

# POLITYKA TURYSTYCZNA WOJEWÓDZTWA LUBELSKIEGO REALIZOWANA PRZEZ URZĄD MARSZAŁKOWSKI

AGATA KOBYLKA<sup>1</sup>, ANNA MAZUREK-KUSIAK<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie  
e-mail: agata.kobylka@gmail.com

<sup>2</sup> Uniwersytet Przyrodniczy w Lublinie  
e-mail: anna.mazurek@up.lublin.pl

KODY JEL

M48, H76, H79

SŁOWA KLUCZOWE

polityka turystyczna, województwo lubelskie, region, rozwój

STRESZCZENIE

Celem opracowania była charakterystyka polityki turystycznej województwa lubelskiego, którą realizuje Urząd Marszałkowski. W pracy zastosowano metodę analizy źródeł wtórnych (*desk research*) oraz metodę monograficzną. Województwo lubelskie ma kilka strategii, w których jednym z istotnych elementów jest sektor turystyki. W niedługim czasie zostanie również wydany poświęcony wyłącznie turystyce „Program rozwoju turystyki w województwie lubelskim do 2020 roku z perspektywą do 2030 r.” Departamenty w Urzędzie Marszałkowskim od kilku lat dbają o kształtowanie pozytywnego wizerunku i promocję regionu na rynku polskim i międzynarodowym, a tym samym zachęcenie turystów do jego odwiedzania. W strategiach pojawia się dużo zadań związanych ze zwiększaniem atrakcyjności turystycznej badanego regionu, modernizacją zagospodarowania turystycznego i dbałością o środowisko, walory przyrodnicze i antropogeniczne. Część działań zwiększających konkurencyjność województwa będzie można poczynić dzięki dostępnym dla województwa nowym programom unijnym.

## Wprowadzenie

Według Alejsiaka (2009, s. 44) polityka turystyczna to „różnorodne działania podejmowane przez ośrodki decyzyjne odpowiedzialne za rozwój turystyki na danym terenie, które mają doprowadzić do osiągnięcia zamierzonych celów za pomocą odpowiednio dobranych środków”. Wyróżnianych jest pięć instrumentów polityki turystycznej: prawne, ekonomiczne, administracyj-

ne, organizacyjne i informacyjne (Panasiuk, 2009, s. 141). Może być ona realizowana na różnych szczeblach władzy. Na szczeblu regionalnym realizują ją marszałkowie województw i sejmiki wojewódzkie (Panasiuk, 2011, s. 305–306, 308).

Głównym zadaniem województwa jest prowadzenie polityki rozwoju regionalnego (Stec, 1998, s. 11; art. 2 i 3 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju) poprzez diagnozę obecnego stanu, a następnie opracowanie programów i strategii rozwoju regionu, działania w zakresie ochrony środowiska i zagospodarowania przestrzennego, zwiększanie atrakcyjności regionu, jego promocję, wzmocnienie instytucji oświatowych i badań naukowych, działania restrukturyzacyjne, inicjacyjne, organizacyjne, szkoleniowe, pomoc finansową, mobilizację społeczeństwa, zarządzanie regionalnymi przedsiębiorstwami (Gilowska, Gorzalak, Jałowiecki, Sobczak, 1998, s. 48–54). Organy władzy publicznej poprzez świadome i celowe działania powinny dążyć do optymalnego wykorzystania zasobów, jakie posiada region, co ma w efekcie prowadzić do osiągnięcia długotrwałego wzrostu gospodarczego (Naruszewicz, 2005, s. 21; Gorzelak, 1998, s. 15), jak również zniwelować dysproporcje w rozwoju społeczno-gospodarczym (Filipiak, Kogut, Szewczuk, Zioła, 2005, s. 363; Sługocki, 2004, s. 21) i terytorialnym. Zmniejszenie tych dysproporcji oznacza harmonijny i trwały rozwój, a także większą spójność w wymienionych powyżej płaszczyznach (Grewiński, 2006, s. 13).

Aby polityka regionalna była skuteczna, wymaga odpowiednich instrumentów finansowych i prawnych (Jeżewski, 2002, s. 289). Jednym z najważniejszych instrumentów polityki regionalnej są regionalne strategie rozwojowe (Waldziński, 2005, s. 172), projektowane dla długiego horyzontu czasowego (Gorzelak, 1998, s. 20). Stasiak i Rochmińska (2011, s. 39) są zdania, że aby nastąpił rozwój turystyczny województw, konieczne jest opracowanie i wdrożenie mających kompleksowy charakter regionalnych strategii rozwoju turystyki. Na poprawę sytuacji w regionie wpływają nie tylko środki pochodzące z UE. Ważne w rozwiązaniu problemów, z którymi borykają się województwa, są również środki publiczne i sposób ich wydatkowania (Sekuła, 2008, s. 357).

Konkurencyjność w rozwoju regionalnym oznacza „zdolność regionów do przystosowywania się do zmieniających się warunków, pod kątem utrzymania lub poprawy pozycji w toczącym się między regionami współzawodnictwie”. Czynniki wymienione na rysunku 1 mają wpływ na kształtowanie tejże konkurencyjności (Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej, 2004, s. 53), a także na możliwość tworzenia oferty, która znajdzie odbiorców również na rynkach międzynarodowych (Sokołowicz, 2008, s. 10).

Województwo lubelskie jest zaliczane do najbiedniejszych i najbardziej zapóźnionych regionów w Europie. Podstawowym celem samorządu województwa jest więc zmiana tego niekorzystnego wizerunku i umieszczenie badanego regionu bliżej stabilnego środka polskich i europejskich regionów. Szansę taką daje rozsądna polityka rozwojowa, w tym również turystyczna, wykorzystanie posiadanych atutów w regionie i unijnych funduszy (<http://www.lubelskie.pl/index.php?pid=951>), a szczególnie programu Polska Wschodnia (budżet: 2 mld euro) i Regionalnego Programu Operacyjnego dla województwa lubelskiego (budżet: 2,2 mld euro) (<http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/wszystkie-serwisy-programow/>).



Rysunek 1. Czynniki wpływające na proces rozwoju regionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie Huczek, 2010, s. 376; Sokołowicz, 2008, s. 10–22.

## Cel, materiał i metody badawcze

Głównym celem opracowania była charakterystyka polityki turystycznej województwa lubelskiego, którą realizuje Urząd Marszałkowski. W pracy zastosowano metodę analizy źródeł wtórnych (*desk research*) oraz metodę monograficzną (przegląd literatury tematycznej). Analizowano dane jakościowe pochodzące ze strony internetowej urzędu i BIP urzędu, m.in. wiele dokumentów strategicznych i planistycznych, strategię i programy rozwoju województwa lubelskiego, strukturę organizacyjną Urzędu Marszałkowskiego, uchwały zarządu województwa lubelskiego, regulamin organizacyjny UMWL. Badania przeprowadzono od listopada 2016 r. do stycznia 2017 r.

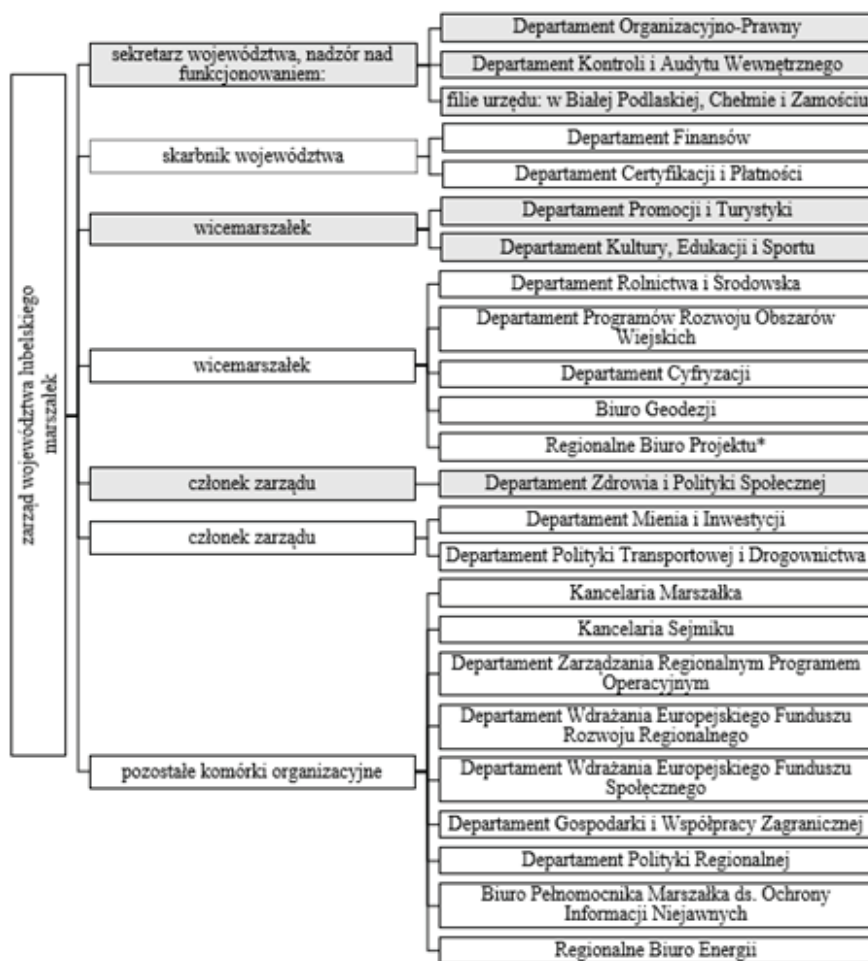
## Wyniki badań

### A. Komórki organizacyjne w Urzędzie Marszałkowskim biorące udział w kreowaniu regionalnej polityki turystycznej

W skład struktury organizacyjnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego wchodzi dwie kancelarie, cztery biura oraz 17 departamentów. Urząd ma również trzy podlegające mu filie. Poszczególne komórki i sprawujące nad nimi nadzór osoby przedstawiono na rysunku 2.

Największy wpływ na kreowanie regionalnej polityki turystycznej województwa mają trzy departamenty: polityki regionalnej, promocji i turystyki oraz kultury, edukacji i sportu. Każdy z nich odpowiada za inny obszar, począwszy od opracowywania strategicznych planów i dokumentów, poprzez realizację zadań związanych z rozwojem sektora, dbałością o zagospodarowanie i walory turystyczne, aż po zachęcanie turystów do przybycia do województwa lubelskiego. Tylko

przemysłany podział obowiązków i współpraca pomiędzy komórkami może zapewnić sprawną realizację turystycznej polityki regionalnej.



Rysunek 2. Schemat wewnętrznej struktury organizacyjnej Urzędu Marszałkowskiego w Lublinie

\* „Pilotażowy system gospodarowania odpadami azbestowymi na terenie województwa lubelskiego wzmocniony sprawnym monitoringiem ilości oraz kontroli ich usuwania i unieszkodliwiania”

Źródło: opracowanie własne na podstawie: załącznika do Uchwały nr CXVI/2436/2016 Zarządu Województwa Lubelskiego z dnia 19 lipca 2016 r.; załącznika do Uchwały nr CXLII/2922/2016 Zarządu Województwa Lubelskiego z dnia 24 listopada 2016 r. (Regulamin Organizacyjny Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego w Lublinie).

## B. Regionalna polityka turystyczna w dokumentach strategicznych, planistycznych i programowych Departamentu Polityki Regionalnej

Nadrzędnymi i kompleksowymi instrumentami służącymi do zarządzania rozwojem obszaru i podstawą długookresowej polityki społeczno-gospodarczej są strategie (Kosidowski, Potoczek,

2001). Wyznaczane są w nich cele, kierunki, sposoby i etapy działania oraz zasady i warunki osiągnięcia wyznaczonych celów (Wysocka, Koziński, 2000). Oddział Programowania odpowiada za opracowanie i aktualizację strategii województwa lubelskiego, ma również swój udział w opracowywaniu, konsultowaniu i realizacji sektorowych strategii i programów rozwoju (regulamin organizacyjny UMWL, s. 59).

Strategie i programy rozwoju turystycznego mają za zadanie kształtowanie regionalnej i lokalnej polityki turystycznej (Milewski, 2006, s. 199). Według raportu „Strategie rozwoju turystyki w Polsce – województwa i miasta do 200 tys. mieszkańców” (Rochmińska, Stasiak, 2011, s. 8, 15) w 2011 r. spośród 16 województw tylko lubelskie i kujawsko-pomorskie nie posiadały programu lub strategii rozwoju turystyki. Drugie województwo było w trakcie opracowywania „Programu rozwoju turystyki w województwie kujawsko-pomorskim do roku 2020”. Natomiast lubelskie miało opracowany „Audyt turystyczny województwa lubelskiego” (PART, 2008) i przyjętą uchwałą nr CLXVIII/1984/08 z dnia 7.11.2008 r. „Koncepcję programowo-przestrzenną rozwoju turystyki i rekreacji w województwie lubelskim”. Dopiero kilka lat później przystąpiono do kolejnych prac. Pierwszym krokiem do opracowania „Programu rozwoju turystyki w województwie lubelskim do 2020 roku z perspektywą do 2030 r.” było opublikowanie 31.12.2015 r. aktualnego „Audytu turystycznego województwa lubelskiego”. Odbyło się również kilka spotkań konsultacyjno-warsztatowych, m.in. z ROT-em i LOT-ami. Obecnie konsorcjum firm Synergia z Lublina i Bluehill z Warszawy opracowuje ostateczną wersję dokumentu (<http://ttg.com.pl/program-rozwoju-turystyki-w-wojewodztwie-lubelskim/>).

**Tabela 1.** Częstotliwość pojawiania się słowa „turystyka” w strategiach województwa lubelskiego

Strategia (data utworzenia)	Pojawienie się słowa „turystyka”	Średnia liczba słów na stronę strategii
Strategia rozwoju województwa lubelskiego na lata 2014–2020 (z perspektywą do 2030 r.) (24.06.2013)	66	0,46
Strategia współpracy transgranicznej województwa lubelskiego, obwodu lwowskiego, obwodu wołyńskiego i obwodu brzeskiego na lata 2014-2020 (30.04.2014)	38	0,36
Regionalna strategia innowacji województwa lubelskiego do 2020 roku + dwa załączniki (31.10.2014)	15	0,10
Strategia samorządu województwa lubelskiego dla podległych podmiotów leczniczych na lata 2012–2016 (26.06.2012)	2	0,01
Strategia polityki społecznej województwa lubelskiego na lata 2014–2020 (20.12.2013)	0	–

Źródło: opracowanie własne na podstawie BIP UMWL w Lublinie, zakładka „Programy, plany, strategie” (<https://umwl.bip.lubelskie.pl/index.php?id=564>).

W województwie lubelskim obowiązuje pięć strategii, z czego tylko w jednej nie ma wzmianki o turystyce. W trzech pierwszych strategiach wymienionych w tabeli 1 często pojawiają się słowa kluczowe zawierające człon „turysty-”. Świadczy to o dostrzeżeniu przez Urząd Marszałkowski

roli tego sektora w rozwoju regionu, ale też dostrzeżenie obszarów problemowych z nią związanych, nad którymi do roku 2020 należy pracować.

Spełnienie założeń *Strategii rozwoju województwa lubelskiego na lata 2014–2020 (z perspektywą do 2030 roku)* przyczyni się do przebiegu kilku procesów rozwojowych w omawianym regionie. Będzie to również „Poprawa jakości bazy turystycznej, lepsza ogólnokrajowa i międzynarodowa promocja produktów (nie zaś tylko «walorów») turystycznych regionu – czemu będzie towarzyszyć poprawa skomunikowania regionu z otoczeniem – stanie się jednym z czynników rozwoju turystyki, w tym wysoko dochodowej turystyki biznesowej, uzdrowskiej, leczniczej i turystyki wyspecjalizowanej – stając się ważnym czynnikiem wzrostu gospodarczego i źródłem dochodów dla mieszkańców” (Niklewicz, 2014, s. 38). Obszary Strategicznej Interwencji (OSI) stanowią przestrzenne odzwierciedlenie potencjałów, jak również wyznacznik obszarów problemowych o znaczeniu priorytetowym dla samorządu województwa (*Strategia rozwoju województwa lubelskiego...*, 2013, s. 79). Spośród siedmiu OSI aż w sześciu interwencje dotyczą zadań, które pośrednio lub bezpośrednio wiążą się z rozwojem turystyki w regionie (tab. 2).

**Tabela 2.** Zadania związane z turystyką na Obszarach Strategicznej Interwencji (OSI)

Obszar Strategicznej Interwencji	Interwencje
Lubelski Obszar Metropolitalny	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zwiększenie dostępności komunikacyjnej:               <ul style="list-style-type: none"> <li>a) zewnętrznej kolejowej i drogowej,</li> <li>b) wewnątrzregionalnej stolicy regionu z innymi miastami w województwie</li> </ul> </li> <li>– rozwój instytucji kultury, rewitalizacja, działania mające na celu ochronę środowiska</li> <li>– rozwój i promocja turystyki</li> </ul>
Miasta subregionalne (obszary funkcjonalne miast: Biała Podlaska, Chełm, Puławy, Zamość)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– wzmocnienie wewnętrznych funkcji ponadlokalnych, np. turystycznych, kulturalnych, usługowych</li> <li>– rozwój transportu miejskiego</li> <li>– współpraca transgraniczna, rewitalizacja obszaru</li> </ul>
Obszary przygraniczne (powiaty bezpośrednio sąsiadujące z granicą)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– utworzenie przejść granicznych sezonowych (tzw. turystycznych) z dopuszczeniem ruchu pieszego</li> <li>– wspieranie przedsiębiorczości, zasobów ludzkich</li> </ul>
Obszary gospodarczego wykorzystania walorów przyrodniczych i kulturowych (obszary funkcjonalne: Polesie, Powiśle, roztoczańsko-puszczańskie, obszary o rozpoznanych walorach uzdrowskich)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– wykorzystanie potencjału obszarów</li> <li>– określenie charakteru i natężenia funkcji turystycznej</li> <li>– aktywna ochrona zasobów przyrody i dziedzictwa kulturowego</li> <li>– zwiększenie atrakcyjności bazy noclegowej i towarzyszącej</li> <li>– rozwój infrastruktury transportowej</li> <li>– poprawa warunków fitosanitarnych</li> <li>– wsparcie przedsiębiorczości i zasobów ludzkich</li> </ul>
Obszary potencjalnej eksploatacji złóż kopalin (zagłębie energetyczno-górnictwa Łęczna-Chełm)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– rekultywacja terenów poeksploatacyjnych na funkcję o znaczeniu regionalnym, m.in. rekreacja, sport, turystyka</li> </ul>
Obszary ochrony i kształtowania zasobów wodnych (doliny rzek: Wisły, Bugu, Wieprza, obszary oddziaływania kanału Wieprz-Krzna)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zrównoważony rozwój funkcji ochronnych i gospodarczych (w tym turystycznych)</li> </ul>

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Strategia rozwoju województwa lubelskiego...*, 2013, s. 79–83.

Głównymi celami i kierunkami współpracy transgranicznej w dziedzinach działań strategicznych jest współpraca gospodarcza, wykorzystanie potencjału turystycznego, kulturowego, naukowego, społeczno-demograficznego, infrastrukturalnego i ekologicznego oraz poprawa dostępności komunikacyjnej (*Strategia współpracy transgranicznej...*, 2014, s. 1, 14–79). Szansą w analizie SWOT dla Kolejowego Szpitala Uzdrowskiego SP ZOZ w Nałęczowie jest turystyka medyczna dla obywateli Polski i UE (*Strategia samorządu województwa lubelskiego...*, 2012, s. 98). W Regionalnej strategii innowacji województwa lubelskiego do 2020 r. (2014, s. 23) podkreślono, że jedną z zakorzenionych w Polsce Wschodniej specjalizacji jest właśnie turystyka. Sprzyja to konsolidacji aktywów terytorialnych i jest punktem wyjścia do budowy ponadregionalnych specjalizacji rozwojowych.

Oddział Analiz w Departamencie Polityki Regionalnej odpowiada za monitorowanie i realizację strategii rozwoju oraz wykorzystywania środków publicznych. Za przygotowanie i aktualizację dokumentów związanych z zagospodarowaniem przestrzennym województwa i poszczególnych gmin odpowiada Oddział Planowania Przestrzennego. Plan zagospodarowania, studia uwarunkowań i kierunków zagospodarowania wskazują obszary, na których może rozwijać się funkcja turystyczna (Regulamin organizacyjny UMWL, s. 59–60). Aktualny plan zagospodarowania przestrzennego województwa lubelskiego (PZPWL) uchwalono 30.11.2015 r. Jeden z podpunktów „Kierunków rozwoju przestrzennego” dotyczy turystyki. Poświęcono jej także załącznik „Rysunek 11. Gospodarka. Turystyka”. PZPWL zakłada rozwój różnych form turystyki z wykorzystaniem kulturowych i przyrodniczych walorów oraz zagospodarowania turystycznego. Aby stymulować rozwój turystyki, należy po pierwsze odciążać tereny przeinwestowane turystycznie, a z drugiej strony wykreować nowe obszary turystyczne. W planie określone są działania mające na celu wzbogacenie atrakcyjności obszarów turystycznych oraz udostępnienie obszarów o walorach turystycznych. Wskazano również przestrzenne warunki realizacji regionalnej polityki rozwoju w sektorze turystyki i rekomendacje dla podmiotów, które realizują politykę przestrzenną w regionie (Załącznik nr 1 do uchwały nr XI/162/2015 Sejmiku Województwa Lubelskiego z dnia 30.10.2015 r., s. 91–97).

### C. Departament Promocji i Turystyki

Organem „wykonawczym” są cztery oddziały Departamentu Promocji i Turystyki, w których pracują łącznie 32 osoby (tab. 3). Za przydzielanie zadań i kontrolowanie realizacji odpowiadają dyrektor i jego zastępca. Oddział Turystyki odpowiada głównie za podmioty, które świadczą usługi turystyczne, i za produkty turystyczne. Pozostałe oddziały odpowiadają za realizację zadań, które są związane z promocją województwa lubelskiego w kraju i za granicą z wykorzystaniem

tradycyjnych i innowacyjnych metod i technik promocyjnych. Odpowiadają za merytoryczne, graficzne, redakcyjne i edytorskie opracowanie materiałów promocyjnych<sup>1</sup>, a następnie ich dystrybucję. Oddziały organizują corocznie własne przedsięwzięcia promocyjne (<http://www.lubelskie.pl/index.php?pid=303>):

- konkursy: na najpopularniejsze miejscowości turystyczne i nowe produkty turystyczne „Perły i perełki”, Ambasadora Województwa Lubelskiego, najlepszą potrawę regionalną „Lubelskie smaki”, najlepszą fotografię ukazującą Lubelszczyznę,
- imprezę „Otwarcie sezonu kajakowego”, mającą na celu promocję spływów kajakowych po rzekach w regionie,
- imprezę rekreacyjno-turystyczną „Parada Rowerowa”, która ma za zadanie promować walory turystyczne województwa i szlaki rowerowe,
- konferencję promocyjną, podczas której przedstawicielom powiatów, gmin, ośrodków informacji turystycznej, placówek kultury i organizacji pozarządowych prezentowane są główne kierunki strategii promocji regionu.

Oddziały promują województwo również podczas imprez o zasięgu ogólnokrajowym (m.in. Festiwalu Filmu i Sztuki „Dwa Brzegi”, Letniej Akademii Filmowej w Zwierzyńcu, „Dni Dobrosąsiedztwa”) i międzynarodowym (m.in. Scandia MTB, Pride of Poland, Festiwalu Teatrów „Sąsiedzi”, Międzynarodowych Zawodów Balonowych w Nałęczowie) (<http://www.lubelskie.pl/index.php?pid=303>). Departament uczestniczy w targach turystycznych, których celem jest promocja i tworzenie pozytywnego wizerunku w dziedzinie turystyki poprzez udzielanie informacji o walorach, atrakcjach i zagospodarowaniu turystycznym. Wystawia swoje stoisko na targach krajowych (m.in. Targach Regionów Turystycznych „Na styku kultur” w Łodzi, Targach Turystyki i Wypoczynku „Lato” w Warszawie, Międzynarodowych Targach Turystycznych, SPA, Sprzętu Turystycznego i Żeglarskiego GLOBalnie w Katowicach) i międzynarodowych (m.in. największych europejskich ITB Berlin, EXPO w Mediolanie czy JANTUR w Kaliningradzie) (<http://www.lubelskie.pl/index.php?pid=1150>).

<sup>1</sup> Wydawnictwa turystyczne dotyczące całego województwa lubelskiego są dostępne na stronie [www.lubelskie.pl](http://www.lubelskie.pl) w zakładce „Turystyka” i „Promocja regionu” → „Materiały promocyjne” oraz/lub w ośrodkach informacji turystycznej na terenie województwa (22). Część wydawnictw będących bardzo dobrze przygotowaną bazą danych (nazwy, adresy, numery telefonu, e-maile, strony WWW) występuje w polskiej i angielskiej wersji językowej:

- *Smak lubelskiej wsi. Informator agroturystyczny* (144 s.),
- *Województwo lubelskie. Informator turystyczny* (214 s.),
- *Rowerem przez lubelskie. Informator turystyczny* (76 s.), *Rowerem przez lubelskie. Szlaki regionalne* (161 s.), *Cycling around the Lubelskie Region. Cycling guide book* (76 s.),
- *Lubelskie atrakcje turystyczne. Informator turystyczny* (200 s.), *Tourist attractions of the Lubelskie Region. Tourist guide* (210 s.),
- *Smak rodzinnych wypraw. Informator turystyczny* (72 s.),
- *Accommodation* (204 s.),
- *Województwo lubelskie. Mapa turystyczna 1 : 300 000*,
- *Województwo lubelskie. Parki krajobrazowe i inne formy ochrony przyrody 1 : 300 000*.

Wydawane są również tematyczne przewodniki i mapy turystyczne dotyczące wybranego podregionu, np. *Kajakiem po Bugu. Przewodnik turystyczny* (131 s.), *Kayaking along the Bug river. Tourist guide* (138 s.), *Pojezierze Łęczyńsko-Włodawskie. Mapa turystyczna 1 : 100 000*.



Jednym z ważnych zadań departamentu w ostatnich latach było opracowanie i wdrożenie Systemu Identyfikacji Wizualnej Województwa Lubelskiego, który ma za zadanie budować kojarzony i łatwo rozpoznawalny przez odbiorców obraz badanego regionu. Podstawowym elementem, który ma odzwierciedlać różnorodność województwa, jest „elka”, czyli awatar, który ma kształt litery L i zmienia swoje wnętrze (monochromatyczna wersja podstawowa, elki aktywne, ecoelki i elki kulturalne). Logotyp regionu istniejący w siedmiu podstawowych układach składa się z „elki”, napisu „Lubelskie” i hasła „Smakuj życie!” (<http://www.lubelskie.pl/index.php?pid=2130>). Szczegółowe zasady systemu zostały przedstawione w *Podręczniku systemu identyfikacji wizualnej województwa lubelskiego*<sup>2</sup>. Województwo przeprowadziło kilka kampanii bilbordowych (m.in. „LUB Lubelskie” – 500 citylightów i 500 wielkoformatowych bilbordów w 2014 r. zawisło w największych polskich miastach, 723 tys. zł; 890 bilbordów „Lubelskie. Smakuj życie” rozmieszczono w całej Polsce) oraz telewizyjnych i radiowych kampanii wizerunkowych (45-sekundowy spot „Lubelskie – Na chwilę lub na dłużej”; 30-sekundowy spot „Smaki Lubelszczyzny”; 9-sekundowy spot „Lubelskie. Smakuj życie”; 45-sekundowy spot „Lubelskie – Chwilo trwaj”) (<http://www.lubelskie.pl/index.php?pid=441>). Oddziały współpracują z Regionalną Organizacją Turystyczną i innymi organizacjami pozarządowymi, a także przedsiębiorcami. W tabeli 3 przedstawiono najważniejsze zadania, jakie powierzone zostały departamentowi.

**Tabela 3.** Oddziały w Departamencie Promocji i Turystyki i ich zadania związane z turystyką i promocją regionu

Pracownicy – stanowisko	Obowiązki
1	2
<b>TURYSTYKI</b>	
1) kierownik oddziału	– koordynacja zadań związanych z turystyką
2) główny specjalista ds. kontroli podmiotów świadczących usługi turystyczne	– kategoryzacja obiektów hotelarskich
3) główny specjalista ds. organizatorów turystyki	– wpisy do rejestru działalności regulowanej organizatorów i pośredników turystycznych
4) główny specjalista ds. turystyki (×2)	– kontrola podmiotów świadczących usługi turystyczne
5) starszy specjalista ds. kategoryzacji obiektów hotelarskich	– pozyskiwanie pozabudżetowych środków finansowych na rozwój turystyki
6) starszy specjalista ds. promocji turystycznej	– promocja turystyczna
	– współpraca z organizacjami pozarządowymi
	– zarządzanie produktem „Wschodni Szlak Rowerowy Green Velo”
<b>PROMOCJI WOJEWÓDZTWA</b>	
1) kierownik oddziału	– materiały reklamowe i brandingowe (zamawianie, wydawanie, dystrybucja, prowadzenie ewidencji magazynowej, nadzór nad prawidłową eksploatacją)
2) główny specjalista ds. promocji (×3)	– opracowywanie i redagowanie tekstów oraz materiałów o charakterze promocyjnym
3) starszy specjalista ds. promocji	– promocja osób, firm, instytucji wnoszących istotny wkład w promocję regionu
4) podinspektor ds. promocji	– organizowanie imprez promocyjnych: regionalnych, krajowych i międzynarodowych
5) inspektor ds. promocji	– przygotowywanie i koordynacja udziału w krajowych i zagranicznych imprezach wystawienniczo-targowych
6) starszy specjalista ds. materiałów reklamowych	– prowadzenie spraw związanych z ewaluacją Systemu Identyfikacji Wizualnej Województwa Lubelskiego
7) inspektor ds. materiałów promocyjnych	– wdrażanie strategii promocji województwa
	– współpraca podczas redakcji innych strategicznych dokumentów ważnych dla promocji regionu
	– współpraca z JST, firmami, organizacjami pozarządowymi

<sup>2</sup> Dostępny: [http://www.lubelskie.pl/img/userfiles/files/PDF/promocja/Lubelskie\\_ci\\_screen.pdf](http://www.lubelskie.pl/img/userfiles/files/PDF/promocja/Lubelskie_ci_screen.pdf).

1	2
<b>PROJEKTÓW PROMOCYJNYCH</b>	
1) kierownik oddziału	Biuro Marki Regionalnej „Lubelskie”
2) główny specjalista ds. marki regionalnej	– identyfikacja i pozyskiwanie środków finansowych na działania dedykowane marce
3) starszy specjalista ds. marki regionalnej	– realizacja projektów
4) podinspektor ds. obsługi centrum (×2)	– współpraca z przedsiębiorcami i instytucjami otoczenia biznesu w zakresie tworzenia, wdrażania i promocji regionalnej marki Centrum Promocji Województwa Lubelskiego
	– promowanie walorów regionu: prezentowanie oferty turystycznej, kulturalnej i kulinarnej
	– organizowanie prezentacji multimedialnych, wydarzeń
<b>PUBLIC RELATIONS</b>	
1) kierownik oddziału	– opracowywanie wydawnictw i materiałów o charakterze promocyjno-informacyjnych, w tym przygotowywanie projektów graficznych
2) inspektor ds. administrowania stronami internetowymi	– redagowanie strony: <a href="http://www.lubelskie.pl">www.lubelskie.pl</a>
3) inspektor ds. grafiki i Systemu Identyfikacji Wizualnej Województwa	– realizacja zadań związanych z promocją i wdrażaniem Systemu Identyfikacji Wizualnej Województwa Lubelskiego (np. opracowywanie wzorów listowników, wizytówek)
4) starszy specjalista ds. redagowania biuletynów	– zadania związane z przygotowaniem imprez promocyjnych i wystawienniczo-targowych
5) inspektor ds. redagowania biuletynów (×2)	
6) starszy specjalista ds. informatyki i marketingu internetowego	
<b>MARKETINGU GOSPODARCZEGO</b>	
1) kierownik oddziału	– podtrzymanie zadań zrealizowanych w ramach projektu „Marketing Gospodarczy Województwa Lubelskiego” działania 2.4 B, RPO WL 2007–2013 i przygotowanie założeń nowego projektu
2) starszy specjalista ds. zamówień publicznych	– realizacja działań związanych z promocją gospodarczą i rozwojem przedsiębiorczości w województwie
3) starszy specjalista ds. marketingu i informacji gospodarczej	– realizacja działań promocyjno-informacyjnych
4) podinspektor ds. promocji	– marketing internetowy – współpraca z ośrodkami targowymi, instytucjami otoczenia biznesu, przedsiębiorcami, ze sferą B+R, parkami naukowo-technologicznymi, uczelniami wyższymi, administracją rządową i samorządową w zakresie promocji

\* Departament Promocji i Turystyki zajmuje się redakcją całego serwisu [www.lubelskie.pl](http://www.lubelskie.pl). Informacje na temat turystyki w regionie znajdziemy w zakładce „Lubelskie” „Turystyka” i w kolejnych podzakładkach: „Opis krajoznawczy”, „Najciekawsze miejsca”, „Atrakcje przyrodnicze”, „Szlaki turystyczne”, „Uzdrowiska” i „Informator turystyczny”. Oprócz tego w zakładce „Kultura” można znaleźć „Kalendarz imprez”, informacje na temat teatrów, muzeów, galerii, filharmonii czy Centrum Spotkania Kultur. Na stronie są również linki przekierowujące na kolejne strony poświęcone turystyce, m.in. Green Velo. Wschodni Szlak Rowerowy, Perły i perełki Lubelszczyzny, Lubelski Związek Stowarzyszeń Agroturystycznych, Lubelskie stoki, LROT, Zamość i Roztocze. LOT, Centrum Promocji i Rozwoju Polesia Zachodniego. Można tu też obejrzeć spoty reklamujące region albo uczestniczyć w wirtualnym spacerze po kilkunastu obszarach lub obiektach na terenie województwa.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych BIP UMWL w Lublinie, zakładka „Struktura organizacyjna”.

#### D. Departament Kultury, Edukacji i Sportu

Walory antropogeniczne, atrakcje kulturalne i baza rekreacyjno-sportowa są, oprócz walorów przyrodniczych, jednymi z ważniejszych magnesów przyciągających na dany teren turystów. Istotna jest więc ich inwentaryzacja, sprawowanie nad nimi opieki, niezbędne remonty, rozbudowa czy modernizacja. Jednym z głównych celów Oddziału Kultury jest ochrona dziedzictwa narodowego, opieka nad zabytkami, rozwój i promowanie kultury i instytucji kultury (np. muzeów, teatrów), wspieranie działań na rzecz ochrony regionalnych i lokalnych zwyczajów, tradycji, sztuki ludowej i rzemiosła. Najważniejszymi zadaniami Oddziału Sportu, mającymi znaczenie dla regionalnej polityki turystycznej, jest opracowywanie i wdrażanie wieloletniego *Programu rozwoju bazy sportowej województwa lubelskiego*, jak też zadania związane z doskonaleniem i szkoleniem kadr kultury fizycznej (Regulamin organizacyjny UMWL, s. 54–55).

## E. Inne departamenty

W Urzędzie Marszałkowskim są również inne oddziały, które w sposób pośredni lub bezpośredni mają wpływ na regionalną politykę turystyczną województwa. Oddział Rozwoju Obszarów Wiejskich w Departamencie Rolnictwa i Środowiska może mieć wpływ na rozwój agroturystyki i turystyki wiejskiej, ponieważ prowadzi działania związane z rozwojem wielofunkcyjnym wsi, wspieraniem rozwoju przedsiębiorczości, tworzeniem pozarolniczych miejsc pracy, ale także inicjowaniem działań związanych z odnową walorów lubelskiej wsi czy też wykorzystywaniem lokalnych zasobów przez mieszkańców. Oddział Centrum Edukacji Ekologicznej i Informacji o Środowisku w tym samym departamencie zajmuje się m.in. edukacją ekologiczną, ale też nadzorem nad parkami krajobrazowymi, co jest szczególnie cenne w turystyce przyrodniczej czy ekoturystyce (Regulamin organizacyjny UMWL, s. 52–53). Jednym z zadań Oddziału Społeczeństwa Informacyjnego i Rozwoju Systemów Informatycznych w Departamencie Cyfryzacji jest współpraca z innymi departamentami w zakresie e-turystyki (Regulamin organizacyjny UMWL, s. 69).

## Podsumowanie

Województwo lubelskie ma kilka strategii, czyli perspektywicznych koncepcji, które określają cele rozwoju i warunki ich osiągnięcia. W większości z nich jednym z istotnych elementów jest sektor turystyki. W niedługim czasie zostanie również wydany poświęcony wyłącznie turystyce „Program rozwoju turystyki w województwie lubelskim do 2020 r. z perspektywą do 2030 r.” Oprócz planowania Urząd Marszałkowski od kilku lat dba o kształtowanie pozytywnego wizerunku województwa lubelskiego na polskiej i zagranicznej arenie oraz promowanie regionalnego potencjału turystycznego, a tym samym zachęcenie turystów do jego odwiedzenia. W strategiach pojawia się dużo zadań związanych ze zwiększaniem atrakcyjności turystycznej badanego regionu, m.in. zwiększeniem liczby obiektów, świadczących usługi turystyczne i rekreacyjne, polepszeniem jakości i modernizacją obecnej bazy, dbałością o środowisko, walory przyrodnicze i antropogeniczne regionu. Część działań zwiększających konkurencyjność województwa będzie możliwa dzięki dostępnym dla województwa programom unijnym.

Na podstawie przeprowadzonej analizy dokumentów strategicznych i rozwojowych badanego regionu można wskazać następujące zalecenia władzom województwa lubelskiego:

- zadbanie o spójną kampanię promocyjną skierowaną do wybranych segmentów turystów (turystyka biznesowa, zdrowotna, weekendowa),
- oznakowanie dróg dojazdowych, zwłaszcza w mniejszych miejscowościach, umieszczenie informacji przy drogach o atrakcjach turystycznych znajdujących się na trasie,
- zmniejszenie biurokracji oraz poprawienie szybkości przepływu informacji pomiędzy poszczególnymi komórkami organizacyjnymi,
- zadbanie o rozwój markowego produktu turystycznego województwa lubelskiego,
- poprawa infrastruktury drogowej oraz turystycznej, zwłaszcza na terenie akwenów i szlaków turystycznych.

## Literatura

- Alejski, W. (2009). Współczesne koncepcje i wybrane modele polityki turystycznej. *Prace Naukowe UE we Wrocławiu. Gospodarka turystyczna w regionie. Przedsiębiorstwo, samorząd, współpraca*, 50, 44.
- Filipiak, B., Kogut, M., Szewczuk, A., Ziola, M. (2005). *Rozwój lokalny i regionalny*. Szczecin: Fundacja na rzecz Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Gilowska, Z., Gorzalak, G., Jałowicki, B., Sobczak, K. (1998). Kierunki polityki regionalnej Polski. *Studia regionalne i lokalne*, 24 (57), 48–54.
- Gorzela, G. (1998). Podstawowe pojęcia polityki regionalnej. W: *Podstawy polityki regionalnej. Reforma administracji publicznej – materiały szkoleniowe – zeszyt 21* (s. 15, 20). Warszawa: Kancelaria Prezesa Rady Ministrów.
- Grewiński, M. (red.). (2006). *Europejski Fundusz Społeczny i Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego – od teorii do praktyki*. Warszawa: Elipsa.
- Huczek, A. (2010). Polityka regionalna jako instrument rozwoju społeczno-gospodarczego polskich regionów. *Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy*, 16, 376.
- Jeżewski, J. (2002). Podstawy prawne planowania rozwoju regionalnego. W: A. Błaś (red.), *Studia nad samorządem terytorialnym*. Kolonia Limited.
- Kosidowski, W., Potoczek, A. (2001). Strategia rozwoju jako instrument podnoszenia konkurencyjności lokalnych jednostek terytorialnych. W: W. Kosidowski (red.), *Strategia i polityka rozwoju lokalnego: na przykładzie Polski północno-wschodniej*. Olecko: Wszechnica Mazurska.
- Milewski, D. (2006). Strategia rozwoju turystyki jako instrument lokalnej i regionalnej polityki turystycznej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego*, 439, *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 6, 199.
- Ministerstwo Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej. (2004). Uzasadnienie do stanowiska Polski w sprawie polityki spójności Unii Europejskiej w latach 2007–2013. W: T. Grosse, *Polska wobec nowej polityki spójności Unii Europejskiej* (s. 53). Warszawa: Instytut Spraw Publicznych.
- Naruszewicz, S. (red.). (2005). *Fundusze strukturalne w polityce regionalnej*. Białystok: Politechnika Białostocka.
- Niklewicz, K. (2014). *Perspektywy rozwoju Lubelszczyzny*. Warszawa: Instytut Obywatelski.
- Panasiuk, A. (2009). Polityka turystyczna. W: B. Meyer, D. Milewski (red.), *Strategie rozwoju turystyki w regionie* (s. 41). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Panasiuk, A. (2011). *Ekonomika turystyki i rekreacji*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Regionalna strategia innowacji województwa lubelskiego do 2020 roku*. (2014). Lublin: Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego w Lublinie.
- Rochmińska, A., Stasiak, A. (2011). Strategie rozwoju turystyki w Polsce. Województwa i miasta do 200 tys. mieszkańców. W: A. Mularczyk (red.), *Dodatek do Wiadomości turystycznych* (s. 4–22).
- Sekula, A. (2008). Polityka regionalna województwa pomorskiego w latach 2007–2013 (na podstawie regionalnego programu operacyjnego). *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Samorząd terytorialny w zintegrowanej Europie*, 489, 357.
- Sługocki, W. (2004). Instrumenty kreowania i prowadzenia polityki regionalnej w Polsce. W: A. Cieśliński, W. Sługocki (red.), *System nadzoru i kontroli nad samorządem terytorialnym w realiach funkcjonowania Polski w strukturach Unii Europejskiej* (s. 21). Zielona Góra–Łagów: Regionalna Izba Obrachunkowa w Zielonej Górze.
- Sokołowicz, M. (2008). W kierunku nowej polityki regionalnej? Rozważania nad przyszłym kształtem polityki regionalnej w Polsce. W: *Polityka spójności – ocena i wyzwania. Materiały z konferencji* (s. 7–22). Warszawa: Ministerstwo Rozwoju Regionalnego.
- Stasiak, A., Rochmińska, A. (2011). Regionalne strategie rozwoju turystyki w Polsce – stan w 2010 roku. W: B. Krakowiak, J. Latońska (red.), *Warsztaty z geografii turystyki. Turystyka polska w latach 1989–2009* (s. 39). Łódź: Uniwersytet Łódzki.
- Stec, M. (1998). Ustrój terytorialnej administracji publicznej w Polsce. W: *Ustrój samorządu terytorialnego w Polsce. Reforma administracji publicznej – materiały szkoleniowe – zeszyt 2* (s. 11). Warszawa: Kancelaria Prezesa.
- Strategia rozwoju województwa lubelskiego na lata 2014–2020 (z perspektywą do 2030 roku)* (2013). Lublin: Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego w Lublinie.
- Ustawa z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz.U. z 2009 r. nr 84, poz. 712 z późn. zm.).

- Waldziński, D. (2005). *Polityka regionalna w Polsce w procesie przemian kulturowo-cywilizacyjnych*. Olsztyn: Wydawnictwo Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego.
- Wysocka, E., Koziański, J. (2000). *Strategia rozwoju regionalnego i lokalnego po reformie administracyjnej państwa*. Warszawa: Difin.
- Załącznik nr 1 do uchwały nr XI/162/2015 Sejmiku Województwa Lubelskiego z dnia 30.10.2015 r. – *Plan zagospodarowania przestrzennego województwa lubelskiego* (2015). Lublin: Zarząd Województwa Lubelskiego.
- Załącznik do uchwały nr CXLII/2922/2016 Zarządu Województwa Lubelskiego z dnia 24.11.2016 r. – *Regulamin organizacyjny Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego w Lublinie*.
- Załącznik do uchwały nr CXVI/2436/2016 Zarządu Województwa Lubelskiego z dnia 19.07.2016 r.
- Załącznik do uchwały nr CXVIII/2256/2012 Zarządu Województwa Lubelskiego z dnia 26.06.2012 r. – *Strategia samorządu województwa lubelskiego dla podległych podmiotów leczniczych na lata 2012–2016* (2012). Lublin.
- Załącznik do uchwały nr XLIV/673/2014 Sejmiku Województwa Lubelskiego z dnia 30.04.2014 r. – *Strategia współpracy transgranicznej województwa lubelskiego, obwodu lwowskiego, obwodu wołyńskiego i obwodu brzeskiego na lata 2014–2020* (2014). Lublin: Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego w Lublinie.
- <http://ttg.com.pl/program-rozwoju-turystyki-w-województwie-lubelskim/>
- <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/wszystkie-serwisy-programow/>
- <http://www.lubelskie.pl/index.php?pid=1150>
- <http://www.lubelskie.pl/index.php?pid=2130>
- <http://www.lubelskie.pl/index.php?pid=303>
- <http://www.lubelskie.pl/index.php?pid=441>
- <http://www.lubelskie.pl/index.php?pid=951>
- <https://umwl.bip.lubelskie.pl/index.php?id=564>

## TOURISM POLICY IMPLEMENTED IN LUBELSKIE VOIVODESHIP BY THE MARSHAL OFFICE

**KEYWORDS** | tourism policy, Lubelskie Voivodeship, region, development

**ABSTRACT** | The aim of the study was characteristic regional tourism in Lubelskie Voivodeship, which implemented the Marshal Office. The desk research method was used in the paper. Lubelskie Voivodeship has several strategies, in which one of the important element is the tourism sector. In a short time, it will be released dedicated exclusively to tourism "Programme for the tourist development of in the Lubelskie Voivodeship by 2020 with the prospect of 2030". For the few years Departments in the Marshal Office were caring for the formation of a positive image and promotion Voivodeship in the Polish and international market. Their actions encourage tourists to visit the area. Many tasks associated with increasing tourist attractiveness of the Voivodeship, modernization of tourist development and respect for the environment, natural and anthropogenic values appeared in the Strategies. With available for the Voivodeship new EU-programs will be made part of measures to increase the competitiveness of the regions in Poland.

*Translated by Agata Kobyłka*