



**ZINTEGROWANA STRATEGIA ROZWOJU
SZLAKU JANA III SOBIESKIEGO
W GMINACH WÓLKA, SPICZYN, MEŁGIEW, PIASKI,
RYBCZEWICE, GORZKÓW**





Zawartość prezentacji

1. Wprowadzenie
2. Cel projektu
3. Misja podregionu
4. Wyniki analizy głównych problemów
5. Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)
6. Cele Strategii
7. Operacjonalizacja Strategii



Wprowadzenie

Prace nad strategią były prowadzone w ramach dwóch Zespołów Roboczych składających się łącznie z ponad 150 osób – urzędników i partnerów społeczno – gospodarczych Gmin Gorzków, Mełgiew, Piaski, Rybczewice, Spiczyn, Wólka.

Prace zespołów były podzielone na obszary:

Obszar: **środowisko, rozwój rolnictwa i przetwórstwa w podregionie**

Obszar: **rozwój przedsiębiorczości, turystyki, kultury i promocji**

Cel projektu

1. Stworzenie rzetelnego, ambitnego ale zarazem realnego dokumentu strategii w celu efektywnego wykorzystania posiadanego potencjału obszaru objętego projektem, w tym:
 - a) Stworzenie szczegółowej i wielowymiarowej inwentaryzacji oraz waloryzacji posiadanych potencjałów
 - b) Określenie misji, wizji, celu nadrzędnego oraz wskazanie najważniejszych obszarów rozwojowych wraz z opracowaniem celów



Obszar projektu

Strategia obejmuje swoim zasięgiem sześć gmin województwa lubelskiego:

gminy wiejskie – **Wólka, Spiczyn, Mełgiew, Rybczewice, Gorzków**

oraz gminę miejsko-wiejską: **Piaski**



Wizja strategii

Szlak Jana III Sobieskiego – europejską marką turystyczną stanowiącą o sile społeczno-gospodarczej i potencjale turystycznym podregionu, gmin: WÓLKA, SPICZYN, MEŁGIEW, PIASKI, RYBCZEWICE, GORZKÓW.



Misja strategii

**Szlak Jana III Sobieskiego źródłem procesów rozwojowych w podregionie umożliwiających trwałą i zrównoważony rozwój, przyczyniający się do wzrostu atrakcyjności turystycznej i poprawy poziomu życia mieszkańców gmin:
WÓLKA, SPICZYN, MEŁGIEW, PIASKI,
RYBCZEWICE, GORZKÓW.**



Wyniki analizy głównych problemów

Problem główny: Niski stopień wykorzystania potencjału gospodarczego gmin podregionu (Gorzków, Mełgiew, Piaski, Rybczewice, Spiczyn, Wólka)



Problemy w obszarze – przedsiębiorczość

Niskie nakłady inwestycyjne w podregionie (kapitał wewnętrzny i zewnętrzny)

- Słaba kondycja i konkurencyjność lokalnych przedsiębiorstw
- Niski poziom wykorzystania produktów lokalnych (2)
- Brak oferty terenów inwestycyjnych
- Mało zróżnicowana działalność gospodarcza (dominuje handel i kopalnie piasku)
- Ograniczone możliwości inwestycyjne ze względu na wyznaczenie Krzczonowskiego Parku Krajobrazowego
- Brak oferty dla inwestora (tereny nie są uzbrojone technicznie)
- Obniżające się poczucie bezpieczeństwa ekonomicznego (stabilność cen skupu)
- Coraz większe problemy lokalnych przedsiębiorstw z utrzymaniem płynności finansowej
- Szara strefa w zatrudnieniu
- Stosunkowo mała liczba przedsiębiorstw
- Niedobór dużych i średnich przedsiębiorstw (2)
- Niedostatek miejsc pracy szczególnie dla ludności z terenów wiejskich (2)
- Mała liczba podmiotów przetwórstwa rolno – spożywczego w gminie (2)
- Duże rozdrobnienie gospodarstw rolnych (3)
- Istniejące ukryte bezrobocie na terenach wiejskich (2)
- Słabo rozwinięta działalność pozarolnicza
- Bardzo słaba kondycja ekonomiczna małych gospodarstw rolnych
- Mała specjalizacja gospodarstw rolnych
- Niska rentowność gospodarstw rolnych
- Ograniczone możliwości produkcji sadowniczej – ze względu na małą dostępność gruntów
- Niski poziom urynkowienia produktów rolnych na poziomie gospodarstw
- Niedostateczny poziom technicznego wyposażenia gospodarstw rolnych



Problemy w obszarze – przedsiębiorczość cd.

Niewykorzystany potencjał turystyczny podregionu – nierozwinięta turystyka

- Niewykorzystane i niewyeksponowane walory przyrodnicze
- Niski stopień wykorzystania walorów turystycznych
- Nierozwinięta tradycja turystyczna
- Nierozwinięta działalność podmiotów branży turystycznej
- Nierozwinięta oferta turystyczna (3)
- Brak oferty zimowej
- Bardzo słabo rozwinięta baza noclegowa i gastronomiczna
- Bardzo słabo rozwinięta infrastruktura turystyczna
- Brak zintegrowanego produktu turystycznego
- Słabo rozwinięta infrastruktura turystyczna i powiązana (np. brak ścieżek rowerowych)
- Mały stopień wykorzystania potencjału kulturowego w ofercie turystycznej
- Nierozwinięta informacja turystyczna na terenie podregionu
- Bardzo ograniczony poziom dochodów z turystyki
- Niewykorzystane obiekty zabytkowe istniejące na terenie podregionu
- Zły stan części obiektów zabytkowych (2)
- Zaniedbanie obiektów kulturowych
- Niedostępność części obiektów zabytkowych dla publiczności
- Zanikające tradycje kulturowe
- Niski poziom rozwoju agroturystyki



Problemy w obszarze marketing terytorialny

Bardzo mała rozpoznawalność podregionu w skali regionu i kraju

- Słabo wypromowany wizerunek podregionu w otoczeniu
- Niewypromowany podregion jako miejsce atrakcyjne gospodarczo
- Mała liczba wypromowanych produktów lokalnych
- Niewykreowany produkt turystyczny
- Brak silnego powiązania (identyfikowalności) produktów z regionem
- Słaba promocja, reklama podregionu
- Niski poziom promocji walorów turystycznych
- Niskie nakłady finansowe na działania promocyjne
- Niewykorzystany potencjał organizacji pozarządowych do działań promocyjnych
- Mało skuteczna informacja o imprezach organizowanych w gminie
- Brak spójnej koncepcji wizerunku gminy
- Nieprzygotowane, niewyekspozowane, niewypromowane walory kulturalne
- Brak marki turystycznej
- Niewystarczająca lokalna oferta kulturalna dla mieszkańców



Problemy w obszarze – przestrzeń i środowisko

Niedostosowa nie przestrzeni do potrzeb ruchu turystycznego i mieszkańców

- Niedostosowanie przestrzeni przyrodniczej do obecności turystów (brak szlaków, miejsc postojowych, miejsc odpoczynku)
- Niewystarczająco rozwinięte systemy i urządzenia proekologiczne (m.in. brak gminnej oczyszczalni ścieków)
- Zanieczyszczenie środowiska odpadami stałymi i płynnymi
- Duże zanieczyszczenie odpadami stałymi i płynnymi rzek
- Nieefektywny system zbiórki odpadów stałych
- Dzikie wysypiska śmieci w podregionie
- Dla części mieszkańców uciążliwe są działające kopalnie oraz niezagospodarowane wyrobiska
- Składowanie odpadów pokopalnianych (łupki karbońskie)
- Mały stopień skanalizowania w podregionie
- Chaos przestrzenny w podregionie (zróznicowana architektura, planowanie przestrzenne w rozproszeniu)
- Nie kultywowane są tradycje architektoniczne (m.in. domy drewniane i z białego kamienia)
- Brak spójnej koncepcji zagospodarowania terenów zabytkowych (w tym zespołów pałacowych)
- Brak kontynuacji i dbałości o walory kulturowe w zagospodarowaniu przestrzennym
- Szkody wyrządzane przez zwierzęta dziko żyjące (drzewostan, uprawy)
- Niebezpieczeństwo poruszania się po drogach publicznych przez turystów
- Mała liczba przydomowych ekologicznych oczyszczalni ścieków
- Niewystarczająca weryfikacja działań gospodarczych z punktu widzenia oddziaływania na środowisko
- Zanieczyszczenie powietrza
- Wysokie zagrożenie środowiska wynikające z użytkowania środków chemicznych w sadownictwie i rolnictwie
- Nadmierne lokalne zapylenie atmosfery (ruch komunikacyjny i kamień wapienny)
- Niski poziom wykorzystania odnawialnych źródeł energii



Problemy w obszarze – przestrzeń i środowisko cd.

Słaba dostępność komunikacyjna podregionu oraz bariery komunikacyjne wewnątrz podregionu

- Niski stan utrzymania ciągów komunikacyjnych – powiatowych i gminnych (w tym niedostatek chodników)
- Słabo rozwinięta infrastruktura uzupełniająca (w szczególności brak ścieżek rowerowych, szlaków turystycznych)
- Słaba sieć połączeń komunikacyjnych wewnątrz gmin podregionu
- Niedostateczne oświetlenie dróg
- Duży poziom hałasu komunikacyjnego wywoływany przez duże samochody
- Duże zagrożenie bezpieczeństwa w ciągach komunikacyjnych wywołane przez użytkowników dróg i niedobór chodników
- Bardzo słaba współpraca gmin w zakresie infrastruktury drogowo-mostowej



Problemy w obszarze – zasoby ludzkie

Niewystarczają ca aktywność, współpraca i przedsiębiorczo ść środowisk lokalnych

- nierozwinięta współpraca pomiędzy rolnikami (2)
- niski poziom współpracy przedsiębiorców
- brak organizacji przedsiębiorców
- brak grup producenckich (2)
- stosunkowo mały udział mieszkańców w imprezach organizowanych na terenie gminy
- małe tradycje współpracy w ramach branż i międzybranżowo
- duża nieufność między przedsiębiorcami i ogólnie między mieszkańcami
- brak zorganizowania środowiska rolniczego w sferze produkcyjnej i handlowej
- niski poziom świadomości ekologicznej głównie wśród osób starszych (trudności z segregacją śmieci)
- utylizacja śmieci „na własną rękę” - ze szkodą dla środowiska
- brak liderów wśród rolników
- niski poziom utożsamiania się mieszkańców z gminą
- niska aktywność społeczna mieszkańców

Problemy w obszarze – zasoby ludzkie – cd.

Niewystarczająca ilość i słabe przygotowanie kadr dla potrzeb rozwoju turystyki

- Mała liczba animatorów kultury
- Mały wachlarz imprez organizowanych w poszczególnych porach roku
- Brak stałego kalendarza wydarzeń kulturalnych, imprez
- Brak tradycji i doświadczenia w zakresie turystyki
- Brak tradycji w zakresie agroturystyki
- Mała wiedza mieszkańców w zakresie agroturystyki
- Brak przekonania wśród mieszkańców o korzyściach wynikających z prowadzenia agroturystyki
- Ograniczona wiedza przedsiębiorców nt. możliwości pozyskiwania środków pomocowych
- Małe zainteresowanie mieszkańców podnoszeniem kwalifikacji zawodowych
- Migracja młodych poza gminę (miasta, zagranica)
- Odpływ wykwalifikowanych pracowników za granicę
- Starzejąca i wyludniająca się wieś
- Niska aktywność w zakresie poszukiwania zatrudnienia na terenie gminy
- Niska aktywność w zakresie samozatrudnienia
- Niewykorzystanie istniejących zasobów ludzkich w podregionie
- Mała liczba młodych rolników

Problemy w obszarze – wsparcie instytucjonalne

Niewystarczająco rozwinięty instytucjonalny system wspierania rozwoju przedsiębiorczości

- Nierozwinięte wsparcie i doradztwo dla przedsiębiorców
- Niewystarczająco rozwinięte wsparcie IOB (2)
- Brak instytucjonalnych form współpracy
- Brak polityki gospodarczej w niektórych gminach podregionu (brak preferencyjnych warunków do zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej)
- Bardzo małe środki przeznaczane na kulturę
- Niewielkie środki przeznaczane na promocję
- Nie stosowanie możliwych sankcji prawnych dla osób zanieczyszczających środowisko
- Niski wskaźnik pozyskiwania środków unijnych
- Mała liczba instytucji kultury w gminach podregionu



Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: środowisko, rozwój rolnictwa i przetwórstwa w podregionie

Mocne strony

- Dobre klasy gleb
- Działające grupy producenckie
- Wysoki procent zalesienia podregionu, bogata fauna i flora (w szczególności: bobry, sarny, łosie)
- Tworzenie planów zagospodarowania przestrzennego w gminach
- Prowadzone inwestycje związane z budową zbiorników wodnych (rekreacja, retencja)
- Rosnąca liczba gospodarstw domowych korzystających z systemu odbioru nieczystości
- Inwestycje w odnawialne źródła energii
- Walory terenów leśnych i historycznych zespołów pałacowo-parkowych
- Istniejące pomniki przyrody
- Rosnąca estetyka terenów zielonych
- Bogate zasoby wód powierzchniowych
- Bogate źródła wysokiej jakości wody pitnej
- Wysokie walory krajobrazowe
- Nienaruszone tereny bagienne
- Niski poziom zanieczyszczenia powietrza
- Brak ruchliwych tras samochodowych
- Wysoka świadomość rolników w zakresie stosowania środków chemicznych
- Wysoka lokalna produkcja owoców miękkich oraz jabłek, gruszek i orzechów laskowych
- Dobra jakość produktów sadowniczych
- Tradycje w produkcji sadowniczej
- Stanowiska archeologiczne
- Dziedzictwo historyczne Jana III Sobieskiego
- Funkcjonowanie LO o profilu turystyczno-krajoznawczym w jednej z gmin
- Duże zasoby wolnej siły roboczej



Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: środowisko, rozwój rolnictwa i przetwórstwa w podregionie – cd.

Mocne strony – cd.

- Bardzo różnorodne i atrakcyjne ukształtowanie terenu (doliny rzek, wąwozy, różnorodność flory i fauny)
- Rosnąca kultura zagospodarowania gospodarstw rolnych
- Bliskość lotniska
- Zagospodarowanie terenu po wysypisku śmieci
- Rozbudowa systemu odbioru ścieków
- Występowanie obszaru Natura 2000
- Funkcjonujące lokalne przedsiębiorstwa przetwórcze – warzywa, owoce, masarnie
- Funkcjonujące ujęcia gazu
- W miarę dobra kondycja największych gospodarstw
- Dobre przygotowanie zawodowe większości rolników
- Duże zróżnicowanie w produkcji rolnej (produkcja: zbóż, rzepaku, ogrodnictwo, sadownictwo, produkcja mleka, zielarstwo)
- Działające 2 młyny
- Działające piekarnie o dużych tradycjach
- Działające Stowarzyszenie Rzemieślników Piekarstwa RP
- Potencjał do rozwoju agroturystyki i rolnictwa ekologicznego
- Duże tradycje produkcji zbóż, hodowli zwierząt i ogrodnictwa
- Działające 2 grupy producenckie
- Działający ośrodek doradztwa rolniczego w Piaskach
- Postępująca poprawa wyglądu, estetyki w gminach
- Dominująca produkcja roślinna, następnie sadownicza (malina, wiśnia, leszczyna), najmniej zwierzęca
- Zabytki przyrody – drzewa
- Tradycje chmielarskie i tytoniowe
- Samoistna współpraca producentów wiśni
- Inwestorzy działający w otoczeniu m. in. w zakresie przetwórstwa (możliwość ich pozyskania)



Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: środowisko, rozwój rolnictwa i przetwórstwa w podregionie – cd.

Słabe strony

- Rozdrobnione gospodarstwa rolne
- Utrwalone i tolerowane zachowania zanieczyszczania środowiska - dzikie wysypiska śmieci, spalanie śmieci
- Brak wyciągania konsekwencji (kary) za zanieczyszczanie środowiska, nie stosowanie możliwych sankcji prawnych dla osób zanieczyszczających środowisko
- Niewykorzystany potencjał krajobrazu i przestrzeni z punktu widzenia estetyki (niski stopień utrzymania miejsc publicznych)
- Nerozwinięta współpraca pomiędzy rolnikami
- Nieufność i mała gotowość do współpracy wśród mieszkańców
- Mała liczba grup producenckich
- Zanikająca hodowla zwierząt (ale: *jest to proces naturalny*)
- Brak systemu odprowadzania i oczyszczania ścieków
- Nieefektywny system zbiórki odpadów stałych
- Brak wykorzystania odnawialnych źródeł energii
- Niska klasa gleb - niższa wydajność w uprawach polowych
- Ukształtowanie terenu niekorzystne dla rozwoju rolnictwa, część terenów rolniczych jest górzysta
- Brak specjalizacji w produkcji rolniczej (poza sadownictwem)
- Mała liczba młodych rolników
- Brak liderów wśród rolników
- Bardzo ograniczona dostępność gruntów pod rozwój produkcji rolnej
- Brak przekonania wśród mieszkańców o korzyściach wynikających z prowadzenia agroturystyki



Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: środowisko, rozwój rolnictwa i przetwórstwa w podregionie – cd.

Słabe strony – cd.

- Mała wiedza mieszkańców w zakresie agroturystyki
- Brak tradycji w zakresie prowadzenia agroturystyki
- Niski poziom promocji walorów turystycznych
- Ograniczone możliwości inwestycyjne ze względu na wyznaczenie Krzczonowskiego Parku Krajobrazowego
- Znaczący odpływ młodzieży
- Brak terenów inwestycyjnych
- Zły stan techniczny dróg
- Niedrożność cieków wodnych i szkody w rolnictwie oraz zagrożenie na drogach powodowane przez dziką zwierzynę
- Mała specjalizacja gospodarstw rolnych
- Zanieczyszczanie powietrza przez oczyszczalnię ścieków w Jakubowicach
- Wzrost cen gruntów, działek budowlanych
- Niezagospodarowany, niezrekultywowany teren byłej oczyszczalni ścieków
- Duża powierzchnia nieużytków
- Niski stopień skanalizowania niektórych obszarów
- Mała liczba przydomowych ekologicznych oczyszczalni ścieków
- Niewystarczająco rozwiązana gospodarka odpadami
- Niewystarczająca weryfikacja działań gospodarczych z punktu widzenia oddziaływania na środowiska
- Występowanie dzikich wysypisk śmieci
- Brak edukacji ekologicznej dorosłych



Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: środowisko, rozwój rolnictwa i przetwórstwa w podregionie – cd.

Szanse

- Dostępne środki pomocowe na rozwój rolnictwa i agroturystyki (unijne, z Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska)
- Istniejący rynek zbytu na płody rolne – Lublin, Ukraina
- Współpraca w ramach projektu JIIS
- Małe gospodarstwa stanowią szansę dla rozwoju agroturystyki i produktów regionalnych
- Istniejący bliski rynek odbiorców oferty turystycznej – Lublin
- Dostępne środki pomocowe (krajowe i unijne) na rozwój infrastruktury technicznej
- Realizacja projektu budowy lotniska w Świdniku
- Realizacja projektu budowy trasy ekspresowej
- Funkcjonujące grupy producenckie
- Moda na ekologię u konsumentów
- Nowe regulacje prawne w zakresie utylizacji odpadów



Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: środowisko, rozwój rolnictwa i przetwórstwa w podregionie – cd.

Zagrożenia

- Lokowanie inwestycji uciążliwych dla środowiska
- Niski poziom opłacalności produkcji rolnej
- Niestabilność cen na produkty rolne i ogrodnicze
- Powszechność stosowania chemicznych środków ochrony roślin
- Przepisy prawne uniemożliwiające przetwórstwo na poziomie gospodarstwa rolnego
- Realizacja projektu budowy lotniska w Świdniku – uciążliwość hałasu
- Zakłócona równowaga biologiczna w zakresie populacji zwierząt (dziki, lisy, bobry, ptaki drapieżne)
- Działania proekologiczne wymagają ponoszenia zbyt dużych kosztów
- Duża skala zachowań nieracjonalnych w sferze wykorzystania zasobów środowiska

Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: rozwój przedsiębiorczości, turystyki, kultury i promocji

Mocne strony

- Walory przyrodnicze podregionu (potencjał dla rozwoju turystyki)
- Korzystne położenie geograficzne i komunikacyjne podregionu (bliskość Lublina, bliskość lotniska)
- Istniejące obiekty i miejsca dziedzictwa kulturowego w podregionie (np. zespoły pałacowe, kościoły, kapliczki)
- Organizowane wydarzenia i imprezy (np. Festiwal Flaków, „Majówka historyczna w Zawieprzycach”, dni miejscowości, dożynki)
- Projekt Szlak Jana III Sobieskiego potencjałem do rozwoju gospodarczego (fundusz lokalny im. JIIS, istniejące miejsca dziedzictwa kulturowego Jana III Sobieskiego)
- Współpraca 6 gmin przy projektowaniu i wdrażaniu projektu Szlak Jana III Sobieskiego
- Potencjał terenów inwestycyjnych
- Aktywność kół gospodyń wiejskich
- Bogate tradycje (w tym kulinarne) i historia
- Różnorodność i potencjał działających organizacji pozarządowych
- Działalność kulturalna (ludowy zespół Podzamcze, orkiestra dęta, zespół ludowy pieśni i tańca Jaworek)
- Atrakcyjność położenia dla budownictwa indywidualnego (walory przyrodnicze + niższe ceny ziemi)
- Istniejące produkty lokalne (w tym mleczarskie, świeże owoce, flaki, naczynia z gliny, uprawa i przetwórstwo ziół, ryby słodkowodne, miody, kamień wapienny)
- Bardzo dobre i znane tradycyjne pieczywo (identyfikowalne w województwie)
- Przykłady niszowej produkcji/przetwórstwa rolno-spożywczego
- Działające i dobrze prosperujące firmy na terenie podregionu, w tym firmy innowacyjne
- Działające Centrum Obsługi Inwestora oraz portal dla inwestorów
- Przygotowywane i realizowane projekty promocyjne
- Istnienie nieformalnych więzi, sieci kontaktów, powiązań, wsparcia
- Strategia rozwoju przedsiębiorczości jednej z gmin podregionu



Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: rozwój przedsiębiorczości, turystyki, kultury i promocji

Mocne strony – cd.

- Przygotowywane i realizowane przedsięwzięcia inwestycyjne (zbiornik retencyjny, renowacja kompleksu pałacowego w miejscowości Podzamcze, przygotowanie terenów inwestycyjnych)
- Istniejące obiekty i miejsca związane z historią regionu (wpisane do rejestru zabytków), w tym miejsca pamięci narodowej (m.in. Krępiec, Krzesimów)
- Istniejące organizacje pozarządowe
- Realizowana inwestycja budowy trasy szybkiego ruchu S17
- Bliskość Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego
- Wsparcie w ramach projektów m.in. szwajcarskiego
- Duży potencjał przyrodniczy (Nadwieprzański Park Krajobrazowy) i kulturowy (proponowany park kulturowy przez ośrodek dokumentacji zabytków w województwie) dla potrzeb rozwoju turystyki
- Istniejący potencjał kulturowy: Zespół Pałacowo Parkowy w Zawieprzycach i Kijanach, Kościół św. Anny i cmentarz w Kijanach z grobowcem rodziny Skłodowskich, Kompleks gorzelni, zespół zabytkowych kapliczek, stanowiska archeologiczne (m.in. kurhany rzymskie)
- Jedna z pierwszych cukrowni na lubelszczyźnie
- Kulturowane tradycje i zwyczaje (m.in. legenda zawieprzycka)
- Tradycje partyzanckie
- Nadwieprzańska Chorągiew Suche Komnaty - Grupa rekonstrukcji historycznej (XVII w sarmacja)
- Pamiątki historyczne z okresu powstania styczniowego i pierwszej wojny światowej – mogiły
- Oś przyrodniczo-kulturowa dolin rzecznych
- Doświadczenie ludzi działających od lat w sektorze pozarządowym którzy wspierają nowopowstałe i niedoświadczone organizacje pozarządowe
- Duży potencjał do rozwinięcia produktów lokalnych (mleko, owoce miękkie, sadownictwo)
- Działające centrum kultury
- Istniejące pozostałości po szkole podoficerów i podchorążych w lesie między Olesinem a Jasikowem
- Istniejący zespół kulinarny oraz kapela ludowa na terenie jednej z gmin podregionu

Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: rozwój przedsiębiorczości, turystyki, kultury i promocji

Mocne strony – cd.

- Organizowane co roku dożynki, spotkania ludowe wielkanocne i bożonarodzeniowe dla dzieci i młodzieży
- Dostępne wykwalifikowane zasoby ludzkie
- Lokalna Grupa Działania Dolina Giełczy
- Dobra obsługa bankowa
- Działające stowarzyszenia producentów (zbóż, produkcji owoców)
- Bardzo atrakcyjny krajobraz przyrodniczy z malowniczymi dolinami rzecznyymi i źródłami
- Pierwsze na „ścianie wschodniej” pole golfowe
- Dobrze udokumentowana historia i dorobek kulturowy podregionu
- Rozwijająca się baza noclegowa agroturystyczna w podregionie
- Oferta rzemiosła artystycznego ginących zawodów - galeria i pracownia garncarska, kuźnia kowalstwa ludowego
- Potencjał i światowa marka teatru Gardzienice
- Znane postaci związane z podregionem: Antoni Patek, Izaak Singer, Józef Franczak, Andrzej Zaorski, Marcin Świetlicki, Tadeusz Lechnicki, Lucjan Świetlicki, Scypio Del Campo, Kajetan Koźmian, Henryka Pustowójtówna, Marcin Krowicki (Arianie Polscy), Stefan Stanisław Czarniecki
- Duże zasoby siły roboczej
- Pomoc ze strony gmin przy podejmowaniu działalności gospodarczej
- Otwartość i gościnność mieszkańców
- Zagłębie owoców miękkich i orzechów
- Rozwinięte rękodzieło artystyczne
- Liceum o profilu turystyczno-krajoznawczym
- Przedsiębiorstwa lokalne stosują innowacyjne, nowoczesne technologie
- Duże zasoby piasku na terenie podregion
- Istniejące szlaki turystyczne
- Duża powierzchnia prywatnych działek-terenów inwestycyjnych
- Zgłaszane zapotrzebowanie mieszkańców na ofertę kulturalną



Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: rozwój przedsiębiorczości, turystyki, kultury i promocji

Słabe strony

- Niepełne plany zagospodarowania przestrzennego w gminach lub ich brak (niewydzielone tereny pod inwestycje)
- Bardzo słabo rozwinięta baza turystyczna
- Bardzo słabo rozwinięta infrastruktura turystyczna (baza noclegowa, gastronomia)
- Niewystarczająca promocja walorów turystycznych
- Niewystarczające wykorzystanie posiadanych walorów i obiektów przyrodniczych i kulturowych w promocji gmin podregionu
- Brak tradycji i doświadczenia w zakresie turystyki
- Niewielkie środki przeznaczane na promocję
- Niedobór instytucji kultury
- Niewielka ilość imprez kulturalnych, sportowych
- Niewielka liczba miejsc pracy na terenie podregionu
- Brak współpracy wśród przedsiębiorców
- Brak przedsiębiorstw w branży turystycznej
- Niewystarczająca infrastruktura techniczna
- Niewykorzystany potencjał obiektów kulturowych
- Słabo rozwinięta oferta kulturalna
- Nierozwinięta oferta turystyczna
- Stosunkowo mały udział mieszkańców w imprezach lokalnych
- Mało skuteczna informacja o organizowanych imprezach
- Niewykorzystany potencjał organizacji pozarządowych do działań promocyjnych
- Niskie nakłady finansowe na działania promocyjne



Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: rozwój przedsiębiorczości, turystyki, kultury i promocji

Słabe strony – cd.

- Bardzo słaba dostępność podregionu komunikacją publiczną
- Dominujący rolniczy charakter podregionu
- Słabo rozwinięta działalność pozarolnicza
- Zły stan części obiektów zabytkowych
- Niedostępność części obiektów zabytkowych dla publiczności
- Brak oferty dla inwestora (tereny nie są uzbrojone technicznie)
- Mała różnorodność branż w działalności gospodarczej
- Niewielkie doświadczenia w zakresie wykorzystywania lokalnych produktów i ich przetwórstwa
- Małe zainteresowanie mieszkańców podnoszeniem kwalifikacji zawodowych
- Odptyw młodych i energicznych ludzi
- Starzenie się społeczności
- Problemy z dostępem do Internetu na terenie podregionu
- Odptyw wykwalifikowanych pracowników za granicę
- Niski wskaźnik pozyskiwania środków unijnych
- Ograniczona wiedza przedsiębiorców nt. możliwości pozyskiwania środków pomocowych
- Brak ulg, preferencji dla przedsiębiorców tworzących nowe miejsca pracy
- Nierozwinięte wsparcie dla przedsiębiorców (ulgi w podatkach lokalnych)
- Niska aktywność w zakresie poszukiwania zatrudnienia na terenie podregionu
- Brak marki turystycznej
- Uboga oferta turystyczna

Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: rozwój przedsiębiorczości, turystyki, kultury i promocji

Szanse

- Dostępność zewnętrznych środków finansowych w ramach m.in. UE, środków szwajcarskich
- Rosnący popyt na lokalne/regionalne produkty
- Planowany do wprowadzenia Certyfikat Jakości Produktów Regionu (kreowanie marki produktów)
- Realizowane inwestycje w zakresie infrastruktury komunikacyjnej
- Współpraca 6 gmin w ramach szlaku JIIS
- Atrakcyjność podregionu dla turystyki weekendowej
- Współpraca samorządów lokalnych w regionie przy tworzeniu zintegrowanej infrastruktury turystycznej
- Działania promocyjne w mediach (m.in. film promocyjny gminy Mełgiew na YouTube, audycje radiowe, artykuły prasowe, informatory turystyczne)
- Rynek pracy Lublina jako szansa, gdy brakuje miejsc pracy w podregionie
- Istniejący rynek zbytu – Lublin, Ukraina
- Bariery formalne we wprowadzeniu produktów lokalnych na rynek w szczególności spożywczych w aspekcie sanitarnym
- Współpraca gmin podregionu w ramach projektu
- Szeroko rozwinięta oferta usług doradczych i szkoleniowych w Lublinie
- Środki pomocowe na działalność gospodarczą
- Realizacja projektu budowy lotniska w Świdniku
- Funkcjonujące firmy konsultingowe, osoby pomagające pozyskiwać środki pomocowe
- Tendencja wśród mieszkańców Lublina do osiedlania się na terenie podregionu



Wyniki analizy czynników strategicznych (SWOT)

Obszar: rozwój przedsiębiorczości, turystyki, kultury i promocji

Zagrożenia

- Duża konkurencja w zakresie produktów turystycznych w województwie lubelskim
- Problemy z prawami własności do obiektów
- Brak regulacji wspierających byt małych organizacji pozarządowych
- Stereotyp patrzenia na NGO jako na organizację działającą społecznie (niefinansowaną)
- Bardzo słaba współpraca gmin w zakresie infrastruktury drogowo-mostowej
- Ograniczenia wynikające z wyznaczenia Krzczonowskiego Parku Krajobrazowego
- Ograniczenia wynikające z prawodawstwa dotyczącego ochrony środowiska
- Nieuczciwość odbiorców lokalnych produktów – opóźnione płatności
- Zbyt drogie usługi firm konsultingowych
- Utrudniony dostęp do środków pomocowych na rozwój
- Wysokie koszty utrzymania pracowników



Cele Strategii

Cele strategiczne i przypisane do nich cele operacyjne określone są do roku 2020 i służą osiągnięciu misji.

Cele strategiczne i operacyjne zawarte w niniejszym dokumencie powstały na podstawie oceny aktualnej sytuacji uwzględniającej zidentyfikowane w uspołecznionym procesie pracy problemy i czynniki wewnętrzne (słabe i mocne strony gmin) oraz zewnętrzne (szanse i zagrożenia w otoczeniu) wpływające na perspektywę rozwoju gmin.



Cele Strategii - cd.

<p>OBSZAR PRIORYTETOWY 1.: ZASOBY LUDZKIE CEL STRATEGICZNY 1: Przygotowanie kadr podregionu do aktywnego i efektywnego uczestnictwa w budowaniu marki Szlaku JIIS.</p>	<p>OBSZAR PRIORYTETOWY 2.: PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ CEL STRATEGICZNY 2: Rozwój przedsiębiorczości podregionu w efekcie wdrażania produktu turystycznego Szlaku JIIS.</p>	<p>OBSZAR PRIORYTETOWY 3.: PRZESTRZEŃ I ŚRODOWISKO CEL STRATEGICZNY 3: Optymalne wykorzystanie posiadanych zasobów środowiskowych oraz przestrzeni turystycznej w sposób przyczyniający się do zrównoważonego rozwoju podregionu.</p>	<p>OBSZAR PRIORYTETOWY 4.: WSPARCIE INSTYTUCJONALNE CEL STRATEGICZNY 4: Wypracowanie i wdrożenie rozwiązań systemowych zapewniających wszystkim interesariuszom Szlaku JIIS uczestnictwo w efektywnym funkcjonowaniu w jego ramach.</p>	<p>OBSZAR PRIORYTETOWY 5.: MARKETING TERYTORIALNY CEL STRATEGICZNY 5: Zbudowanie tożsamości podregionu oraz jego rozpoznawalności w oparciu o markę produktu turystycznego Szlaku Jana III Sobieskiego za sprawą wprowadzenia innowacyjnych działań marketingowych.</p>
<p>Cel operacyjny 1.1: Rozwój aktywności społecznej oraz współpracy środowisk lokalnych Cel operacyjny 1.2: Przygotowanie mieszkańców podregionu do obsługi turystów Cel operacyjny 1.3: Osiągnięcie wysokiej świadomości poszanowania dziedzictwa kulturowego przez mieszkańców podregionu</p>	<p>Cel operacyjny 2.1: Stworzenie i stały rozwój infrastruktury turystycznej i około turystycznej podregionu, dostosowanej do potrzeb odwiedzających Cel operacyjny 2.2: Rozwój szeroko dostępnej, atrakcyjnej i dostosowanej do potrzeb odwiedzających oferty turystycznej podregionu Cel operacyjny 2.3: Rozwój przedsiębiorczości w oparciu o Szlak JIIS Cel operacyjny 2.4: Rozwój rolnictwa i przetwórstwa w podregionie Cel operacyjny 2.5: Rozwój gospodarczy podregionu</p>	<p>Cel operacyjny 3.1: Rozwój zmodernizowanej i rozbudowanej infrastruktury technicznej w podregionie Cel operacyjny 3.2: Utrzymywanie wysokiego poziomu czystości środowiska Cel operacyjny 3.3: Stałe podnoszenie estetyki i ładu przestrzennego podregionu</p>	<p>Cel operacyjny 4.1: Rozwój form wsparcia przedsiębiorców Cel operacyjny 4.2: Rozwój form wsparcia dla rolnictwa Cel operacyjny 4.3: Rozwój form wspierania promocji i rozwoju kultury w podregionie</p>	<p>Cel operacyjny 5.1: Rozwój oferty kulturalnej dla mieszkańców i turystów Cel operacyjny 5.2: Wykreowanie i wdrożenie rozpoznawalnego wizerunku podregionu w kraju Cel operacyjny 5.3: Rozwój skutecznej promocji podregionu</p>

Operacjonalizacja Strategii

OBSZAR PRIORYTETOWY 1.:

ZASOBY LUDZKIE

CEL STRATEGICZNY 1:

Przygotowanie kadr podregionu do aktywnego i efektywnego uczestnictwa w budowaniu marki Szlaku JIIS.

Cel operacyjny 1.1:

Rozwój aktywności społecznej oraz współpracy środowisk lokalnych

- Wspieranie silnych i dobrych relacji międzyludzkich społeczności subregionu (wzajemne wsparcie i współpraca)
- Prowadzenie inicjatyw kulturalnych w zakresie aktywizowania społeczności lokalnej
- Zaangażowanie młodzieży w przedsięwzięcia kulturalne na terenie gminy
- Stworzenie atrakcyjnych warunków dla pozostania i rozwoju młodzieży na wsi

Cel operacyjny 1.2:

Przygotowanie mieszkańców podregionu do obsługi turystów

- Profesjonalna obsługa „ambitnych” turystów (np. przewodnicy, przewoźnicy, informacja turystyczna, bazarze)
- Organizowanie szkoleń dla mieszkańców z zakresu obsługi turystycznej
- Stworzenie dla mieszkańców możliwości konsultowania pomysłów na „biznes” turystyczny z ekspertami (np. w urzędach gmin)

Cel operacyjny 1.3:

Osiągnięcie wysokiej świadomości poszanowania dziedzictwa kulturowego przez mieszkańców podregionu

- Odtworzenie ginących zawodów (kował, stolarz, szewc, tkacz, rzeźbiarz, krawiec, kamieniarz, bartnik, kołodziej, rymarz, itd.)
- Ochrona dziedzictwa kulturowego gminy, przekazywanie dorobku następnym pokoleniom

Operacjonalizacja Strategii

OBSZAR PRIORYTETOWY 2.:

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

CEL STRATEGICZNY 2:

Rozwój przedsiębiorczości podregionu w efekcie wdrażania produktu turystycznego Szlaku JIIS.

Cel operacyjny 2.1:

Stworzenie i stały rozwój infrastruktury turystycznej i około turystycznej podregionu, dostosowanej do potrzeb odwiedzających

- utworzenie bazy noclegowej (ze szczególnym uwzględnieniem agroturystyki)
- utworzenie bazy gastronomicznej (w tym z lokalnymi produktami kulinarnymi)
- utworzenie miejsc wypoczynku i rekreacji
- utworzenie infrastruktury towarzyszącej: parkingi, miejsca biwakowe, wypożyczalnie sprzętu, oznakowanie atrakcji turystycznych
- utworzenie i rozwój systemu informacji turystycznej – on-line, punkty informacyjne w terenie – tablice, mapy, foldery, przewodnik
- renowacja i rewitalizacja miejsc/obiektów cennych kulturowo/historycznie/przyrodniczo

Cel operacyjny 2.2:

Rozwój szeroko dostępnej, atrakcyjnej i dostosowanej do potrzeb odwiedzających oferty turystycznej podregionu

- zaprojektowanie i utworzenie sieci szlaków turystycznych, (w tym szlaków pieszych, ścieżek rowerowych, konnych, wodnych)
- wspieranie tworzenia nowych atrakcji turystycznych (np. paintball, quady, baseny, galerie, stadniny koni, wioski tematyczne, parki rozrywki, zoo itd.)
- utworzenie oferty imprez turystycznych (w rozumieniu ustawy – np. organizowanie rajdów pieszych, motoryzacyjnych, wycieczek turystycznych związanych z życiem Jana III Sobieskiego i Marysieńki, foto safari)
- Wspieranie działania i współpracy gospodarstw tematycznych w gminach podregionu (np. Gorzków wsią tematyczną (pasieki – produkcja miodu, sadownictwo - produkcja i przetwórstwo owoców lokalnych, rzemiosło – wikliniarstwo, kowalstwo, przetwórstwo mleczne, obserwacja dzikich zwierząt))
- rozwój turystyki kulinarnej w podregionie (np. kuchnia z epoki Jana III Sobieskiego – dziczyzna, ryby, festiwale kulinarne - *Festiwal cukierników „Arkas”*)
- rozwój turystyki rekreacyjnej w podregionie (m.in.: narty biegowe, wyciąg narciarski, biegi na orientację, mistrzostwa Polski w grzybobraniu, tematyczne gry terenowe, mistrzostwa Europy środkowo-wschodniej w nord-walkingu)
- rozwój turystyki kulturalnej w oparciu o historię subregionu, (np. warsztaty ginących zawodów)

Operacjonalizacja Strategii

OBSZAR PRIORYTETOWY 2.:

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

CEL STRATEGICZNY 2:

Rozwój przedsiębiorczości podregionu w efekcie wdrażania produktu turystycznego Szlaku JIIS.

Cel operacyjny 2.3:

Rozwój przedsiębiorczości w oparciu u Szlak JIIS

- zwiększenie atrakcyjności inwestycyjnej
- wspieranie rozwoju przedsiębiorczości związanej z rozwojem Szlaku JIIS

Cel operacyjny 2.4

Rozwój rolnictwa i przetwórstwa w podregionie

- wspieranie współpracy w dziedzinie rolnictwa i przetwórstwa (np. budowanie i promowanie katalogu spożywczych produktów regionalnych)
- wspieranie ekologicznych upraw (np. pszenica durum) i ekologicznego chowu zwierząt
- wspieranie tworzenie i działalności lokalnych przetwórci
- wspieranie wykorzystywania nowoczesnych technologii w rolnictwie

Cel operacyjny 2.5

Rozwój gospodarczy podregionu

- wspieranie rozwoju i powstawanie nowych innowacyjnych przedsiębiorstw
- wspieranie tworzenia i rozwoju innowacyjnych produktów i usług (świadczonych w oparciu o Internet)
- wspieranie rozwoju przedsiębiorczości opartej na lokalnych zasobach i produktach (m.in. rozlewnia wody źródlanej, zakłady mięsne w technologii tradycyjnej, produkcja nalewek tradycyjnych)

Operacjonalizacja Strategii

OBSZAR PRIORYTETOWY 3.:

PRZESTRZEŃ I ŚRODOWISKO

CEL STRATEGICZNY 3: Optymalne wykorzystanie posiadanych zasobów środowiskowych oraz przestrzeni turystycznej w sposób przyczyniający się do zrównoważonego rozwoju podregionu.

Cel operacyjny 3.1:

Rozwój zmodernizowanej i rozbudowanej infrastruktury technicznej w podregionie

- Rozbudowanie sieci oświetlenia dróg (w szczególności w oparciu o oświetlenie hybrydowe)
- Modernizacja sieci dróg gminnych i powiatowych (razem z chodnikami, pobocznymi)
- Utworzenie sieci ścieżek rowerowych, pieszych, konnych w podregionie
- Skoordinowanie sieci dróg gminnych ze szlakami turystycznymi, atrakcjami turystycznymi, parkingami, małą architekturą (kosze na śmieci, ławeczki)
- Uporządkowanie gospodarki wodnej (melioracja, zbiorniki retencyjne, stawy, budowa przystani i plaży z rozwiniętą wodną infrastrukturą rekreacyjną – kajaki, rowery wodne, wyznaczenie szlaku wodnego)
- Rozwój sieci i dostępu do szerokopasmowego Internetu
- Rozwój infrastruktury kanalizacyjnej (zagospodarowanie ścieków, wsparcie budowy przydomowych oczyszczalni ścieków)

Cel operacyjny 3.2:

Utrzymywanie wysokiego poziomu czystości środowiska

- Zwiększanie poziomu kultury ekologicznej mieszkańców i osób przyjezdnych
- Wzrost poziomu wykorzystywania odnawialnych źródeł energii (np. elektryczne wiatrowe, pompy ciepła, kolektory słoneczne, biopaliwa, lampy hybrydowe)
- Wspieranie działań proekologicznych (np. poprzez promowanie produktów ekologicznych)

Cel operacyjny 3.3:

Stałe podnoszenie estetyki i ład przestrzennego podregionu

- Zinventaryzowanie walorów przyrodniczych podregionu
- Podnoszenie estetyki miejscowości w podregionie
- Stała dbałość o walory przyrodnicze podregionu (w tym o ogrody prywatne, parki zabytkowe, lasy)
- Wyznaczenie punktów widokowych, szlaków turystycznych, szlaków wodnych
- Wprowadzenie wymagań przestrzennych „Szlaku Jana III Sobieskiego” do zapisów weryfikowanych planów zagospodarowania
- Weryfikacja planów zagospodarowania przestrzennego zgodnie ze strategią rozwoju

Operacjonalizacja Strategii

OBSZAR PRIORYTETOWY 4.: WSPARCIE INSTYTUCJONALNE

CEL STRATEGICZNY 4:

Wypracowanie i wdrożenie rozwiązań systemowych zapewniających wszystkim interesariuszom Szlaku JiIS uczestnictwo w efektywnym funkcjonowaniu w jego ramach.

Cel operacyjny 4.1:

Rozwój form wsparcia przedsiębiorców

- Utworzenie gminnej mini „strefy ekonomicznej”, określonej w MPZP, nie kolidującej z rozwojem branży turystycznej
- Powołanie komórki doradczo-informacyjnej służącej wspieraniu przedsiębiorczości a w szczególności innowacyjności, ukierunkowanej na obsługę osób rozpoczynających działalność gospodarczą
- Opracowanie i wdrożenie katalogu form wsparcia dla przedsiębiorców

Cel operacyjny 4.2

Rozwój form wsparcia dla rolnictwa

- Wspieranie grupowych form aktywności producentów rolnych
- Utworzenie komórki doradczo-informacyjnej wspierającej produkcję rolną (roślinną i zwierzęcą)
- Przyznawanie certyfikatów na poziomie podregionu dla ekologicznych producentów rolnych
- Rozwinięte usługi dla rolnictwa (naprawa sprzętu mechanicznego, świadczące usługi agrotechniczne)
- Programy wsparcia jakości produktów rolnych

Cel operacyjny 4.3:

Rozwój form wspierania promocji i rozwoju kultury w podregionie

- Funkcjonujący system wsparcia w procesie certyfikacji produktów lokalnych (uznane certyfikaty krajowe i europejskie)
- Utworzenie centrum koordynacyjnego zajmującego się m.in. koordynowaniem wydarzeń kulturalno-rozrywkowych, marketingowo-promocyjnych w regionie (maksymalizacja promocji w mediach, film promocyjny)
- Utworzenie stowarzyszenia promującego gminę
- Dalsza promocja subregionu jako miejsca atrakcyjnego dla przedsiębiorców, zbudowanie systemu zachęt dla przedsiębiorców (ulgi podatkowe)
- Utworzenie gminnego centrum kultury podtrzymującego miejscowe tradycje, aktywizującego lokalną społeczność (muzyka instrumentalna, śpiew, rękodzieło, kuchnia regionalna, sport, itp.)



Operacjonalizacja Strategii

OBSZAR PRIORYTETOWY 5.:

MARKETING TERYTORIALNY

CEL STRATEGICZNY 5:

Zbudowanie tożsamości podregionu oraz jego rozpoznawalności w oparciu o markę produktu turystycznego Szlaku Jana III Sobieskiego za sprawą wprowadzenia innowacyjnych działań marketingowych.

Cel operacyjny 5.1:

Rozwój oferty kulturalnej dla mieszkańców i turystów

- Realizowanie inicjatyw kulturalnych związanych np. z teatrem, tańcem, muzyką, legendami, kabaretem, wystawami, audio wizualizacjami, wernisażami malarskimi; pokazy i rekonstrukcje, gry terenowe
- Promowanie oferty usług turystycznych (np. kuligi, przejażdżki konne, bryczką)
- Opracowanie kalendarza imprez kulturalnych w podregionie (w tym cykliczny festiwal przyciągający mieszkańców regionu i kraju)
- Promowanie kultury epoki XVII wieku (stroje, tańce, obyczaje, stylizacja produktów)
- wsparcie funkcjonowania domów kultury w gminach podregionu
- Prowadzenie spotkań tematycznych, kluby dyskusyjne, służące pobudzeniu rozwoju kulturalnego, edukacji i komunikacji mieszkańców subregionu (m.in. spotkania ze sławnymi osobami, związanymi z subregionem)

Cel operacyjny 5.2:

Wykreowanie i wdrożenie rozpoznawalnego wizerunku podregionu w kraju

- opracowanie logo, znaku, maskotki itd.
- wspieranie identyfikowania podregionu jako centrum kultury Lubelszczyzny
- wzmacnianie wizerunku kapeli ludowej oraz zespołu kulinarnego (poprzez stroje ludowe, odpowiednie wyposażenie i włączenie młodszego pokolenia)
- Wspieranie rozwoju kulinarnych produktów lokalnych
- wspieranie rozwoju produktów lokalnych związanych ze Szlakiem JIIS
- Opracowanie koncepcji zintegrowanych, sieciowych produktów turystycznych na bazie potencjału kulturowego
- Opracowanie koncepcji zintegrowanych, sieciowych produktów turystycznych na bazie potencjału Szlaku JIIS
- tworzenie inicjatyw kulturalnych wokół wytworzonych produktów lokalnych, np. „Święto Cydru”

Cel operacyjny 5.3:

Rozwój skutecznej promocji podregionu

- utworzenie oraz stała promocja marki „Szlak JIIS”
- promowanie produktów lokalnych na obszarze kraju
- wspieranie rozwoju usług lokalnych
- wykorzystywanie nowoczesnych metod promocji (np. poprzez Internet)
- atrakcyjna, czytelna, stale uaktualniana strona internetowa podregionu
- skuteczne kampanie promocyjne podregionu
- promowanie lokalnych walorów kulturowych
- prowadzenie promocji gospodarczej Gminy
- uczestnictwo w kiermaszach, wystawach, targach regionalnych, krajowych i zagranicznych



Autorzy opracowania:

- ✓ Jacek Dębczyński
- ✓ Agnieszka Esz
- ✓ Iwona Majewska
- ✓ Paweł Gałęcki
- ✓ Tomasz Bartnicki
- ✓ Joanna Jasiorowska
- ✓ Michał Kazem-Bek
- ✓ Małgorzata Krzysztofik
- ✓ Paweł Mentelski