

## VI. WPŁYW REALIZACJI ZSRÓW NA ROZWÓJ REGIONÓW MAZOWIECKIEGO I KUJAWSKO-POMORSKIEGO

### Różnica skali

Objęty Strategią region gąbińsko-włocławski reprezentuje zaledwie niewielki fragment potencjału regionu poziomu NUTS II, obejmującego województwa mazowieckie i kujawsko-pomorskie. Pewne podstawowe dane na temat tego makroregionu przedstawia Tabela VI.1. Ludność obszaru objętego Strategią stanowi niecały 1% ludności ogółem oraz 2,6% ludności wiejskiej makroregionu. Siłą rzeczy, nawet gdyby, w wyniku wdrożenia Strategii poziom życia mieszkańców regionu gąbińsko-włocławskiego zrównał się z poziomem życia warszawiaków, to prawdopodobnie nie miałyby to mierzalnego wpływu na statystyki makroregionalne. Zauważalny wpływ na gospodarkę makroregionu, a nawet kraju, miały zrealizowane przed laty wielkie inwestycje przemysłowe w Płocku i Włocławku, ale przecież nie o tego typu przedsięwzięcia chodzi w programie Leader. Warto jednak zaznaczyć, że maksymalna kwota przeznaczona na realizację Schematu II (750 tysięcy zł) odpowiada sumie niecałych 11 złotych na mieszkańca regionu gąbińsko-włocławskiego lub 29 groszy na mieszkańca terenów wiejskich makroregionu, podczas gdy na skanalizowanie typowej wiejskiej gminy potrzeba kapitału w wysokości 2 – 4 tysięcy złotych na osobę. Ujmując rzecz z innej perspektywy, maksymalna kwota dotacji w Schemacie II Programu Leader stanowi 0,00017% wartości produkcji globalnej oraz 0,00053% dochodów gospodarstw domowych makroregionu. Przy tak ogromnych dysproporcjach skali można być pewnym, że nawet zainwestowanie całej kwoty pomocy w najbardziej rentowne przedsięwzięcia nie mogłoby mieć zauważalnego wpływu na mierzalne wskaźniki rozwoju społeczno-gospodarczego makroregionu.

**Tabela VI.1.** Wybrane wskaźniki demograficzne i ekonomiczne charakteryzujące region NUTSII, obejmujący województwa mazowieckie i kujawsko-pomorskie

Wskaźnik	jedn.	mazowieckie	kujawsko-pomorskie	razem
Ludność ogółem	os.	5 134 952	2 070 372	7 205 324
Ludność wiejska	os.	1 821 566	800 671	2 622 237
Produkcja globalna	mln zł	359 426	82 199	441 625
Wartość dodana brutto	mln zł	154 779	36 090	190 869
Produkt Krajowy Brutto	mln zł	175 351	40 887	216 238
Dochody gospodarstw domowych	mln zł	113 673	28 900	142 573

**Kategorie oceny** Jeżeli ze względu na dysproporcje skali nie ma sensu szacowanie wpływu realizacji Strategii, a w szczególności działań w ramach Schematu II, na mierzalne wskaźniki społeczno-gospodarcze makroregionu, to należy wpływ tych działań oceniać w innych kategoriach. W szczególności, mogą to być kategorie:

- spójności ze strategiami wojewódzkimi i gminnymi
- dobrego przykładu, promieniującego na inne obszary wiejskie regionu.

**Rezultaty, oddziaływania** Oceniając wpływ działań w ramach Schematu II na rozwój regionu należy ponadto zadać sobie pytanie o to, czy przedmiotem oceny będą bezpośrednio rezultaty tych działań, czy też dalekosiężne oddziaływania, których uzyskanie będzie obarczone daleko większym ryzykiem jako uzależnione od podjęcia wielu dodatkowych działań i wydatkowania kwot daleko większych niż przewidziane w Schemacie II. Wydaje się, że mimo wszystko należy skupić się przede wszystkim na pośrednich, dalekosiężnych oddziaływaniach, a to z tego względu, że dopiero te przewidywane oddziaływania będą stanowiły pełne urzeczywistnienie zamiarów, jakie towarzyszyły formułowaniu podprojektów do realizacji w ramach Schematu II. Żeby posłużyć się kilkoma przykładami, ostatecznym celem podprojektu *PP7. Rolnicy Naturze* nie jest przekazanie wiedzy pewnej grupie rolników (rezultat) ale upowszechnienie korzystania z pakietów rolno-środowiskowych i rozwój silnego ośrodka rolnictwa ekologicznego (oddziaływanie). Podobnie, podprojekt *PP13. Kto pyta, nie błądzi* ma służyć nie tyle zdobyciu wiedzy o doświadczeniach innych LGD (rezultat) ile sprawnemu i kreatywnemu zarządzaniu kolejnymi edycjami programu Leader w regionie (oddziaływanie).

### Spójność ze strategiami wojewódzkimi

*Strategia rozwoju obszarów wiejskich regionu gąbińsko-włocławskiego jest w pełni spójna ze strategiami rozwoju województw mazowieckiego i kujawsko-pomorskiego, co potwierdzają następujące zestawienia zapisów:*

**Cel Pierwszy** **Pełne wykorzystanie dziedzictwa kulturowego dla rozwoju i aktywizacja życia kulturalnego wsi.** Cel ten znajduje swoje odniesienie w Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego w celu długookresowym „*Ukształtowanie tożsamości kulturowej regionu*” oraz celach średniookresowych i operacyjnych:

„ Wzmocnienie regionalnych więzi kulturowo-społecznych mieszkańców województwa mazowieckiego”:

- propagowanie wiedzy o regionie i „małych ojczyznach”
- promocja korzyści ze współpracy społeczności i władz w ramach regionu,
- ochrona dóbr kultury materialnej,
- wspieranie twórczości artystycznej
- ochrona krajobrazu kulturowego wsi mazowieckiej i małych miast,

„ Zahamowanie narastania chaosu w przestrzennym zagospodarowaniu Warszawy i województwa”:

- kształtowanie krajobrazu harmonijnie skomponowanego i zachowującego tożsamość kulturową i walory krajobrazowe”.

W Strategii Rozwoju województwa kujawsko-pomorskiego odpowiednikiem Celu 1 ZSRROW jest cel operacyjny „kształtowanie środowiska kulturowego” w ramach celu strategicznego „Ochrona i poprawa środowiska przyrodniczo-kulturowego”.

## Cel Drugi

**Skuteczna ochrona i racjonalne wykorzystanie dziedzictwa przyrody.**

Celowi temu odpowiadają następujące cele średniookresowe i operacyjne Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego:

„Przeciwdziałanie degradacji i rewaloryzacja środowiska przyrodniczego”:

- zwiększenie lesistości regionu i ochrona lasów,
- zmniejszenie zanieczyszczenia środowiska,
- przeciwdziałanie deficytowi wodnemu,
- poprawa stanu bezpieczeństwa na wypadek klęsk żywiołowych i katastrof ekologicznych oraz monitorowanie stanu przyrody,
- podniesienie poziomu wiedzy ekologicznej,
- rozwijanie proekologicznych form aktywizacji gospodarczej,

„Zahamowanie narastania chaosu w przestrzennym zagospodarowaniu Warszawy i województwa”:

- kształtowanie ładu przestrzennego ukierunkowanego na ograniczenie pól konfliktów pomiędzy zainwestowaniem technicznym a środowiskiem przyrodniczym.
- kształtowanie krajobrazu harmonijnie skomponowanego i zachowującego tożsamość kulturową i walory krajobrazowe.

Strategia Rozwoju województwa kujawsko-pomorskiego podkreśla „Ochronę i poprawę środowiska przyrodniczo-kulturowego” poprzez „respektowanie zasad ochrony środowiska w rozwoju gospodarczym wsi”.

**Cel Trzeci**

**Ekologizacja rolnictwa.** W Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego trzeciemu celowi ZSROW odpowiadają cele operacyjne „*ekologizacja rolnictwa oraz wprowadzanie zasad rozwoju ekologicznie zrównoważonego*” , „*podniesienie poziomu wiedzy ekologicznej*” oraz „*rozwijanie proekologicznych form aktywizacji gospodarczej*”

Analogiczne cele strategiczne i operacyjne Strategii Rozwoju Województwa Kujawsko-Pomorskiego to:

*„Poprawa sytuacji dochodowej rolnictwa poprzez wspieranie restrukturyzacji i modernizacji obszarów wiejskich:*

- *przebudowa rolnictwa i jego otoczenia,*
- *modernizacja i restrukturyzacja przetwórstwa rolno-spożywczego i jego marketing,*
- *tworzenie warunków do różnicowania działalności gospodarczej na obszarach wiejskich”*

*„ Ochrona i poprawa środowiska przyrodniczo-kulturowego:*

- *respektowanie zasad ochrony środowiska w rozwoju gospodarczym wsi*
- *kształtowanie środowiska kulturowego”.*

#### **Cel Czwarty**

#### **Wzmocnienie i restrukturyzacja sektora turystycznego.**

Rozwoju turystyki dotyczą następujące cele średniookresowe i operacyjne Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego:

„*Aktywizacja i modernizacja obszarów pozametropolitalnych*”:

- *stymulowanie tworzenia pozarolniczych miejsc pracy poprzez wspieranie małych i średnich przedsiębiorstw*
- *rozwój funkcji turystyczno-wypoczynkowych,*”

„*Poprawa stanu zdrowia mieszkańców województwa mazowieckiego:*

- *rozwój turystyki, sportu i rekreacji.*”

Strategia Rozwoju Województwa Kujawsko-Pomorskiego zakłada z kolei:

„*Poprawę sytuacji dochodowej rolnictwa poprzez wspieranie restrukturyzacji i modernizacji obszarów wiejskich:*

- *tworzenie warunków do zróżnicowania działalności gospodarczej na obszarach wiejskich*”.

#### **Cel Piąty**

**Informatyzacja i rozwój gospodarki internetowej.** Piąty cel ZSROW nawiązuje do następujących celów średniookresowych i operacyjnych Strategii Rozwoju Województwa Mazowieckiego:

„*Wzmocnienie mechanizmów dyfuzji procesów rozwojowych z aglomeracji warszawskiej na otoczenie regionalne*

- *podniesienie poziomu wykształcenia i kwalifikacji na obszarze pozametropolitalnym*”,

„*Przyspieszenie procesów rozwoju społeczno-gospodarczego opartego na wiedzy i innowacjach:*

- *stymulowanie rozwoju regionalnego systemu innowacji*
- *zwiększenie możliwości korzystania ze współczesnych środków komunikowania się, w tym z internetu,*
- *upowszechnianie znajomości języków obcych,*
- *tworzenie i wspieranie centrów wiedzy i innowacji*”.

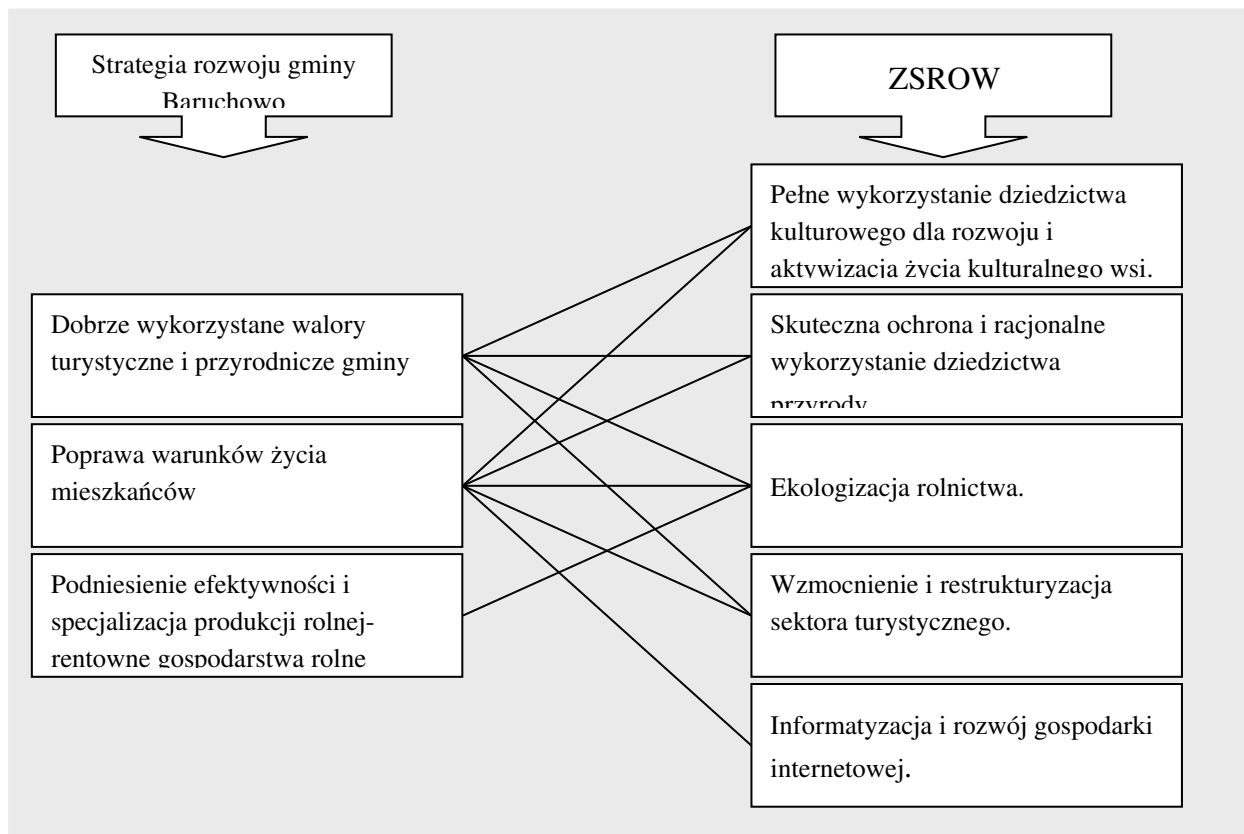
W Strategii Rozwoju Województwa Kujawsko-Pomorskiego zbieżność z piątym celem ZSROW można znaleźć w następujących, bardziej ogólnych zapisach:

„*Podniesienie warunków życia ludności obszarów wiejskich:*

- *podniesienie poziomu wykształcenia ludności obszarów wiejskich*”.

**Spójność ze strategiami i planami ominnymi**

Spośród jedenastu gmin objętych ZSROW, sześć posiada strategię rozwoju gminy, dalsze cztery – plan rozwoju lokalnego a jedna gmina nie posiada dokumentu strategicznego formułującego podstawowe cele rozwoju. Analizę spójności ZSROW ze strategicznymi dokumentami gminnymi przedstawiono w sposób graficzny na Rysunkach VI.1-VI.10. Wynika z niej, że **ZSROW jest w pełni spójna z planami strategicznymi na poziomie gmin**, z zastrzeżeniem, że ZSROW ze swojej istoty nie obejmuje szeregu zadań z zakresu infrastruktury komunalnej.



**Rysunek VI.1.** Strategia rozwoju gminy Baruchowo a ZSRW.

**Rysunek VI.2.** Plan rozwoju lokalnego Gąbina a ZSRW.

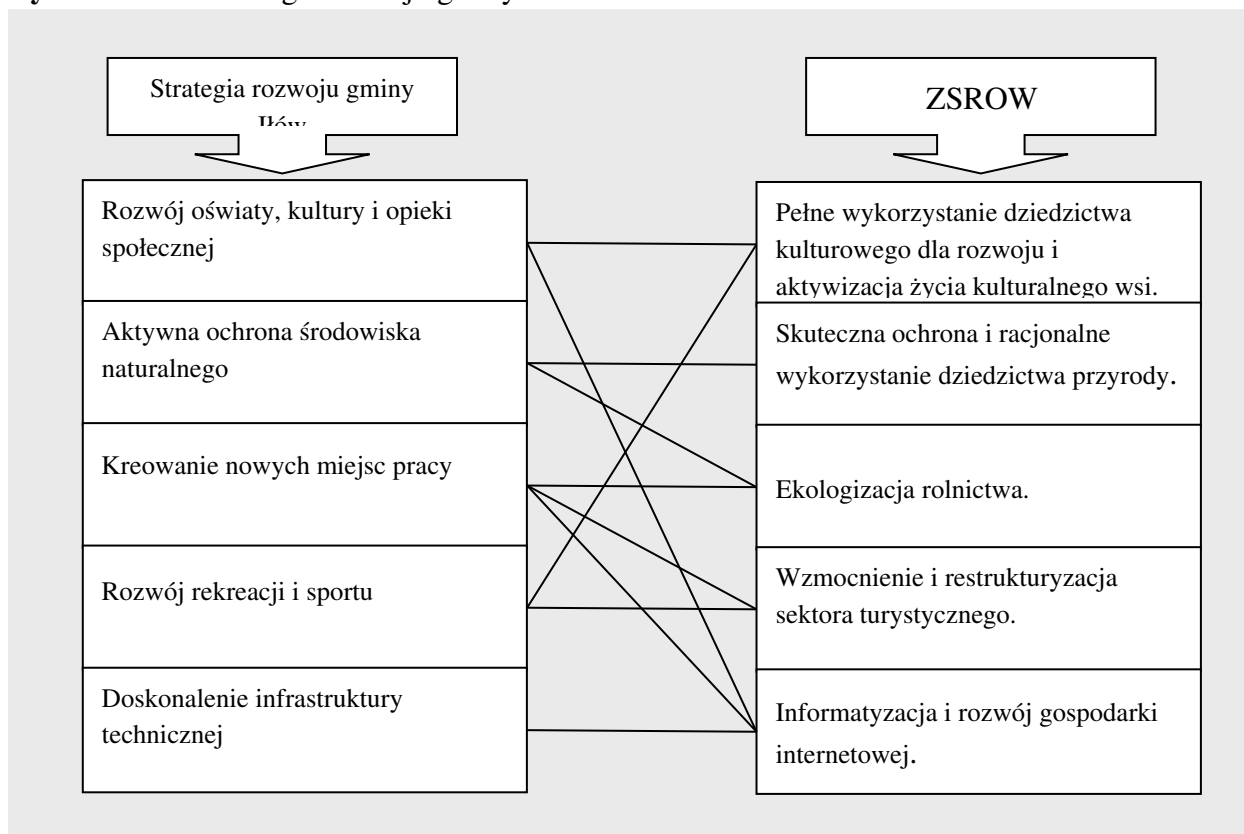


Rysunek VI.3. Strategia rozwoju gminy Gostynin a ZSRW.

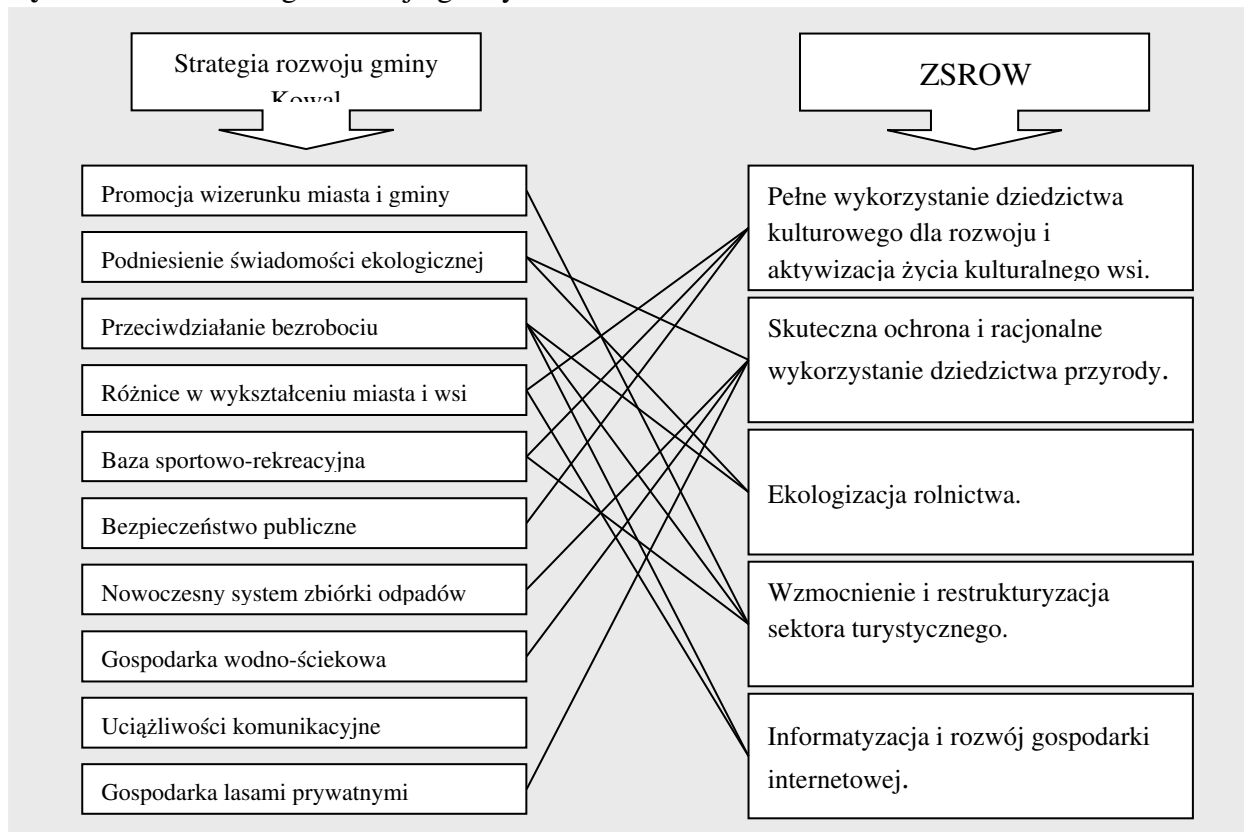


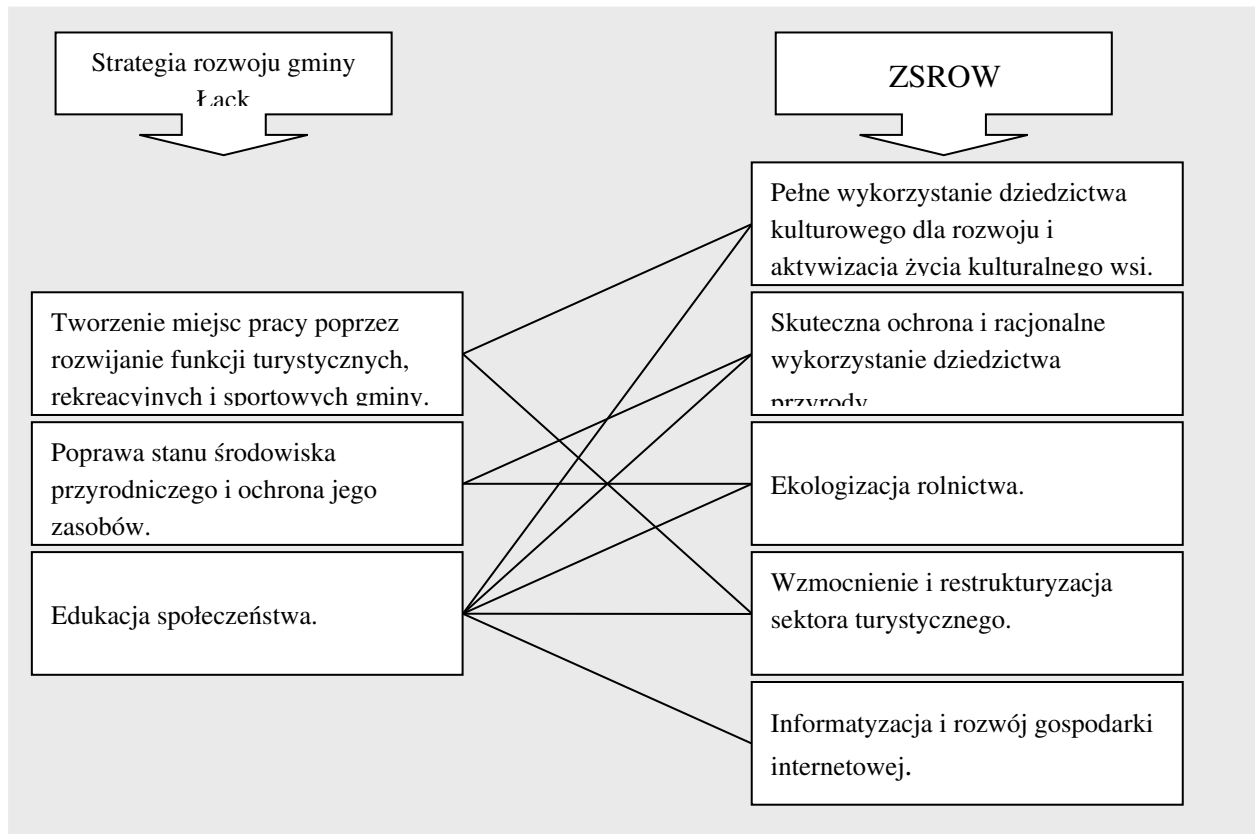


**Rysunek VI.4.** Strategia rozwoju gminy Iłów a ZSROW.



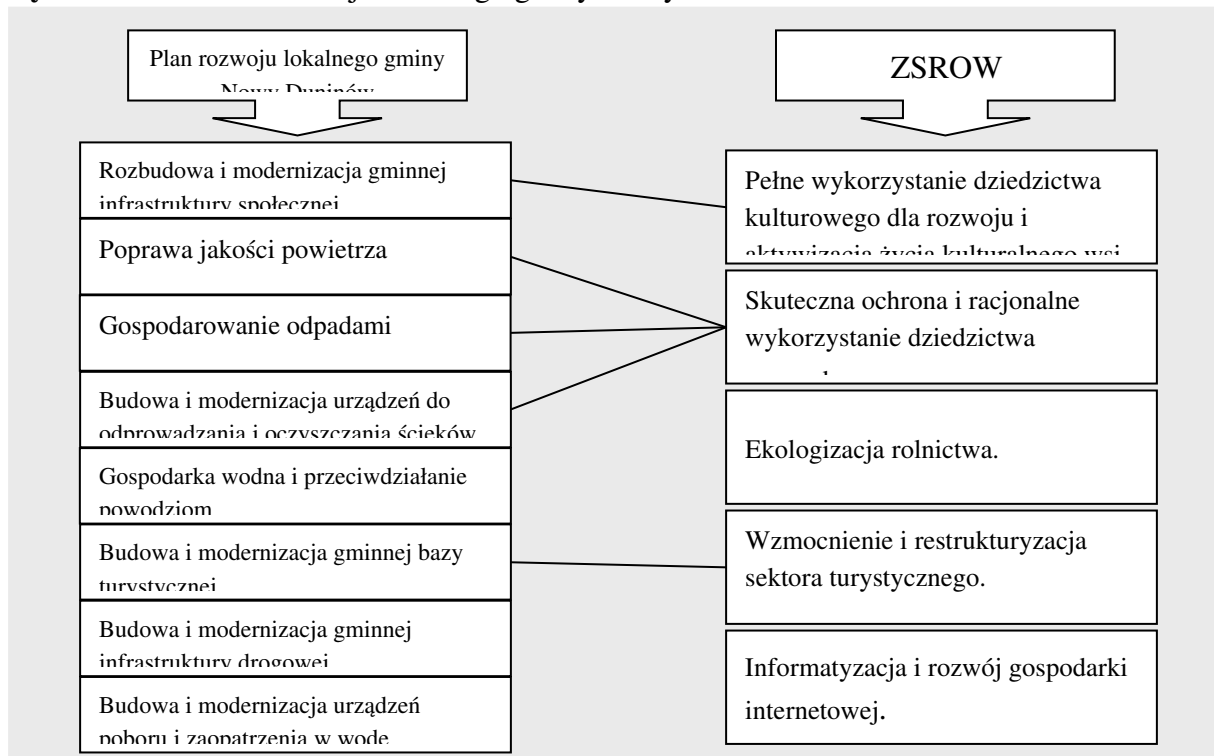
**Rysunek VI.5.** Strategia rozwoju gminy Kowal a ZSROW



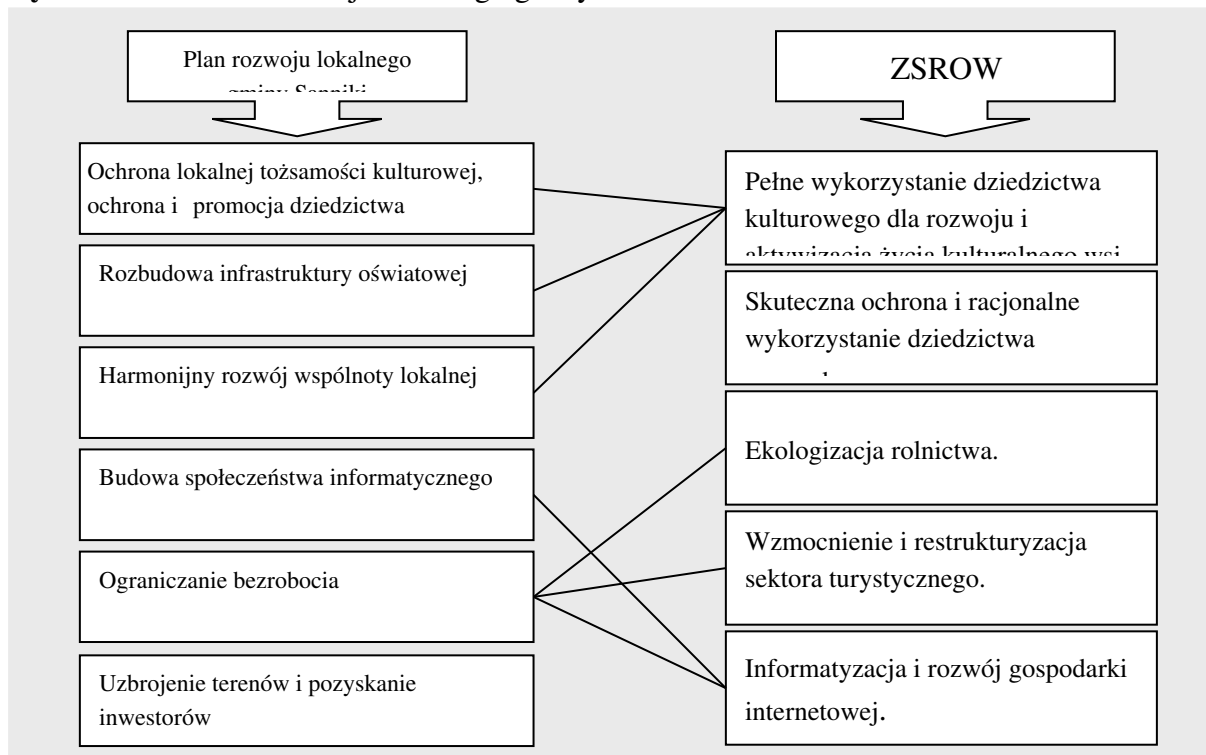


Rysunek VI.6. Strategia rozwoju gminy Łąck a ZSRW.

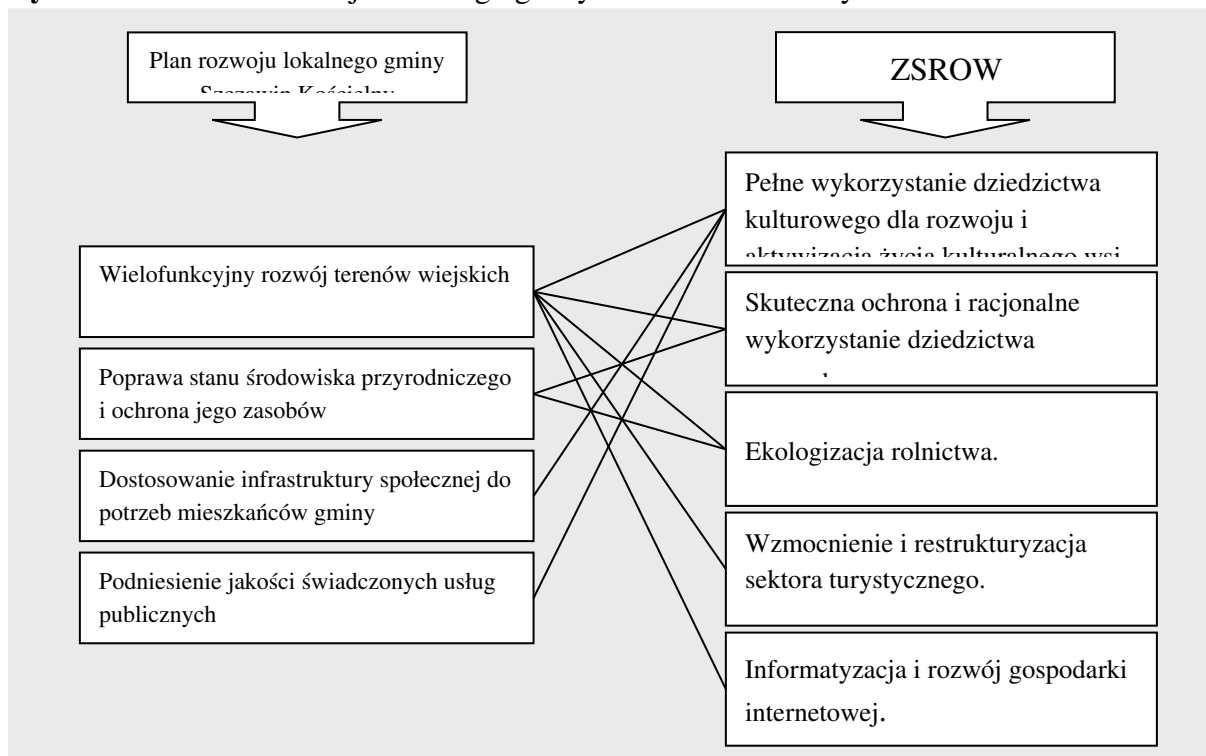
Rysunek VI.7. Plan rozwoju lokalnego gminy Nowy Duninów a ZSRW.



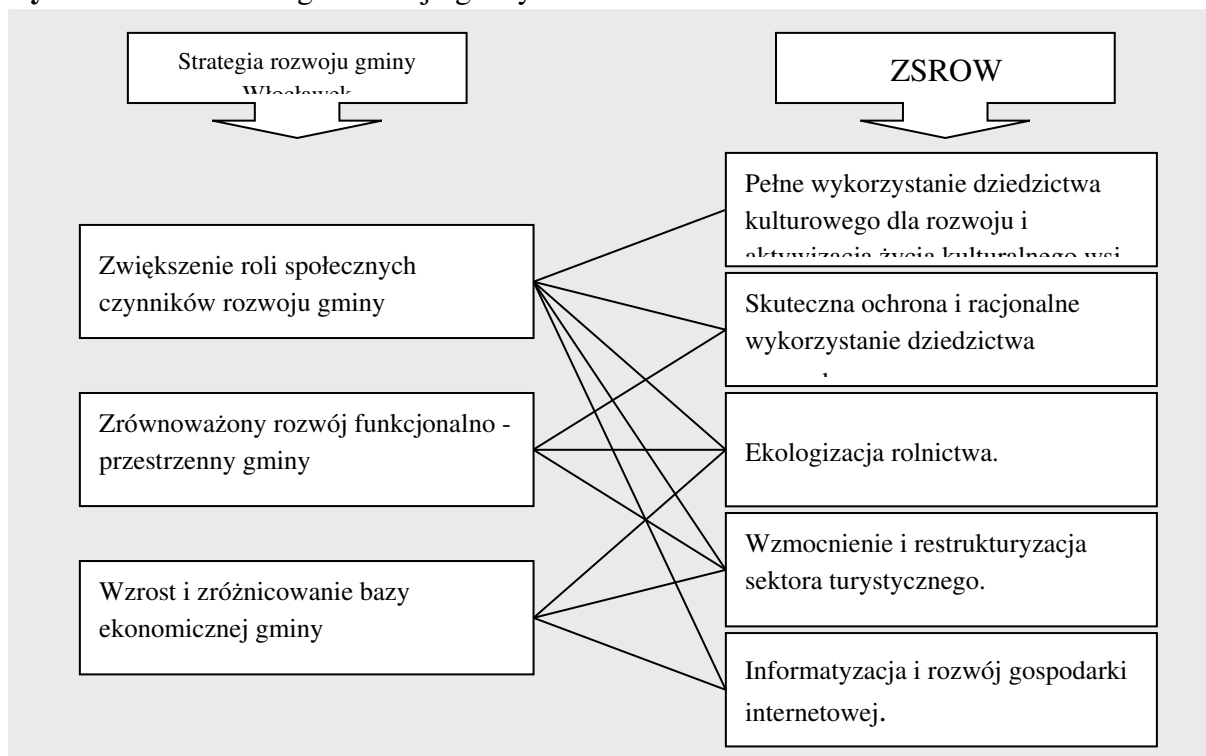
**Rysunek VI.8.** Plan rozwoju lokalnego gminy Sanniki a ZSRROW.



**Rysunek VI.9.** Plan rozwoju lokalnego gminy Szczawin Kościelny a ZSRROW.



Rysunek VI.10. Strategia rozwoju gminy Włocławek a ZSROW.



### Oddziaływanie poprzez dobry przykład

Chociaż efekty działań realizowane w ramach Schematu II, czy nawet pełnego wdrożenia Strategii, siłą rzeczy będą nikły w makroregionalnych statystykach, nie znaczy to, że nie będą one zauważalne na miejscu. Tym samym, będą one mogły oddziaływać na inne obszary województw mazowieckiego i kujawsko-pomorskiego poprzez dobry przykład. Warto zauważyć, że taki wpływ będzie możliwy już od samego początku realizacji Schematu II. Produkty i rezultaty działań w ramach Schematu II będą mogły stanowić inspirację dla innych LGD a także innych podmiotów i osób działających na rzecz rozwoju lokalnego. Z kolei długofalowe oddziaływania podprojektów zrealizowanych w ramach Schematu II będą stanowiły dowód i miarę skuteczności przyjętych metod.

Oddziaływanie poprzez dobry przykład może mieć charakter przypadkowy, ale może być też wynikiem przemyślanych działań. Oddziaływaniu przez dobry przykład będą służyły wszelkie inicjatywy informacyjne i promocyjne przewidziane w Schemacie II, a także, a może przede wszystkim, wymiana doświadczeń z krajowymi LGD, stanowiąca element podprojektu PP13. *Kto pyta, nie błądzi.*

Zestawienie spodziewanych produktów, rezultatów i oddziaływań podprojektów z Listy A zawiera Tabela VI.2

Tabela VI.2. Produkty, rezultaty i oddziaływanie podprojektów przewidzianych do realizacji w ramach Schematu II.

Lp.	Projekty	Produkty	Rezultaty	Oddziaływanie
1.	<b>Od pomysłu do przemysłu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>serwis internetowy LGD</li> <li>ulotka o LGD i Strategii</li> <li>22 warsztaty nt. Leader+, Strategii i pracy metodą projektu</li> <li>opracowanie indywidualnych propozycji projektów i wniosków o ich sfinansowanie</li> <li>porady w sprawie Leader+, Strategii i indywidualnych projektów</li> <li>obsługa medialna</li> <li>brozura o realizacji Schematu II i dalszych planach LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>upowszechnienie wśród mieszkańców wiedzy o programie Leader, Strategii i LGD</li> <li>przygotowanie dużej (200 – 400 osób) grupy aktywnych mieszkańców do samodzielnej pracy nad formułowaniem własnych projektów i opracowywaniem wniosków o ich dofinansowanie</li> <li>złożenie do instytucji finansujących szeregu wniosków o wsparcie projektów przygotowanych z pomocą LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>realizacja części projektów przygotowanych przez mieszkańców wspólnie z LGD w ramach Schematu II</li> <li>upowszechnienie aktywnych, prospołecznych postaw, zgodnie z zasadą „chcieć to móc”</li> <li>napływ do LGD i innych instytucji finansujących dobrze przygotowanych wniosków z regionu</li> <li>sprawne wdrażanie Strategii, nie tylko w ramach kolejnych edycji programu Leader, ale z wykorzystaniem także innych płaszczyzn współpracy i możliwości finansowania</li> <li>umacnianie społeczeństwa obywatelskiego</li> <li>poprawa jakości życia w regionie</li> </ul>
2.	<b>Terenowy system informacji</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>kwerenda o obiektach dziedzictwa regionu</li> <li>Terenowy System Informacji (11 tablic-map, 200 tablic informacyjnych, 50 drogowaskazów)</li> <li>obsługa medialna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>podanie mieszkańcom regionu i turystom wiedzy o 200 obiektach dziedzictwa</li> <li>ułatwienie turystom i mieszkańcom docierania do ciekawych obiektów dziedzictwa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wzrost świadomości historycznej mieszkańców regionu</li> <li>wzmocnienie więzi mieszkańców z małymi ojczyznami</li> <li>wzbogacenie produktu turystycznego regionu o nowy, historyczno-kulturowy aspekt</li> <li>wzrost atrakcyjności turystycznej regionu</li> <li>rozwój usług turystycznych i okołoturystycznych związanych z nowym, historyczno-kulturowym aspektem produktu turystycznego regionu</li> </ul>
3.	<b>Słomiane, drewniane, gliniane, malowane</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1000 egz. albumu o sztuce ludowej</li> <li>obsługa medialna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>kontakt mieszkańców regionu (dzieci, młodzież dorośli), turystów oraz przedstawicieli branży turystycznej spoza regionu ze sztuką ludową Kujaw i ziemi gąbińsko-sannickiej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wzrost wiedzy i zainteresowania dziedzictwem kultury ludowej wśród mieszkańców regionu</li> <li>wzmocnienie więzi mieszkańców z małymi ojczyznami</li> <li>wzrost zainteresowania wyrobami sztuki ludowej jako pamiątkami z regionu</li> <li>wzrost zainteresowania ludową twórczością artystyczną jako dodatkowym źródłem dochodu</li> <li>ożywienie amatorskiego i zawodowego rękodzieła ludowego w regionie</li> </ul>
4.	<b>Plener malarski</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>konkurs plastyczny dla dzieci z wszystkich szkół regionu</li> <li>14-dniowy plener i warsztaty malarskie z udziałem 15 profesjonalistów i 60 dzieci</li> <li>3 wystawy poplenerowych</li> <li>800 egz. albumu z pracami plenerowymi</li> <li>obsługa medialna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>pobudzenie artystycznej ekspresji kilkuset dzieci biorących udział w konkursie</li> <li>dowartościowanie i zainspirowanie do dalszej pracy artystycznej grupy 60 utalentowanych dzieci z regionu</li> <li>kontakt lokalnych społeczności regionu ze współczesną sztuką</li> <li>popularyzacja dokonań artystycznych uzdolnionej młodzieży z regionu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ożywienie życia artystycznego w regionie</li> <li>dowartościowanie społeczności lokalnych dzięki popularyzacji dokonań i postaw uzdolnionej artystycznie miejscowej młodzieży</li> <li>upowszechnienie w środowisku wiejskim aktywnych postaw, w myśl zasady „chcieć to móc”</li> <li>ułatwienie realizacji innych lokalnych inicjatyw dzięki upowszechnieniu aktywnych, prospołecznych postaw</li> </ul>
5.	<b>Festiwale i dożynki</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wsparcie 11 masowych imprez kulturalnych i sportowych</li> <li>stoiska LGD na imprezach masowych</li> <li>obsługa medialna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>umocnienie lokalnych tradycji kulturalnych i więzi społecznych poprzez wsparcie popularnych imprez masowych</li> <li>popularyzacja wiedzy na temat LGD i programu Leder wśród mieszkańców</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>pełniejsza integracja społeczności lokalnych</li> <li>silniejsza więź z tradycjami małych ojczyzn</li> <li>lepszy klimat dla wszelkich prospołecznych inicjatyw</li> <li>skuteczniejsze wdrażanie kolejnych edycji programu Leader</li> </ul>
6.	<b>Zielona energia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>program rozwoju energetyki odnawialnej</li> <li>prezentacje programu i praktycznych rozwiązań technicznych</li> <li>obsługa medialna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>skupienie uwagi potencjalnych beneficjentów energetyki odnawialnej na możliwościach jej rozwoju w regionie</li> <li>upowszechnienie wiedzy o potencjale energetycznym regionu i praktycznych możliwościach jego wykorzystania</li> <li>zbliżenie do siebie potencjalnych partnerów – firmy inżynierskie, właścicieli budynków i kotłowni, leśników i rolników dysponujących biomasą, władze gminne itd.</li> <li>stworzenie mechanizmów regionalnej koordynacji i współpracy w</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>realizacja projektów inwestycyjnych mających na celu wykorzystanie potencjału regionu w zakresie energetyki opartej na biomasie</li> <li>obniżenie przeciętnych kosztów energii, w tym szczególnie energii ciepłej</li> <li>stworzenie miejsc pracy w energetyce odnawialnej (kotłownie, uprawy roślin energetycznych, zbiórka odpadów leśnych itd.)</li> <li>redukcja emisji gazów szklarniowych</li> </ul>

			zakresie energetyki odnawialnej	
7.	<b>Rolnicy Naturze</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>artykuły prasowe o programach rolno-środowiskowych</li> <li>5000 ulotek o rolnictwie ekologicznym i programach rolno-środowiskowych</li> <li>wykłady o rolnictwie i ochronie środowiska w 11 gminach</li> <li>kurs rolnictwa ekologicznego</li> <li>obsługa medialna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>uczulenie rolników na środowiskowe aspekty rolnictwa</li> <li>upowszechnienie wiedzy o zasadach i korzyściach uczestnictwa w programach rolno-środowiskowych</li> <li>stworzenie grupy rolników dysponujących rozległą wiedzą o rolnictwie ekologicznym, gotowych do przestawienia swoich gospodarstw i wspólnych działań na rzecz organizacji zbytu i produkcji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wysoki poziom uczestnictwa gospodarstw rolnych w programach rolno-środowiskowych</li> <li>wzrost dochodów rolników dzięki dodatkowym dopłatom rolno-środowiskowym</li> <li>złagodzenie konfliktów pomiędzy rolnictwem a środowiskiem, w tym w szczególności zagrożeń dla jakości wód i cennych siedlisk przyrodniczych</li> <li>przestawienie, początkowo kilkunastu, gospodarstw na produkcję ekologiczną</li> <li>pojawienie się zorganizowanej grupy producentów żywności ekologicznej</li> <li>popularyzacja rolnictwa ekologicznego w regionie</li> <li>wzrost dochodów gospodarstw rolnych dzięki wyższym marżom uzyskiwanym na produktach ekologicznych</li> </ul>
8.	<b>Koalicja na rzecz Wisły</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>koncepcji zagospodarowania turystycznego Wisły</li> <li>programy użytkowe oraz koncepcje architektoniczno-przestrzenne wybranych przedsięwzięć</li> <li>instytucjonalne ramy promocji Koncepcji oraz ujętych w niej przedsięwzięć inwestycyjnych</li> <li>opracowanie i wydanie w formie tradycyjnej i elektronicznej streszczenia Koncepcji oraz katalogu projektów inwestycyjnych</li> <li>publiczne prezentacje Koncepcji oraz nawiązanie kontaktów z potencjalnymi partnerami inwestycyjnymi z zewnątrz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>współpraca podmiotów zainteresowanych zagospodarowaniem Wisły</li> <li>promocja koncepcji zagospodarowania turystycznego Wisły</li> <li>zainteresowanie potencjalnych partnerów i inwestorów spoza regionu inwestycjami i rozwojem turystyki nadwiślańskiej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>realizacja projektów inwestycyjnych związanych z wszechstronnym turystycznym wykorzystaniem Wisły</li> <li>integracja środowisk branży turystycznej i władz lokalnych wokół wspólnych działań inwestycyjnych i marketingowych</li> <li>rozwój dochodowych i przyjaznych środowisku form turystyki związanej z dziedzictwem przyrodniczym i kulturowym Wisły</li> <li>wzrost zatrudnienia i dochodów z turystyki nadwiślańskiej</li> <li>korzystna zmiana wizerunku regionu jako destynacji, z bogatą i oryginalną ofertą produktów turystycznych budowanych w oparciu o dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe</li> <li>rozwój sektora turystycznego w całym regionie.</li> </ul>
9.	<b>Turystyka 2007: na wakacje tylko do nas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>opracowanie raportu „Turystyka 2007 – stan posiadania”.</li> <li>opracowanie „Planu marketingowego dla sektora turystycznego regionu włocławsko-gąbińskiego</li> <li>prezentacja planu marketingowego zainteresowanym podmiotom</li> <li>stworzenie internetowego serwisu informacyjnego o bazie noclegowej w regionie</li> <li>folder o atrakcjach turystycznych regionu</li> <li>przeszkolenie personelu biura w obsłudze serwisu internetowego.</li> <li>obsługa medialna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>uzyskanie i upowszechnienie wśród przedstawicieli regionalnej branży turystycznej oraz władz samorządowych o stanie i roli turystyki w gospodarce regionu</li> <li>integracja branży turystycznej wokół wspólnej promocji regionu i stworzenie organizacyjnych i finansowych mechanizmów takiej promocji</li> <li>udostępnienie potencjalnym klientom krajowym i zagranicznym kompletnej informacji o bazie noclegowej i gastronomicznej regionu, w tym możliwości zadawania pytań i szybkiej selekcji informacji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wyniesienie na nowy poziom promocji i marketingu branży turystycznej regionu</li> <li>wzrost poziomu wykorzystania istniejącej bazy turystycznej</li> <li>wzrost dochodów z turystyki</li> <li>inwestycje i rozwój pożądanых form turystyki, zorientowanych na klienta korzystającego z dochodowych miejsc noclegowych</li> <li>integracja środowisk branży turystycznej wokół wspólnych działań marketingowych</li> <li>ułatwienie, dzięki integracji, współpracy poszczególnych podmiotów w tworzeniu ciekawszej oferty turystycznej</li> <li>ułatwienie, dzięki pogłębionej wiedzy o roli turystyki w gospodarce regionu, strategicznego planowania rozwoju turystyki umacniającej ochronę dziedzictwa przyrody i kultury</li> </ul>
10.	<b>Film promocyjny</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>dystrybucja 500 egz. filmu promocyjnego</li> <li>obsługa medialna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>popularyzacja wśród krajowych i zagranicznych biur podróży regionu jako atrakcyjnej destynacji, z bogatą i oryginalną ofertą produktów turystycznych budowanych w oparciu o dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wzrost zainteresowania biur podróży regionem i jego produktami, zbudowanymi w oparciu o dziedzictwo naturalne i kulturowe</li> <li>wzrost liczby turystów autentycznie zainteresowanych dziedzictwem regionu</li> <li>rozwój firm kreujących i sprzedających produkty turystyczne budowane w oparciu o dziedzictwo naturalne i kulturowe</li> <li>korzystne zmiany w strukturze rynku turystycznego</li> </ul>



				<ul style="list-style-type: none"> <li>korzystny klimat dla ochrony dziedzictwa przyrody i kultury</li> </ul>
11.	<b>Komputer nie gryzie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>22 dwudniowe szkolenia komputerowe w 11 gminach</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>oswojenie z technologią informatyczną i jej praktycznym wykorzystaniem w życiu codziennym 200 – 400 osób, które dotąd nie miały z komputerami nic wspólnego</li> <li>wzrost zdolności uczestników szkoleń do adaptacji w nowych środowiskach zawodowych</li> <li>popularyzacja idei edukacji i pracy poprzez Internet</li> <li>wzrost poczucia własnej wartości wśród uczestników</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>upowszechnienie wykorzystania technik teleinformatycznych w życiu codziennym</li> <li>wzrost uczestnictwa regionu w krajowym i światowym obiegu informacji</li> <li>wzrost poziomu wiedzy mieszkańców</li> <li>upowszechnienie edukacji i pracy przez Internet</li> <li>wzrost poziomu wykształcenia mieszkańców</li> <li>dywersyfikacja dochodów i unowocześnienie gospodarki regionu</li> </ul>
12.	<b>Witamy w biurze LGD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>urządzenie biura LGD</li> <li>zatrudnienie personelu biura LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>uzyskanie potencjału umożliwiającego wdrażanie Schematu II</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>uzyskanie potencjału umożliwiającego wdrażanie kolejnych edycji programu Leader.</li> </ul>
13.	<b>Kto pyta, nie błądzi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>wymiana wizyt pomiędzy Fundacją a innymi LGD</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zdobycie wiedzy na temat funkcjonowania LGD w krajach piętnastki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>tworzenie i wdrażanie procedur związanych z przyjmowaniem i oceną wniosków, przyznawaniem dotacji, monitorowaniem projektów i rozliczeniami</li> <li>sprawne i twórcze inspirowania prospołecznych inicjatyw w regionie</li> </ul>

## **Rezultaty**

Bezpośrednie rezultaty Schematu II praktycznie w ogóle nie wyrażą się w sferze materialnej jakości życia. Będą one natomiast manifestowały się poprzez zmianę poziomu wiedzy i/lub zmianę postaw osób bezpośrednio uczestniczących w przedsięwzięciach (np. uczestnicy warsztatów) lub w jakiś sposób poddanych wpływowi tych przedsięwzięć (np. osoby stykające się z tablicami informacyjnymi Terenowego Systemu Informacji). Jest to efekt zamierzony, ponieważ, zważywszy wielkość dostępnych środków oraz zasady ich rozdysponowywania, Schemat II powinien przede wszystkim skupiać się na wszechstronnym przygotowaniu zasobów ludzkich regionu do wdrażania kolejnych edycji programu Leader, w których o sukcesie decydować będzie kreatywność, determinacja, przygotowanie merytoryczne i wola współdziałania osób, podmiotów i grup przygotowujących własne projekty i ubiegających się o ich dofinansowanie. Takiej mobilizacji mieszkańców regionu służą w zasadzie wszystkie podprojekty, w tym także te mające charakter zewnętrznych ekspertyz i analiz, ponieważ we wszystkich przypadkach wokół prac ekspertów będą skupiane grupy potencjalnie zainteresowanych podmiotów i osób, które, inspirowane wiedzą i koncepcjami zawartymi w raportach, będą przygotowywać a potem wdrażać konkretne, wspólne lub indywidualne, projekty. Nie ulega wątpliwości, że jeżeli tego rodzaju twórczy ferment uda się wyzwolić, to siła jego oddziaływania jako dobrego przykładu może być znaczna.

## **Oddziaływania**

Dalekosiężne oddziaływania podprojektów przewidzianych do realizacji w Schemacie II będą uzależnione od wykonania przez odpowiednie osoby, podmioty i grupy wielu dalszych, często trudniejszych, kroków. Tym samym, uzyskanie opisanych w Tabeli VI.2 oddziaływań jest obarczone sporym ryzykiem. Niemniej jednak, jeżeli za kilka lat chociaż część tych oddziaływań zmaterializuje się, będzie to oznaczało, jeśli nie znaczną i finansowo wymierną, to na pewno odczuwalną przez mieszkańców poprawę jakości życia. Zmiany będą dotyczyły zarówno postaw (silniejsza integracja, poczucie tożsamości kulturowej i historycznej, myślenie prospołeczne, aktywne podejście do życiowych problemów), stylu życia (korzystanie z technologii teleinformatycznych) jak i wydajności i struktury gospodarki (restrukturyzacja sektora turystycznego, pojawienie się silnej niszy rolnictwa ekologicznego, upowszechnienie i komercjalizacja rękodzieła ludowego, praca na odległość). Jest oczywiste, że podobne procesy będą, albo powinny, zachodzić na terenach wiejskich w różnych regionach kraju. Wymiana doświadczeń pomiędzy lokalnymi grupami działania w skali makroregionu, Polski i Unii będzie na pewno jednym ze skuteczniejszych sposobów

wzajemnego korzystnego wpływania na siebie regionów poprzez upowszechnianie dobrych przykładów.