

II warsztat strategiczny – gmina Mełgiew

Misje

Grupa 1:

- Łączymy tradycję z współczesnością, nowoczesnością,
- Jesteśmy otwarci zachęcający do działania
- Jesteśmy atrakcyjni turystycznie i gospodarczo,
- Unikalne wydarzenie: - poszukiwanie świstaka, - regionala maskotka, - rekonstrukcje historyczne, - produkty typu pasztet Marysieńki, kiełbasa Sobieskiego, woda Jan III Sobieski,
- Miejsca noclegowe wraz z muzeum ginących zawodów,
- Turystyka historyczna (Krzecinów)
- Centrum rozrywki dla dzieci,
- Realizacja projektów edukacyjnych dla dzieci i nie tylko,
- Centrum zdrowia dla kobiet im. Marysieńki z promocją wzorca rodziny,
- Świetlica dla dzieci z rodzin wielodzietnych i innych,
- Dobra komunikacja
„Mełgiew dla każdego” + rysunek

Grupa 2:

- Jakim subregionem chcemy być ?
 - Atrakcyjnym gospodarczo i turystycznie
- Co jest u nas unikalne/specyficzne ?
 - Specyficzne:
 - Społeczeństwo:
 - Brak spójności gminnego,
 - Zawieść,
 - Brak asertywnego działania,
 - Brak zaangażowania (ciągła krytyka),
 - Brak inicjatyw kulturalnych
 - Unikalność:
 - Walory krajobrazowe,
 - Duże dziedzictwo kulturowe,
 - Spokojny (brak pędu) tryb życia,
 - Atrakcyjna oferta dla dzieci i młodzieży (brak klubu sportowego)
- W czym i dla kogo chcemy być atrakcyjni ?
Europa stoi dla nas otworem
 - Identyfikacja w Europie z JIIS
 - Wykorzystywanych walorach przyrodniczych
 - Bogatą ofertą turystyczną i kulturalną
 - Innowacyjny produkt lokalny

Opracowanie celów strategicznych, operacyjnych oraz projektów, działań

1. Obszar: Przedsiębiorczość i turystyka

Cel strategiczny:	1. Osiągnięty wysoki poziom rozwoju branży turystycznej w gminie/subregionie 2. Działające i dobrze prosperujące firmy na terenie gminy/subregionu w tym firmy innowacyjne
--------------------------	---

Krok 1: Opracowanie celów operacyjnych

Cele operacyjne
1. Region rozpropagowany, dobrze znany na terenie kraju i na arenie międzynarodowej
2. Utworzona i sprawnie funkcjonująca baza noclegowa oraz gastronomiczna
3. Szeroka oferta imprez turystycznych (w rozumieniu ustawy – np. organizowanie rajdów pieszych, motoryzacyjnych, wycieczek turystycznych związanych z życiem Jana III Sobieskiego i Marysieńki, foto safari)
4. Wypromowany regionalny produkt, cieszący się zainteresowaniem odbiorców (rękodzieło, produkty kulinarne, produkty promocyjne (maskotki, itp.))
5. Szeroka oferta turystyczna (ścieżki rowerowe, szlaki turystyczne i motoryzacyjne, szlaki konne i wodne, punkty widokowe, punkty informacji turystycznej – elektroniczne i tradycyjne)
6. Wypromowane, oznakowane i zadbane miejsca pamięci narodowej oraz obiekty historyczne
7. Stworzona mapa turystyczna subregionu, przewodnik po subregionie,
8. Miejsca atrakcji turystycznej (muzea, aqua park, itp.)
9. Wypromowana oferta usług turystycznych (kuligi, przejażdżki konne, bryczką)
10. Dalsza promocja subregionu jako miejsca atrakcyjnego dla przedsiębiorców, zbudowany system zachęt dla przedsiębiorców,
11. Utworzona gminna mini „strefa ekonomiczna”, określona w MPZP, nie kolidująca z rozwojem branży turystycznej,
12. Powołana komórka doradczo-informacyjna służąca wspieraniu przedsiębiorczości a w szczególności innowacyjności, ukierunkowana na obsługę osób rozpoczynających działalność gospodarczą
13.
14.

Krok 2: Opracowanie sposobów osiągnięcia celów operacyjnych

Cele operacyjne	Sposoby osiągnięcia celów (działania / projekty)
1. Promocja subregionu jako miejsca atrakcyjnego dla przedsiębiorców	– Ulgi podatkowe –
2.	–
3.	–
4.	–
5.	–

2. Obszar: Kultura oraz promocja i wizerunek

Cel strategiczny:	Łatwo identyfikowalna gmina jako centrum kultury Lubelszczyzny
--------------------------	---

Krok 1: Opracowanie celów operacyjnych

Cele operacyjne
1. Realizowane inicjatywy kulturalne związane z teatrem, tańcem, muzyką, legendami, kabaretem, wystawami, audio wizualizacjami, wernisażami malarskimi,
2. Wypromowana, atrakcyjna oferta domu kultury, kierowana do dzieci, młodzieży i dorosłych
3. Cykliczny festiwal (impieza kulturalna), przyciągający mieszkańców regionu i kraju
4. Rozpoznawalny wizerunek regionu poprzez logo, znak, maskotkę, itp.
5. Prowadzone spotkania tematyczne, kluby dyskusyjne, służące pobudzeniu rozwoju kulturalnego, edukacji i komunikacji mieszkańców subregionu (m.in. spotkania ze sławnymi osobami, związanymi z subregionem)
6. Wypromowana kultura epoki XVII wieku (stroje, tańce, obyczaje)

Krok 2: Opracowanie sposobów osiągnięcia celów operacyjnych

Cele operacyjne	Sposoby osiągnięcia celów (działania / projekty)
1.	–
2.	–
3.	–
4.	–
5.	–

3. Obszar: Rolnictwo i przetwórstwo

Cel strategiczny:	Działające i dobrze prosperujące gospodarstwa rolne i firmy przetwórcze na terenie gminy/subregionu
--------------------------	--

Krok 1: Opracowanie celów operacyjnych

Cele operacyjne
1. Stworzone i wypromowane spożywcze produkty regionalne (pod marką szlaku JIIS)
2. Ścisła współpraca gospodarstw i firm przetwórczych w budowaniu i promowaniu katalogu spożywczych produktów regionalnych
3. Wypromowany subregion jako czysty ekologicznie i wypromowane produkty ekologiczne
4. Upowszechniony dobry (wysokiej jakości, dobrze plonujący, odpowiedni dla istniejących warunków klimatycznych,) materiał siewny (np. pszenica durum)
5. Utworzona komórka doradczo-informacyjna wspierająca produkcję rolną (roślinną i zwierzęcą)
6. Upowszechniony ekologiczny chów zwierząt
7. Promocja subregionu jako miejsca atrakcyjnego dla rolników i przetwórców
8.

Krok 2: Opracowanie sposobów osiągnięcia celów operacyjnych

Cele operacyjne	Sposoby osiągnięcia celów (działania / projekty)
1. Promocja subregionu jako miejsca atrakcyjnego dla rolników i przetwórców	– Ulgi podatkowe, –
2.	–
3.	–
4.	–
5.	–

4. Obszar: Środowisko i infrastruktura

Cel strategiczny:	Dobrze rozwinięta infrastruktura przyjazna środowisku
--------------------------	--

Krok 1: Opracowanie celów operacyjnych

Cele operacyjne
1. Utrzymany wysoki poziom czystości środowiska
2. Rozbudowana sieć oświetlenia dróg (np. hybrydowe)
3. Zmodernizowana sieć dróg gminnych i powiatowych, wyposażonych w pobocza, chodniki, ścieżki rowerowe,
4. Skoordynowana sieć dróg gminnych ze szlakami turystycznymi, atrakcjami turystycznymi, parkingami, małą architekturą (kosze na śmieci, ławeczki)
5. Uporządkowana gospodarka wodna (melioracja, zbiorniki retencyjne)
6. Wyznaczony szlak wodny, przystań, plaża z rozwiniętą wodną infrastrukturą rekreacyjną (kajaki, rowery wodne)
7. Zadbane, utrzymane ogrody prywatne i parki zabytkowe

Krok 2: Opracowanie sposobów osiągnięcia celów operacyjnych

Cele operacyjne	Sposoby osiągnięcia celów (działania / projekty)
1.	–
2.	–
3.	–
4.	–
5.	–

Jak informować uczestników o spotkaniach:

- a. Ogłoszenia w szkołach, sklepach, od sołtysów, ogłoszenia parafialne,
- b. Internet nie jest drogą komunikacji na wsi.