

VII. POWIĄZANIE ZSROW ZE STRATEGIĄ NARODOWEGO PLANU ROZWOJU NA LATA 2004-2006

Strategia NPR

Narodowy Plan Rozwoju na lata 2004-2006 jest planem wykorzystania europejskich funduszy na rzecz rozwoju Polski. Plan definiuje jeden cel strategiczny: *„Rozwijanie konkurencyjnej gospodarki opartej na wiedzy i przedsiębiorczości, zdolnej do długofalowego, harmonijnego rozwoju, zapewniającej wzrost zatrudnienia oraz poprawę spójności społecznej, ekonomicznej i przestrzennej z Unią Europejską na poziomie regionalnym i krajowym”*. Jest on realizowany poprzez pięć celów cząstkowych:

- **Cel 1:** wspomaganie osiągnięcia i utrzymania w dłuższym okresie wysokiego wzrostu PKB
- **Cel 2:** zwiększenie poziomu zatrudnienia i wykształcenia
- **Cel 3:** włączenie Polski w europejskie sieci infrastruktury transportowej i informacyjnej
- **Cel 4:** intensyfikacja procesu zwiększania w strukturze gospodarki udziału sektorów o wysokiej wartości dodanej, rozwój technologii społeczeństwa informacyjnego
- **Cel 5:** wspomaganie udziału w procesach rozwojowych i modernizacyjnych wszystkich regionów i grup społecznych w Polsce.

Cele te są w większości bardzo ściśle ze sobą powiązane i wzajemnie zależne. Dlatego większość możliwych do pomyślenia działań prorozwojowych, w tym szczególnie dotyczących sfery gospodarki, wspiera osiągnięcie więcej niż jednego celu, a łatwo wyobrazić sobie takie działania, które w mniejszym lub większym stopniu wspierają realizację wszystkich pięciu celów cząstkowych.

Warto podkreślić, że zasygnalizowane w tekście NPR rodzaje działań służących osiągnięciu poszczególnych celów zostały wybrane z punktu widzenia władz centralnych. Na przykład w przypadku pierwszego celu mowa jest przede wszystkim o potrzebie utrzymania równowagi makroekonomicznej i porządkowania finansów publicznych. Z lokalnego czy regionalnego punktu widzenia, obszary działań na rzecz poszczególnych celów są oczywiście inne.

W Tab. VII.1 zestawiono podprojekty Schematu II i ich spodziewane oddziaływania oraz przedstawiono związki poszczególnych podprojektów z celami cząstkowymi strategii NPR (kolumny 4 – 8). Wypełnienie

ciemnoszare oznacza wyraźny związek podprojektu z realizacją celu, wypełnienie jasnoszare – związek słaby a brak wypełnienia – związek nikły lub brak związku.

Cel 1 NPR

Wyraźny związek z realizacją pierwszego celu NPR (wzrost PKB) ma osiem podprojektów, w tym cztery wpływające bezpośrednio na kondycję sektora turystycznego (PP2, PP8, PP9, PP10), jeden przygotowujący mieszkańców do realizacji w ramach Strategii własnych inicjatyw, w tym także gospodarczych (PP1), jeden przygotowujący inwestycje, które obniżą koszty utrzymania w regionie, jednocześnie tworząc miejsca pracy (PP6), jeden przyczyniający się do wzrostu dochodów gospodarstw indywidualnych (PP7) oraz jeden stanowiący wkład w budowę gospodarki internetowej (PP11). Bardziej pośredni związek z realizacją pierwszego celu NPR mają podprojekty PP12 i PP13, mające na celu budowę potencjału LGD.

Cel 2 NPR

Pierwsze dwa cele NPR są, z perspektywy lokalnej lub regionalnej, bardzo ściśle ze sobą powiązane, dlatego uznano, że te podprojekty, które przyczyniają się do realizacji celu pierwszego (wzrost PKB) w podobnym stopniu służą także celowi drugiemu (wzrost zatrudnienia i wykształcenia). Ponadto, do wzrostu zatrudnienia i wykształcenia przyczyniają się w pewnym stopniu pozostałe podprojekty, wpływające korzystnie na budowę aktywnych postaw (PP4), dobrego klimatu dla inicjatyw lokalnych (PP5) oraz zainteresowanie twórczością ludową (PP3).

Cel 3 NPR

Włączenie Polski w europejskie sieci infrastruktury transportowej i informacyjnej jest tym celem NPR, z którym ZSROW ma najsłabszy związek. Na dobrą sprawę o luźnym związku można mówić jedynie w przypadku PP11, który, umacniając popyt na usługi internetowe, przyczynia się do tworzenia korzystnego klimatu dla inwestycji infrastrukturalnych dziedzinie teleinformatyki.

Cel 4 NPR

Wśród sektorów o wysokiej wartości dodanej NPR wymienia usługi, a w szczególności turystykę. Zatem osiągnięciu czwartego celu NPR na pewno będą służyły wszystkie projekty przyczyniające się bezpośrednio do korzystnych zmian w branży turystycznej regionu (PP2, PP8, PP9, PP10). Do budowy społeczeństwa informacyjnego przyczynia się bezpośrednio podprojekt PP11. Nieco słabszy związek z celem czwartym mają PP7 (poprzez wzrost dochodowości gospodarstw rolnych) oraz PP6 (tylko niektóre rodzaje przedsięwzięć w energetyce odnawialnej opartej na biomasie można uznać za generujące wysoką wartość dodaną).

Cel 5 NPR

Region gąbińsko-włocławski, mimo położenia w województwach o stosunkowo korzystnych wskaźnikach rozwoju społeczno-gospodarczego, sam w sobie jest obszarem, który pod wieloma względami odstaje na niekorzyść od średnich krajowych czy wojewódzkich, przy czym ma to związek nie tylko z samym faktem, że jest to obszar wiejski, ale także ze szczególnie niekorzystnymi warunkami gospodarowania w rolnictwie oraz z zagrożeniem strukturalnym bezrobociem. Już same te okoliczności pozwalają uznać wszystkie podprojekty Schematu II za przedsięwzięcia służące osiągnięciu piątego celu NPR.

Tabela VII.1. Związki pomiędzy oddziaływaniem podprojektów Schematu II a pięcioma celami cząstkowymi Narodowego Planu Rozwoju 2004-2006.

☐ związek ścisły

☐ związek luźny

Lp.	Projekt	Oddziaływanie	C1	C2	C3	C4	C5
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
1.	Od pomysłu do przemysłu	<ul style="list-style-type: none"> realizacja części projektów przygotowanych przez mieszkańców wspólnie z LGD w ramach Schematu II upowszechnienie aktywnych, prospołecznych postaw, zgodnie z zasadą „chcieć to móc” napływ do LGD i innych instytucji finansujących dobrze przygotowanych wniosków z regionu sprawne wdrażanie Strategii, nie tylko w ramach kolejnych edycji programu Leader, ale z wykorzystaniem także innych płaszczyzn współpracy i możliwości finansowania umacnianie społeczeństwa obywatelskiego poprawa jakości życia w regionie 					
2.	Terenowy system informacji	<ul style="list-style-type: none"> wzrost świadomości historycznej mieszkańców regionu wzmocnienie więzi mieszkańców z małymi ojczyznami wzbogacenie produktu turystycznego regionu o nowy, historyczno-kulturowy aspekt wzrost atrakcyjności turystycznej regionu rozwój usług turystycznych i okołoturystycznych związanych z nowym, historyczno-kulturowym aspektem produktu turystycznego regionu 					
3.	Słomiane, drewniane, gliniane, malowane	<ul style="list-style-type: none"> wzrost wiedzy i zainteresowania dziedzictwem kultury ludowej wśród mieszkańców regionu wzmocnienie więzi mieszkańców z małymi ojczyznami wzrost zainteresowania wyrobami sztuki ludowej jako pamiątkami z regionu wzrost zainteresowania ludową twórczością artystyczną jako dodatkowym źródłem dochodu ożywienie amatorskiego i zawodowego rękodziela ludowego w regionie 					
4.	Plener malarski	<ul style="list-style-type: none"> ożywienie życia artystycznego w regionie dowartościowanie społeczności lokalnych dzięki popularyzacji dokonań i postaw uzdolnionej artystycznie miejscowej młodzieży upowszechnienie w środowisku wiejskim aktywnych postaw, w myśl zasady „chcieć to móc” ułatwienie realizacji innych lokalnych inicjatyw dzięki upowszechnieniu aktywnych, prospołecznych postaw 					
5.	Festiwale i dożynki	<ul style="list-style-type: none"> pełniejsza integracja społeczności lokalnych silniejsza więź z tradycjami małych ojczyzn lepszy klimat dla wszelkich prospołecznych inicjatyw skuteczniejsze wdrażanie kolejnych edycji programu Leader 					
6.	Zielona energia	<ul style="list-style-type: none"> realizacja projektów inwestycyjnych mających na celu wykorzystanie potencjału regionu w zakresie energetyki opartej na biomasie obniżenie przeciętnych kosztów energii, w tym szczególnie energii cieplnej stworzenie miejsc pracy w energetyce odnawialnej (kotłownie, uprawy roślin energetycznych, zbiórka odpadów leśnych itd.) redukcja emisji gazów szklarniowych 					
7.	Rolnicy Naturze	<ul style="list-style-type: none"> wysoki poziom uczestnictwa gospodarstw rolnych w programach rolno-środowiskowych wzrost dochodów rolników dzięki dodatkowym dopłatom rolno-środowiskowym złagodzenie konfliktów pomiędzy rolnictwem a środowiskiem, w tym w szczególności zagrożeń dla jakości wód i cennych siedlisk przyrodniczych przeistawienie, początkowo kilkunastu, gospodarstw na produkcję ekologiczną pojawienie się zorganizowanej grupy producentów żywności ekologicznej popularyzacja rolnictwa ekologicznego w regionie wzrost dochodów gospodarstw rolnych dzięki wyższym marżom uzyskiwanym na produktach ekologicznych 					
8.	Koalicja na rzecz Wisły	<ul style="list-style-type: none"> realizacja projektów inwestycyjnych związanych z wszechstronnym turystycznym wykorzystaniem Wisły integracja środowisk branży turystycznej i władz lokalnych wokół wspólnych działań inwestycyjnych i marketingowych rozwój dochodowych i przyjaznych środowisku form turystyki związanej z dziedzictwem przyrodniczym i kulturowym Wisły wzrost zatrudnienia i dochodów z turystyki nadwiślańskiej korzystna zmiana wizerunku regionu jako destynacji, z bogatą i oryginalną ofertą produktów turystycznych budowanych w oparciu o dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe rozwój sektora turystycznego w całym regionie. 					
9.	Turystyka 2007: na wakacje tylko do nas	<ul style="list-style-type: none"> wyniesienie na nowy poziom promocji i marketingu branży turystycznej regionu wzrost poziomu wykorzystania istniejącej bazy turystycznej wzrost dochodów z turystyki inwestycje i rozwój pożądaných form turystyki, zorientowanych na klienta korzystającego z dochodowych miejsc noclegowych integracja środowisk branży turystycznej wokół wspólnych działań marketingowych ułatwienie, dzięki integracji, współpracy poszczególnych podmiotów w tworzeniu ciekawszej oferty turystycznej ułatwienie, dzięki pogłębionej wiedzy o roli turystyki w gospodarce regionu, strategicznego planowania rozwoju turystyki umacniającej ochronę dziedzictwa przyrody i kultury 					
10.	Film promocyjny	<ul style="list-style-type: none"> wzrost zainteresowania biur podróży regionem i jego produktami, zbudowanymi w oparciu o dziedzictwo naturalne i kulturowe wzrost liczby turystów autentycznie zainteresowanych dziedzictwem regionu rozwój firm kreujących i sprzedających produkty turystyczne budowane w oparciu o dziedzictwo naturalne i kulturowe korzystne zmiany w strukturze rynku turystycznego korzystny klimat dla ochrony dziedzictwa przyrody i kultury 					

11.	Komputer nie gryzie	<ul style="list-style-type: none"> • upowszechnienie wykorzystania technik teleinformatycznych w życiu codziennym • wzrost uczestnictwa regionu w krajowym i światowym obiegu informacji • wzrost poziomu wiedzy mieszkańców • upowszechnienie edukacji i pracy przez Internet • wzrost poziomu wykształcenia mieszkańców • dywersyfikacja dochodów i unowocześnienie gospodarki regionu 						
12.	Witamy w biurze LGD	<ul style="list-style-type: none"> • uzyskanie potencjału umożliwiającego wdrażanie kolejnych edycji programu Leader. 						
13.	Kto pyta, nie błądzi	<ul style="list-style-type: none"> • tworzenie i wdrażanie procedur związanych z przyjmowaniem i oceną wniosków, przyznawaniem dotacji, monitorowaniem projektów i rozliczeniami • sprawne i twórcze inspirowania prospołecznych inicjatyw w regionie 						