



MATRYCA LOGICZNA 2009 – 2015

I cel strategiczny / ogólny	Wskaźniki oddziaływania	Źródła weryfikacji	Założenia / uwagi
I. Poprawa jakości życia na terenie LGD	Do końca 2015 roku wzrost odsetka mieszkańców potwierdzających wzrost jakości życia na obszarze LGD o minimum 5 % względem roku 2009.	- badania własne LGD, - badania sondażowe, - dane GUS,	-
Cele operacyjne / szczegółowe	Wskaźniki rezultatu	Źródła weryfikacji	Założenia / uwagi
1. Poprawa stanu infrastruktury społecznej i technicznej	1. Do końca 2015 roku wzrośnie liczba osób korzystających z nowych lub zmodernizowanych obiektów użyteczności społecznej o minimum 10% względem roku 2009.	- badania własne LGD, - badania sondażowe, - dane pozyskane od liderów społeczności lokalnych,	-
2. Rozwijanie i wspieranie przedsiębiorczości mieszkańców	1. Do końca 2015 roku co najmniej 400 osób skorzysta z nowych lub rozwiniętych usług świadczonych przez podmioty gospodarcze (innych niż z branży turystycznej) względem roku 2009. 2. Do końca 2015 roku minimum 120 osób skorzysta z działań szkoleniowych w zakresie przedsiębiorczości względem roku 2009. 3. Do końca 2015 roku w nowopowstałych lub zmodernizowanych podmiotach gospodarczych (nie związanych z	- badania własne LGD, - informacja i oświadczenia beneficjentów, - listy obecności,	-

	turystyką) powstanie minimum 5 miejsc pracy względem roku 2009.		
3. Rozwój życia społeczno-kulturalnego i zachowanie tradycji regionu	1. Do końca 2015 roku wzrost liczby osób deklarujących wiedzę o kulturze, tradycjach i regionie LGD o minimum 5000 względem roku 2009. 2. Do końca 2015 wzrost udziału społeczności lokalnej (twórców, zespołów folk itp.) w imprezach promujących tradycję i kulturę regionu o minimum 10 % względem roku 2009.	- badania własne LGD, - informacja i oświadczenia beneficjentów, - dane szacunkowe organizatorów i firm ochroniarskich,	-
PRZEDSIĘWZIĘCIA PROW			
I.1.1 Budowa, przebudowa, remont lub wyposażenie obiektów użyteczności społecznej.	Wskaźniki produktu 1. Do końca 2015 roku zostanie przebudowane, zmodernizowane lub wyposażone minimum 8 obiektów użyteczności społecznej (w tym: place zabaw, świetlice, boiska, izby twórczości) względem roku 2009.	Źródła weryfikacji - badania własne LGD, - informacja i oświadczenia beneficjentów,	Założenia beneficjenci „odnowy” i „mp” planują przebudowy i remonty obiektów infr. społecznej
I.2.1 Rozwój przedsiębiorczości na obszarach wiejskich.	Wskaźniki produktu 1. Do końca 2015 roku powstaną lub zostaną zmodernizowane minimum 3 podmioty gospodarcze niezwiązane z ruchem turystycznym względem roku 2009.	Źródła weryfikacji - badania własne LGD, - informacja i oświadczenia beneficjentów,	-
I.2.2 Szkolenia dot.	Wskaźniki produktu	Źródła weryfikacji	Założenia

przedsiębiorczości	1. Do końca 2015 roku zostanie zorganizowanych minimum 5 szkoleń z zakresu przedsiębiorczości względem roku 2009.	- badania własne LGD, - listy obecności,	-
I.2.3 Doradztwo	Wskaźniki produktu 1. Do końca 2015 roku zostanie udzielone wsparcie doradcze minimum 100 osobom względem roku 2009.	Źródła weryfikacji - badania własne LGD, - listy obecności,	Założenia -
I.3.1 Organizacja spotkań – szkoleń lokalnych liderów	Wskaźniki produktu 1. Do końca 2015 roku zostaną zorganizowane minimum 4 szkolenia dla lokalnych liderów względem roku 2009.	Źródła weryfikacji - badania własne LGD, - listy obecności,	Założenia -
I.3.2 Uczestnictwo w lokalnych imprezach promujących tradycję regionu	Wskaźniki produktu 1. Do końca 2015 roku LGD weźmie udział w minimum 4 imprezach promujących tradycję i kulturę regionu względem roku 2009.	Źródła weryfikacji - raporty własne, - dokumenty ewaluacyjne	Założenia -
I.3.3 Organizacja spotkań, imprez, przedsięwzięć i innych działań na rzecz rozwoju życia społeczno kulturalnego i zachowania tradycji regionu	Wskaźniki produktu 1. Do końca 2015 roku zostanie zorganizowanych 18 spotkań, imprez, przedsięwzięć i innych działań na rzecz rozwoju życia społeczno kulturalnego i zachowania tradycji regionu względem roku 2009.	Źródła weryfikacji - raporty własne, - dokumenty ewaluacyjne	
II cel strategiczny / ogólny	Wskaźniki oddziaływania	Źródła weryfikacji	Założenia / uwagi
II. Rozwój turystyki wiejskiej przy wykorzystaniu posiadanych zasobów	Do końca 2015 roku wzrost odsetka mieszkańców potwierdzających atrakcyjność turystyczną regionu	- badania własne LGD, - badania ruchu turystycznego przez szkoły o profilu turystyka,	- konsultacje społeczne w regionie wykazały duże zainteresowanie rozwijaniem działalności

	<p>LGD i rozszerzenie oferty usług turystycznych o minimum 3 % względem roku 2009.</p> <p>Do końca 2015 roku zwiększenie ruchu turystycznego w regionie LGD o minimum 3 % względem roku 2009.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - informacje o sprzedaży biletów przez podmioty świadczące usługi turystyczne, - badania sondażowe 	<p>związanej z turystyką,</p> <ul style="list-style-type: none"> - region bogaty jest w zasoby naturalne i inne, możliwe do wykorzystania przy rozwoju turystyki,
Cele operacyjne / szczegółowe	Wskaźniki rezultatu	Źródła weryfikacji	Założenia / uwagi
1. Rozwój bazy turystycznej (w tym szlaki turystyczne wraz z infrastrukturą towarzyszącą, obiekty infrastruktury turystycznej, baza noclegowa i gastronomiczna)	<p>1. Do końca 2015 roku co najmniej 300 osób skorzysta z nowej lub rozwiniętej bazy turystycznej względem roku 2009.</p> <p>2. Do końca 2015 roku w nowopowstałych lub zmodernizowanych podmiotach gospodarczych powstanie minimum 6 miejsc pracy względem roku 2009.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - badania własne LGD, - dane z obiektów infrastruktury turystycznej (samo istniejących), - dane z obiektów infrastruktury turystycznej (położonych na szlakach), - oświadczenia beneficjentów pomocy, 	<ul style="list-style-type: none"> - w regionie istnieją systemy szlaków wraz z obiektami infrastruktury turystycznej, - planowane są działania mające na celu powstawanie obiektów turystycznych,
2. Rozwój usług turystycznych	1. Do końca 2015 roku co najmniej 200 osób skorzysta z nowych lub rozwiniętych usług turystycznych względem roku 2009.	<ul style="list-style-type: none"> - badania własne LGD, - dane z obiektów infrastruktury turystycznej (samo istniejących), - oświadczenia beneficjentów pomocy, - ankiety prowadzone wśród beneficjentów, 	<ul style="list-style-type: none"> - podmioty mają możliwość skorzystania z działań PROW na rozwój i tworzenie nowych usług turystycznych, - zaplanowane są działania mające na celu promocję przedsiębiorczości turystycznej na obszarach wiejskich,
3. Kreowanie i promocja produktów turystycznych	<p>1. Do końca 2015 roku wzrost liczby osób posiadających wiedzę i informacje o ofercie turystycznej regionu LGD o minimum 8000 względem roku 2009.</p> <p>2. Do końca 2015 roku wzrośnie</p>	<ul style="list-style-type: none"> - liczba rozpowszechnionych materiałów informacyjnych odnośnie regionu LGD, - informacja o odwiedzinach strony internetowej z informacjami o regionie LGD, 	<ul style="list-style-type: none"> - wszystkie prowadzone działania mają na celu rozwój turystyczny regionu LGD oraz informowanie i promocję regionu, - LGD prowadzi portal internetowy zawierający ofertę

	liczba uczestników wydarzeń informacyjno – promocyjnych (targi, jarmarki - dotyczące turystyki i produktów turystycznych) o minimum 8000 osób względem roku 2009.	- badanie sondażowe, - badania ankietowe przez WWW, - dane szacunkowe firm ochroniarskich,	turystyczną regionu,
--	---	--	----------------------

PRZEDSIĘWZIĘCIA PROW

II.1.1. Tworzenie i rozwój podmiotów, obiektów związanych z branżą turystyczną	Wskaźniki produktu 1. Do końca 2015 roku zostaną utworzone / zmodernizowane minimum 2 obiekty / miejsca związane z infrastrukturą turystyczną względem roku 2009.	Źródła weryfikacji - oświadczenia beneficjentów, - dane gmin (EDG), - dane wydziałów budownictwa – starostwa powiatowe (ilość pozwoleń na budowę), - analizy własne LGD,	Założenia - JST jako beneficjenci „Odnowy” dążą do budowy nowych / przebudowy istniejących obiektów infrastruktury turystycznej, LGD posiada środki w ramach których mogą powstać podmioty gospodarcze z branży turystycznej
II.1.2 Wytyczenie, oznakowanie szlaków turystycznych	Wskaźniki produktu 1. Do końca 2015 roku powstanie minimum 100 km oznakowanych szlaków turystycznych, ścieżek dydaktycznych, ścieżek rowerowych względem roku 2009.	Źródła weryfikacji - dane własne LGD, - dane gmin, - protokoły odbiorów,	Założenia - podmioty mające siedziby na terenie LGD zainteresowane są tworzeniem nowych szlaków turystycznych, ścieżek rowerowych itp.
II.1.3 Tworzenie i rozwój punktów informacji turystycznej	Wskaźniki produktu 1. Do końca 2015 zostanie utworzony lub zmodernizowany minimum 1 punkt informacji turystycznej względem roku 2009.	Źródła weryfikacji - oświadczenia beneficjentów, - dane gmin, - protokoły odbiorów,	Założenia - beneficjenci planują otwarcie lub modernizację informacji turystycznej
II.2.1 Tworzenie i rozwój	Wskaźniki produktu	Źródła weryfikacji	Założenia

podmiotów świadczących usługi turystyczne	1. Do końca 2015 roku zostaną utworzone lub rozwinięte minimum 4 podmioty gospodarcze świadczące usługi turystyczne względem roku 2009.	- oświadczenia beneficjentów, - dane gmin, - analizy własne LGD,	-
II.2.2 Opracowanie wydawnictw turystycznych regionu wspomagających rozwój usług i ruch turystyczny	Wskaźniki produktu	Źródła weryfikacji	Założenia
	1. Do końca 2015 roku zostaną opracowane i rozpowszechnione wydawnictwa o tematyce turystycznej i regionie – minimum 5 nakładów względem roku 2009.	- dane własne LGD, - protokoły odbioru,	LGD w celu ożywienia ruchu turystycznego planuje opracowanie wydawnictw zachęcających do odwiedzenia regionu
II.3.1 Stworzenie internetowego portalu dot. dziedzictwa regionu, informacji o produktach turystycznych, ofercie regionu.	Wskaźniki produktu	Źródła weryfikacji	Założenia
	1. Do końca 2015 roku powstaną minimum dwa portale internetowe informujące o ofercie turystycznej i produktach turystycznych względem roku 2009.	- dane własne LGD, - protokoły odbioru,	-
II.3.2 Uczestnictwo w imprezach promujących turystykę i produkty turystyczne regionu	Wskaźniki produktu	Źródła weryfikacji	Założenia
	1. Do końca 2015 roku LGD weźmie udział w minimum 8 imprezach promujących region i produkty turystyczne względem roku 2009.	- dane własne LGD, - dane szacunkowe firm ochroniarskich, - dane organizatorów imprez,	-
II.3.3 Baza produktów tradycyjnego pochodzenia	Wskaźniki produktu	Źródła weryfikacji	Założenia
	1. Do końca 2015 roku zostanie utworzona minimum 1 baza nowych produktów tradycyjnego pochodzenia względem roku 2009.	- dane własne LGD, - protokoły odbioru,	-