

STRATEGIA PRZEMYSŁÓW CZASU WOLNEGO DLA MIASTA JASŁA



KREATUS 



Miasto Jasło





Zastosowana
metodyka

Cel ogólny i cele strategiczne

Analiza danych zastanych:

- analizy stanu rekreacji, turystyki, kultury i sportu Jasła w oparciu o funkcjonującą ofertę rekreacyjną, turystyczną, kulturalną i sportową na terenie miasta
- analiza zasobów własnych (w tym potencjału niewykorzystanych przestrzeni miejskich) i otoczenia dla obszaru rekreacji, turystyki, kultury, sportu oraz określenie misji i wizji powiązania tych dziedzin

Analiza social listening
(monitoring mediów)

Ankieta z mieszkańcami Jasła i okolic oraz pracodawcami, przedsiębiorcami i przedstawicielami instytucji turystyki / sportu / rekreacji / kultury

Indywidualne wywiady pogłębione z przedstawicielami instytucji turystyki / sportu / rekreacji / kultury





Wnioski z diagnozy

Jasło ma bogatą ofertę spędzania czasu wolnego. Oferta ta jednak nie pokrywa całego spektrum potencjalnych odbiorców.

Najpopularniejszym źródłem informacji o ofercie pozostaje Internet. Lokalne media (radio, tv, prasa) nie stanowią kluczowego źródła informacji o ofercie.

Nieprzebijanie się lokalnej informacji przez szum informacyjny generowany przez media o globalnym zasięgu i znacznie większym budżecie marketingowym.

Brak skoordynowanych działań promocyjnych, prowadzenia odrębnej polityki i praktyki informacyjnej przez poszczególne jednostki świadczące usługi.

Brak wystarczającej wiedzy o potrzebach i relatywnie niski wpływ społeczności na ofertę lokalnego sektora czasu wolnego.

Nie istnieje wspólny dla wszystkich instytucji i organizacji w mieście system monitorowania jakości usług i satysfakcji odbiorców/klientów.

Cele ogólne i cele strategiczne

Zbyt mała liczba imprez sportowych i koncertów, nie wykorzystuje się potencjału artystycznego i zaangażowania lokalnych artystów.

Na terenie miasta znajduje się zbyt mało terenów zielonych.

Aktywność fizyczna jest najbardziej popularną formą spędzania czasu wolnego.

Miasto ma stosunkowo ubogą bazę zabytków, a te które posiada, nie są na tyle wyjątkowe, żeby przyciągać turystów.

Miasto nie wykorzystuje w pełni swojego potencjału lokalizacyjnego, szczególnie położenia w sąsiedztwie niezwykle atrakcyjnego Beskidu Niskiego, jak również położenia w sąsiedztwie trzech rzek.

Niedopasowanie działań i zajęć cyklicznych do potencjału nastolatków i młodych dorosłych. Zogniskowanie oferty na dzieciach, całych rodzinach oraz seniorach.

Działania władz samorządowych postrzegane są za opieszale i populistyczne – zapowiedzi nie przekładają się na realne czyny mające korzystny wpływ na rozwój miasta.

Baza infrastrukturalna instytucji szeroko rozumianej kultury jest dobra.

Ogólnie infrastruktura czasu wolnego jest nieźle rozwinięta i nie należy podejmować przez jakiś czas nowych inwestycji – należy skupić się na utrzymaniu sprawności już posiadanego zaplecza infrastrukturalnego.

Koncerty czy warsztaty organizowane dla grup szkolnych, w godzinach nauki szkolnej, nie są ofertą czasu wolnego.

Niewystarczająca popularyzacja enoturystyki w regionie.

Godziny otwarcia kluczowych obiektów kulturalnych i turystycznych nie są dostosowane do potrzeb odbiorców. Czas wolny w przypadku seniorów oznacza inne pory dnia niż dla pozostałych grup.

Młodzi potrzebują przestrzeni w mieście, gdzie będą mogli bezpiecznie spotykać się, bez bezpośredniego nadzoru dorosłych i spędzać ze sobą czas.



Cele i kierunki działań

OBSZAR: KOMUNIKACJA, PARTYCYPACJA



Cel: Usprawnienie komunikacji społecznej w obszarze zagospodarowania czasu wolnego

- Promocja i popularyzowanie oferty
- Zwiększenie wpływu mieszkańców na funkcjonowanie przemysłu czasu wolnego i jego ofertę

OBSZAR: SPORT, REKREACJA

Cel: Zapewnienie warunków do aktywnego spędzania czasu wolnego poprzez bezpośrednio uprawianie sportu, jak i towarzyszenie osobom uprawiającym sport

- Wspieranie już istniejących w mieście dyscyplin sportowych
- Budowanie i wzmacnianie środowiska kibiców i sympatyków istniejących w mieście dyscyplin sportowych
- Utrzymywanie wysokiej sprawności technicznej i funkcjonalnej posiadanych obiektów sportowych
- Realizacja już zaplanowanych inwestycji w infrastrukturę sportową

Cel: Zapewnienie warunków do aktywnego spędzania czasu wolnego, poprzez rekreację

- Udostępnianie zaplecza sportowego na potrzeby rekreacji ruchowej – łączenie funkcji obiektów dla ich pełniejszego wykorzystania
- Animacja i wspieranie rekreacji ruchowej
- Rozwój infrastruktury plenerowej

OBSZAR: KULTURA

Cel: Wysoki poziom oferty czasu wolnego w obszarze kultury w mieście i jej różnorodność

Cel: Rozwijanie oferty

Cel: Tworzenie przestrzeni do rozwoju dla lokalnych artystów

OBSZAR: MŁODZIEŻ

Cel: Szersze niż dotychczas uwzględnienie w ofercie czasu wolnego młodzieży szkół ponadpodstawowych i młodych dorosłych

Cel: Oddanie do dyspozycji młodzieży przestrzeni, w której „nic się nie dzieje” na „niezorganizowane” spotkania

Cel: Wykorzystanie zdolności młodych ludzi do samodzielnego konstruowania oferty czasu wolnego w oparciu o zasoby będące w dyspozycji instytucji miejskich i przy wsparciu ze strony tych instytucji

OBSZAR: ATRAKCYJNOŚĆ TURYSTYCZNA JASŁA

Cel: Rozwój oferty turystycznej

- Rozwój enoturystyki
- Promowanie Jasła jako bramy i bazy do zwiedzania Beskidu Niskiego
- Pełniejsze wykorzystanie potencjału przyrodniczego i kulturowego Jasła
- Pełniejsze wykorzystanie potencjału społecznego miasta – osób, które dziś nie są mieszkańcami miasta, ale są z nim w różny sposób związane (urodziły się tutaj, wychowały, edukowały, rozpoczynały swoją karierę)



Przykładowe
rekomendacje

Zmiana lokalizacji części imprez – w innym miejscu niż rynek.

Szersza partycypacja mieszkańców w budowaniu oferty czasu wolnego.

Prowadzenie badań dotyczących jakości oferty spędzania czasu wolnego oraz potrzeb mieszkańców.

Rozwój infrastruktury rowerowej (ścieżki rowerowe, stojaki, wiaty, popularyzacja szlaków rowerowych).

Utworzenie szlaków kulturowo-historycznych czy ścieżek ekologiczno-rekreacyjnych.

Skuteczniejsze pozyskiwanie dofinansowań przez instytucje publiczne oraz zorganizowanie forum współpracy w tym zakresie.

Wprowadzenie do terminarza wydarzeń kulturalnych cyklicznej imprezy np. muzycznej, która byłaby kojarzona z Jasłem.

Zagospodarowanie terenów wzdłuż rzek i wałów pod rekreację i odpoczynek.

Uroczystości państwowe – zastąpienie tradycyjnego ceremoniału innymi działaniami, które bardziej będą budować wspólnotę.



Instrumenty
monitorowania
efektywności,
skuteczności, jakości
działań oraz
satysfakcji
odbiorców

Ankietyzacja / zbieranie opinii za pomocą przygotowanych narzędzi – regularne ankiety wśród odbiorców, dotyczące ich doświadczenia, oczekiwania i poziomu satysfakcji.

Analiza dostępnych danych – np. liczba uczestników, liczba sprzedanych biletów, czas spędzony na zajęciach czy wydarzeniach, oceny i opinie otrzymane w mediach społecznościowych, a także dane finansowe.

Badania rynku – np. analiza konkurencji, wywiady z potencjalnymi klientami, badania grupowe i inne techniki badawcze.

Obserwacja i ocena – obserwacja działań i reakcji odbiorców, ocena jakości wydarzeń, interakcji z personelem, organizacji zajęć czy wydarzeń, jakości wykonania itp.

Współpraca z partnerami – zlecenie zewnętrznych audytów czy przeglądów programów i działań, a także konsultacje z ekspertami w celu poprawy jakości i skuteczności dotychczasowej działalności.

Opracowanie

KREATUS 

Kreatus sp. z o.o.

11 Listopada 60-62, 43-300 Bielsko-Biała

33 300 34 80, biuro@kreatus.eu, www.kreatus.eu

Rewitalizacja, Strategie, Ewaluacja, Zarządzanie projektami

