

## Wykaz zmian w LSR:

1. Zmienia się na stronie tytułowej LSR, zapis:

„aktualizacja – wrzesień 2017 r.”

na następujący:

„aktualizacja – grudzień 2017 r.”

2. Zmienia się w LSR w rozdziale 5.1. System Celów LGD „Stowarzyszenie Ziemi Grodziskiej LEADER”, zapis:

*„Tabela 5.1. Matryca logiczna LSR*

Zidentyfikowane problem/ wyzwania społeczno-ekonomiczne	Cel ogólny	Cele szczegółowe	Planowane przedsięwzięcia	Produkty	Rezultaty	Oddziaływanie	Czynniki zewnętrzne mające wpływ na realizację działań i osiągnięcie wskaźników
Niski potencjał turystyczny i rekreacyjny	Podniesienie dobrobytu społecznego oraz poprawa komfortu życia, poprzez wykorzystanie lokalnych zasobów i tradycji	Zwiększenie potencjału turystycznego i rekreacyjnego	Rozwijanie infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej oraz aktywnego wypoczynku	Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej - 30	Wzrost liczby osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej – 20%	Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca – 3500,00	- rozwój gospodarczy kraju, - bogacenie się Polaków, - podtrzymanie a nawet nasilenie trendu zmiany nastawienia w kierunku spędzania większej ilości czasu na turystyce, rekreacji, - dostępność finansowania, - popyt na projekty z zakresu turystyki i rekreacji
				Liczba nowych obiektów do obsługi ruchu turystycznego - 10		Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013 o 1 punkt procentowy (p.p.)	
				Liczba wydanych materiałów opisujących lokalne atrakcje i zasoby - 6			
				Liczba wydarzeń promujących aktywny wypoczynek na terenie LGD połączonych z promocją		Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej	

				działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne lub mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu - 4		oraz poziomu wiedzy o regionie – 78%	
			<b>Zachowanie dziedzictwa lokalnego</b>	Liczba zabytków poddanych pracom konserwatorskim lub restauratorskim w wyniku wsparcia otrzymanego w ramach realizacji strategii - 2	Wzrost liczby osób odwiedzających zabytki i obiekty – 20%	Poprawa aktywności i integracji mieszkańców – 22.000	- wysoka aktywność społeczna, - podaż fachowców w zakresie prac konserwatorskich, - dostępność finansowania, - popyt na projekty z zakresu dziedzictwa lokalnego,
				Liczba operacji obejmujących wyposażenie podmiotów działających w sferze kultury - 2	Liczba uczestników wydarzeń - 1000		
				Liczba operacji o charakterze promocyjnym - 2			
Niski poziom przedsiębiorczości mieszkańców oraz słabość lokalnej gospodarki	Rozwój przedsiębiorczości mieszkańców oraz wzmocnienie lokalnej gospodarki	<b>Rozpoczynanie działalności gospodarczej na Ziemi Grodzkiej</b>	Liczba operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa - 10	Liczba utworzonych miejsc pracy - 30	Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca – 3500,00	Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013 o 1 punkt procentowy	- zainteresowanie konkursami, - dostępność finansowania - postawy przedsiębiorcze wśród beneficjentów, - rozwój gospodarczy kraju,
		<b>Rozwijanie działalności gospodarczej na Ziemi Grodzkiej</b>	Liczba operacji polegających na rozwoju istniejącego przedsiębiorstwa - 20		Liczba operacji ukierunkowanych na innowacje - 4		
Jakość kapitału ludzkiego i społecznego	Jakość kapitału ludzkiego i zawodowego i kapitału społecznego mieszkań	Liczba szkoleń - 20	Liczba osób przeszkolonych w tym liczba osób z grup	Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca – 3500,00	- zainteresowanie konkursami, - dostępność finansowania		

				defaworyzowanych objętych ww. wsparciem – 200/40	Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013 o 1 punkt procentowy	- motywacja mieszkańców do podnoszenia kompetencji, - podaż miejsc pracy,
				Liczba osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań zawodowych – 80%	Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej oraz poziomu wiedzy o regionie – 78%	
					Poprawa aktywności i integracji mieszkańców – 22.000	
	<b>Projekty współpracy</b>	Liczba zrealizowanych projektów współpracy w tym projektów współpracy międzynarodowej -2	Liczba projektów skierowanych do następujących grup docelowych: przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane (określone w LSR), młodzież, turyści - 2	Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca – 3500,00	- motywacja innych LGD do współpracy, - zainteresowanie ofertą LGD Ziemi Grodzkiej	
		Liczba LGD uczestniczących w projektach współpracy - 5		Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013 o 1 punkt procentowy		
			Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej oraz poziomu wiedzy o regionie – 78%			
			Poprawa aktywności i integracji mieszkańców – 22.000			
	<b>Projekty aktywizacji</b>	Funkcjonowanie biura LGD – 8	Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD -80	Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca – 3500,00	- zainteresowanie beneficjentów szkoleniami, - wysoka jakość oferowanych szkoleń, - dostępność finansowania,	
		Liczba działań polegających na realizacji planu komunikacji LSR – 140		Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013 o 1 punkt procentowy		

			Liczba wydarzeń promocyjnych - 12		Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej oraz poziomu wiedzy o regionie – 78%
			Liczba podmiotów którym udzielono indywidualnego doradztwa - 105	Liczba osób które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD - 63	
			Liczba osobodni szkoleń dla organów LGD - 45		
			Liczba osobodni szkoleń dla pracowników LGD - 6		Poprawa aktywności i integracji mieszkańców – 22.000

”

na następujący:

*„Tabela 5.1. Matryca logiczna LSR*

Zidentyfikowane problemy/ wyzwania społeczno-ekonomiczne	Cel ogólny	Cele szczegółowe	Planowane przedsięwzięcia	Produkty	Rezultaty	Oddziaływanie	Czynniki zewnętrzne mające wpływ na realizację działań i osiągnięcie wskaźników
Niski potencjał turystyczny i rekreacyjny	Podniesienie dobrobytu społecznego oraz poprawa komfortu życia, poprzez wykorzystanie lokalnych zasobów i tradycji	Zwiększenie potencjału turystycznego i rekreacyjnego	Rozwijanie infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej oraz aktywnego wypoczynku	Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej - 30 Liczba nowych obiektów do obsługi ruchu turystycznego - 10 Liczba wydanych materiałów opisujących lokalne atrakcje i zasoby - 6 Liczba wydarzeń promujących	Wzrost liczby osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej – 20%	Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca – 3500,00 Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013 o 1 punkt procentowy (p.p.)	- rozwój gospodarczy kraju, - bogacenie się Polaków, - podtrzymanie a nawet nasilenie trendu zmiany nastawienia w kierunku spędzania większej ilości czasu na turystyce, rekreacji, - dostępność finansowania, - popyt na projekty z zakresu turystyki i rekreacji

				aktywny wypoczynek na terenie LGD połączonych z promocją działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne lub mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu - 4		Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej oraz poziomu wiedzy o regionie – 78%	
			Zachowanie dziedzictwa lokalnego	Liczba zabytków poddanych pracom konserwatorskim lub restauratorskim - 2	Wzrost liczby osób odwiedzających zabytki i obiekty – 20%	Poprawa aktywności i integracji mieszkańców – 22.000	- wysoka aktywność społeczna, -podaż fachowców w zakresie prac konserwatorskich, - dostępność finansowania, - popyt na projekty z zakresu dziedzictwa lokalnego,
		Liczba operacji obejmujących wyposażenie podmiotów działających w sferze kultury - 2		Liczba uczestników wydarzeń - 1000			
		Liczba wydarzeń / imprez - 2					
Niski poziom przedsiębiorczości mieszkańców oraz słabość lokalnej gospodarki	Rozwój przedsiębiorczości mieszkańców oraz wzmocnienie lokalnej gospodarki	Rozpocznianie działalności gospodarczej na Ziemi Grodziskiej	Liczba operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa – 10	Liczba utworzonych miejsc pracy – 30 pełnych etatów średniorocznych	Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca – 3500,00	- zainteresowanie konkursami, - dostępność finansowania - postawy przedsiębiorcze wśród beneficjentów, - rozwój gospodarczy kraju,	
			Rozwijanie działalności gospodarczej na Ziemi Grodziskiej		Liczba operacji polegających na rozwoju istniejącego przedsiębiorstwa - 20		Liczba operacji ukierunkowanych na innowacje - 4
		Jakości kapitału ludzkiego i zawodowych i kapitału społecznego mieszkań	Liczba szkoleń - 20	Liczba osób przeszkolonych – 200 osób (w tym 40 osób z	Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej oraz poziomu wiedzy o regionie – 78%		Poprawa aktywności i integracji mieszkańców – 22.000
				Liczba osób przeszkolonych – 200 osób (w tym 40 osób z	Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca – 3500,00	- zainteresowanie konkursami, - dostępność finansowania	

					grup defaworyzowanych)	Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013 o 1 punkt procentowy	- motywacja mieszkańców do podnoszenia kompetencji, - podaż miejsc pracy,
					Liczba osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań – 80%	Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej oraz poziomu wiedzy o regionie – 78%	
						Poprawa aktywności i integracji mieszkańców – 22.000	
		<b>Projekty współpracy</b>	Liczba zrealizowanych projektów współpracy -2	Liczba projektów skierowanych do następujących grup docelowych: przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane (określone w LSR), młodzież, turyści - 2	Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca – 3500,00	Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013 o 1 punkt procentowy	- motywacja innych LGD do współpracy, - zainteresowanie ofertą LGD Ziemi Grodziskiej
			Liczba LGD uczestniczących w projektach współpracy - 5		Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej oraz poziomu wiedzy o regionie – 78%		
		<b>Projekty aktywizacji</b>	Funkcjonowanie biura LGD – 8	Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD -80	Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca – 3500,00	Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013 o 1 punkt procentowy	- zainteresowanie beneficjentów szkoleniami, - wysoka jakość oferowanych szkoleń, - dostępność finansowania,
			Liczba działań polegających na realizacji planu komunikacji LSR – 140		Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej oraz poziomu wiedzy o regionie – 78%		
			Liczba wydarzeń promocyjnych - 12				
			Liczba podmiotów którym udzielono indywidualnego doradztwa - 105				

			Liczba osobodni szkoleń dla pracowników i organów LGD – 51	uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD - 63	Poprawa aktywności i integracji mieszkańców – 22.000	
--	--	--	--	---	--	--

”

3. Zmienia się w LSR w rozdziale 5.6. Specyfikacja wskaźników oraz źródeł ich pomiaru, zapis:

*„Tabela 5.2. Logika interwencji strategii LSR*

<b>1.0</b>	<b>Cel ogólny</b>	<b>Podniesienie dobrobytu społecznego oraz poprawa komfortu życia, poprzez wykorzystanie lokalnych zasobów i tradycji</b>			
1.1.	<b>Cele szczegółowe</b>	Zwiększenie potencjału turystycznego i rekreacyjnego			
1.2.		Rozwój przedsiębiorczości mieszkańców oraz wzmocnienie lokalnej gospodarki			
1.3.		Podniesienie jakości kapitału ludzkiego i społecznego			
<b>Wskaźniki oddziaływania dla celu ogólnego</b>		<b>Jednostka miary</b>	<b>Stan początkowy (rok 2014)</b>	<b>Stan docelowy (rok 2023)</b>	<b>Źródło danych/sposób pomiaru</b>
W1.0.a	Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca	PLN	2.988,19	3.500,00	Dane GUS
W1.0.b	Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej oraz poziomu wiedzy o regionie	Liczba mieszkańców deklarująca pozytywną zmianę	75,5%	78%	Badania ankietowe mieszkańców
W1.0.c	Poprawa aktywności i integracji mieszkańców	Liczba mieszkańców korzystających z przygotowanych	20.344	22.000	Badania ankietowe mieszkańców

		miejsc i biorących udział w org. wydarzeniach			
W1.0. d	Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013	%	9,0	8,0	Dane GUS, PUP
<b>Wskaźniki rezultatu dla celów szczegółowych</b>		<b>Jednostka miary</b>	<b>Stan początkowy (rok 2016)</b>	<b>Stan docelowy (rok 2023)</b>	<b>Źródło danych/sposób pomiaru</b>
W1.1. a	Wzrost liczby osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej	%	-	20%	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.1. b	Wzrost liczby osób odwiedzających zabytki i obiekty	%	-	20%	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.1. c	Liczba uczestników wydarzeń	osoba	0	1000	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.2. a	Liczba utworzonych miejsc pracy	osoba	0	30	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.2. b	Liczba operacji ukierunkowanych na innowacje	szt.	0	4	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.3. a	Liczba osób przeszkolonych w tym liczba osób z grup defaworyzowanych objętych ww. wsparciem	osoba	0	200/40	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.3. b	Liczba osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań zawodowych	% ogółu	0	80%	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.4. a	Liczba projektów skierowanych do następujących grup docelowych: przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane (określone w LSR), młodzież, turyści	szt.	0	2	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.5. a	Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD	% ogółu	0	80%	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.5. c	Liczba osób które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD	osoba	0	63	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności

Przedsięwzięcia		Grupy docelowe	Sposób realizacji	Wskaźniki produktu				
				Nazwa	Jednostka miary	Wartość		Źródło danych/sposób pomiaru
						Początkowa rok 2016	Docelowa rok 2023	
1.1.1	Rozwijanie infrastruktury turystycznej rekreacyjnej aktywnego wypoczynku i oraz	Przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane określone w strategii, turyści, gospodarstwa indywidualne, organizacje pozarządowe	Konkurs	Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej	szt.	0	30	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
				Liczba nowych obiektów do obsługi ruchu turystycznego	szt.	0	10	Dane GUS
				Liczba wydanych materiałów opisujących lokalne atrakcje i zasoby	szt.	0	6	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
				Liczba wydarzeń promujących aktywny wypoczynek na terenie LGD połączonych z promocją działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne lub mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu	szt.	0	4	
1.1.2	Zachowanie dziedzictwa ziemi grodziskiej	Przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane określone w strategii, turyści, gospodarstwa indywidualne, organizacje pozarządowe, JST i ich jednostki, organizacje pozarządowe, związki wyznaniowe, kościoły	Konkurs	Liczba zabytków poddanych pracom konserwatorskim lub restauratorskim w wyniku wsparcia otrzymanego w ramach realizacji strategii	szt.	0	2	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
				Liczba operacji obejmujących wyposażenie podmiotów działających w sferze kultury	szt.	0	2	

				Liczba operacji o charakterze promocyjnym	szt.	0	2	
1.2.1.	Rozpoczynanie działalności gospodarczej na ziemi grodziskiej	Mieszkańcy z obszaru LGD nieprowadzący dotąd działalności gospodarczej, grupy defaworyzowane określone w strategii	Konkurs	Liczba operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa	szt.	0	10	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności, dane GUS, ewidencja gmin
1.2.2	Rozwijanie działalności gospodarczej na ziemi grodziskiej	Przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane określone w strategii, organizacje pozarządowe		Liczba operacji polegających na rozwoju istniejącego przedsiębiorstwa	szt.	0	20	
1.3.1.	Podnoszenie kompetencji zawodowych i kapitału społecznego mieszkańców ziemi grodziskiej	Przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane określone w strategii, turyści, gospodarstwa indywidualne, JST i ich jednostki, organizacje pozarządowe, związki wyznaniowe, kościoły	Konkurs	Liczba szkoleń	szt.	0	20	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
1.4.	Projekty współpracy	Przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane określone w strategii, turyści, gospodarstwa indywidualne, JST i ich jednostki, organizacje pozarządowe, związki wyznaniowe, kościoły	Projwspół.	Liczba zrealizowanych projektów współpracy w tym projektów współpracy międzynarodowej	szt.	0	2	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
				Liczba LGD uczestniczących w projektach współpracy	szt.	0	5	
1.5.	Aktywizacja	Organy LGD, pracownicy LGD, beneficjenci	Aktywizacja	Funkcjonowanie biura LGD	lata	0	8	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
		Przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane określone w strategii, turyści, gospodarstwa indywidualne, JST i ich jednostki, organizacje pozarządowe, związki wyznaniowe, kościoły		Liczba działań polegających na realizacji planu komunikacji LSR	szt.	0	140	
				Liczba wydarzeń promocyjnych	szt.	0	12	
				Liczba podmiotów którym udzielono indywidualnego doradztwa	szt.	0	105	

		Organy LGD, pracownicy LGD	Liczba osobodni szkoleń dla organów LGD	szt.	0	45	
			Liczba osobodni szkoleń dla pracowników LGD	szt.	0	6	

”

na następujący:

*„Tabela 5.2. Logika interwencji strategii LSR*

<b>1.0</b>	<b>Cel ogólny</b>	<b>Podniesienie dobrobytu społecznego oraz poprawa komfortu życia, poprzez wykorzystanie lokalnych zasobów i tradycji</b>				
1.1.	<b>Cele szczegółowe</b>	Zwiększenie potencjału turystycznego i rekreacyjnego				
1.2.		Rozwój przedsiębiorczości mieszkańców oraz wzmocnienie lokalnej gospodarki				
1.3.		Podniesienie jakości kapitału ludzkiego i społecznego				
<b>Wskaźniki oddziaływania dla celu ogólnego</b>		<b>Jednostka miary</b>	<b>Stan początkowy (rok 2014)</b>	<b>Stan docelowy (rok 2023)</b>	<b>Źródło danych/sposób pomiaru</b>	
W1.0. a	Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca	PLN	2.988,19	3.500,00	Dane GUS	
W1.0. b	Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej oraz poziomu wiedzy o regionie	Liczba mieszkańców deklarująca pozytywną zmianę	75,5%	78%	Badania ankietowe mieszkańców	
W1.0. c	Poprawa aktywności i integracji mieszkańców	Liczba mieszkańców korzystających z przygotowanych miejsc i biorących udział w org. wydarzeniach	20.344	22.000	Badania ankietowe mieszkańców	

W1.0. d	Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013	%	9,0	8,0	Dane GUS, PUP
<b>Wskaźniki rezultatu dla celów szczegółowych</b>		<b>Jednostka miary</b>	<b>Stan początkowy (rok 2016)</b>	<b>Stan docelowy (rok 2023)</b>	<b>Źródło danych/sposób pomiaru</b>
W1.1. a	Wzrost liczby osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej	%	-	20%	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.1. b	Wzrost liczby osób odwiedzających zabytki i obiekty	%	-	20%	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.1. c	Liczba uczestników wydarzeń	osoba	0	1000	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.2. a	Liczba utworzonych miejsc pracy	pełnych etatów średniorocznych	0	30	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.2. b	Liczba operacji ukierunkowanych na innowacje	szt.	0	4	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.3. a	Liczba osób przeszkolonych	osoba	0	200/40	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.3. b	Liczba osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań	% ogółu	0	80%	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.4. a	Liczba projektów skierowanych do następujących grup docelowych: przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane (określone w LSR), młodzież, turyści	szt.	0	2	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.5. a	Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD	% ogółu	0	80%	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
W1.5. c	Liczba osób które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD	osoba	0	63	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
<b>Przedsięwzięcia</b>		<b>Sposób</b>	<b>Wskaźniki produktu</b>		
<b>Grupy docelowe</b>			<b>Nazwa</b>	<b>Jedno</b>	<b>Wartość</b>

			realizacji		skala miary	Początkowa rok 2016	Docelowa rok 2023	danych/sposób pomiaru
1.1.1	Rozwijanie infrastruktury turystycznej rekreacyjnej aktywnego wypoczynku i oraz	Przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane określone w strategii, turyści, gospodarstwa indywidualne, organizacje pozarządowe	Konkurs	Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej	szt.	0	30	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
				Liczba nowych obiektów do obsługi ruchu turystycznego	szt.	0	10	Dane GUS
				Liczba wydanych materiałów opisujących lokalne atrakcje i zasoby	szt.	0	6	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
				Liczba wydarzeń promujących aktywny wypoczynek na terenie LGD połączonych z promocją działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne lub mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu	szt.	0	4	
1.1.2	Zachowanie dziedzictwa ziemi	Przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane określone w strategii, turyści, gospodarstwa indywidualne, organizacje pozarządowe, JST i ich jednostki, organizacje pozarządowe, związki wyznaniowe, kościoły	Konkurs	Liczba zabytków poddanych pracom konserwatorskim lub restauratorskim	szt.	0	2	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
				Liczba operacji obejmujących wyposażenie podmiotów działających w sferze kultury	szt.	0	2	
				Liczba wydarzeń / imprez	szt.	0	2	

1.2.1.	Rozpoczynanie działalności gospodarczej na ziemi grodziskiej	Mieszkańcy z obszaru LGD nieprowadzący dotąd działalności gospodarczej, grupy defaworyzowane określone w strategii	Konkurs	Liczba operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa	szt.	0	10	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności, dane GUS, ewidencja gmin
1.2.2	Rozwijanie działalności gospodarczej na ziemi grodziskiej	Przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane określone w strategii, organizacje pozarządowe		Liczba operacji polegających na rozwoju istniejącego przedsiębiorstwa	szt.	0	20	
1.3.1.	Podnoszenie kompetencji zawodowych i kapitału społecznego mieszkańców ziemi grodziskiej	Przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane określone w strategii, turyści, gospodarstwa indywidualne, JST i ich jednostki, organizacje pozarządowe, związki wyznaniowe, kościoły	Konkurs	Liczba szkoleń	szt.	0	20	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
1.4.	Projekty współpracy	Przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane określone w strategii, turyści, gospodarstwa indywidualne, JST i ich jednostki, organizacje pozarządowe, związki wyznaniowe, kościoły	Projwspół.	Liczba zrealizowanych projektów współpracy	szt.	0	2	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
				Liczba LGD uczestniczących w projektach współpracy	szt.	0	5	
1.5.	Aktywizacja	Organy LGD, pracownicy LGD, beneficjenci	Aktywizacja	Funkcjonowanie biura LGD	lata	0	8	Badania własne LGD, informacje o zleceniu płatności
		Przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane określone w strategii, turyści, gospodarstwa indywidualne, JST i ich jednostki, organizacje pozarządowe, związki wyznaniowe, kościoły		Liczba działań polegających na realizacji planu komunikacji LSR	szt.	0	140	
				Liczba wydarzeń promocyjnych	szt.	0	12	
				Liczba podmiotów którym udzielono indywidualnego doradztwa	szt.	0	105	

		Organy LGD, pracownicy LGD		Liczba osobodni szkoleń dla pracowników i organów LGD	szt.	0	51	
--	--	----------------------------	--	---	------	---	----	--

”

4. Zmienia się w LSR w rozdziale 5.8. Uzasadnienie wyboru wskaźników, zapis:

*„Tabela 5.3. Uzasadnienie wyboru wskaźników*

Wskaźnik	Uzasadnienie wyboru
<b>Wskaźniki oddziaływania</b>	
Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca	Wzrost przedsiębiorczości i kompetencji zasobów powinien przełożyć się na dochody mieszkańców, a więc i dochody samorządu
Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej oraz poziomu wiedzy o regionie	Większa liczba wydarzeń i promocji regionu przełoży się na większą wiedzę mieszkańców o regionie
Poprawa aktywności i integracji mieszkańców	Realizacja operacji przynieść powinna wzrost aktywności społecznej, w tym również integracji
Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013	Realizowane operacje powinny przynieść wzrost liczby miejsc pracy, a więc również spadek bezrobocia
<b>Wskaźniki rezultatu</b>	
Wzrost liczby osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej	Większa liczba obiektów przyciągać powinna większą liczbę turystów
Wzrost liczby osób odwiedzających zabytki i obiekty	Waloryzacja i poprawa stanu obiektów kulturalnych powinna przełożyć się na wzrost liczby odwiedzających
Liczba uczestników wydarzeń	Miernikiem jakości wydarzeń może być liczba ich uczestników

Liczba utworzonych miejsc pracy	To dobry wskaźnik skuteczności operacji zw. z rynkiem pracy, jego dynamiką i poprawą sytuacji
Liczba operacji ukierunkowanych na innowacje	LGD chce być regionem innowacyjnym, stąd wskaźnik mierzący liczbę operacji z innowacyjnym komponentem
Liczba osób przeszkolonych w tym liczba osób z grup defaworyzowanych objętych ww. wsparciem	Grupy defaworyzowane są ważne z punktu widzenia LGD, stąd ważne jest mierzenie ile osób z tych grup przejdzie szkolenia
Liczba osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań zawodowych	Jakość szkoleń można mierzyć poziomem satysfakcji osób szkolonych
Liczba projektów skierowanych do następujących grup docelowych: przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane (określone w LSR), młodzież, turyści	Ważnym kryterium skuteczności wdrażania LSR jest analiza do jakich grup skierowane były projekty i operacje.
Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD	Jakość usług biura LGD można mierzyć z wykorzystaniem ankiety satysfakcji
Liczba osób które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD	Skuteczność działania biura LGD można mierzyć także wskaźnikiem liczby osób, które otrzymały wsparcie dzięki temu że konsultowały to wcześniej z pracownikami biura LGD
<b>Wskaźniki produktu</b>	
Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej	Budowa i modernizacja obiektów infrastruktury jest przedmiotem przedsięwzięcia nr 1
Liczba nowych obiektów do obsługi ruchu turystycznego	Ważna z punktu widzenia LGD jest obsługa ruchu turystycznego, gdyż takich obiektów na terenie LGD jest mało (vide diagnoza).
Liczba wydanych materiałów opisujących lokalne atrakcje i zasoby	Nawet najlepsza oferta turystyczna czy kulturalna musi zostać wypromowana
Liczba wydarzeń promujących aktywny wypoczynek na terenie LGD połączonych z promocją działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne lub mających na celu	Trzeba dotrzeć do mieszkańców nie tylko z informacją o możliwościach wypoczynku, ale także należy promować zdrowy i aktywny tryb życia. Organizowanie wydarzeń promujących taki tryb

przeciwdziałanie zmianom klimatu	życia jest jednym z pomysłów na osiągnięcie celów LSR
Liczba zabytków poddanych pracom konserwatorskim lub restauratorskim w wyniku wsparcia otrzymanego w ramach realizacji strategii	Na obszarze LGD jest wiele obiektów, które wymagają konserwacji lub restauracji, aby pełnić należną im funkcję.
Liczba operacji obejmujących wyposażenie podmiotów działających w sferze kultury	Na obszarze LGD jest wiele obiektów, które wymagają doposażenia aby pełnić należną im funkcję.
Liczba operacji o charakterze promocyjnym	Lokalne dziedzictwo należy wypromować aby przyciągnąć turystów. Wydarzenia promocyjne są ku temu okazją.
Liczba operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa	W Przedsięwzięciu 1.2.1 operacje będą polegać na założeniu nowego przedsiębiorstwa.
Liczba operacji polegających na rozwoju istniejącego przedsiębiorstwa	W Przedsięwzięciu 1.2.2 operacje będą polegać na rozwijaniu działalności istniejącego przedsiębiorstwa.
Liczba szkoleń	Podnoszenie kompetencji mieszkańców realizowane będzie głównie z wykorzystaniem szkoleń.
Liczba zrealizowanych projektów współpracy w tym projektów współpracy międzynarodowej	LGD powinna współpracować z innymi grupami, aby wymieniać doświadczenia, uczyć się nowych zagadnień związanych z rozwojem, aby promować lok. zasoby
Liczba LGD uczestniczących w projektach współpracy	Jednym ze wskaźników jakości i rozmach współpracy może być liczba podmiotów, które będą współpracować z LGD Stowarzyszenie Ziemi Grodziskiej
Funkcjonowanie biura LGD	Biuro LGD będzie funkcjonować w całym okresie wdrażania strategii. Wskaźnik określa liczbę lat.
Liczba działań polegających na realizacji planu komunikacji LSR	Plan Komunikacji ma określoną liczbę działań – postęp w zakresie realizacji Planu może być monitorowany między innymi poprzez liczenie na

	bieżąco liczby działań
Liczba wydarzeń promocyjnych	LSR powinna być promowana, stąd wskaźnik dotyczący liczby wydarzeń o charakterze promocyjnym
Liczba podmiotów którym udzielono indywidualnego doradztwa	Skuteczność i jakość obsługi przez biuro LGD można zmierzyć licząc ile osób skorzystało z indywidualnego doradztwa.
Liczba osobodni szkoleń dla organów LGD	Organy LGD będą wymagały przeszkolenia, ab właściwie realizować postawione przed nimi zadania.
Liczba osobodni szkoleń dla pracowników LGD	Pracownicy LGD będą wymagały przeszkolenia, ab właściwie realizować postawione przed nimi zadania.

”

na następujący:

*„Tabela 5.3. Uzasadnienie wyboru wskaźników*

Wskaźnik	Uzasadnienie wyboru
<b>Wskaźniki oddziaływania</b>	
Dochody budżetów samorządów ogółem na 1 mieszkańca	Wzrost przedsiębiorczości i kompetencji zasobów powinien przełożyć się na dochody mieszkańców, a więc i dochody samorządu
Wzrost aktywności społeczno-kulturalnej oraz poziomu wiedzy o regionie	Większa liczba wydarzeń i promocji regionu przełoży się na większą wiedzę mieszkańców o regionie
Poprawa aktywności i integracji mieszkańców	Realizacja operacji przynieść powinna wzrost aktywności społecznej, w tym również integracji
Spadek bezrobocia rejestrowanego w porównaniu z rokiem 2013	Realizowane operacje powinny przynieść wzrost liczby miejsc pracy, a więc również spadek bezrobocia

<b>Wskaźniki rezultatu</b>	
Wzrost liczby osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej	Większa liczba obiektów przyciągać powinna większą liczbę turystów
Wzrost liczby osób odwiedzających zabytki i obiekty	Waloryzacja i poprawa stanu obiektów kulturalnych powinna przełożyć się na wzrost liczby odwiedzających
Liczba uczestników wydarzeń	Miernikiem jakości wydarzeń może być liczba ich uczestników
Liczba utworzonych miejsc pracy	To dobry wskaźnik skuteczności operacji zw. z rynkiem pracy, jego dynamiką i poprawą sytuacji
Liczba operacji ukierunkowanych na innowacje	LGD chce być regionem innowacyjnym, stąd wskaźnik mierzący liczbę operacji z innowacyjnym komponentem
Liczba osób przeszkolonych	Grupy defaworyzowane są ważne z punktu widzenia LGD, stąd ważne jest mierzenie ile osób z tych grup przejdzie szkolenia
Liczba osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań	Jakość szkoleń można mierzyć poziomem satysfakcji osób szkolonych
Liczba projektów skierowanych do następujących grup docelowych: przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane (określone w LSR), młodzież, turyści	Ważnym kryterium skuteczności wdrażania LSR jest analiza do jakich grup skierowane były projekty i operacje.
Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD	Jakość usług biura LGD można mierzyć z wykorzystaniem ankiety satysfakcji
Liczba osób które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie na realizację LSR, świadczonego w biurze LGD	Skuteczność działania biura LGD można mierzyć także wskaźnikiem liczby osób, które otrzymały wsparcie dzięki temu że konsultowały to wcześniej z pracownikami biura LGD
<b>Wskaźniki produktu</b>	
Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej	Budowa i modernizacja obiektów infrastruktury jest przedmiotem przedsięwzięcia nr 1
Liczba nowych obiektów do obsługi ruchu	Ważna z punktu widzenia LGD jest obsługa ruchu

turystycznego	turystycznego, gdyż takich obiektów na terenie LGD jest mało (vide diagnoza).
Liczba wydanych materiałów opisujących lokalne atrakcje i zasoby	Nawet najlepsza oferta turystyczna czy kulturalna musi zostać wypromowana
Liczba wydarzeń promujących aktywny wypoczynek na terenie LGD połączonych z promocją działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne lub mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu	Trzeba dotrzeć do mieszkańców nie tylko z informacją o możliwościach wypoczynku, ale także należy promować zdrowy i aktywny tryb życia. Organizowanie wydarzeń promujących taki tryb życia jest jednym z pomysłów na osiągnięcie celów LSR
Liczba zabytków poddanych pracom konserwatorskim lub restauratorskim	Na obszarze LGD jest wiele obiektów, które wymagają konserwacji lub restauracji, aby pełnić należną im funkcję.
Liczba operacji obejmujących wyposażenie podmiotów działających w sferze kultury	Na obszarze LGD jest wiele obiektów, które wymagają doposażenia aby pełnić należną im funkcję.
Liczba wydarzeń / imprez	Lokalne dziedzictwo należy wypromować aby przyciągnąć turystów. Wydarzenia promocyjne są ku temu okazją.
Liczba operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa	W Przedsięwzięciu 1.2.1 operacje będą polegać na założeniu nowego przedsiębiorstwa.
Liczba operacji polegających na rozwoju istniejącego przedsiębiorstwa	W Przedsięwzięciu 1.2.2 operacje będą polegać na rozwijaniu działalności istniejącego przedsiębiorstwa.
Liczba szkoleń	Podnoszenie kompetencji mieszkańców realizowane będzie głównie z wykorzystaniem szkoleń.
Liczba zrealizowanych projektów współpracy	LGD powinna współpracować z innymi grupami, aby wymieniać doświadczenia, uczyć się nowych zagadnień związanych z rozwojem, aby promować lok. zasoby
Liczba LGD uczestniczących w projektach	Jednym ze wskaźników jakości i rozmach

współpracy	współpracy może być liczba podmiotów, które będą współpracować z LGD Stowarzyszenie Ziemi Grodziskiej
Funkcjonowanie biura LGD	Biuro LGD będzie funkcjonować w całym okresie wdrażania strategii. Wskaźnik określa liczbę lat.
Liczba działań polegających na realizacji planu komunikacji LSR	Plan Komunikacji ma określoną liczbę działań – postęp w zakresie realizacji Planu może być monitorowany między innymi poprzez liczenie na bieżąco liczby działań
Liczba wydarzeń promocyjnych	LSR powinna być promowana, stąd wskaźnik dotyczący liczby wydarzeń o charakterze promocyjnym
Liczba podmiotów którym udzielono indywidualnego doradztwa	Skuteczność i jakość obsługi przez biuro LGD można zmierzyć licząc ile osób skorzystało z indywidualnego doradztwa.
Liczba osobodni szkoleń dla pracowników i organów LGD	Organy i pracownicy LGD będą wymagać przeszkolenia, aby właściwie realizować postawione przed nimi zadania.

”

5. Zmienia się w LSR w rozdziale 6.1 Ogólna charakterystyka przyjętych rozwiązań formalno-instytucjonalnych, zapis:

„W zakresie opracowanych procedur znalazły się:

1. Ogólne zasady procesu wyboru i oceny operacji oraz sposobu ustanawiania kryteriów wyboru,
2. Procedura przyjmowania wniosków o dofinansowanie operacji w ramach LSR,
3. Procedura oceny wniosków:
  - 3.1. Ocena formalna operacji,
  - 3.2. Ocena zgodności operacji z Lokalną Strategią Rozwoju,

3.3. Ocena operacji według ustalonych i opisanych w LSR kryteriów,

4. Procedura zmiany lokalnych kryteriów wyboru,
5. Procedura odwoławcza,
6. Procedura wykluczenia członka Rady z procesu oceny zgodności operacji z LSR i wyboru operacji,
7. Procedura oceny operacji własnej,
8. Procedura wycofania wniosku,
9. Określenie poziomów dofinansowania.”

na następujący:

„W zakresie opracowanych procedur znalazły się:

1. Ogólne zasady procesu wyboru i oceny operacji oraz sposobu ustanawiania kryteriów wyboru,
2. Procedura przyjmowania wniosków,
3. Procedura oceny wniosków,
4. Procedura zmiany lokalnych kryteriów wyboru,
5. Ustalenie kwoty wsparcia
6. Procedura odwoławcza,
7. Procedura wykluczenia członka Rady z procesu oceny zgodności operacji z LSR i wyboru operacji,
8. Procedura oceny operacji własnej,
9. Procedura wycofania wniosku,
10. Procedura wydania opinii przez LGD w sprawie możliwości dokonania zmiany umowy o przyznaniu pomocy przez beneficjenta,
11. Procedura prowadzenia rejestru interesów.”

6. Zmienia się w LSR w rozdziale 11.2. Charakterystyka zasad i procedur ewaluacji LSR, zapis:

„Ze względu na czas przeprowadzenia ewaluacji, zarówno w przypadku funkcjonowania LGD, jak i wdrażania LSR, wyróżniono etap ewaluacji śródkresowej oraz ewaluacji ex post.”

na następujący:

„Ze względu na czas przeprowadzenia ewaluacji, zarówno w przypadku funkcjonowania LGD, jak i wdrażania LSR, wyróżniono etap ewaluacji on-going, śródkresowej, i ex post.”

7. Zmienia się w LSR w rozdziale 11.2. Charakterystyka zasad i procedur ewaluacji LSR, zapis:

**„Procedury ewaluacji**

Procedura ewaluacji opera się na okresowym zbieraniu danych i ocenie czy wdrażanie LSR przebiega zgodnie z planem. Zgodnie z wyznaczonymi w procedurach terminami (ewaluacja śródkresowa i ex post) Biuro LGD rozpoczyna procedurę ewaluacji zbierając dane, następnie następuje ich analiza, która stanowi podstawę do ich interpretacji. W przypadku stwierdzenia przekroczeń wartości, analizowane są przyczyny zaistniałych zdarzeń i następuje analiza czy konieczna jest modyfikacja założeń wyjściowych. Uprawniony organ - Zarząd LGD podejmuje następnie decyzję, czy konieczna jest jakakolwiek akcja zmierzająca do likwidacji odchyień.”

na następujący:

**„Procedury ewaluacji**

Procedura ewaluacji opera się na okresowym zbieraniu danych i ocenie czy wdrażanie LSR przebiega zgodnie z planem. Zgodnie z wyznaczonymi w procedurach terminami (ewaluacja on-going, śródkresowa i ex post) Biuro LGD rozpoczyna procedurę ewaluacji zbierając dane, następnie następuje ich analiza, która stanowi podstawę do ich interpretacji. W przypadku stwierdzenia przekroczeń wartości, analizowane są przyczyny zaistniałych zdarzeń i następuje analiza czy konieczna jest modyfikacja założeń wyjściowych. Uprawniony organ - Zarząd LGD podejmuje następnie decyzję, czy konieczna jest jakakolwiek akcja zmierzająca do likwidacji odchyień.”

8. Zmienia się w LSR w rozdziale 11.3. Sposób wykorzystania wyników monitoringu i ewaluacji, zapis:

„Ewaluację przeprowadzać będzie Biuro LGD, a w przypadku zaistnienia przesłanek konieczności zmian, będzie formułować niezwłoczny wniosek do Zarządu LGD w celu rozpatrzenia przyczyn i konsekwencji odchyień oraz przedsięwzięcia działań zaradczych.”

na następujący:

„Ewaluację wewnętrzną przeprowadzać będzie Biuro LGD, a w przypadku zaistnienia przesłanek konieczności zmian, będzie formułować niezwłoczny wniosek do Zarządu LGD w celu rozpatrzenia przyczyn i konsekwencji odchyień oraz przedsięwzięcia działań zaradczych.”

9. Zmienia się w LSR w rozdziale 11.4. Główne elementy podlegające monitoringowi i ewaluacji, zapis:

„Głównymi elementami podlegającymi monitoringowi i ewaluacji, będą:

- stopień osiągnięcia wskaźników LSR – zakres w jakim bieżące poziomy wskaźników wypełniają założone w LSR poziomy,
- budżet – stopień wykorzystania środków finansowych w relacji do zakontraktowanych kwot,
- Plan Działań – zgodność rzeczowa, czasowa i kosztorysowa przedsięwzięć z założeniami,
- Plan Komunikacji – stopień skuteczności przekazu, stopień dotarcia z przekazem do beneficjentów,
- jakość kapitału społecznego – zakres stopnia integracji i rozwoju społeczeństwa,
- jakość świadczonych usług – stopień zadowolenia mieszkańców z obsługi Biura LGD.”

na następujący:

„Głównymi elementami podlegającymi monitoringowi i ewaluacji, będą:

- stopień osiągnięcia wskaźników LSR – zakres w jakim bieżące poziomy wskaźników wypełniają założone w LSR poziomy,
- budżet – stopień wykorzystania środków finansowych w relacji do zakontraktowanych kwot,
- Plan Działań – zgodność rzeczowa, czasowa i kosztorysowa przedsięwzięć z założeniami,
- Plan Komunikacji – stopień skuteczności przekazu, stopień dotarcia z przekazem do beneficjentów,
- jakość świadczonych usług – stopień zadowolenia mieszkańców z obsługi Biura LGD.”

10. Zmienia się w załączniku nr 2. Procedury monitoringowi i ewaluacji do LSR, zapis:

**„Procedura ewaluacji śródkresowej i ewaluacji ex post**

Obszar badania	Wykonawca	Źródła danych i metodyka działania	Sposób pomiaru
----------------	-----------	------------------------------------	----------------

<p><b>Funkcjonowanie LGD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• realizacja Planu Komunikacji</li> <li>• realizacja Planu Działań</li> <li>• jakość świadczonych usług</li> </ul>	<p>Ewaluacja wewnętrzna – Biuro LGD</p>	<p>Analiza wyników ankiet ewaluacyjnych, wywiady z beneficjentami</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zakres przestrzegania terminów, harmonogramu,</li> <li>• zakres stosowania i egzekwowania procedur związanych z realizacją i wdrażaniem LSR,</li> <li>• sumienność prowadzenia dokumentacji,</li> <li>• skuteczność działań informacyjnych,</li> <li>• skuteczność działań komunikacyjnych,</li> <li>• skuteczność działań promocyjnych,</li> <li>• stopień zadowolenia mieszkańców obszaru LGD.</li> </ul>
<p><b>Wdrażanie LSR</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• stopień osiągania wskaźników,</li> <li>• realizacja budżetu LSR,</li> <li>• realizacja harmonogramu rzeczowo-finansowego,</li> <li>• zakres i stopień oddziaływania strategii na obszar LGD,</li> <li>• jakość kapitału społecznego obszaru LGD,</li> </ul>	<p>Ewaluacja wewnętrzna – Biuro LGD</p>	<p>Analiza wyników ankiet ewaluacyjnych, wywiady z beneficjentami</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• stopień realizacji celów i wskaźników produktu, rezultatu, oddziaływania,</li> <li>• zgodność z harmonogramem,</li> <li>• stopień wykorzystania budżetu,</li> <li>• poziom akceptacji społecznej prowadzonych działań,</li> <li>• ocena kapitału społecznego obszaru LGD.</li> </ul>

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie konsultacji społecznych*

**Czas i okres pomiaru ewaluacji śródkresowej:** Czas pomiaru: I kwartał 2018; Okres objęty pomiarem: od rozpoczęcia realizacji do końca 2017

**Czas i okres pomiaru ewaluacji ex post:** Czas pomiaru: 2022 rok; Okres objęty pomiarem: cały okres wdrażania LSR”

na następujący:

### **„Procedura ewaluacji**

#### **Ewaluacja wewnętrzna realizowana przez biuro LGD**

**Czas, zakres i okres pomiaru ewaluacji on-going (w formie warsztatu refleksyjnego):** zgodnie z wytycznymi ministra rolnictwa i rozwoju wsi w zakresie monitoringu i ewaluacji strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020.

**Czas i okres pomiaru ewaluacji śródkresowej:** Czas pomiaru: I kwartał 2019 r.; Okres objęty pomiarem: od rozpoczęcia realizacji do dnia badania.

**Czas i okres pomiaru ewaluacji ex post:** Czas pomiaru: I kwartał 2023 r.; Okres objęty pomiarem: cały okres wdrażania LSR.

#### **Zakres danych objętych badaniami:**

##### Funkcjonowanie LGD

- realizacja Planu Komunikacji
- realizacja Planu Działań
- jakość świadczonych usług doradczych

##### Wdrażanie LSR

- stopień osiągnięcia wskaźników,
- realizacja budżetu LSR,
- realizacja harmonogramu rzeczowo-finansowego,

#### **Źródła danych:**

Badania mieszkańców, wnioskodawców, dane własne.

**Ewaluacja zewnętrzna realizowana przez podmiot zewnętrzny** zgodnie z wytycznymi ministra rolnictwa i rozwoju wsi w zakresie monitoringu i ewaluacji strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez społeczność w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020.

”

11. Zmienia się w załączniku nr 3. Plan Działania do LSR, zapis:

Cel ogólny	Lata	2016-2018			2019-2021			2022-2023			Razem 2016-2023		Progr am	Poddz iałanie zakres Progra mu
	Nazwa wskaźnika	Wartość z jednostką miary	% realizacji wskaźnika narastająco	Planowanie wsparcie w PLN	Wartość z jednostką miary	% realizacji wskaźnika narastająco	Planowanie wsparcie w PLN	Wartość z jednostką miary	% realizacji wskaźnika narastająco	Planowanie wsparcie w PLN	Planowana wartość wskaźnik	Razem planowane wsparcie w PLN	PROW /RPO	
<b>Cel szczegółowy 1 Zwiększenie potencjału turystycznego i rekreacyjnego</b>														
Przedsięwzięcie 1.1	Wskaźnik produktu	Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej - 20 sztuk	66%	1.150.000,00	Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej 10 sztuk	100%	550.000,00	Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej - 0 sztuk	100%	0,00	30	1.700.000,00	PROW	Realizacja LSR
		Liczba nowych obiektów do obsługi ruchu turystycznego – 4 sztuki	40%	280.000,00	Liczba nowych obiektów do obsługi ruchu turystycznego - 6 sztuk	100%	420.000,00	Liczba nowych obiektów do obsługi ruchu turystycznego - 0 sztuk	100%	0,00	10	700.000,00	PROW	
		Liczba wydanych materiałów-opisujących lokalne atrakcje i zasoby - 2 sztuki	33%	33.600,00	Liczba wydanych materiałów-opisujących lokalne atrakcje i zasoby 4 sztuki	100%	66.400,00	Liczba wydanych materiałów-opisujących lokalne atrakcje i zasoby – 0 sztuk	100%	0,00	6	100.000,00	PROW	

	Wskaźnik produktu	Liczba wydarzeń promujących aktywny wypoczynek na terenie LGD połączonych z promocją działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne lub mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu – 2 sztuki	50%	100.000,00	Liczba wydarzeń promujących aktywny wypoczynek na terenie LGD połączonych z promocją działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne lub mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu – 2 sztuki	100%	100.000,00	Liczba wydarzeń promujących aktywny wypoczynek na terenie LGD połączonych z promocją działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne lub mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu – 0 sztuki	100%	0,00	4	200.000,00	PROW	Realizacja LSR
Przedsięwzięcie 1.2	Wskaźnik produktu	Liczba zabytków poddanych pracom konserwatorskim lub restauratorskim w wyniku wsparcia otrzymanego w ramach realizacji strategii – 1 sztuka	66%	200.000,00	Liczba zabytków poddanych pracom konserwatorskim lub restauratorskim w wyniku wsparcia otrzymanego w ramach realizacji strategii – 1 sztuka	100%	100.000,00	Liczba zabytków poddanych pracom konserwatorskim lub restauratorskim w wyniku wsparcia otrzymanego w ramach realizacji strategii – 0 sztuka	100%	0,00	2	300.000,00	PROW	Realizacja LSR
		Liczba operacji obejmujących wyposażenie podmiotów działających w sferze kultury – 1 sztuki	50%	50.000,00	Liczba operacji obejmujących wyposażenie podmiotów działających w sferze kultury – 1 sztuki	100%	50.000,00	Liczba operacji obejmujących wyposażenie podmiotów działających w sferze kultury -0 sztuki	100%	0,00	2	100.000,00	PROW	

		Liczba operacji o charakterze promocyjnym – 1 sztuki	50%	50.000,00	Liczba operacji o charakterze promocyjnym – 1 sztuki	100%	50.000,00	Liczba operacji o charakterze promocyjnym – 0 sztuki	100%	0,00	2	100.000,00	PROW	
<b>Razem Cel szczegółowy nr 1</b>				1.863.600,00			1.336.400,00			0,00		3.200.000,00		
Wskaźnik rezultatu		Wzrost liczby osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej – 8%	40%		Wzrost liczby osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej – 8 %	80%		Wzrost liczby osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej – 4%	100%		20%			
		Wzrost liczby osób odwiedzających zabytki i obiekty – 8%	40%		Wzrost liczby osób odwiedzających zabytki i obiekty – 8%	80%		Wzrost liczby osób odwiedzających zabytki i obiekty – 4%	100%		20%			
		Liczba uczestników wydarzeń – 500 osób	50%		Liczba uczestników wydarzeń – 500 osób	100%		Liczba uczestników wydarzeń – 0 osób	100%		1000			
<b>Cel szczegółowy 2 Rozwój przedsiębiorczości mieszkańców oraz wzmocnienie lokalnej gospodarki</b>														
Przedsięwzięcie 2.1.	Wskaźnik produktu	Liczba operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa – 4 sztuki	40%	204.000,00	Liczba operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa – 6 sztuk	100%	306.000,00	Liczba operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa – 0 sztuk	100%	0,00	10	510.000,00	PROW	Realizacja LSR
Przedsięwzięcie 2.2.		Liczba operacji polegających na rozwoju istniejącego przedsiębiorstwa – 8 sztuk	40%	1.190.000,00	Liczba operacji polegających na rozwoju istniejącego przedsiębiorstwa – 12 sztuk	100%	1.800.000,00	Liczba operacji polegających na rozwoju istniejącego przedsiębiorstwa – 0 sztuk	100%	0,00	20	2.990.000,00	PROW	
<b>Razem Cel szczegółowy nr 2</b>				1.394.000,00			2.106.000,00			0,00		3.500.000,00		

Wskaźnik rezultatu	Liczba utworzonych miejsc pracy -12 osób	40%		Liczba utworzonych miejsc pracy – 18 osoby	100%		Liczba utworzonych miejsc pracy – 0 osób	100%		30			PROW	Realizacja LSR
	Liczba operacji ukierunkowanych na innowacje – 2 sztuki	50%		Liczba operacji ukierunkowanych na innowacje – 2 sztuki	100%		Liczba operacji ukierunkowanych na innowacje – 0 sztuk	100%		4				
<b>Cel szczegółowy 3 Podniesienie jakości kapitału ludzkiego i społecznego</b>														
Przedsięwzięcie 3.1	Wskaźnik produktu	Liczba szkoleń – 4 sztuki	20%	60.000,00	Liczba szkoleń – 16 sztuk	100%	240.000,00	Liczba szkoleń – 0 sztuk	100%	0,00	20	300.000,00	PROW	Realizacja LSR
<b>Razem Cel szczegółowy nr 3</b>				<b>60.000.00</b>			<b>240.000,00</b>			<b>0,00</b>		<b>300.000,00</b>		
Wskaźnik rezultatu	Liczba osób przeszkolonych w tym liczba osób z grup defaworyzowanych objętych ww. wsparciem – 40 osób / 8 osób	20%		Liczba osób przeszkolonych w tym liczba osób z grup defaworyzowanych objętych ww. wsparciem – 160 osób / 32 osób	100%		Liczba osób przeszkolonych w tym liczba osób z grup defaworyzowanych objętych ww. wsparciem – 0 osób / 0 osób	100%			200/40			
	Liczba osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań zawodowych – 16%	20%		Liczba osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań zawodowych – 64%	100%		Liczba osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań zawodowych – 0%	100%			80%			
<b>Razem Cel ogólny 1.0</b>				<b>3.317.600</b>			<b>3.682.400,00</b>			<b>0,00</b>		<b>7.000.00,00</b>		
<b>Razem LSR</b>				<b>3.417.600</b>			<b>3.582.400,00</b>			<b>0,00</b>		<b>7.000.00,00</b>		

Razem planowane wsparcie na przedsięwzięcia dedykowane tworzeniu i utrzymaniu miejsc pracy w ramach poddziałania Realizacja LSR PROW												3.500.000,00 tj. 50 % budżetu poddziałania Realizacji LSR		
<b>Projekty współpracy</b>														
1.4	Wskaźnik produktu	Liczba zrealizowanych projektów współpracy w tym projektów międzynarodowej – 1 sztuka	50%	70.000,00	Liczba zrealizowanych projektów współpracy w tym projektów międzynarodowej – 1 sztuka	100%	70.000,00	Liczba zrealizowanych projektów współpracy w tym projektów międzynarodowej - 0 sztuk	100%	0,00	2	140.000,00	PROW	Projekty współpracy
		Liczba LGD uczestniczących w projektach współpracy – 3 sztuki	60%	0,00	Liczba LGD uczestniczących w projektach współpracy – 2 sztuki	100%	0,00	Liczba LGD uczestniczących w projektach współpracy – 0 sztuk	100%	0,00	5	0,00	PROW	
Razem projekty współpracy				70.000,00			70.000,00		0,00		140.000,00			
Wskaźnik rezultatu	Liczba projektów skierowanych do następujących grup docelowych: przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane (określone w LSR), młodzież, turyści – 1 sztuka	50%		Liczba projektów skierowanych do następujących grup docelowych: przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane (określone w LSR), młodzież, turyści – 1 sztuka	100%		Liczba projektów skierowanych do następujących grup docelowych: przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane (określone w LSR), młodzież, turyści – 0 sztuk	100%			2			
<b>Projekty Aktywizacji</b>														

1.5	Wskaźnik produktu	Liczba działań polegających na realizacji planu komunikacji LSR - 60	43%	86.100,00	Liczba działań polegających na realizacji planu komunikacji LSR - 60	86%	86.100,00	Liczba działań polegających na realizacji planu komunikacji LSR - 20	100%	28.800,00	140	201.000,00	PROW	Aktywizacja
		Liczba wydarzeń promocyjnych - 5	41%	58.000,00	Liczba wydarzeń promocyjnych - 6	91%	69.600,00	Liczba wydarzeń promocyjnych - 1	100%	12.400,00	12	140.000,00	PROW	
<b>Razem projekty Aktywizacja</b>				144.100,00			155.700,00			41.200,00		341.000,00		
Wskaźnik rezultatu	Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD - 16%	20%		Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD - 32%	60%		Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD - 32%	100%		80%				

na następujący:

Cel ogólny	Lata	2016-2018			2019-2021			2022-2023			Razem 2016-2023		Progr am	Poddz iałanie zakres Progra mu
	Nazwa wskaźnika	Wartość z jednostką miary	% realizacji wskaźnika narastająco	Planowanie wsparcie w PLN	Wartość z jednostką miary	% realizacji wskaźnika narastająco	Planowanie wsparcie w PLN	Wartość z jednostką miary	% realizacji wskaźnika narastająco	Planowanie wsparcie w PLN	Planowana wartość wskaźnik	Razem planowane wsparcie w PLN	PROW /RPO	
<b>Cel szczegółowy 1 Zwiększenie potencjału turystycznego i rekreacyjnego</b>														
Przedsięwzięcie 1.1	Wskaźnik produktu	Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej - 20 sztuk	66%	1.150.000,00	Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej - 10 sztuk	100%	550.000,00	Liczba nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej - 0 sztuk	100%	0,00	30	1.700.000,00	PROW	Realizacja LSR
		Liczba nowych obiektów do obsługi ruchu turystycznego – 4 sztuki	40%	280.000,00	Liczba nowych obiektów do obsługi ruchu turystycznego - 6 sztuk	100%	420.000,00	Liczba nowych obiektów do obsługi ruchu turystycznego - 0 sztuk	100%	0,00	10	700.000,00	PROW	
		Liczba wydanych materiałów-opisujących lokalne atrakcje i zasoby - 2 sztuki	33%	33.600,00	Liczba wydanych materiałów-opisujących lokalne atrakcje i zasoby 4 sztuki	100%	66.400,00	Liczba wydanych materiałów-opisujących lokalne atrakcje i zasoby – 0 sztuk	100%	0,00	6	100.000,00	PROW	

	Wskaźnik produktu	Liczba wydarzeń promujących aktywny wypoczynek na terenie LGD połączonych z promocją działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne lub mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu – 2 sztuki	50%	100.000,00	Liczba wydarzeń promujących aktywny wypoczynek na terenie LGD połączonych z promocją działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne lub mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu – 2 sztuki	100%	100.000,00	Liczba wydarzeń promujących aktywny wypoczynek na terenie LGD połączonych z promocją działań mających pozytywny wpływ na środowisko naturalne lub mających na celu przeciwdziałanie zmianom klimatu – 0 sztuki	100%	0,00	4	200.000,00	PROW	Realizacja LSR
Przedsięwzięcie 1.2	Wskaźnik produktu	Liczba zabytków poddanych pracom konserwatorskim lub restauratorskim– 1 sztuka	66%	200.000,00	Liczba zabytków poddanych pracom konserwatorskim lub restauratorskim – 1 sztuka	100%	100.000,00	Liczba zabytków poddanych pracom konserwatorskim lub restauratorskim– 0 sztuk	100%	0,00	2	300.000,00	PROW	Realizacja LSR
		Liczba operacji obejmujących wyposażenie podmiotów działających w sferze kultury – 1 sztuki	50%	50.000,00	Liczba operacji obejmujących wyposażenie podmiotów działających w sferze kultury – 1 sztuki	100%	50.000,00	Liczba operacji obejmujących wyposażenie podmiotów działających w sferze kultury -0 sztuki	100%	0,00	2	100.000,00	PROW	
		Liczba wydarzeń / imprez – 1 sztuka	50%	50.000,00	Liczba wydarzeń / imprez – 1 sztuka	100%	50.000,00	Liczba wydarzeń / imprez – 0 sztuk	100%	0,00	2	100.000,00	PROW	
<b>Razem Cel szczegółowy nr 1</b>				1.863.600,0			1.336.400,0			0,00		3.200.000,00		

			0		0									
Wskaźnik rezultatu	Wzrost liczby osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej – 8%	40%		Wzrost liczby osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej – 8 %	80%		Wzrost liczby osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej – 4%	100%		20%				
	Wzrost liczby osób odwiedzających zabytki i obiekty – 8%	40%		Wzrost liczby osób odwiedzających zabytki i obiekty – 8%	80%		Wzrost liczby osób odwiedzających zabytki i obiekty – 4%	100%		20%				
	Liczba uczestników wydarzeń – 500 osób	50%		Liczba uczestników wydarzeń – 500 osób	100%		Liczba uczestników wydarzeń – 0 osób	100%		1000				
<b>Cel szczegółowy 2 Rozwój przedsiębiorczości mieszkańców oraz wzmocnienie lokalnej gospodarki</b>														
Przedsięwzięcie 2.1.	Wskaźnik produktu	Liczba operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa – 4 sztuk	40%	204.000,00	Liczba operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa – 6 sztuk	100%	306.000,00	Liczba operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa – 0 sztuk	100%	0,00	10	510.000,00	PROW	Realizacja LSR
Przedsięwzięcie 2.2.		Liczba operacji polegających na rozwoju istniejącego przedsiębiorstwa – 8 sztuk	40%	1.190.000,00	Liczba operacji polegających na rozwoju istniejącego przedsiębiorstwa – 12 sztuk	100%	1.800.000,00	Liczba operacji polegających na rozwoju istniejącego przedsiębiorstwa – 0 sztuk	100%	0,00	20	2.990.000,00	PROW	
<b>Razem Cel szczegółowy nr 2</b>				1.394.000,00			2.106.000,00			0,00		3.500.000,00		
Wskaźnik	Liczba utworzonych miejsc pracy -12 pełnych etatów średniorocznych	40%		Liczba utworzonych miejsc pracy – 18 pełnych etatów średniorocznych	100%		Liczba utworzonych miejsc pracy – 0 pełnych etatów średniorocznych	100%		30				Realizacja LSR

	Liczba operacji ukierunkowanych na innowacje – 2 sztuki	50%		Liczba operacji ukierunkowanych na innowacje – 2 sztuki	100%		Liczba operacji ukierunkowanych na innowacje – 0 sztuk	100%		4		PROW		
<b>Cel szczegółowy 3 Podniesienie jakości kapitału ludzkiego i społecznego</b>														
Przedsięwzięcie 3.1	Wskaźnik produktu	Liczba szkoleń – 4 sztuki	20%	60.000,00	Liczba szkoleń – 16 sztuk	100%	240.000,00	Liczba szkoleń – 0 sztuk	100%	0,00	20	300.000,00	PROW	Realizacja LSR
<b>Razem Cel szczegółowy nr 3</b>				<b>60.000,00</b>			<b>240.000,00</b>			<b>0,00</b>		<b>300.000,00</b>		
Wskaźnik rezultatu	Liczba osób przeszkolonych – 40 osób (w tym 8 osób z grup defaworyzowanych)	20%		Liczba osób przeszkolonych – 160 osób (w tym 32 osoby z grup defaworyzowanych)	100%		Liczba osób przeszkolonych – 0 osób	100%			200/40			
	Liczba osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań – 16%	20%		Liczba osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań – 64%	100%		Liczba osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań – 0%	100%			80%			
<b>Razem Cel ogólny 1.0</b>				<b>3.317.600</b>			<b>3.682.400,00</b>			<b>0,00</b>		<b>7.000.000,00</b>		
<b>Razem LSR</b>				<b>3.417.600</b>			<b>3.582.400,00</b>			<b>0,00</b>		<b>7.000.000,00</b>		
<b>Razem planowane wsparcie na przedsięwzięcia dedykowane tworzeniu i utrzymaniu miejsc pracy w ramach poddziałania Realizacja LSR PROW</b>												<b>3.500.000,00 tj. 50 % budżetu poddziałania Realizacji LSR</b>		
<b>Projekty współpracy</b>														

1.4	Wskaźnik produktu	Liczba zrealizowanych projektów współpracy – 1 sztuka	50%	70.000,00	Liczba zrealizowanych projektów współpracy – 1 sztuka	100%	70.000,00	Liczba zrealizowanych projektów współpracy - 0 sztuk	100%	0,00	2	140.000,00	PROW	Projekty współpracy
		Liczba LGD uczestniczących w projektach współpracy – 3 sztuki	60%	0,00	Liczba LGD uczestniczących w projektach współpracy – 2 sztuki	100%	0,00	Liczba LGD uczestniczących w projektach współpracy – 0 sztuk	100%	0,00	5	0,00	0,00	
<b>Razem projekty współpracy</b>				<b>70.000,00</b>			<b>70.000,00</b>			<b>0,00</b>		<b>140.000,00</b>		
Wskaźnik rezultatu	Liczba projektów skierowanych do następujących grup docelowych: przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane (określone w LSR), młodzież, turyści – 1 sztuka	50%		Liczba projektów skierowanych do następujących grup docelowych: przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane (określone w LSR), młodzież, turyści – 1 sztuka	100%		Liczba projektów skierowanych do następujących grup docelowych: przedsiębiorcy, grupy defaworyzowane (określone w LSR), młodzież, turyści – 0 sztuk	100%			2			
<b>Projekty Aktywizacji</b>														
1.5	Wskaźnik produktu	Liczba działań polegających na realizacji planu komunikacji LSR - 60	43%	86.100,00	Liczba działań polegających na realizacji planu komunikacji LSR - 60	86%	86.100,00	Liczba działań polegających na realizacji planu komunikacji LSR - 20	100%	28.800,00	140	201.000,00	PROW	Aktywizacja
		Liczba wydarzeń promocyjnych - 5	41%	58.000,00	Liczba wydarzeń promocyjnych - 6	91%	69.600,00	Liczba wydarzeń promocyjnych - 1	100%	12.400,00	12	140.000,00	PROW	
<b>Razem projekty Aktywizacja</b>				<b>144.100,00</b>			<b>155.700,00</b>			<b>41.200,00</b>		<b>341.000,00</b>		

Wskaźnik rezultatu	Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD - 16%	20%		Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD - 32%	60%		Liczba osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LGD - 32%	100%		80%				
--------------------	--	-----	--	--	-----	--	--	------	--	-----	--	--	--	--

”

12. Zmienia się w załączniku nr 5. Plan Komunikacji do LSR, zapis:

”

Termin	Cel/funkcje Planu Komunikacji (vide rozdz. 9.2.)	Działanie	Adresaci działania – grupy docelowe	Środki/narzędzia komunikacji	Wskaźniki	Planowane efekty
W sposób ciągły w latach 2016-2022	I, II, III, IV /1, 2, 3, 5,6	Kampania informacyjno-promocyjna LSR	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- konferencja inauguracyjna LSR	- liczba zaproszonych podmiotów/ osób (50)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• udział w konferencji weźmie co najmniej 50 osób,</li> <li>• informacja o konferencji dotrze co najmniej do 1000 osób,</li> <li>• co trzeci zapytany będzie wiedział o wdrażaniu LSR na obszarze LGD,</li> <li>• co najmniej 1000 osób wejdzie na stronę LGD</li> </ul>
				-działania informacyjno -promocyjne	- Liczba działań rocznie (2)	
				- komunikaty na stronie internetowej	- liczba komunikatów rocznie (25) - liczba wejść na stronę LGD rocznie (1.000)	
				- informacje w mediach lokalnych	- liczba komunikatów w mediach rocznie (3)	
				- spotkania informacyjne i konsultacyjne	- liczba spotkań rocznie (2)	
				- druk ulotek	- liczba ulotek (1 komplet)	

II połowa 2016	I, II, III, IV /1, 2, 3, 6, 7	Badanie satysfakcji doboru narzędzi komunikacyjnych.	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- e-ankieta	- liczba respondentów (50)	<ul style="list-style-type: none"> <li>wypełnioną ankietę zwróci co najmniej 50 osób,</li> <li>75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji,</li> </ul>
Przed każdym konkursem w całym okresie 2016-2022	I, II, III, IV /1, 2, 3, 5, 6	Szkolenia oraz warsztaty z zakresu aplikowania w konkursach LSR	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy w zależności od harmonogramu konkursów	- komunikaty na stronie internetowej	- liczba ogłoszeń (w zależności od liczby konkursów) - liczba wejść na stronę (100)	<ul style="list-style-type: none"> <li>co najmniej 100 osób wejdzie na stronę LGD w poszukiwaniu informacji o konkursach,</li> <li>co najmniej 100 osób będzie miało wiedzę o realizacji szkoleń,</li> <li>co czwarty zapytany będzie wiedział o możliwości skorzystania z informacji i doradztwa</li> <li>co najmniej 100 osób przeczyta komunikaty na tablicy ogłoszeń,</li> <li>co najmniej 100 osób odbierze komunikat pocztowy z informacjami o LSR</li> </ul>
				- szkolenia	- liczba szkoleń rocznie (równa l. konkursów)	
				- druk materiałów informacyjnych	- liczba wydrukowanych materiałów (1 komplet)	
				- informacja i doradztwo w biurze LGD	- liczba godzin rocznie (100)	
				- informacja na tablicach informacyjnych, tablice ogłoszeń, ogłoszenia parafialne	- liczba informacji rocznie (10)	
				- komunikaty przesłane pocztą tradycyjną/mailową	- liczba wiadomości rocznie (100)	
Przed każdym konkursem w całym okresie 2016-2022	I, II, III, IV /1, 5, 6	Promocja operacji realizowanych w ramach LSR	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- działania informacyjno - promocyjne	- liczba działań rocznie (2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>co najmniej 100 osób będzie miało wiedzę o realizacji operacji,</li> <li>co najmniej 500 osób przeczyta ulotki,</li> </ul>
				- broszury promocyjne	- liczba ulotek (1 komplet)	

Raz do roku w latach 2016-2022	I, II, III, IV /1,2,6	Badanie satysfakcji grup defaworyzowanych	- przedstawiciele grup defaworyzowanych	- e-ankieta	- liczba respondentów (50)	<ul style="list-style-type: none"> <li>75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji,</li> </ul>
Raz do roku w latach 2016-2022	I, II, III, IV /1,2,3,4,5,6,7,	Monitoring prowadzonych działań oraz stanu realizacji LSR	<ul style="list-style-type: none"> <li>- beneficjenci (wszystkie grupy)</li> <li>- odbiorcy rezultatów (mieszkańcy)</li> <li>- uczestnicy operacji (wszyscy)</li> </ul>	- e-ankieta	- liczba ankiet (70)	<ul style="list-style-type: none"> <li>co najmniej 100 osób odeśle wypełnioną ankietę,</li> <li>co najmniej 1000 osób wejdzie na stronę LGD,</li> </ul>
				- ankietą tradycyjną	- liczba ankiet (50)	
				- komunikaty na stronie internetowej	- liczba komunikatów rocznie (2)	
1 do roku w latach 2016-2022	I, II, III, IV /1,2,3,4,5,6,7,	Badanie efektywności prowadzonych działań	<ul style="list-style-type: none"> <li>- beneficjenci (wszystkie grupy)</li> <li>- odbiorcy rezultatów (mieszkańcy)</li> <li>- uczestnicy operacji (wszyscy)</li> </ul>	- e-ankieta	- liczba ankiet (70)	<ul style="list-style-type: none"> <li>75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji.</li> </ul>
				- ankietą tradycyjną	- liczba ankiet (50)	
				- komunikaty na stronie internetowej	- liczba komunikatów rocznie (min.1)	

na następujący:

Termin	Cel/funkcje Planu Komunikacji (vide rozdz. 9.2.)	Działanie	Adresaci działania – grupy docelowe	Środki/narzędzia komunikacji	Wskaźniki	Planowane efekty
W sposób ciągły w latach 2016-2022	I, II, III, IV /1, 2, 3, 5,6	Kampania informacyjno-promocyjna LSR	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- konferencja inauguracyjna LSR - działania informacyjno-promocyjne - komunikaty na stronie internetowej - informacje w mediach lokalnych - spotkania informacyjne i konsultacyjne - druk ulotek	- liczba zaproszonych podmiotów/ osób (50) - Liczba działań rocznie (2) - liczba komunikatów rocznie (25) - liczba wejść na stronę LGD rocznie (1.000) - liczba komunikatów w mediach rocznie (3) - liczba spotkań rocznie (2) - liczba ulotek (1 komplet)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• udział w konferencji weźmie co najmniej 50 osób,</li> <li>• informacja o konferencji dotrze co najmniej do 1000 osób,</li> <li>• co trzeci zapytany będzie wiedział o wdrażaniu LSR na obszarze LGD,</li> <li>• co najmniej 1000 osób wejdzie na stronę LGD</li> </ul>
II połowa 2016	I, II, III, IV /1, 2,3,6,7	Badanie satysfakcji doboru narzędzi komunikacyjnych.	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- e-ankieta	- liczba respondentów (50)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wypełnioną ankietę zwróci co najmniej 50 osób,</li> <li>• 75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji,</li> </ul>
Przed każdym konkursem	I, II, III, IV /1,2,3	Szkolenia oraz warsztaty	- wszyscy potencjalni wnioskodawcy w zależności od	- komunikaty na stronie internetowej	- liczba ogłoszeń (w zależności od liczby konkursów)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• co najmniej 100 osób wejdzie na stronę LGD w</li> </ul>

w całym okresie 2016-2022		z zakresu aplikowania w konkursach LSR	harmonogramu konkursów		- liczba wejść na stronę (100)	poszukiwaniu informacji o konkursach, <ul style="list-style-type: none"> <li>co najmniej 100 osób będzie miało wiedzę o realizacji szkoleń,</li> <li>co czwarty zapytany będzie wiedział o możliwości skorzystania z informacji i doradztwa</li> <li>co najmniej 100 osób przeczyta komunikaty na tablicy ogłoszeń,</li> <li>co najmniej 100 osób odbierze komunikat pocztowy z informacjami o LSR</li> </ul>
				- szkolenia	- liczba szkoleń rocznie (równa l. konkursów)	
				- druk materiałów informacyjnych	- liczba wydrukowanych materiałów (1 komplet)	
				- informacja i doradztwo w biurze LGD	- liczba godzin rocznie (10)	
				- informacja na tablicach informacyjnych, tablicy ogłoszeń, ogłoszenia parafialne	- liczba informacji rocznie (10)	
				- komunikaty przesłane pocztą tradycyjną/mailową	- liczba wiadomości rocznie (100)	
Przed każdym konkursem w całym okresie 2016-2022	I, II, III, IV /1,5,6	Promocja operacji realizowanych w ramach LSR	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- działania informacyjno - promocyjne	- liczba działań rocznie (2)	<ul style="list-style-type: none"> <li>co najmniej 100 osób będzie miało wiedzę o realizacji operacji,</li> <li>co najmniej 500 osób przeczyta ulotki,</li> </ul>
				- broszury promocyjne	- liczba ulotek (1 komplet)	
Raz do roku w latach 2016-2022	I, II, III, IV /1,2,6	Badanie satysfakcji grup defaworyzowanych	- przedstawiciele grup defaworyzowanych	- e-ankieta	- liczba respondentów (50)	<ul style="list-style-type: none"> <li>75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji,</li> </ul>
Raz do roku w latach	III, IV /1, 2,3	Monitorin g	- beneficjenci (wszystkie grupy)	- e-ankieta	- liczba ankiet (120)	<ul style="list-style-type: none"> <li>co najmniej 100 osób odeśle wypełnioną</li> </ul>

2016-2022		prowadzo nych działań oraz stanu realizacji LSR	- odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- komunikaty na stronie internetowej	- liczba komunikatów rocznie (2)	ankietę, • co najmniej 1000 osób wejdzie na stronę LGD,
1 do roku w latach 2016-2022	I, II, III, IV /1,2,3,4,5,6,7,	Badanie efektywności prowadzo nych działań	- beneficjenci (wszystkie grupy) - odbiorcy rezultatów (mieszkańcy) - uczestnicy operacji (wszyscy)	- e-ankieta	- liczba ankiet (120)	• 75% respondentów będzie zadowolonych z realizacji Planu Komunikacji.
				- komunikaty na stronie internetowej	- liczba komunikatów rocznie (min.1)	

”