Polski Wschodniej” itd.).
CZAS REALIZACJI	2012-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	- środki własne - fundusze UE
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba podjętych działań
WSKAŹNIK OCENY	- liczba wprowadzonych na rynek ofert
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- realizacja i współpraca
PARTNERZY	okoliczne samorządy terytorialne, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

CEL OPERACYJNY V.3.	BUDOWANIE ZWIĄZKÓW KOOPERACYJNYCH
ZADANIE PODSTAWOWE V.3.3.	BUDOWA STRUKTUR MIKROREGIONU UZDROWISKOWEGO SOLARIS
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	Budowanie regionu, to przede wszystkim umowa społeczna reprezentujących dwa uzdrowiska mieszkańców (samorządów). Jest to ustalenie wspólnej, jednolitej polityki konkurowania na rynkach swoimi USP, na bazie których dwa ośrodki posiadające identyczne walory i potencjał balneologii oraz innych właściwości leczniczych tworzą markę – region. Tym samym projektują wspólną politykę marketingową przewagi rynkowej. Realizacja zadania ze strony Buska-Zdroju jako inicjatora (znów efekt promocyjny dobrego kreatora), to opracowanie strategii rozwoju i marketingu takiego regionu – jako oferty współpracy. Dalsze działania organizacyjne podejmowane są już wspólnie. Drugim zadaniem, jest stworzenie koncepcji platformy zarządzania regionem, a właściwie jego wizerunkiem, zaprojektowanie tożsamości, rejestracja prawna logotypu, zaprojektowanie wspólnego budżetu promocyjnego na ten Projekt (nie na całą promocję uczestniczących gmin!).
CZAS REALIZACJI	2015-2020
ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	-środki własne - środki samorządowe Solca Zdrój - wkład własny prywatnych przedsiębiorców
WSKAŹNIK PRODUKTU	- liczba opracowanych dokumentów strategicznych
WSKAŹNIK OCENY	- pozytywne oceny
UMiG BUSKO-ZDRÓJ	- inicjator, współrealizator
PARTNERZY	Gmina Solec Zdrój, pozostałych wskaże UMiG BUSKO-ZDRÓJ

ZADANIA UZUPEŁNIAJĄCE:

CEL OPERACYJNY V.3.	BUDOWANIE ZWIĄZKÓW KOOPERACYJNYCH
ZADANIE UZUPEŁNIAJĄCE V.3.A.	BADEN-POLEN
KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	<p>Inicjatywa o specyfice budowania marki zespołowej – propozycja budowania konwencji polskich uzdrowisk małych i średnich (MŚU) z reguły nie zlokalizowanych w znanych zbiorowiskach w obszarze modnych regionów turystycznych. Działanie w celu wykreowania wizerunku polskiej specjalności w kategorii turystyki zdrowotnej na międzynarodowym rynku. Pomimo podejmowanych prób (np. Kłodzkie Uzdrowiska) nie zdołaliśmy w Polsce stworzyć produktu zintegrowanego sieciującego uzdrowiska. Są one szeregowane wg kryterium przynależności geograficznej (np. Uzdrowiska doliny Popradu). Wobec stwierdzonego trendu ekspansji turystyki zdrowotnej (uzdrowskiej), celowe jest wykreowanie marki polskich uzdrowisk, a następnie struktur zarządzania wizerunkiem. Taką inicjatywę może podjąć Busko-Zdrój. Nie jest to działanie kosztowne, za to budujące prestiż i koncentrujące uwagę branży. Oprócz zysków natury propagandowej, Busko zyskałoby znakomite narzędzie marketingowe, a poprzez inwestycje w otoczenie kulturowe przedsięwzięcia – również konkretne efekty finansowe (szkolenia, certyfikacje, reprezentacja konwencji na targach, koszty zarządzania menedżerskiego itd.).</p>

6 WDROŻENIE I MONITORING STRATEGII

6.1 ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

Pewna część zadań wskazanych do realizacji w niniejszej Strategii będzie związana z obciążeniem bezpośrednim budżetu Miasta i Gminy Busko-Zdrój. Jednakże możliwe jest znaczne wsparcie proponowanych działań z innych źródeł finansowania. Dla łatwiejszego podejmowania decyzji, jak wcześniej wspomniano, od razu zadania podzielono na:

- podstawowe, tzn. takie, które muszą zostać zrealizowane, jeżeli chce się osiągnąć zamierzony cel,
- oraz uzupełniające, czyli takie, które rozszerzają i wzmacniają terytorialną markę Miasta i Gminy Busko-Zdrój.

Wśród pozabudżetowych źródeł finansowania Strategii, szczególną uwagę trzeba zwrócić na Regionalne Programy Operacyjne, na planowaną ich edycję 2014-2020. Niestety brak jest obecnie jakichkolwiek bliższych informacji na temat programów i przeznaczonych na nie środków finansowych. Na razie rząd polski prowadzi w tej sprawie negocjacje. Stąd w roku 2015 konieczne może być zweryfikowanie zapisów dotyczących źródeł finansowania. Dlatego też właśnie na ten rok zaplanowano pierwszą, kompleksową ocenę realizacji niniejszej Strategii.

W Strategii wskazano jeszcze kilka innych źródeł finansowania zadań. Po pierwsze trzeba zwrócić uwagę, że wiele z nich winno również obciążać budżet przedsiębiorstw prywatnych. Zaliczyć tu należy zarówno zadania związane z obsługą stoisk targowych, wizyt studyjnych dziennikarzy czy touroperatorów itp., ale także inwestycje.

Ważnym podmiotami, po stronie których należy także oczekiwać ponoszenia kosztów związanych z realizacją Strategii są różnego typu instytucje, w tym organizacje pozarządowe.

Organizacje pozarządowe mają różnego typu możliwości pozyskiwania zewnętrznego finansowania swoich projektów, zwłaszcza jeżeli odnoszą się one do obszarów wiejskich i szeroko pojętej kultury. Tutaj zwłaszcza chodzi o tzw. projekty miękkie. Dodatkowo należy zwrócić uwagę, że we współpracy ze stowarzyszeniami, fundacjami itp. nie chodzi jedynie o świadczenia „czysto” finansowe, ale też tzw. wymiany barterowe.

Na terenie Buska-Zdroju nie działa Lokalna Organizacja Turystyczna, określona w ustawie o Polskiej Organizacji Turystycznej. Stąd zaleca się rozważenie wzmocnienia, w tym zadaniowego i finansowego, działań na polu promocji turystycznej jednej z lokalnych organizacji pozarządowych.

Przedsiębiorcy prywatni są istotni z punktu widzenia tworzenia partnerstw publiczno-prywatnych. Możliwości, jakie daje obecnie Ustawa o PPP (także ustawa o koncesjach), znacznie rozszerzyło pole do współpracy i zwiększyło potencjał inwestycyjny. Wśród zalet realizacji inwestycji w formule PPP należy wymienić:

- dodatkowe źródło kapitału,
- lepsza jakość działań administracyjnych,
- lepsza jakość realizacji usług publicznych,
- możliwość pozyskania wkładu własnego, potrzebnego do uzyskania finansowania z UE,
- przesunięcie części obowiązków poza Urząd,
- umożliwienie finansowania inwestycji bez obciążania limitu zobowiązań budżetowych samorządów,
- rozwój i szybsza realizacja inwestycji,
- wdrożenie najnowszych technologii i rozwiązań rynkowych,
- większe zyski z inwestycji,
- wsparcie organizacyjne w związku z procesem pozyskania finansowania w ramach funduszy UE,
- współpraca partnerska, tworzenie relacji biznesowych.

Zwłaszcza PPP jest istotne w kontekście tego, że takie partnerstwa popiera UE. Przewiduje się tu właśnie dofinansowania projektów realizowanych przez sektor publiczny z udziałem partnera prywatnego. Przy czym w tym miejscu należy zwrócić uwagę na bariery związane z PPP:

- brak dostępu do wzorcowych dobrych praktyk, rozwiązań,
- brak prostych i przejrzystych uregulowań prawnych, w tym spójności przepisów ustawy o PPP z innymi aktami prawnymi,
- brak zainteresowania formułą PPP ze strony sektora prywatnego,
- czas przygotowania procedur w ramach PPP,
- długi okres realizacji projektów w formule PPP,
- łatwość bezpodstawnych zarzutów korupcji,
- niebezpieczeństwo utraty kontroli nad majątkiem zaangażowanym w PPP,
- ryzyko wzmożonych kontroli,
- niejasne relacje PPP do funduszy UE,
- niejasności związane z zasadami klasyfikacji zobowiązań z umów PPP do długu publicznego,
- obowiązek stosowania procedur zamówień publicznych w wyborze partnera prywatnego,
- ograniczony dostęp do informacji, badań rynku itp.,
- słaba wiedza na temat możliwości wynikających ze stosowania formuły PPP,
- słabe przygotowanie instytucjonalne i organizacyjne samorządów do wdrożenia PPP,
- utrudniona weryfikacja wiarygodności partnera prywatnego, ryzyko jego upadłości,
- utrudniony dostęp do doradców posiadających praktyczną wiedzę na temat PPP,
- złożoność procedur w ramach PPP,

- zmiany polityczne w kraju i na poziomie lokalnym.

Przed wszystkim partnerów prywatnych interesować będą przedsięwzięcia związane z infrastrukturą turystyczną (tzw. twarde projekty inwestycyjne). Tutaj w przypadku Buska-Zdroju szczególnie należy zwrócić uwagę na zadanie dotyczące budowy kompleksu basenów termalnych. Należy pamiętać, że wkład finansowy gminy musi znaleźć się w zapisach Wieloletniego Planu Inwestycyjnego.

Koszty związane z realizacją Strategii to nie tylko problem Władz Miasta i Gminy Busko-Zdrój. **Dokument został wypracowany wraz ze społecznościami lokalnymi i na niej również spoczywa ciężar odpowiedzialności finansowej. Zresztą obecnie coraz częściej w niektórych obszarach turystyki ster przejmuje sektor prywatny.**

6.2 ZARZĄDZANIE STRATEGIĄ

Najważniejszym podmiotem z punktu widzenia realizacji zapisów zawartych w Strategii Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2012-2020 będzie lokalny samorząd terytorialny. Biorąc pod uwagę rozbudowany system zadań i programów operacyjnych powiązanych z głównym dokumentem Strategii, wskazane jest, aby jednemu z Zastępców Burmistrza podporządkować zadania związane z turystyką i nadzór nad realizacją Strategii. Jest to ważne ze względu na konieczność koordynacji działań różnych podmiotów, w tym publicznych i prywatnych, funkcjonujących na rynku turystycznym i w obszarze społeczno-gospodarczym, ściśle powiązanych z turystyką. Osoba Zastępcy Burmistrza nie zdoła samodzielnie udźwignąć całego procesu wdrożenia Strategii, stąd konieczne jest wzmocnienie struktur organizacyjnych Urzędu Miasta i Gminy Busko-Zdrój. Tutaj niezbędne jest powołanie Departamentu / Referatu zajmującego się wyłącznie zagadnieniami dotyczącymi turystyki. Należy zaznaczyć, że wiąże się z tym konieczność zmian organizacyjnych wewnątrz Urzędu.

Dla wzmocnienia merytorycznego struktur Urzędu, jedno z zadań Strategii odnosi się do powołania pod auspicjami Burmistrza Miasta i Gminy Busko-Zdrój Rady Konsultacyjnej. W ten sposób stworzy się płaszczyznę wymiany informacji oraz platformę do dyskusji, budowania nowych wartości i współpracy na różnych poziomach systemu zarządzania turystyką. W skład tej Rady powinny wchodzić osoby reprezentujące różne instytucje. Szczególnie należy zwrócić uwagę na dwa podmioty rynku turystycznego, tj. organizacje pozarządowe oraz prywatne przedsiębiorstwa. W obu przypadkach jest to związane z poszerzeniem możliwości pozyskania zewnętrznych środków finansowych na realizację zadań określonych w Strategii.

6.3 OCENA RYZYKA

Ocena ryzyka związanego z wdrożeniem Strategii Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020 jest warunkiem niezbędnym świadomego, efektywnego zarządzania.

Przewidywania przyszłych sytuacji i skutków, jakie one niosą świadczy o dojrzałości sprzyja odejmowaniu decyzji.

Wśród zadań, których niezrealizowanie przyczyni się do poniesienia fiaska w zakresie rozwoju turystyki w Mieście i Gminie Busko-Zdrój należy wymienić:

- poprawa dostępności komunikacyjnej,
- budowa kompleksu basenów termalnych,
- rozszerzenie oferty pozamedycznej.

Nie zrealizowanie powyższego spowoduje stopniowy, powolny regres, zwłaszcza w kontekście możliwych zmian finansowania uzdrowisk.

Możliwe są dwie sytuacje w toku realizacji Strategii:

1. Korzystna koniunktura zewnętrzna, czyli rosnący popyt na produkt turystyczny i korzystne uwarunkowania ogólnogospodarcze i prawno-polityczne.
2. Niekorzystna koniunktura zewnętrzna, czyli spadający popyt na produkt turystyczny lub mało korzystne uwarunkowania ogólnogospodarcze i prawno-polityczne.

W obu przypadkach niezbędna jest trafna ocena i szybka reakcja na zaistniałą sytuację, lecz w każdej z nich pojawią się inne skutki. Okresy dobrej i gorszej koniunktury mogą występować cyklicznie.

Biorąc pod uwagę podstawowe grupy ryzyka, na poniższej macierzy wskazano prawdopodobieństwo wystąpienia sytuacji niekorzystnych.

ELEMENT RYZYKA	WARIANTY REALIZACJI	WAGA (1-5)	PRAWDOPODOBIENSTWO (1-5)	WYNIK
Zbyt dużo zadań do realizacji	- podział zadań na podstawowe i uzupełniające	5	3	15
Brak środków finansowych na realizację zadań	- zróżnicowane źródła finansowania - przyszłe środki z UE	5	4	20
Zmiany na rynku turystycznym w Polsce, związane z sytuacjami kryzysowymi ekonomicznymi, środowiskowymi (np. powodzie), politycznymi itp.	- zmiana zapisów Strategii	3	2	6
Brak kreatywności wśród realizatorów Strategii	- warsztaty praktyczne, doradztwo, współpraca z ekspertami	2	4	8
Słabe doświadczenie i praktyczne umiejętności osób odpowiedzialnych za wdrożenie Strategii	- szkolenia i inne formy dokształcania zawodowego	2	3	6

Jak widać największe zagrożenie związane z realizacją Strategii dotyczy jej finansowania i złożoności zadań zaproponowanych do realizacji w niniejszym dokumencie.

W poniższej tabeli przedstawiono spodziewane skutki realizacji lub braku realizacji poszczególnych celów operacyjnych zapisanych w Strategii. Wnioski nasuwające się z analizy

tabeli wskazują, że zaniechanie lub zaniedbanie realizacji celów, może spowodować nieodwracalne i negatywne skutki dla rozwoju nie tylko turystyki, ale także innych dziedzin życia.

Na osiągnięcie wysokiego poziomu rozwoju turystyki w Mieście i Gminie Busko-Zdrój mogą wpłynąć:

1. Korzystna koniunktura gospodarcza,
2. Przekonanie podmiotów lokalnych zaangażowanych w turystykę o konieczności podejmowanych działań,
3. Wysoka jakość środowiska przyrodniczego,
4. Równowaga pomiędzy podmiotami rynku turystycznego,
5. Partnerstwo na różnych poziomach działania,
6. Koordynacja działań,
7. Postawienie na jakość i nowoczesne rozwiązania,
8. Myślenie kreatywne, pozastandardowe.

Tab. Scenariusze realizacji lub braku realizacji poszczególnych celów operacyjnych.

NR CELU	NAZWA CELU OPERACYJNEGO	SKUTKI	
		REALIZACJI	BRAKU REALIZACJI
I.1.	ZMIANA FUNKcjONALNOŚCI I ESTETYZACJA PRZESTRZENI	podniesienie uzdrowiska do rangi kurortu; doznania estetyczne; wysoka jakość usług; odczucia piękna i zadowolenia wśród turystów	niska jakość środowiska przyrodniczego; degradacja przestrzeni; zamykanie się turystów w enklawach hotelowo-sanatoryjnych; spadek dochodów
I.2.	ROZBUDOWA INFRASTRUKTURY REKREACYJNO-SPORTOWEJ	zróżnicowana oferta zagospodarowania czasu wolnego; różnorodny produkt turystyczny; wzrost dochodów; korzystny wizerunek wśród klientów	niezadowolenie, mogące doprowadzić do zachowań niepożądanych; słaba pozycja wśród konkurentów; nijakość
I.3.	ROZBUDOWA RODZINNEJ INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ	znaczący wzrost ruchu turystycznego; zadowolenie i wysoka pozycja u turystów; wysokiej jakości, innowacyjny i konkurencyjny produkt turystyczny	brak atrakcyjnych form spędzania wolnego czasu; bylejakość; słaba pozycja wśród konkurentów
I.4.	POPRAWA DOSTĘPNOŚCI KOMUNIKACYJNEJ	wzrost ruchu turystycznego; rozpoznawalna marka terytorialna; poczucie wśród turystów, że tu zawsze jest blisko	niski poziom ruchu turystycznego, opartego na wymuszonych przyjazdach w celach leczniczych; spadek dochodów; nijakość

II.1.	MODERNIZACJA OBIEKTÓW UZDROWISKA	wysoka jakość usług; poczucie piękna, zadowolenia u turystów; zniwelowana sezonowość ruchu turystycznego	niska jakość; odczucia bylejakości; tylko turysta zmuszony do przyjazdu ze względu na stan zdrowia
II.2.	POPRAWA JAKOŚCI PRODUKTU UZDROWISKA I OBSŁUGI KURACJUSZA	duże wydatkowane kwoty podczas pobytu; stały klient; budowanie rynku perspektywicznego; szeroki, zróżnicowany i innowacyjny produkt turystyczny	słaba pozycja wśród konkurentów; tylko klient zmuszony do przyjazdu ze względu na stan zdrowia; brak dochodów do budżetu gminy; słaby lokalny rynek pracy; niezadowolenie w segmencie młodych ludzi
II.3.	REKULTYWACJA TERENÓW ZIELONYCH	zróżnicowana oferta zagospodarowania czasu wolnego; często powracający klient; poczucie piękna i zadowolenia z wypoczynku wśród turystów	słaba oferta pobytowa; spadek ruchu turystycznego; rozdrażnienie turystów
II.4.	DBAŁOŚĆ O ZACHOWANIE DZIEDZICTWA KULTUROWEGO I NATURALNEGO	wysoka jakość środowiska przyrodniczego; zadowolenie kuracjuszy; wyróżnienie się na rynku turystycznym	degradacja lub całkowite zniszczenie środowiska; spadek zainteresowania uzdrowiskiem; słaba pozycja wśród konkurentów
III.1.	WZMOCNIENIE TOŻSAMOŚCI LOKALNEJ	świadomość własnej wartości; pozytywny stosunek do turystów; wysoka jakość świadczonych usług	nijakość; słaba pozycja wśród konkurentów; brak stałych klientów; niski poziom ruchu turystycznego
III.2.	PROMOCJA PARTNERSKA	poczucie więzi, partnerstwa; otwartość na innych; wzrost ruchu turystycznego; wysoka pozycja wśród konkurentów	nijakość; słaba pozycja wśród konkurentów; nieefektywnie wydawane środki publiczne; niezadowolenie; spadek dochodów
III.3.	WDROŻENIE PROGRAMU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ	deglomeracja w czasie i przestrzeni ruchu turystycznego; zapamiętana destynacja turystyczna; bogactwo wrażeń i przeżyć	niezadowolenie turystów; dezinformacja; szybkie zapomnianie o destynacji
III.4.	PROMOCJA LOKALNYCH OFERT INWESTYCYJNYCH	napływ kapitału; wysoka pozycja na rynku turystycznym; bycie motorem działań	brak pieniędzy; słaba pozycja wśród konkurentów; bezrobocie; niezadowolenie społeczne
IV.1.	WZMOCNIENIE ISTNIEJĄCYCH I BUDOWA NOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH	złożone, innowacyjne produkty turystyczne; wysoka pozycja wśród konkurentów; znana marka terytorialna	utrwalony w świadomości turystów prosty produkt turystyczny; niechęć do działania; niczym nie wyróżniająca się destynacja turystyczna
IV.2.	KREOWANIE NOWYCH	mocna pozycja na rynku	słaba, niewyróżniająca się

	KATEGORII PRODUKTOWYCH	turystycznym; postrzeganie jako motoru innowacyjnej turystyki	pośród innych destynacja
IV.3.	TURYSTYCZNE ZNAKI JAKOŚCI	wysoka jakość usług; pozytywny wizerunek; wierny, powracający klient	niczym nie wyróżniający się produkt; słaba jakość; brak identyfikowanych z miejscem elementów
IV.4.	BUDOWA KALENDARZA WIZERUNKOWEGO	interesujący, dostosowany do segmentów rynku produkt turystyczny; zmniejszenie skutków sezonowości; zainteresowanie ze strony zamożnego turysty	duża sezonowość; niezadowolenie z powodu słabego zagospodarowania czasu wolnego; ograniczenie do jednego segmentu rynku 55+
IV.5.	MONITORING ZJAWISK TURYSTYCZNYCH	poznanie preferencji i potrzeb zgłaszanych przez turystów; znajomość swojej pozycji na rynku; możliwość szybkiej reakcji na pojawiające się okazje	oferta nie dostosowana do popytu turystycznego; spadek ilościowy ruchu; słaba pozycja wśród konkurentów
V.1.	WZMOCNIENIE WIĘZI LOKALNYCH	poprawa jakości; wzrost dochodów; korzystna sytuacja na rynku pracy; kontrola procesu rozwoju	pozostanie w tyle za konkurencją; przejęcie funkcji turystycznych przez inne ośrodki; bezrobocie; niezadowolenie społeczne
V.2.	WYKSZTAŁCONE KADRY	poprawa jakości; dobra opinia; korzystna sytuacja na rynku pracy; dopływ najlepszych kadr	odpływ wykwalifikowanych kadr; bezrobocie; słaba jakość usług
V.3.	BUDOWANIE ZWIĄZKÓW KOOPERACYJNYCH	silne więzi lokalne; przyjazna atmosfera; złożone, innowacyjne produkty; mocna marka terytorialna	utrwalony w świadomości klientów prosty produkt turystyczny; słabe więzi; niechęć do działania; niezadowolenie społeczne

6.4 MONITORING I EWALUACJA STRATEGII

Monitoring jest elementem realizacji strategii rozwoju. Umożliwia stwierdzenie czy przyjęte założenia i opracowane zadania są realizowane i nie uległy zmianie. Pozwala na elastyczne, szybkie reagowanie na pojawiające się sytuacje.

Ocena rozwoju i następnie postępów w realizacji Strategii Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020, powinna być dokonywana w następujących sekwencjach:

1. Przed rozpoczęciem realizacji
2. W trakcie realizacji:
 - corocznie
 - w połowie okresu realizacji,
3. Po zakończeniu realizacji (ex-post).

Etap pierwszy ex-ante został zrealizowany w czasie prowadzonych prac nad Strategią.

Ocena realizacji Strategii Rozwoju Turystyki Miasta i Gminy Busko-Zdrój na lata 2011-2020 i zawartych w niej zadań, wymaga udziału społecznego, zwłaszcza podmiotów rynku turystycznego. Tak więc kolejne etapy monitorowania dokumentu będą przebiegać dwupoziomowo:

1. Władze Miasta i Gminy Busko-Zdrój wraz z zapleczem operacyjnym, jednostką organizacyjną Urzędu, odpowiedzialną za realizację Strategii.
2. Radę Konsultacyjną powołaną pod auspicjami Burmistrza Miasta i Gminy Busko-Zdrój, skupiającą branżę turystyczną i inne instytucje działające w sektorze usług turystycznych i okołoturystycznych (szerzej w karcie zadania V.1.2.).

Monitoring bieżący (coroczny) wdrażania zapisów Strategii będzie spoczywać na władzach samorządowych. Umożliwi on stałą kontrolę procesu, porównanie w określonych przedziałach czasu – rzeczywistości z zakładanymi wcześniej planami. Ocenie i analizie osiągniętych celów zostaną poddane wskaźniki produktu, znajdujące się w kartach zadań podstawowych, a zebrane w poniższej tabeli.

Realizacja okresowa (w 2015 r.) oraz końcowa (w 2020 r. – etap ex-post), będzie związana z dokonaniem oceny przez wspomnianą Radę Konsultacyjną, powołaną przy Burmistrzu Miasta i Gminy Busko-Zdrój. Do pomiaru efektów zostaną wykorzystane wskaźniki oceny zamieszczone w każdej karcie zadania podstawowego i zbiorczo zestawione w poniższej tabeli. Należy zaznaczyć, że w wyniku oceny planowanej na rok 2015 może być konieczna weryfikacja zapisów Strategii.

Wymienione w powyższym dokumencie, jako mierniki pomiaru, wskaźniki produktu i oceny uwzględniają kontekst społecznych potrzeb, celów i nakładów. Ich coroczne obliczanie, rozpoczynając od roku bazowego 2012, umożliwi dokonanie w latach 2015 i 2020 oceny realizacji programu pod kątem: skuteczności, celowości, efektywności i wydajności.

Należy zaznaczyć, że wizja i misja turystyczna Miasta i Gminy Busko-Zdrój sformułowana została na tak ogólnym poziomie, że bezpośrednia ocena stopnia ich realizacji nie jest możliwa.

Źródłami pozyskiwania danych do oceny realizacji Strategii mogą być:

1. Źródła pierwotne:

- badania ankietowe z wykorzystaniem zestandaryzowanego kwestionariusza – np. z wykorzystaniem Internetu,
- moderowane fora internetowe, dające swobodę wypowiedzi,
- cykliczne, coroczne spotkania grup eksperckich oraz innych podmiotów działających w turystyce i otoczeniu turystyki,
- inne.

2. Źródła wtórne:

- raporty z badań ruchu turystycznego i prowadzonych analiz,
- statystyki, w tym Urzędu Statystycznego oraz innych jednostek i instytucji (m.in. księgi meldunkowe sanatoriów itp.),
- informacje medialne
- raporty, biuletyny, sprawozdania z działalności i in. pochodzące od środowisk turystycznych,
- inne.

Wybór źródeł informacji do oceny realizacji Strategii będzie każdorazowo weryfikowany, zgodnie z przyjętymi wskaźnikami.

NR ZADANIA	NAZWA ZADANIA	WSKAŹNIKI	
		PRODUKTU (ocena coroczna)	OCENY (ocena okresowa - 2015 i końcowa - 2020 r.)
I.1.	ZMIANA FUNKcjONALNOŚCI I ESTETYZACJA PRZESTRZENI		
I.1.1.	OPRACOWANIE I REALIZACJA PLANU ZMIAN FUNKcjONALNYCH I AKTYWIZACJI OBSZARU POMIĘDZY STREFĄ A UZDROWISKOWA ORAZ PL. ZWYCIĘSTWA W BUSKU-ZDROJU	- liczba nowootwartych obiektów	- liczba użytkowników turystów
I.1.2.	ZAKOŃCZENIE PRAC ZWIĄZANYCH Z PRZEBUDOWĄ AL. MICKIEWICZA I POPRZECZNEJ W BUSKU-ZDROJU	- zagospodarowana powierzchnia	- liczba użytkowników turystów
I.1.3.	ZAKOŃCZENIE PRZEBUDOWY PARKINGU PRZY UL. GROTTA I PLACU TARGOWEGO PRZY UL. TARGOWEJ W BUSKU-ZDROJU	- zagospodarowana powierzchnia	- liczba użytkowników turystów
I.1.4.	PRZEBUDOWA PLACU ZWYCIĘSTWA W BUSKU-ZDROJU	- zagospodarowana powierzchnia	- liczba użytkowników turystów
I.1.5.	DALSZE ZAGOSPODAROWANIE PRZESTRZENI W ELEMENTY MAŁEJ ARCHITEKTURY, Z	- zagospodarowana powierzchnia	- liczba użytkowników turystów

	UWZGLĘDNIENIEM POTRZEB OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH		
I.2.	ROZBUDOWA INFRASTRUKTURY REKREACYJNO-SPORTOWEJ		
I.2.1.	KOLEJNE ETAPY PRAC ZWIĄZANYCH Z ROZBUDOWĄ SIECI TRAS ROWEROWYCH	- długość wyznaczonych tras	- liczba użytkowników tras
I.2.2.	DALSZE PRACE ZWIĄZANE Z UTWORZENIEM UKŁADU SIECIOWEGO SZLAKÓW PIESZYCH	- długość wyznaczonych tras	- liczba użytkowników tras
I.3.	ROZBUDOWA RODZINNEJ INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ		
I.3.1.	BUDOWA WIKLINOWEGO TEMATYCZNEGO PARKU ROZRYWKI	- zagospodarowana powierzchnia	- liczba użytkowników turystów
I.3.2.	BUDOWA KOMPLEKSU BASENÓW TERMALNYCH	- zagospodarowana powierzchnia	- liczba użytkowników turystów
I.4.	POPRAWA DOSTĘPNOŚCI KOMUNIKACYJNEJ		
I.4.1.	OPRACOWANIE I WDROŻENIE SYSTEMU KOMUNIKACJI ZEWNĘTRZNEJ I WEWNĘTRZNEJ	- liczba połączeń komunikacyjnych	- liczba użytkowników turystów
I.4.2.	POPRAWA OZNAKOWANIA TURYSTYCZNEGO, W TYM DROGOWEGO ZEWNĘTRZNEGO I WEWNĘTRZNEGO NA TERENIE MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ	- liczba posadowionych tablic	- liczba pozytywnych opinii turystów
II.1.	MODERNIZACJA OBIEKTÓW UZDROWISKA		
II.1.1.	POPRAWA FUNKCJONALNOŚCI I ESTETYKI HISTORYCZNYCH I WSPÓŁCZESNYCH OBIEKTÓW UZDROWISKOWYCH	- zagospodarowana powierzchnia	- liczba użytkowników turystów
II.1.2.	BUDOWA AMFITEATRU	- zagospodarowana powierzchnia	- liczba użytkowników turystów
II.2.	POPRAWA JAKOŚCI PRODUKTU UZDROWISKA I OBSŁUGI KURACJUSZA		
II.2.1.	OPARCIE OFERTY UZDROWISKOWEJ NA ELEMENTACH ODNOWY BIOLOGICZNEJ	- liczba ofert	- liczba użytkowników turystów
II.2.2.	ROZBUDOWA OFERTY UZDROWISKOWEJ DLA DZIECI I MŁODZIEŻY, W TYM NIEPEŁNOSPRAWNYCH	- liczba ofert	- liczba użytkowników turystów
II.3.	REKULTYWACJA TERENÓW ZIELONYCH		
II.3.1.	MODERNIZACJA I ROZBUDOWA PARKU ZDROJOWEGO	- zagospodarowana powierzchnia	- liczba użytkowników turystów
II.3.2.	ZAGOSPODAROWANIE OBSZARU „ZIMNE WODY” W BUSKU-ZDROJU	- zagospodarowana powierzchnia	- liczba użytkowników turystów
II.3.3.	BUDOWA OŚRODKA REKREACYJNO – TURYSTYCZNEGO W RADZANOWIE	- zagospodarowana powierzchnia	- liczba użytkowników turystów
II.4.	DBAŁOŚĆ O ZACHOWANIE DZIEDZICTWA KULTUROWEGO I NATURALNEGO		
II.4.1.	DZIAŁANIA NA RZECZ OCHRONY PRZYRODY UZDROWISKA, W TYM ŹRÓDEŁ WÓD LECZNICZYCH	- powierzchnia objęta ochroną	- wysokość parametrów środowiskowych
II.4.2.	ZMIANA WIZERUNKU WODY „BUSKOWIANKA”	- wielkość produkcji wody w nowej szacie graficznej	- liczba osób wyrażających pozytywne opinie na temat wizualizacji
II.4.3.	WYELIMINOWANIE RUCHU CIĘŻAROWEGO ZE STREFY UZDROWISKOWEJ BUSKA-ZDROJU	- długość odcinka drogowego wyłączzonego z ruchu ciężarowego	- liczba przechodzących przez ulicę turystów
III.1.	WZMOCNIENIE TOŻSAMOŚCI LOKALNEJ		
III.1.1.	KAMPANIE PROMOCYJNE „NIC O WAS BEZ WAS”	- liczba kampanii	- pozytywne efekty kampanii

III.1.2.	COROCZNE PRYZNAWANIE TYTUŁU AMBASADORA UZDROWISKA SŁOŃCA BUSKO-ZDROJU	- liczba wyróżnionych osób	- pozytywne opinie na temat działalności Ambasadorów
III.1.3.	PROGRAM PROMOCJI AKTYWNYCH OŚRODKÓW WIEJSKICH Z TERENU GMINY	- liczba podjętych inicjatyw	- liczba turystów na obszarach wiejskich
III.1.4.	WZMOCNIENIE ŚWIADOMOŚCI SYMBOLIKI LOKALNEJ: SŁOŃCA, WODY (SIARKOWEJ) I PONIDZIA ORAZ INNYCH LOKALNYCH SYMBOLI	- liczba podjętych inicjatyw	- pozytywne opinie
III.2.	PROMOCJA PARTNERSKA		
III.2.1.	REALIZACJA ZADAŃ OKREŚLONYCH W „PROGRAMIE PROMOCJI TURYSTYCZNEJ MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ”	- liczba kampanii	- pozytywne efekty kampanii
III.2.2.	OPRACOWANIE PLANU WSPÓLNYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ Z SOLCEM-ZDRÓJEM	- liczba kampanii	- pozytywne efekty kampanii
III.3.	WDROŻENIE PROGRAMU IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ		
III.3.1.	REALIZACJA ZADAŃ OKREŚLONYCH W „PROGRAMIE BUDOWY MARKI ORAZ ROZWOJU I PROMOCJI MARKOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH”	- liczba kampanii	- pozytywne efekty kampanii
III.3.2.	WDROŻENIE SYSTEMU INFORMACJI I OZNAKOWANIA TURYSTYCZNEGO	- liczba podpisanych umów - liczba nowopowstałych obiektów	- liczba wejść na strony internetowe www.busko.travel - liczba obsłużonych turystów
III.4.	PROMOCJA LOKALNYCH OFERT INWESTYCYJNYCH		
III.4.1.	PRZYGOTOWANIE KATALOGU OFERT OBSZARÓW/OBIEKTÓW POD INWESTYCJE TURYSTYCZNE I OKOŁOTURYSTYCZNE	- liczba ofert inwestycyjnych	- liczba realizowanych inwestycji
IV.1.	WZMOCNIENIE ISTNIEJĄCYCH I BUDOWA NOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH		
IV.1.1.	REALIZACJA ZADAŃ OKREŚLONYCH W „PROGRAMIE BUDOWY MARKI ORAZ ROZWOJU I PROMOCJI MARKOWYCH PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH”	- liczba przygotowanych produktów	- opinie turystów na temat produktów
IV.1.2.	ROZSZERZENIE OFERTY LOKALNYCH WYCIECZEK OBJAZDOWYCH	- liczba przygotowanych produktów	- opinie turystów na temat produktów
IV.1.3.	BUSKO-ZDRÓJ – LOGISTYCZNE CENTRUM TURYSTYKI POŁUDNIA WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO	- liczba przygotowanych produktów	- opinie turystów na temat podjętej inicjatywy
IV.2.	KREOWANIE NOWYCH KATEGORII PRODUKTOWYCH		
IV.2.1.	PARK WODNY DELAQUA W NOWEJ FORMULE – „PARKI CZTERECH ŻYWIOŁÓW”	- liczba opracowanych dokumentów - liczba podjętych inicjatyw	- pozytywne opinie - liczba użytkowników
IV.2.2.	OH SEÑOR – PIERWSZY, HOLISTYCZNY PRODUKT CZASU WOLNEGO DLA SENIORÓW	- liczba opracowanych dokumentów	- pozytywne opinie
IV.3.	TURYSTYCZNE ZNAKI JAKOŚCI		
IV.3.1.	OPRACOWANIE LOKALNEGO TURYSTYCZNEGO SYSTEMU REKOMENDACJI	- liczba konkursów - liczba wystosowanych pytań	- liczba przyznanych certyfikatów - liczba udzielonych odpowiedzi
IV.3.2.	AMBASADORZY MARKI BUSKO-ZDRÓJ	- liczba Ambasadorów	- pozytywne efekty kampanii

IV.4.	BUDOWA KALENDARZA WIZERUNKOWEGO		
IV.4.1.	OPRACOWANIE TURYSTYCZNEGO KALENDARZA WYDARZEŃ KULTURALNYCH	- liczba wydarzeń kulturalnych - liczba dni wydarzeń kulturalnych	- pozytywne opinie
IV.4.2.	EXPO ZDROJE – FESTIWAL POLSKICH UZDROWISK I WÓD MINERALNYCH	- liczba dni festiwalowych	- liczba użytkowników
IV.5.	MONITORING ZJAWISK TURYSTYCZNYCH		
IV.5.1.	BADANIA I ANALIZY RUCHU TURYSTYCZNEGO	- liczba przebadanych turystów	- raport z badań
IV.5.2.	PROWADZENIE STAŁEGO MONITORINGU DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH	- liczba wykonanych badań i analiz	- raport z badań
V.1.	WZMOCNIENIE WIĘZI LOKALNYCH		
V.1.1.	WZMOCNIENIE POZYCJI MŚP DZIAŁAJĄCYCH W BRANŻY TURYSTYCZNEJ	- liczba wykonanych usług	- pozytywne opinie
V.1.2.	RADA KONSULTACYJNA BURMISTRZA MIASTA I GMINY BUSKO-ZDRÓJ	- liczba spotkań	- liczba podjętych działań
V.2.	WYKSZTAŁCONE KADRY		
V.2.1.	SYSTEM SZKOLEŃ I DORADZTWA ZAWODOWEGO KADR TURYSTYCZNYCH	- liczba odbytych dni szkoleniowych	- pozytywne opinie
V.2.2.	WSPÓŁPRACA Z PLACÓWKAMI OŚWIATOWYMI I AKADEMICKIMI KSZTAŁCĄCYMI KADRY TURYSTYCZNE	- liczba obsłużonych kadr - liczba odbytych spotkań	- liczba zawartych umów na praktykę - pozytywne opinie
V.3.	WYKSZTAŁCONE KADRY		
V.3.1.	INICJOWANIE KONTAKTÓW TURYSTYCZNYCH ZE ŚRODOWISKIEM BRANŻOWYM W INNYCH OŚRODKACH	- liczba spotkań	- liczba podjętych inicjatyw
V.3.2.	PONIDZIAŃSKIE ZAGŁĘBIE TURYSTYCZNE	- liczba podjętych działań	- liczba wprowadzonych na rynek ofert
V.3.3.	BUDOWA STRUKTUR MIKROREGIONU UZDROWISKOWEGO SOLARIS	- liczba opracowanych dokumentów strategicznych	- pozytywne oceny