

**Badanie związane z promocją obszaru oraz trójsektorowość na rzecz obszaru w zakresie promocji, wydarzeń i aktywizacji, działań Stowarzyszenia „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”**

**RAPORT KOŃCOWY Z BADAŃ**

- grudzień 2014 -



**Badanie realizowane  
na zlecenie:**



**Stowarzyszenia Partnerstwo dla Doliny Baryczy**

Pl. Ks. E. Weresiaka 7  
56-300 Milicz  
tel/fax. 71 383 04 32  
partnerstwo@nasza.barycz.pl

**Wykonawca  
badania:**

**BIOSTAT**  
www.biostat.com.pl

44-206 Rybnik  
Ul. Kowalczyka 17  
tel/fax. 32 422 17 07  
biostat@biostat.com.pl

**Zespół badawczy:**

Andrzej Kempa – kierownik projektu  
dr Ewa Tkocz-Piszczek – członek zespołu badawczego  
Rafał Piszczek – członek zespołu badawczego  
Zdzisław Wolny – członek zespołu badawczego  
Bartosz Olcha – członek zespołu badawczego  
dr Małgorzata Zofia Płaszczycza – członek zespołu badawczego  
Katarzyna Ciastowicz-Krzewska – koordynator badania terenowego

**Źródło finansowania:**



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie.



Operacja współfinansowana przez Unię Europejską ze środków finansowych Europejskiego Funduszu Rybackiego zapewniającą inwestycje w zrównoważone rybołówstwo.

**Termin realizacji:**

czerwiec 2014 r. – grudzień 2014 r.



## Spis treści

---

Spis treści .....	3
Wprowadzenie .....	4
Nota metodologiczna .....	5
Rozdział 1. Badanie organizatorów wydarzeń, podmiotów prywatnych, społecznych i publicznych wskazanych przez Zamawiającego .....	7
Rozdział 2. Badanie aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia „Partnerstwo dla Doliny Baryczy” .....	26
Analiza silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń .....	36
Spis rysunków i tabel.....	40



## Wprowadzenie

---

W raporcie przedstawiona została analiza obejmująca zagadnienia związane z promocją obszaru Doliny Baryczy oraz trójsektorowością na rzecz promocji, wydarzeń i aktywizacji, ze szczególnym uwzględnieniem działań Stowarzyszenia Partnerstwo dla Doliny Baryczy. Badanie zrealizowano w okresie od czerwca 2014 r. do grudnia 2014 r. Nad prawidłowością wykonania projektu czuwał jego Zleceniodawca – Stowarzyszenie Partnerstwo dla Doliny Baryczy. Badanie wykonane zostało przez firmę BIOSTAT. Projekt skoncentrowany był na eksploracji trzech podstawowych zagadnień i umożliwił uzyskanie informacji w ramach następujących celów szczegółowych:

- a) Promocja obszaru Doliny Baryczy;
- b) Trójsektorowość w zakresie promocji, wydarzeń i aktywizacji.

Niniejsze opracowanie stanowi podsumowanie i zestawienie najważniejszych wyników uzyskanych w toku badania i dokonanych analiz. Powinno również okazać się pomocne dla określenia wzrostu rozpoznawalności znaku DBP oraz oferty związanej z regionem lub walorów przyrodniczych i smakowych, dla określenia wzrostu poczucia więzi mieszkańców z obszarem, jak również wzrostu świadomości ekologicznej oraz walorów przyrodniczych obszaru.



## Nota metodologiczna

---

Na proces badawczy składały się następujące etapy realizacji projektu:

- Opracowanie metodologii badawczej, narzędzi badawczych,
- Dobór próby, realizacja terenowej fazy badania,
- Digitalizacja pozyskanego materiału empirycznego,
- Opracowanie transkrypcji wywiadów,
- Opracowanie raportu końcowego.

Informacje na temat założonego zakresu badawczego uzyskano dzięki zastosowaniu narzędzi – kwestionariusza wywiadu CAWI i scenariusza wywiadu IDI/ITI (badania ilościowe z aktorami zaangażowanymi w działalność Stowarzyszenia: Stowarzyszenia, Walne, Beneficjenci, badania jakościowe z organizatorami wydarzeń, podmiotami prywatnymi, społecznymi i publicznymi wskazanymi przez Zamawiającego). Narzędzia zostały opracowane przez Wykonawcę badania. Zagadnienia stanowiące ich treść zostały skonstruowane w oparciu o wytyczne określone przez Zamawiającego składając się łącznie z:

- 17 zagadnień – badanie techniką indywidualnych wywiadów pogłębionych wśród organizatorów wydarzeń, podmiotów prywatnych, społecznych i publicznych wskazanych przez Zamawiającego,
- 16 pytań – badanie techniką ankiety internetowej nadzorowanej przez system komputerowy wśród aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia.

Narzędzia zostały zatwierdzone przez Zamawiającego na etapie konsultacji projektowych.

Wielkość próby badawczej wyniosła:

- 45 organizatorów wydarzeń, podmiotów prywatnych, społecznych i publicznych wskazanych przez Zamawiającego (IDI/ITI), w tym minimum 5 wywiadów w każdej z gmin Doliny Baryczy,
- 38 aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia (CAWI).



Podczas realizacji wywiadów dążono do tego, aby rozmowa miała szczerzy charakter, a każdy z uczestników badania miał nieskrępowaną możliwość artykułowania własnych poglądów, bez poczucia, że informacje te nie zostaną objęte klauzulą anonimowości. Kontakt badacza z ankietowanymi organizatorami wydarzeń, podmiotami prywatnymi, społecznymi i publicznymi wskazanymi przez Zamawiającego miał formę bezpośrednią w siedzibie podmiotów lub pośrednią za pomocą łączy telefonicznych. Wywiady z aktorami zaangażowanymi w działalność Stowarzyszenia miały formę pośrednią poprzez ankietę dostępną na serwerze Wykonawcy. Rekrutację w obu przypadkach przeprowadził Wykonawca w oparciu o dane teled adresowe przekazane przez Zamawiającego.



## Rozdział 1. Badanie organizatorów wydarzeń, podmiotów prywatnych, społecznych i publicznych wskazanych przez Zamawiającego

---

W badaniu jakościowym uczestniczyło 45 respondentów, w tym organizatorzy wydarzeń, przedstawiciele podmiotów prywatnych, społecznych i publicznych. Rekrutację uczestników badania przeprowadzono wśród osób i podmiotów wskazanych przez Zamawiającego. W badaniu uczestniczyli przedstawiciele sektora publicznego, społecznego i prywatnego, dzięki czemu zebrano szerokie spektrum opinii. W gronie respondentów znaleźli się wysocy urzędnicy samorządowi, specjaliści zatrudnieni w administracji publicznej, przedstawiciele instytucji kultury, działacze społeczni oraz lokalni przedsiębiorcy prowadzący działalność związaną z przyrodniczymi walorami Doliny Baryczy (np. przewodnicy, organizatorzy wydarzeń rekreacyjnych i kulturalnych). Zdecydowana większość respondentów czynnie działa w strukturach Stowarzyszenia Partnerstwo dla Doliny Baryczy lub współpracuje z nim z pozycji podmiotu publicznego bądź prywatnego (np. urzędu gminy, samorządowej instytucji kultury lub posiadacza znaku Dolina Baryczy Poleca). Do uczestnictwa w badaniu zaproszono również przedstawicieli Lokalnej Grupy Działania i Lokalnej Grupy Rybackiej funkcjonujących w ramach Stowarzyszenia.

*- Jako Starostwo współpracujemy ze Stowarzyszeniem w ramach Dni Karpia, ponieważ organizujemy największą imprezę tj. Święto Karpia. Ja jestem takim koordynatorem tej imprezy po stronie Starostwa.*

[przedstawiciel sektora publicznego]

Merytoryczna część badania rozpoczęła się od próby określenia stanu lokalnej współpracy międzysektorowej w odniesieniu do rozwoju obszaru Doliny Baryczy. Na wzrost rozpoznawalności i promocję obszaru Doliny Baryczy – zdaniem rozmówców – wpływ mają zarówno podmioty sektora publicznego i społecznego, jak również lokalni przedsiębiorcy zrzeszeni pod szyldem Dolina Baryczy Poleca. Współpraca skoncentrowana jest na wypracowaniu lokalnej marki. Jak podkreślali respondenci, wiele już w tej kwestii udało się osiągnąć. Na przestrzeni lat bardzo zmienił się wizerunek Doliny Baryczy. Przede wszystkim jest on aktualnie spójny i wyjątkowy w skali regionu, a nawet kraju. **Dolina Baryczy z miejsca nieznanego przeistoczyła się w rozpoznawalną destynację turystyczną**, w lokalizację kojarzoną z naturalnymi produktami, siecią ścieżek rowerowych i konnych, szlaków kajakowych oraz z cyklicznymi imprezami tematycznymi. Naturalność Doliny Baryczy znakomicie podkreśla przynależność do obszaru Natura 2000. Współpraca międzysektorowa przebiega także w dziedzinie edukacji. Efektem



jest tutaj przede wszystkim Ośrodek Edukacji Ekologicznej, z którego oferty korzystają m.in. szkoły. Ofertę Ośrodka dopełniają prywatne podmioty zrzeszone pod Znakiem Dolina Baryczy Poleca, które przedmiotem swojej działalności uczyniły zajęcia edukacyjno-poznawcze, dedykowane przede wszystkim najmłodszym. Należy podkreślić, że współpraca pomiędzy sektorami publicznym i pozarządowym stale się wzmaga, a jej ramy trwale wyznaczają przepisy Ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie. **Koordinatorem współpracy jest Stowarzyszenie. Wyniki badania wskazują, że jego działalność ma zasadnicze znaczenie dla powodzenia trójsektorowej kooperacji.**

*-Współpraca przebiega coraz lepiej, głównie organizacje pozarządowe pełnią tu rolę, największą rolę pełni Partnerstwo, które jakby scala i koordynuje współpracę tych wszystkich podmiotów. Organizacje pozarządowe coraz prężniej działają tutaj na naszym obszarze (...).*

[przedstawiciel sektora publicznego]

*-Na pewno przez dostępność funduszy za pośrednictwem Partnerstwa dla Doliny Baryczy ta współpraca dość szeroko się rozwinęła. Z tego względu, że dotychczas samorządy działały na własną rękę, a przez takiego koordynatora, jakim jest Stowarzyszenie, została utworzona baza przedsiębiorców, z której możemy korzystać przy wszelakich imprezach. Wiemy już do kogo się zwracać, kto co robi, gdzie robi, także wcześniej ta współpraca troszeczkę błędziła, bo tak naprawdę nie było wiadomo do kogo się zwracać. A tutaj tak naprawdę stowarzyszenie nakierowało samorządy.*

[przedstawiciel sektora publicznego]

Wśród badanych nie brakowało także osób podkreślających rolę przedsiębiorców oraz wagę wsparcia finansowego ze strony samorządów. Należy także zauważyć, że **tylko nieliczni respondenci nie dostrzegali swojej bezpośredniej roli w promocji i rozpoznawalności obszaru Doliny Baryczy.**

*-Największy wpływ mają podmioty gospodarcze. Ogromny wpływ teraz na promocję obszaru mają Stawy Milickie, które od jakiegoś czasu mają pieniądze na to, żeby nas promować i od tego momentu jesteśmy zauważalni. Później jest to Stowarzyszenie Partnerstwo, następnie są podmioty, które działają w ramach systemu. Są to usługodawcy i producenci. Są również prowadzone działania promocyjne. Powstaje również infrastruktura turystyczna z inicjatywy powiatu i gmin. Ja należę do systemu „Dolina Baryczy Poleca” i myślę, że jakiś tam mały punkcik też w tym mam.*

[przedstawiciel sektora prywatnego]





*-Ja uważam, że na popularyzację Doliny Baryczy mają wpływ podmioty gospodarcze, bo tak naprawdę zaczęło się to wszystko od podmiotów gospodarczych i osób fizycznych związanych z Doliną Baryczy i korzystających z projektu „Lider”. Dopiero później jak była możliwość założenia LGD, czyli pierwszego w Polsce stowarzyszenia trójsektorowego powoli, powoli zaczęli się przekonywać partnerzy publiczni, administracja. Oni teraz widzą celowość wspólnego działania na rzecz rozwoju turystyki, aczkolwiek nie uważałabym, że to co już istnieje w Dolinie Baryczy jest przede wszystkim działalnością sektora publicznego, wręcz przeciwnie jest to działalność sektora gospodarczego i społecznego. A na bazie wypracowanych zagadnień i tych podstaw sektor publiczny jakby się włączył. Jedynym takim dużym bodźcem do dalszego rozwoju Doliny Baryczy było to, że oni wnieśli duże składki członkowskie, bo mają taką możliwość, natomiast co do wykonanej takiej pracy społecznej, fizycznej i gospodarczej to przede wszystkim zrobił to sektor gospodarczy i społeczny, choć obecnie sektor publiczny też się udziela.*

[przedstawiciel sektora prywatnego]

Dalsza część badania posłużyła uszczegółowieniu opisu współpracy z podmiotami różnych sektorów. W pierwszej kolejności odniesiono się do budowania wizerunku Doliny Baryczy wspólnie z lokalnymi przedsiębiorcami. **Stowarzyszenie daje markę, a przedsiębiorca oferując markowy produkt/usługę przyczynia się do promocji Doliny Baryczy wśród konsumentów, na czym korzysta gmina, obszar i on sam** – tak na podstawie odpowiedzi ankietowanych można najkrócej opisać schemat wzajemnych powiązań. System Dolina Baryczy Poleca miał ofiarować lokalnym producentom i usługodawcom tożsamość i spójny wizerunek. Wyniki badania wskazują, że przedsięwzięcie się powiodło, a **lokalni przedsiębiorcy zreszteni pod znakiem Dolina Baryczy Poleca są powiązani z regionem, także w świadomości turystów i konsumentów**. Podkreślają to opinie części rozmówców sugerujące, że dziś już niewyobrażalna jest promocja Doliny Baryczy bez udziału sektora prywatnego utożsamianego z lokalnym biznesem. Do wymiernych efektów kooperacji uczestnicy badania zaliczyli przede wszystkim **wzrost liczby turystów, zwiększającą się popularność certyfikatu, zaktywizowanie obszarów wiejskich, kreację nowych pomysłów i rozwój sektora przedsiębiorstw**. Za rozwojem tym postępuje rosnąca świadomość społeczna - faktyczni i potencjalni przedsiębiorcy dostrzegają, że w Dolinie Baryczy też może się udać, że można tu zarabiać, stąd wchodzić na nowe rynki i tu inwestować z myślą o przyszłości firmy.

*-Przede wszystkim z tego co widzę obecnie, to ludzie bardzo się zmienili dzięki LGR. Otrzymują oni od nas dofinansowania, poprzez tutejsze Stowarzyszenie, mogą rozwijać swoje*

Badanie związane z promocją obszaru oraz trójsektorowość na rzecz obszaru w zakresie promocji, wydarzeń i aktywności, działań Stowarzyszenia „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”



gospodarstwa. Przez to też widać jak rozbudowują swoje gospodarstwa i są atrakcją dla turysty, np. mają swoją smażalnię ryb, niektórzy są jeszcze w trakcie budowy i to będzie już lada moment widoczne. Są małe hoteliki, w których oczywiście można przenocować na tym terenie. Także są atrakcje wokół tych stawów i każdy może z tego korzystać.

[przedstawiciel sektora publicznego]

-My jako samorządowcy powinniśmy działać i rozwijać powstawanie nowych miejsc pracy. (...) Uważam, że tutaj jest najbardziej zauważalna ta współpraca, ponieważ w tej kwestii, przedsiębiorcy (jeżeli mają produkty) czują, że to co wykonują daje im wymierne efekty. To również jest jakiś optymizm, jeśli chodzi o zatrudnienie, o rozwój. Jest większa pewność w inwestowaniu w pewne rzeczy. Jest tak, że to się nakręca. Z tego co dzisiaj widziałem spółka Stawy Milickie kupiła samochód do przewożenia ryb, a to powoduje, że oni widzą w tym swoim działaniu przyszłe przychody. Najważniejsze jest to, żeby być zadowolonym. Żeby mieszkać w tym regionie, trzeba mieć pracę, trzeba mieć dochody i satysfakcję z tego co się robi itd. To się łączy jednak, bo nie można powiedzieć, że wycinkowo można zrobić jedną rzecz. To jednak się przekłada na to, że my próbujemy zrobić również działania około turystyczne, bazę noclegową. Powstają kolejne elementy, np. ktoś wynajmuje u nas kawałek placu, aby kilka dni zaistnieć. Jeżeli zaś chodzi o przeszkody to są widoczne, jeżeli chodzi o otwartość, czasami jest taka sytuacja, że przedsiębiorcy chcieliby w całości wpływać na pewne rzeczy. Wydaje mi się, że jest im trudno się dzielić z kimś, żeby coś wspólnie zorganizować. To jest trudne. Bardzo widzę, jeżeli chodzi o organizację czegoś, że wolą sami, nie chcą się dzielić odpowiedzialnością, również korzyściami. Ale wydaje mi się, że nie jest to bardzo duża przeszkoda.

[przedstawiciel sektora publicznego]

Współpraca z przedsiębiorcami – zdaniem badanych – nie napotyka istotnych przeszkód. Jeśli się one jednak pojawiają, wtedy związane są najczęściej z brakiem świadomości przedsiębiorców w zakresie wielostronnych korzyści. Niektórzy z nich nie widząc mocnej gwarancji zysku, nie są skory do nawiązania współpracy, czasem bowiem wiąże się ona z zainwestowaniem pewnych środków zanim zaczną odczuwać się korzyści. Pewną przeszkodą mogą być również biurokratyczne obwarowania współpracy, jednak one wskazywane były zdecydowanie rzadziej.

Dolinę Baryczy wyróżnia poważny wpływ podmiotów społecznych na budowanie wizerunku obszaru. Respondenci byli zgodni – rola Stowarzyszenia Partnerstwo dla Doliny Baryczy jest tutaj nieoceniona. Stowarzyszenie nie jest biernym realizatorem zadań, które mógłby powierzać mu samorząd, jest raczej głównym inicjatorem, kreatorem nowych pomysłów. Zdaniem



rozmówców Stowarzyszenie działa prężnie, wsluchuje się w potrzeby mieszkańców i mało decydujący wpływ na wykreowanie obecnej marki – marki obszaru, która nierzadko jest stawiana jako wzór w skali kraju. **Zauważono organizowany przez Partnerstwo Konkurs na Najaktywniejsze Sołectwo. Dzięki tej i podobnym inicjatywom w Dolinie Baryczy obserwowany jest wzrost aktywności mieszkańców, popularyzuje się moda na działalność społeczną, mieszkańcy dostrzegają swój wpływ na najbliższe otoczenie i kierunek rozwoju gminy, poznają także walory Doliny Baryczy i stają się dumnymi ambasadorami obszaru.** Na terenie Doliny Baryczy działa również szereg mniejszych organizacji pozarządowych i stowarzyszeń oraz aktywnych grup mieszkańców. Do nich skierowana jest inicjatywa Działaj Lokalnie, której rolę również podkreślono w trakcie badań. Współpraca z organizacjami społecznymi nie napotyka trudności – taki wniosek można postawić na podstawie analizy wypowiedzi uczestników badania. Wskazano tylko, że to Partnerstwo bierze na siebie główny ciężar obsługi aktywności mieszkańców i mniejszych podmiotów, brakuje tutaj być może większego zaangażowania samorządu.

*-Założeniem było poprawienie tego wizerunku. Partnerstwo powstało, bo było na nie zapotrzebowanie. (...) Ja mam sentyment do programu „Działaj Lokalnie”, bo to są faktycznie programy dla takich rozwijających się młodych organizacji i bardzo ważną rzeczą jest też to, co się zdarzyło, że wylęgają się jak grzyby po deszczu organizacje stworzone jakby na bazie tych już aktywnych. To jest bardzo ważny element aktywizacji, czyli te aktywne sołectwa, ludzie, którzy mieszkają na wsiach, mieli jakby szanse pokazania swojej pracy, a my znowu mamy satysfakcje, że udało nam się jakby zachęcić ich do tego, że z jednej strony mają swoje sołectwa, a z drugiej strony mogą utworzyć jakąś organizację, która pozwoli im nie tylko sięgać po środki, bo to jest jedna rzecz, ale również jakby formalnie działać na rzecz tej wsi. To faktycznie fajnie się pokazuje, jest to jednym z ważniejszych kryteriów oceny tych aktywnych sołectw, właśnie to, że działają w ramach organizacji. Myślę, że na tym terenie jest to istotne. Tutaj należy podkreślić duże wsparcie ze strony Partnerstwa, bo to nie tylko konkurs, ale właśnie również wszelkiego rodzaju warsztaty, wyjazdy, na których ci ludzie mogą poznać się.*

[przedstawiciel sektora społecznego]

*-Ja osobiście wręcz zauważam trend, modę na tego typu działania wolontariackie, pozasamorządowe i jakby nasza społeczność zaczyna wybudzać się i wierzyć w to, że mają jakikolwiek głos i że są w stanie wpłynąć w jakikolwiek sposób na swoje jestestwo w lokalnym obszarze. Ja myślę, że ludzie zaczynają tego doświadczać, nie tylko, że się narobią, ale zaczyna im się to podobać, zaczynają wierzyć, że są głosem decyzyjnym. I oni się uaktywniają coraz*



więcej, tak jak wioski tematyczne, jak aktywne projekty. Zakładają stowarzyszenia, żeby mogli pozyskiwać środki i to jest budujące.

[przedstawiciel sektora prywatnego]

W toku badania poruszono również problem wkładu instytucji publicznych (np. urzędów gmin, szkół, bibliotek, ośrodków kultury i sportu) w budowanie wizerunku Doliny Baryczy. **Oce-  
niając jakość współpracy z poszczególnymi podmiotami publicznymi doceniono przede  
wszystkim szkoły i urzędy gmin. Podkreślono, że szkoły do niedawna pozostawały na uboczu  
działań promocyjnych. Niedawno – po uruchomienie programu „Edukacja dla Doliny Bary-  
czy” – zaangażowanie szkół znacząco wzrosło.** W ramach programu szkoły wyposażono  
w pomoce dydaktyczne. Cały czas popularyzowane są również nieszablonowe zajęcia  
umożliwiające dzieciom i młodzieży poznawanie otoczenia, w którym przebywają na co  
dzień. Pracę w tym aspekcie wspomaga na pewno fakt, że duże grono działaczy lokalnych  
podmiotów społecznych rekrutuje się spośród byłych pracowników oświaty, rozumiejących  
potrzebę włączenia szkół w budowanie wizerunku Doliny Baryczy.

*-Dysponujemy dużym zasobem, jeśli chodzi o edukacje ekologiczną, teleskopy, lornetki. Ma-  
my ludzi, którzy przyjeżdżają do nas prowadzić wykłady. My staramy się, żeby program opra-  
cować na tyle atrakcyjny, żeby zachęcił grupy do przyjazdu do nas. Natomiast to jest ciężka  
praca zespołu, bo my musimy wymyślić na tyle ciekawą ofertę, żeby to do nas przyjechała  
szkoła z grupa dzieci np. powiedzmy na wizytę jednodniowa, żeby ona była atrakcyjna, żeby  
one coś stąd wyniosły, nie mówię, że wynieść mikroskop w plecaku, ale chodzi o głowę,  
o wiedzę. To decyduje ktoś w szkole, ktoś w instytucji, że pojedziemy tu, a nie tam, więc my  
staramy się nasza ciężką pracą, naszymi pomysłami zrobić program na tyle atrakcyjny, aby  
zachęcić naszą ofertą każdego, kto chciałby do nas przyjechać. Tu są wyjazdy w plener,  
rozmowy z osobami, którzy są fachowcami od przyrody, ryb, roślinności, ptactwa. To jest gru-  
pa ludzi, która na prawdę wspólnymi siłami, działaniami, stara się, żeby to wyglądało jak naj-  
lepiej. Liczy się tylko i wyłącznie efekt, który przyniesie ugoszczenie takiej grupy i później opinia  
o tym co było u nas jest najważniejsza, bo to będzie skutkowało tym, czy ktoś będzie chciał  
jeszcze do nas przyjechać, czy później rozniesie się informacja, że u nas jest bardzo atrakcyj-  
nie, ciekawie, że warto do nas przyjechać, że inni będą nas polecać. Także praca jaką  
wkładamy jest na prawdę bardzo duża, ciężka i staramy się, żeby to jak najlepiej wypadło.  
Oczywiście można zaprosić, puścić film, oglądajcie sobie, i tak sobie siedzą, później na spa-  
cerek. Nie. Trzeba ich zaciekawić, aktywnie wciągnąć w prowadzenie tych zajęć, żeby oni  
mogli na tyle chcieć być zaangażowani, żeby potem chcieli wystawić nam dobrą opinię.*

[przedstawiciel sektora publicznego]

Badanie związane z promocją obszaru oraz trójsektorowość na rzecz obszaru w zakresie promocji, wydarzeń i aktywizacji, działań Stowarzyszenia „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”



Budowanie wizerunku nie ma na celu wyłącznie przyciągnięcie grup z zewnątrz. Dla jej organizatorów **równie ważne jest popularyzowanie wiedzy o obszarze wśród jego najmłodszych mieszkańców**. Opisywał to jeden z rozmówców.

*-Mamy tutaj sporo takich rzeczy, którymi się zajmujemy. Kolejny pomysł, żeby tworzyć taką bazę edukacyjną na podstawie tego co jest w regionie. Ja wiele lat tutaj pracuję ze szkołami i z różnymi systemami edukacji. To była taka bolączka, że z jednej strony nasza młodzież nie do końca doceniała region, że pracując założyliśmy i tworząc ofertę edukacyjną, czy też w jakiś sposób prowadząc zajęcia edukacyjne mieliśmy bardzo niewiele pomocy naukowych (...), zaczęliśmy od takich wspólnych konferencji, gdzie tam się wszystko przedstawiało, szkoły musiały się zgłosić do tego i tych szkół się zgłosiło około 65 o ile dobrze pamiętam i te spotkania odbywały się w gminach i chodziło o to, żeby od tych osób, które bezpośrednio uczą, żeby od nich się dowiedzieć czego oni potrzebują i ich też włączyć i zaangażować w tworzenie właśnie tych pomocy naukowych. Tego co jest potrzebne właśnie do takiej edukacji regionalnej. Muszę przyznać z wielką satysfakcją, że bardzo duże było zainteresowanie. Nauczyciele się bardzo aktywnie włączyli. Jak się okazało, mieliśmy diagnozę, że tych ośrodków u nas całkiem jest sporo. Natomiast nasza młodzież w niewielkim stopniu korzysta z tych ośrodków, więc znowu budujemy następne zadanie, co zrobić, żeby udrożnić to. Z jednej strony był ten etap koncepcji, pomysłów, bo np. zakładaliśmy, że ktoś ma jakiś pomysł i okazało się, że wśród nauczycieli są takie talenty, niektórzy potrafią pisać bajki, potrafią pisać wiersze, potrafią rysować i w ten sposób powstała taka ilość propozycji, które w tej chwili finalizujemy, czyli powstają różne plansze, różne gry edukacyjne z treściami i materiałami, które są spójne z tym co mamy w regionie Doliny Baryczy. Ta współpraca jak najbardziej jest i nawiązując tutaj do urzędów, jeżeli mówimy o tym programie edukacyjnym wszystko to było robione w współpracy z urzędami, jeżeli robiliśmy te spotkania to wcześniej było to uzgadniane z gminami.*

[przedstawiciel sektora społecznego]

Wskazano również szereg elementów, które mogłyby usprawnić współpracę z instytucjami publicznymi w obszarze budowy wizerunku Doliny Baryczy. Mimo wielu wysiłków w dalszym ciągu nie wszystkie szkoły i nie wszystkie instytucje kultury są zaktywizowane, pewne „skostnienie” obserwowane jest w niektórych bibliotekach. Osobnym zagadnieniem jest natomiast współpraca z urzędami gmin, którymi kierują osoby wybierane kadencyjnie. Zauważono, że wymiana władzy wymusza czasem budowanie ram współpracy niejako od nowa. **W opisie idealnego stanu kooperacji posłużono się schematem: Stowarzyszenie odpowiada za działania aktywizujące społeczność – gmina dociera z informacją o działalności Stowarzyszenia**

Badanie związane z promocją obszaru oraz trójsektorowość na rzecz obszaru w zakresie promocji, wydarzeń i aktywności, działań Stowarzyszenia „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”



**do mieszkańców.** Obecnie natomiast gminy ograniczają się raczej do dystrybucji materiałów promocyjnych przygotowanych przez Stowarzyszenie, rzadziej uruchamiają system informowania o ciekawych przedsięwzięciach własnymi kanałami np. za pośrednictwem stron internetowych. Jeśli natomiast gmina podejmuje już wysiłek związany z dystrybucją własnych materiałów promujących obszar, to nierzadko nie są one spójne z materiałami Starostwa w tym zakresie. Są to elementy, które – zdaniem niektórych ankietowanych – należałoby poprawić, jednak w niczym nie zmienia ogólnie pozytywnej oceny kooperacji z podmiotami publicznymi.

**Wyniki badania wskazują na bardzo dobrą ocenę działalności Stowarzyszenia w obszarze promocji Doliny Baryczy oraz organizowania lokalnych wydarzeń.** Doceniono w szczególności rolę Partnerstwa jako koordynatora długofalowych działań promocyjnych oraz koordynatora największych imprez promocyjnych, w tym szczególnie Dni Karpia. W odniesieniu do Stowarzyszenia padały określenia: aktywne, przedsiębiorcze, zaangażowane, posiadające kompetentne kierownictwo. **Targi, jarmarki i organizacja imprez tematycznych znacząco przyczyniły się do wzrostu rozpoznawalności oferty związanej z regionem oraz jego walorów przyrodniczych, czy smakowych (w przypadku wspomnianych Dni Karpia).** Zdaniem uczestników badania działania promocyjne poświęcone Dolinie Baryczy docierają do potencjalnych turystów. Po stronie elementów wymagających poprawy zwrócono uwagę wyłącznie na trzy aspekty. **Pierwszym z nich jest częstsza aktualizacja stron internetowych związanych z promocją Doliny Baryczy. Drugim szersza dostępność usług i produktów spod znaku Dolina Baryczy Poleca dla mieszkańców obszaru (zniżki, punkty sprzedaży). Trzecim – częściej wskazywanym – aspektem jest poczucie związane z częściową marginalizacją wielkopolskiej części Doliny Baryczy.** Dolina Baryczy kojarzona jest – zdaniem niektórych rozmówców z Wielkopolski – przede wszystkim z Dolnym Śląskiem. Również ulokowanie siedziby Stowarzyszenia w województwie dolnośląskim generuje pewne problemy natury organizacyjnej, którym można byłoby zaradzić uruchamiając biuro terenowe/oddział w jednej z wielkopolskich gmin. Problem ten omawiał szerzej jeden z ankietowanych.

*-Współpracujemy ze stowarzyszeniem, jesteśmy jego członkami, współpraca przebiega dobrze, czasami śmiejemy się, że nawet tego za dużo, bardzo dużo materiałów informacyjnych jest rozdawanych (np. z okazji Dni Karpia). Współpraca jest potrzebna, na pewno nie wystąpimy z tego Stowarzyszenia. Nie mamy zastrzeżeń, jedynie zastrzeżenie to, że siedziba Stowarzyszenia jest w części dolnośląskiej, a gminy z Wielkopolski, żeby coś ułatwić muszą dojeżdżać, ale sobie radzimy od wielu lat i mam nadzieję, że wszystko pójdzie w dobrym kierunku,*



tak jak szło dotychczas. Można by zrobić biuro terenowe lub oddział na terenie części Wielkopolskiej.

[przedstawiciel sektora społecznego]

-Tutaj Partnerstwo robi bardzo dużo. Ewentualnie jeżeli, można coś poprawić to jest to, o czym mówiłem wcześniej, żeby ta oferta była jeszcze szersza, jeszcze bardziej dostępna dla zwykłych mieszkańców, dla „zwykłego Kowalskiego”. Czasami te imprezy, które są organizowane, mam tutaj na myśli głównie imprezy o charakterze kulinarnym, ja przynajmniej spotkałem się z takimi opiniami, że są to fajne imprezy, ale te produkty często są odpłatne i dość drogie. Dlatego to ogranicza dostęp do nich i zawęża tą promocję. Dlatego tu bym widział jakieś pole do działania, do poprawienia tego co jest robione do tej pory.

[przedstawiciel sektora publicznego]

Do tematu działań Stowarzyszenia na rzecz aktywizacji społeczności mieszkańców Doliny Baryczy nawiązano już wcześniej. W tym miejscu warto jednak odnotować kolejne wypowiedzi rozmówców, które dostarczyły nowych informacji obrazujących wzrost poczucia więzi mieszkańców z obszarem. Przede wszystkim **ujawniają się grupy nieformalne, na ich bazie nierzadko powstają nowe stowarzyszenia, które uczą się jak przygotowywać projekty i samodzielnie sięgają po środki zewnętrzne.** To najbardziej wymierny efekt wysiłków Partnerstwa na rzecz aktywizacji mieszkańców. **W trakcie wywiadów wielokrotnie nawiązywano do dwóch najważniejszych przedsięwzięć aktywizujących: Konkursu na Najaktywniejsze Sołectwo oraz programu Działaj Lokalnie.** Odnotowano również obecność Lokalnej Organizacji Grantowej oraz doceniono rozmaite spotkania i warsztaty odbywające się w coraz lepszej infrastrukturze (wyremontowane świetlice). **Wzrost aktywności mieszkańców – zdaniem rozmówców – widoczny jest w szczególności na wsiach.** Działalność Stowarzyszenia przyczyniła się do zmiany mentalności i wyzwolenia dynamiki. Mieszkańcy zyskują wiedzę o Dolinie Baryczy, chętnie biorą udział w imprezach – odnotowano przypadki imprez biletowanych, na które zaproszenia w całości rozeszły się jeszcze przed dniem wydarzenia. Zdecydowana większość respondentów zgodnie twierdziła, że wysiłki Stowarzyszenia bardzo przyczyniły się do wzrostu więzi mieszkańców z obszarem.

-Owszem są skuteczne, są przecież bardzo ciekawe konkursy organizowane, Działaj Lokalnie czy Najaktywniejsze Sołectwa, które odnoszą bardzo fajny skutek i spowodowały, że wiele środowisk wiejskich i nie tylko, się uaktywniło, współpracuje, działa, tworzy stowarzyszenia nawet czy jakieś podmioty tego typu. Oprócz tego zaczynają funkcjonować już niemal na stałe spotkania, warsztaty. Wiele jednostek, osób, zaczęło się zajmować rękodziełem czy wytwa-



rzaniem dóbr, które nie tylko powodują, że się lepiej promuje Dolinę Baryczy, ale również daje możliwość i zarobkowania i jakiegoś tam uzyskania dochodu nie tylko na rzecz sołectwa czy miejscowości, ale także prywatnie, więc jakieś załączki działalności gospodarczej też zaczynają się tworzyć. Także jest to jak najbardziej wskazane i dobrze oceniane przeze mnie. Kierunek jest właściwy chociaż myślę, że w tym kierunku może warto byłoby jeszcze nasilić działania i doprowadzić do sytuacji, że jeszcze większe środki będą na to skierowane.

[przedstawiciel sektora publicznego]

**Wszyscy uczestnicy badania, zarówno przedstawiciele podmiotów prywatnych, publicznych, jak i społecznych, utożsamiają się ze wspólnymi działaniami na rzecz Doliny Baryczy.** Powszechnie jest również przekonanie o tym, że badane podmioty są ważnym ogniwem kooperacji. Należy podkreślić, że podejmowane działania traktowane są jako wspólne, służące jednemu celowi – budowaniu silnej regionalnej marki. Jedynie czterech ankietowanych wskazało swój niewielki wpływ na podejmowane decyzje, co ciekawe większość z nich to reprezentanci sektora publicznego. Być może związane jest to ze spostrzeżeniem jednego z rozmówców, który zwrócił uwagę na to, że Stowarzyszenie jest inicjatorem wszelkich przedsięwzięć, a same gminy – i ich śladem – pozostałe podmioty publiczne (szkoły, centra kultury), podążają w kierunku wyznaczonym przez Partnerstwo. Niemniej, **zdecydowana większość badanych ocenia własny wpływ na podejmowane decyzje jako wysoki.** Podkreślono, że przed każdą istotną decyzją realizowane są konsultacje. Powszechna jest praktyka pracy komisji służąca np. ocenie wniosków. Innymi słowy, **w świetle badań uprawniony wydaje się wniosek potwierdzający, że Stowarzyszenie chętnie wsłuchuje się w głosy podmiotów, które chcą wziąć na siebie odpowiedzialność za obszar lub po prostu zgłosić swoje pomysły.**

*-Jako członek Stowarzyszenia uczestniczę w walnych spotkaniach i jestem członkiem Lokalnej Grupy Działania. Wydaje mi się, że każdy głos w Stowarzyszeniu jest ważny, zawsze te nasze głosy były wysłuchiwane i weryfikowane, a najlepsze przyjmowane do realizacji i wydaje mi się, że tutaj wszyscy współpracują dla wspólnego dobra i każde ogniwo jest ważne.*

[przedstawiciel sektora publicznego]

*-Wydaje mi się, że w niektórych wydarzeniach jesteśmy dość ważnym partnerem. Realizujemy przegląd kulturalny Doliny Baryczy (spotkanie wszystkich regionalnych grup folklorystycznych). Integracja i współpraca tych grup, dużo wydarzeń z okazji Dni Karpia, zawsze można liczyć na pomoc Stowarzyszenia, wydaje mi się, że jest OK. Jesteśmy ważnym podmiotem, nie wszystko możemy zrealizować, część wniosków nie znalazła się na liście rankingowej, więc trzeba lepiej pisać wnioski, bo więcej stowarzyszeń stara się o środki. Współpraca jest dobra.*





[przedstawiciel sektora społecznego]

Z punktu widzenia celów badania istotnym elementem pomiaru było zidentyfikowanie opinii ankietowanych na temat ewentualnego wzrostu rozpoznawalności znaku Dolina Baryczy Poleca. **W gronie badanych nie znalazł się żaden respondent, który zdecydowanie zakwestionowałby wzrost rozpoznawalności znaku**, choć część badanych nie miała w tej kwestii jednoznacznego zdania podpierając się np. koniecznością realizacji badań ankietowych lub sprzedażowych<sup>1</sup>. **Na podstawie wypowiedzi rozmówców można ustalić, że znak jest widoczny w przestrzeni publicznej i często utożsamiany z certyfikatem jakości.** Poza granicami Doliny Baryczy najsilniej kojarzony – zdaniem ankietowanych – jest we Wrocławiu. Na systematyczny wzrost jego rozpoznawalności ma wpływ plan promocji konsekwentnie realizowany przez Stowarzyszenie i jego kooperantów. Zwrócono ponadto uwagę na dobrze przygotowane informatory, kolportowane głównie przy okazji Dni Karpia. Te i inne solidnie przygotowane materiały promocyjne, posiadające spójną wizualizację, mają – w opinii uczestników badania – realny wpływ na zasięg znaku Dolina Baryczy Poleca.

*-Uważam, że rozpoznawalność rośnie. Nie mogę powiedzieć, że wystąpiło jakieś wydarzenie, które sprawiło, że nagle wszyscy wiedza, że to jest. Nie, to jest długoletnia praca wszystkich osób zaangażowanych w działalność Doliny Baryczy. Jeśli chodzi o promowanie marki czy wykreowanie znaku DBP, to nie jest coś, co możemy osiągnąć w ciągu krótkiego okresu, to jest praca długoletnia, długofalowa i ta rozpoznawalność wtedy rośnie. Pomysły, które powstają w głowach pracowników Stowarzyszenia sprawiają, że marka się rozwija, że jest rozpoznawalna coraz bardziej. Z tego co wiem Partnerstwo wkracza na rynek, nie tylko nasz lokalny, ale też sięgają dalej, we Wrocławiu się pojawiają. I to jest właśnie wszystko to, żeby ta Dolina Baryczy nie była znana tylko na naszym regionalnym rynku, obszarze, ale również dalej, czyli Wrocław i inne rejony. Także z tego co ja zauważyłem, rozpoznawalność rośnie, jest większa. Tylko to jest pewien plan działania Stowarzyszenia, który jest realizowany bardzo skrupulatnie, sumiennie. I powtarzam ciężka praca Stowarzyszenia tutaj przynosi efekty, że tak się dzieje. Także na pewno ta rozpoznawalność coraz bardziej rośnie, to na pewno, bo jest coraz więcej wydarzeń. Szczególnie świetny pomysł to organizowane Dni Karpia, we wrześniu i październiku, gdzie wtedy wydawany jest informator, gdzie wszyscy wiedzą co się dzieje, co można zrobić, co można zjeść, gdzie można się zabawić, co można zobaczyć. Informatory wydawane w tym roku też będą wydawane na szeroka skalę. Na pewno ktoś będzie mógł zaplanować sobie pobyt kilkudniowy, tygodniowy np. na terenie Doliny Baryczy i skorzystać*

---

<sup>1</sup> Badania ankietowe są aktualnie realizowane.



*z atrakcji zaplanowanych. Także to jest świetny pomysł, żeby co roku coś takiego organizować. Nie wiem czy posiada pani informator z tamtego roku, ale proponuję zaglądnąć do niego, czy na stronę i na prawdę uważam, że dzięki właśnie takim pomysłom jak organizowanie Dni Karpia, które nie są dniami, tylko miesiącami (to tylko tak się nazywa), można uzyskać działanie długofalowe, czyli w przeciągu dwóch miesięcy mamy różne rodzaje imprez, wydarzenia czy zabawy, czy też spotkania, które mają na celu ściąganie do nas turystów również z dalszych regionów. Także marka jest jak najbardziej, coraz bardziej rozpoznawalna i coraz bardziej widoczna, na dalszym, że tak powiem obszarze, niż tylko nasze rejony.*

[przedstawiciel sektora publicznego]

**W toku badania poruszono również problem wpływu trójsektorowej współpracy na rozpoznawalność oferty turystycznej Doliny Baryczy i jej walorów przyrodniczych/smakowych. Wyniki pomiaru jednoznacznie wskazują na duży wpływ współpracy na rozpoznawalność.** Respondenci zgodnie twierdzili, że włączenie wszystkich sektorów należy uznać za rozwiązanie modelowe, sprzyjające osiągnięciu zakładanych wcześniej efektów. Zyskuje na tym rozpoznawalność zarówno walorów przyrodniczych, jak również smakowych, bowiem dzięki kooperacji powstały szlaki turystyczne, ale także wypromowano np. lokalnych restauratorów. Właśnie te dwa namacalne przykłady podawano najczęściej mówiąc o wzroście rozpoznawalności oferty przyrodniczej i smakowej. Prowadzi to wprost do wniosku, że **Dolina Baryczy staje się destynacją turystyczną o profilu rekreacyjno-kulinarnym**, zdolnym do przyciągania szerokiej grupy potencjalnych turystów i konsumentów. Zauważono dodatkowo, że bez trójstronnej współpracy, samorząd pozbawiony wsparcia trzeciego sektora i zaangażowanych przedsiębiorców nie miałby możliwości promocji obszaru na tak szeroką skalę jak dzieje się to w chwili obecnej.

*-Na pewno sprzyja. Dlatego, że wszyscy mówią jednym głosem, działają pod jednym szyldem i jest znacznie łatwiej osobom zewnętrznym rozpoznać region. Jeśli każdy miałby swój program, swoje logo czy szyld, to trudno jest trzy, cztery czy pięć programów skojarzyć. Jedno Stowarzyszenie sprzyja rozpoznawalności tego programu.*

[przedstawiciel sektora publicznego]

*-Oczywiście, że sprzyja. Do tej pory nie było szlaków turystycznych, a jak były to nieoznaczone. W tej chwili są wyznaczone, oznakowane, wszystkie szlaki praktycznie jakie są możliwe, mamy wspólny system oznakowania.*

[przedstawiciel sektora publicznego]



**Trójstronna współpraca przekłada się na wzrost poczucia więzi mieszkańców z obszarem.** Jest to wniosek, który nasuwa się po analizie rozmów z przedstawicielami wszystkich sektorów. Respondenci swoje przeświadczenie opierali w głównej mierze na obserwacji oraz codziennych rozmowach z mieszkańcami. **Imprezy i konkursy promujące lokalną aktywność, monografie obszarów i działania edukacyjne, a nawet tak proste akcje promocyjne jak dodawanie nalepek samochodowych do lokalnej prasy, znacząco przyczyniły się do pogłębienia więzi z obszarem.** Respondenci obserwują rosnące poczucie współodpowiedzialności, a nawet rodzący się lokalny patriotyzm. Jak wspomniano już wcześniej, mieszkańcy stają się pozytywnymi ambasadorami obszaru, którzy zapytani przez turystów o ciekawe miejsca, potrafią zachęcić, wskazać co warto zobaczyć, w czym wziąć udział i czego spróbować. Co ważne, jest nadzieja na jeszcze silniejsze związanie mieszkańców z obszarem. Niektórzy respondenci nadziei upatrują tutaj w programie „Edukacja dla Doliny Baryczy”.

*-Jest to widoczne. System edukacyjny będzie jakby następnym etapem. Jeżeli już będą te narzędzia edukacyjne, to już będzie łatwiej jakby pokazać i przybliżyć naszym mieszkańcom, naszej młodzieży, właśnie te wartości. Z tymi ludźmi, z którymi mam przyjemność pracować, to mam odczucie jakby tego nastawienia na region i powiązania z regionem. Te poczucie jakby odczuwali: nie mamy innego wyjścia, musimy iść w tym kierunku przyrodniczym, tworzyć infrastrukturę. Parę lat temu jak ludzie chcieli przyjechać, czy nawet my jak chcieliśmy iść na jakiś spacer, czy na rower, to był problem, bo nie było takich terenów. W tej chwili jakby dzięki środkom, które były jakby rozdysponowane dla podmiotów, które się o nie starały, udało się to poprawić. Teraz jak przyjeżdżają turyści, to nie ma problemu, żeby przedstawić miejsca, gdzie można pójść na spacer, gdzie można obserwować ptaki, są ścieżki edukacyjne, są trasy rowerowe. To też powoduje, że widać ten efekt pośredni.*

[przedstawiciel sektora społecznego]

*-Myślę, że tak. Współpraca przekłada się na wzrost poczucia więzi, bo po pierwsze to jest kwestia utożsamiania się. Kiedyś był taki fajny pomysł, żeby wydrukować i dołożyć do wszystkich gazet lokalnych taki znaczek na samochody. I widzę, że jak to było gdzieś chyba z 3-4 lata temu zrobione, to ludzie „odgrzewali” sobie te znaczki, bo one gdzieś poszły w zapomnienie i teraz dużo samochodów z powrotem je ma, bo nie było drugiej edycji tych znaczków. I widzę, że samochody jeżdżą i to się teraz powinno jeszcze raz powtórzyć, czyli dołożenie takiego znaczka do gazet i wtedy będzie widać, bo po pierwszej edycji było bardzo mało samochodów, w tej chwili jest więcej. To tak naprawdę jest efektem takiej chęci utożsamia-*



nia się i rozpoznawania siebie w Polsce, to przyklejenie tego znaczka. To już będzie w ogóle wiadomo, że ludzie chcą się utożsamiać z regionem, w którym żyją.

[przedstawiciel sektora publicznego]

W trakcie wywiadów zbadano również opinie respondentów na temat wpływu trójsektorowej kooperacji na wzrost świadomości ekologicznej mieszkańców. Wyniki badania wskazują, że wzrost ten na dzień dzisiejszy stanowi największe wyzwanie dla trójsektorowej współpracy. **Większość badanych dostrzega poprawę i coraz większe zrozumienie mieszkańców dla działań proekologicznych. Niemniej jest to wzrost wyraźnie niższy niż w przypadku poczucia więzi z obszarem lub świadomości walorów przyrodniczych i smakowych.** Ekologia w ramach trójstronnej współpracy pozostawała dotąd nieco na uboczu, główny nacisk kładziono bowiem - zdaniem badanych - na promocję walorów turystycznych i budzenie aktywności mieszkańców. Niemniej, nawet taka nieco ograniczona popularyzacja Doliny Baryczy jako miejsca przyjaznego przyrodzie daje pierwsze zauważalne efekty. Poprawia się przede wszystkim czystość lasów i rzek, które np. są regularnie sprzątane przez członków klubów kajakowych. Nawiązana została również współpraca z Wojewódzkim Funduszem Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej we Wrocławiu. **Jednak największe nadzieje, podobnie jak w przypadku budowania więzi mieszkańców z obszarem, wiąże się obecnie z programem „Edukacja dla Doliny Baryczy”.** Jego twórcy wychodzą bowiem ze słusznego założenia, że **dorosłych w dziedzinie ekologii socjalizować mogą dzieci.** Ponadto, nadal w Dolinie Baryczy słyszalne są głosy sugerujące, że ekologia nie sprzyja rozwojowi gospodarczemu, ogranicza możliwość tworzenia nowych miejsc pracy oraz przeszkadza w sprowadzaniu inwestorów. Co ciekawe, **zupełnie pomijany jest tutaj aspekt tzw. „zielonych miejsc pracy”.** Należałoby ich potencjał jak najszybciej zagospodarować.

*-To jest trochę tak: wszyscy wiemy, że mieszkamy w Dolinie Baryczy, że jest tutaj obszar Natury 2000, ale powiem szczerze, że niewiele osób jest z tego tak bardzo zadowolonych. Wiem to, bo po prostu wiele osób zgłasza, że przez to nie można realizować inwestycji. Jest to bardzo duże ograniczenie gospodarcze i inwestycyjne. Sami to zauważyliśmy, jeśli chodzi o sprzedaż np. gruntów inwestycyjnych.*

[przedstawiciel sektora publicznego]

*-Na pewno odczuwamy wzrost, (...) widzę potrzebę wśród samych mieszkańców. To się też przekłada na działania gmin, czyli recykling, śmieci, unormowanie gospodarki odpadami, to jest też m.in. związane z taką globalną gospodarką, chodzi mi o kraj, ale też z kwestią czystości wokół własnych gospodarstw, kwestią śmieci, ścieków komunalnych - rzecz, która dotąd*



*kulała. Gminy już też mają taką świadomość i możliwości pieniężne, jeśli chodzi o pieniądze z różnych funduszy i gminne, a tak naprawdę niektóre są w 70%-80% skanalizowane. Mniej śmieci w lasach, to jest też ważne, bo kiedyś było tego bardzo dużo, mnóstwo. W tej chwili tak naprawdę jest inaczej. Może jest to też związane z tym, że Lasy Państwowe bardziej sprzątają, ale z drugiej strony też tych śmieci wokół wsi jest mniej. Dotąd śmieci wokół wsi mieszkańcy tej wsi, obcy nie przyjeżdżał i nie śmiecił. Gołym okiem widać więc, że jest czystiej.*

[przedstawiciel sektora publicznego]

Zrealizowane badanie pomogło w zidentyfikowaniu przykładów przedsięwzięć utożsamianych przez respondentów z dobrymi praktykami, wartymi podtrzymania i upowszechniania na zewnątrz, jako autorski owoc trójstronnej współpracy podmiotów społecznych, prywatnych i publicznych w Dolinie Baryczy. Najczęściej wskazywane przedsięwzięcia przedstawiono na poniższym rysunku, gdzie wielkość czcionki odpowiada znaczeniu dobrej praktyki w opinii badanych. Niżej zaś czterem rozwiązaniom najczęściej utożsamianym z dobrymi praktykami poświęcono krótkie opisy.

**Konkurs na Najaktywniejsze Sołectwo**  
**System Dolina Baryczy Poleca**  
**Dni Karpia**  
Działaj Lokalnie Szlaki Program Operacyjny Ryby  
Edukacja dla Doliny Baryczy Szkolenia/wizyty studyjne

### **Dni Karpia**

Dni Karpia to cykl imprez trwających od września do października. W tym okresie w całym regionie Doliny Baryczy odbywają się różnorodne wydarzenia mające związek z tym miejscem. Wśród atrakcji organizowane są rodzinne pikniki, koncerty, festiwale firmowe oraz inne imprezy plenerowe. W tym czasie organizowane są także liczne atrakcje umożliwiające aktywne spędzanie czasu – rajdy rowerowe, spływy kajakowe oraz obserwacje przyrody. Jedną z głównych atrakcji podczas Dni Karpia są liczne degustacje lokalnych produktów oraz konkursy kulinarne. Restauracje przygotowują specjalnie na tą okazję ofertę bogatą w dania regionalne (w szczególności potrawy z karpia) oraz biorą udział w konkursie na najlepsze da-



nie z karpia. W trakcie imprezy możliwe jest również zapoznanie się z szeroką gamą regionalnych wyrobów oznaczonych znakiem jakości Dolina Baryczy Poleca. Podczas Dni Karpia organizowane są atrakcje dla szkół i przedszkoli, które w tym okresie mogą skorzystać z bogatej oferty edukacyjnej Ośrodków Edukacji Ekologicznej oraz organizacji pozarządowych i podmiotów prywatnych. Dzięki temu najmłodszy mieszkańcy regionu mogą zapoznać się z walorami przyrodniczymi Doliny Baryczy. Dni Karpia organizowane są od 2006 roku i są jednym z najbardziej znanych wydarzeń promujących region. W organizację Dni Karpia włączają się między innymi samorządy, ośrodki kultury, stowarzyszenia lokalne, gospodarstwa rybackie, właściciele restauracji, producenci lokalnej żywności. W 2014 roku w ramach Dni Karpia w całym regionie odbyło się ponad 40 imprez, w których uczestniczyli zarówno mieszkańcy regionu, jak i turyści.

### **System Dolina Baryczy Poleca**

System promocji Dolina Baryczy Poleca powstał w 2008 roku i jego głównym zadaniem jest wspieranie lokalnej przedsiębiorczości oraz rozwoju regionu. Znakiem Dolina Baryczy Poleca oznaczane są produkty i usługi, które sprzyjają zrównoważonemu rozwojowi (ekorozwojowi) regionu. System Dolina Baryczy Poleca wspiera sprzedaż lokalnych produktów i usług, promuje ofertę turystyczną regionu oraz pomaga w kształtowaniu gospodarczych postaw w zakresie ochrony przyrody. O prawo do znaku Dolina Baryczy Poleca mogą się ubiegać podmioty działające na terenie gmin z regionu Doliny Baryczy. Wśród produktów oznaczonych znakiem Dolina Baryczy Poleca znajdują się między innymi produkty spożywcze (wędliny, pieczywo, owoce), rękodzieło, usługi noclegowe, gastronomiczne i inne. Jednym z istotnych założeń systemu jest współpraca pomiędzy przedsiębiorcami zrzeszonymi w systemie oraz wzajemna rekomendacja mające na celu promocję znaku oraz całego regionu. Użytkownicy znaku korzystają ze wspólnej, zintegrowanej promocji, uczestniczą w wydarzeniach promocyjnych na korzystnych warunkach, biorą udział w spotkaniach integracyjnych, wyjazdach studyjnych, szkoleniach i warsztatach.

### **Konkurs na Najaktywniejsze Sołectwo Baryczy**

Jest to konkurs organizowany przez Stowarzyszenie Partnerstwo dla Doliny Baryczy. Celem konkursu jest zachęcenie mieszkańców regionu do podejmowania oraz promowania działań, które przyczyniają się do rozwoju zamieszkiwanej gminy. Każde sołectwo, które zgłosi się do Konkursu otrzyma własną stronę w serwisie, z możliwością nieograniczonej i bezpłatnej możliwości korzystania. Sołectwa biorące udział w konkursie mogą redagować swoją stronę na serwisie Stowarzyszenia, uczestniczyć w spotkaniach integracyjnych, wyjazdach studyjnych, warsztatach rękodzielniczych i otrzymać pomoc w opracowaniu strategii rozwoju, tworzeniu



oferty tematycznej wsi oraz *questingu* (odkrywania swojego miejsca zamieszkania). Oprócz tego uczestnicy konkursu mają możliwość brania udziału w jarmarkach rękodzieła i produktów lokalnych, wymieniania doświadczeń z innymi uczestnikami konkursów oraz otrzymania pomocy w zakładaniu stowarzyszeń. Gminy biorące udział w konkursie są oceniane pod kątem:

- Redagowania podstrony w serwisie [www.aktywni.barycz.pl](http://www.aktywni.barycz.pl);
- Estetyki i dbałości o zachowanie i kształtowanie krajobrazu wiejskiego oraz ładu przestrzennego i architektonicznego;
- Aktywności i partnerskiego działania wsi;
- Realizacji projektów;
- Oferty tematycznej wsi;
- Umiejętności planowania działań;
- Promocji sołectwa i działań mieszkańców;
- Aktywnego wykorzystania oferty Stowarzyszenia Partnerstwo dla Doliny Baryczy.

Spośród uczestników wytypowane zostają trzy zwycięskie sołectwa. Laureat pierwszego miejsca otrzymuje tytuł: „Najaktywniejszego Sołectwa Doliny Baryczy”. Konkurs jak i działania wspierające, są pomocne w zawiązywaniu stowarzyszeń w sołectwach oraz sprzyjają ich samodzielnemu sięganiu po środki na finansowanie działalności w ramach różnych dostępnych funduszy, zarówno poprzez Stowarzyszenie Partnerstwo dla Doliny Baryczy (np. „Działaj Lokalnie”, „Małe Projekty”), jak i ze środków krajowych czy unijnych.

### **Edukacja dla Doliny Baryczy**

Celem tego projektu jest wspieranie oraz prowadzenie edukacji regionalnej i przyrodniczej (zarówno szkolnej, jak i pozaszkolnej). W ramach programu zaplanowano stworzenie portalu edukacyjnego dla nauczycieli i uczniów, w którym umieszczone zostały zebrane materiały z podziałem na przedmioty i poziomy nauczania, kursy e-learningowe, gry wirtualne itp. Oprócz tego opracowane zostały gry tematyczne, druki publikacji, podręczników, plansz, puzzli, gadżetów promocyjnych itp. Projekt zakłada również wyposażenie szkół i ośrodków nauki pozaszkolnej w sprzęty i pomoce dydaktyczne pomocne w realizacji programu. W projekcie biorą udział nauczyciele i uczniowie, wychowankowie z placówek oświatowych różnych poziomów nauczania (przedszkola, szkoły podstawowe, gimnazja, szkoły średnie, ośrodki specjalne) oraz podmioty edukacji pozaszkolnej zajmujące się edukacją przyrodniczą i regionalną z terenu Doliny Baryczy. Dzięki programowi „Edukacja dla Doliny Baryczy” możliwe jest:



- Zaangażowanie środowisk szkolnych i ośrodków pozaszkolnych z całego regionu Doliny Baryczy w budowę projektu, a potem systemowego programu (trwała współpraca i wymiana doświadczeń).
- Kształtowanie w młodym pokoleniu tożsamości lokalnej, większa identyfikacja z regionem.
- Realizacja nowoczesnych narzędzi edukacyjnych wykorzystanych na obszarze, ale i poza nim.
- Uzupełnienie infrastruktury edukacyjnej i doposażenie wokół szkół i ośrodków pozaszkolnych w sprzęt, pomoce i materiały dydaktyczne służące do realizacji treści projektu.
- Systemowe powiązanie treści edukacyjnych z infrastrukturą edukacyjną i turystyczną Doliny Baryczy.
- Zbudowanie spójnej oferty ośrodków pozaszkolnych i dopasowanie do wymogów programów szkolnych.
- Promocja regionu.
- Budowanie postaw obywatelskich.

*-Ja myślę, że te różne konkursy to dobre praktyki, to współzawodnictwo, to mi się podoba. Wtedy każde sołectwo stara się pokazać z jak najlepszej strony, a w ten sposób też sołtys czy rada sołectwa organizują mieszkańców i to jest wtedy takie pozytywne, bo ludzie się spotykają, lubią się pochwalić jedni przed drugimi. Także to współzawodnictwo jest na pewno dobre.*

[przedstawiciel sektora społecznego]

*-Dobre praktyki, np. mamy taki projekt w tej chwili, który kończy się programem Edukacja dla Doliny Baryczy - dobry przykład dla innych regionów, że można uczyć o regionie w szkołach, wykorzystując potencjał regionu, czyli edukacja przyrodnicza i regionalna. Dobra praktyka, która przydałaby się dla innych regionów. Następnym przykładem dobrej praktyki jest funkcjonowanie podmiotów konkurencyjnych ze sobą, że potrafimy ze sobą współpracować, chociaż jesteśmy właściwie konkurencją, restauracje np. ze sobą współpracują, polecają inne restauracje, gdzie to teoretycznie jest konkurencja.*

[przedstawiciel sektora publicznego]

Na koniec wskazano największe bariery utrudniające trójsektorową kooperację na rzecz Doliny Baryczy. Analiza wyników badania wskazuje trzy główne bariery napotymane w codziennej współpracy. Najważniejsza z nich to trudności związane z gromadzeniem funduszy. Obecnie bardzo duża część działań finansowana jest ze środków zewnętrznych. Część respondentów

Badanie związane z promocją obszaru oraz trójsektorowość na rzecz obszaru w zakresie promocji, wydarzeń i aktywności, działań Stowarzyszenia „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”





obawia się w tym kontekście nowego okresu programowania. Wskazują, że **w przypadku znaczącego uszczuplenia puli środków zewnętrznych realne jest zagrożenie związane z ograniczeniem aktualnie podejmowanych działań promocyjnych**. Rozmówcy wskazali, że gminy nie będą w stanie wydać podobnych kwot. Kłopotem może okazać się nawet wygospodarowanie pieniędzy na wspólną promocję obszaru, jednolitą wizualnie i w treści. **Kilku ankietowanych zwróciło uwagę na barierę nieefektywnego przepływu informacji** – nie wszyscy potencjalni zainteresowani korzystają z nowoczesnych metod komunikacji (np. poczty elektronicznej), co znacząco ogranicza możliwość kontaktu i opóźnia realizację niektórych zadań. Nie do wszystkich docierają również informacje od władz gmin. Ostatnią poruszoną kwestią był **problem ograniczonego zaufania na linii sektor publiczny – przedsiębiorcy**. Dwustronna współpraca w tej konfiguracji jest najtrudniejsza. Utrudniana z jednej strony nieelastycznością urzędnika, ambicjami obu stron, z drugiej pewnymi zaszczościami i resentymentami związanymi z traktowaniem drugiej strony w kategoriach nie w pełni partnerskich.

*-Kasa na wspólne działania promocyjne jest barierą, bo tak naprawdę o to chodzi. Każdy sobie gdzieś tam sam coś robi, ale tak naprawdę jest potrzebna kasa na wspólną promocję, bo trudno jest się dogadać międzysektorowo, bo kto ile ma dać? Nie chodzi mi o promocję poszczególnych podmiotów, tylko całego regionu, bo każdy podmiot tworzy sobie sam jakieś materiały promocyjne, sam się reklamuje, a tu są potrzebne pieniądze na promocję regionu, ponieważ to jest między gminami i jeszcze dwoma województwami, to jest trudność. Dlatego bardzo ważna jest kwestia pracy Stowarzyszenia, które pozyskuje kasę na wspólną promocję. I jeśli zabraknie pieniędzy pozabudżetowych, typu UE, jakichś funduszy amerykańskich, norweskich, to konieczne będzie wypracowanie mechanizmu, który pozwoli tworzyć materiały promocyjne. Nie wiem czy podmioty będą się składać, czy gminy będą się składać, żeby wydawać wspólne materiały promocyjne, bo tylko w ten sposób dotrzemy do szerszego klienta. Nie przez poszczególne działania, bo każdy podmiot, np. gmina może wydać tylko pieniądze na materiały promocyjne dotyczące tej gminy.*

[przedstawiciel sektora publicznego]



## Rozdział 2. Badanie aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”

---

Badanie aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia „Partnerstwo dla Doliny Baryczy” zrealizowano na próbie 38 osób. Wśród rozmówców znaleźli się przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego (głównie urzędów poszczególnych gmin współtworzących Dolinę Baryczy), członkowie rady Lokalnej Grupy Działania i organów Lokalnej Grupy Rybackiej, reprezentacji sektora społecznego (stowarzyszenia, fundacje), organizatorzy wydarzeń kulturalnych. Próbę uzupełnili lokalni przedsiębiorcy stale włączający się w działalność Stowarzyszenia, Lokalnej Grupy Działania oraz Lokalnej Grupy Rybackiej. Do badania zaproszono osoby kierujące wyżej wymienionymi organami i specjalistów. Wśród badanych znaleźli się zatem: prezesi, właściciele podmiotów gospodarczych, dyrektorzy w sektorze publicznym, kierownicy działów, specjaliści do spraw szeroko pojętego marketingu, przewodniczący organów, czy sekretarze zarządu. Rozmówcy posiadali różny staż pracy na obecnej funkcji. Wśród ankietowanych znalazły się osoby z blisko dwudziestoletnim doświadczeniem na stanowisku, ale również takie, które przepracowały na nim nie więcej niż dwa lata<sup>2</sup>. Sprzyjało to zebraniu szerokiego spektrum opinii, od zdań ludzi rutynowanych i wprawnych, po opinie świeże i czasem nowatorskie. Ze względu na udział specjalistów pytania w zdecydowanej większości miały charakter otwarty.

### **Wzrost rozpoznawalności znaku DBP, oferty związanej z regionem, promocji i jego walorów**

Pierwszy blok zagadnień dotyczył wzrostu rozpoznawalności znaku Dolina Baryczy Poleca, oferty związanej z regionem, jego promocji i walorów. W ramach działań nakierowanych na wzrost rozpoznawalności znaku Dolina Baryczy Poleca, oferty związanej z regionem oraz promocji jego walorów przyrodniczych i smakowych rozmówcy kooperację nawiązują z więcej niż jednym podmiotem równocześnie. **Kooperacja najczęściej przyjmuje charakter czterostronny, nieco rzadziej trójstronny.** Dwustronną współpracę spotyka się bardzo rzadko. Nawiązywana jest przede wszystkim z:

- Reprezentantami trzeciego sektora, głównie stowarzyszeniami i fundacjami – na współpracę z różnymi podmiotami tego sektora wskazano 38 razy, w tym zdecydowanie najczęściej na Stowarzyszenie Partnerstwo dla Doliny Baryczy – 15 razy.
- Samorządami powiatu, gmin i ich jednostkami pomocniczymi – wskazano 27 razy.

---

<sup>2</sup> Mediana stażu pracy na zajmowanym obecnie stanowisku ukształtowała się na poziomie 4 lat.



- Podmiotami gospodarczymi, w tym przede wszystkim posiadającymi znak Dolina Baryczy Poleca – wskazano 27 razy.
- Instytucjami i ośrodkami kultury – wskazano 10 razy.
- Szkołami – wskazano 4 razy.
- Mediami lokalnymi i ogólnopolskimi – wskazano 3 razy.

Analiza odpowiedzi wskazuje, że na etapie realizacji badania (grudzień 2014 roku) w międzysektorową współpracę na rzecz Systemu Dolina Baryczy Poleca z rzadka włączano szkoły. Sytuację na tym polu zmienić ma projekt „Edukacja dla Doliny Baryczy”, który poprzez np. rozdysponowywanie pomiędzy szkoły materiałów dydaktycznych i scenariuszy zajęć, czynnie włączyć ma placówki oświatowe w trójsektorowe działania na rzecz obszaru.

**Wyniki badania potwierdzają, że najczęstszym inicjatorem współpracy międzysektorowej na rzecz Systemu Dolina Baryczy Poleca jest sektor pozarządowy**, w tym głównie Stowarzyszenie Partnerstwo dla Doliny Baryczy. Niemniej, wielu ankietowanych w roli inicjatorów niektórych działań widziało również samorząd i jego jednostki pomocnicze (sołectwa) oraz przedsiębiorców. Aktywność sołectw i przedsiębiorców to owoc pracy aktywizującej lokalne społeczności wykonywanej przez Stowarzyszenie. Bardzo nieliczne były opinie uznające za inicjatora współpracy na rzecz Systemu samorzutnie działających mieszkańców, szkoły i placówki oświatowe, czy też instytucje kultury. Analiza odpowiedzi daje również obraz działań często inicjowanych wspólnie, przez więcej niż jedną instytucję jednocześnie. Uznać należy to za dobry znak potwierdzający efektywność trójsektorowości.

**Współpraca na rzecz Systemu Dolina Baryczy Poleca przekłada się na korzyści dla całej Doliny Baryczy.** Taki wniosek należy postawić po zapoznaniu się z opiniami aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia. Z wypowiedzi ankietowanych wyłaniają się dwie podstawowe korzyści:

- **Wzrosła rozpoznawalność obszaru, jego walorów przyrodniczych i oferty związanej z regionem.** System Dolina Baryczy Poleca przyczynił się do promocji całego obszaru na zewnątrz (wśród potencjalnych turystów, osób zainteresowanych naturą, wypoczynkiem na łonie przyrody i dobrymi produktami pochodzenia naturalnego) i wewnątrz (wśród mieszkańców obszaru).
- **Zacieśniły się lokalne więzi.** Dostrzegane są one nie tylko pomiędzy instytucjami trzech sektorów, ale również pomiędzy mieszkańcami, którzy zyskali świadomość życia w miejscu o niepowtarzalnych walorach przyrodniczych i smakowych. Świadomość ta sprzyja powstawaniu nieformalnych grup i pączkowaniu stowarzyszeń.

Badanie związane z promocją obszaru oraz trójsektorowość na rzecz obszaru w zakresie promocji, wydarzeń i aktywności, działań Stowarzyszenia „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”



To jednak nie wszystkie korzyści dla regionu. Organizatorzy Systemu Dolina Baryczy Poleca pokazali w jaki sposób skutecznie sięgać po środki zewnętrzne. Zdaniem badanych dobrym rozwiązaniem było także powiązanie oferty przyrodniczej i gastronomicznej, wprowadzenie do lokalnego kalendarza imprez promujących System i całą Dolinę Baryczy. Pociągnęło to za sobą rozwój lokalnej infrastruktury turystycznej. Zresztą, jak zauważyli sami badani, liczba turystów odwiedzających Dolinę znacznie wzrosła, co uznano za kolejną korzyść dla regionu wynikającą ze współpracy na rzecz Systemu Dolina Baryczy Poleca. Wreszcie powołanie Systemu zdopinguowało do działań na rzecz zachowania lokalnego potencjału przyrodniczego. Nawiązano również do inicjatywy powstania Klastra produktu lokalnego Doliny Baryczy i Wzgórz Trzebnickich, do którego włączony został Uniwersytet Przyrodniczy we Wrocławiu. Jest to pierwsza tego typu organizacja o profilu spożywczym na Dolnym Śląsku. Dzięki współpracy poświęconej Systemowi Dolina Baryczy Poleca przetarto więc nowe szlaki.

**Największa grupa badanych uznała, że współpracy międzysektorowej na rzecz rozwoju systemu Dolina Baryczy Poleca nie utrudniają żadne bariery** (39% ankietowanych ich nie dostrzega). Ci, którzy byli zdania odmiennego wskazywali najczęściej na problemy obiektywne, jak **niewystarczająca ilość środków finansowych, biurokracja i brak czasu, a co za tym idzie trudności związane z organizacją wspólnych spotkań większości osób zaangażowanych we współpracę na rzecz Systemu**. Niedostatek środków pieniężnych odczuwają przede wszystkim podmioty trzeciego sektora. Należałoby się zatem zastanowić nad dodatkowymi szkoleniami ich pracowników w zakresie pozyskiwania środków zewnętrznych w nowym okresie programowania, które wobec napiętych budżetów samorządów, mogą w niemałym stopniu zrekompensować braki organizacji pozarządowych.

Podobnie jak w przypadku badania organizatorów wydarzeń, również w przypadku ankietyzacji aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia, pojawiło się zagadnienie dobrych praktyk. Zadaniem rozmówców było opisanie dobrych praktyk dotyczących dotychczasowej współpracy, opisanie rozwiązań wartych rozpowszechnienia i kontynuacji w całej Dolinie Baryczy. **Badana grupa – podobnie jak organizatorzy wydarzeń – za dobrą praktykę uznała przede wszystkim cykl lokalnych imprez pod nazwą Dni Karpia**. Analiza prowadzi do wniosku, że powiązanie regionu z jedną kluczową imprezą znacząco wpływa na wzrost jego rozpoznawalności właśnie przez fakt posiadania czegoś nowego, czego nie zagospodarował jeszcze nikt w regionie. Tak właśnie buduje się lokalne marki, marki o spójnym wizerunku, odpowiadającym stanowi faktycznemu, poparte szeroką ofertą turystyczną mieszczącą się jednak w granicach niewykraczających poza określoną destynację, w tym wypadku produktu lokalnego, bliskiego naturze. **Za dobre praktyki uznano również System Dolina Baryczy Poleca**

Badanie związane z promocją obszaru oraz trójsektorowość na rzecz obszaru w zakresie promocji, wydarzeń i aktywizacji, działań Stowarzyszenia „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”



oraz konkursy grantowe. Znacznie częściej wskazywano jednak na wzajemne polecenie się użytkowników Znak. Tę dobrą praktykę zidentyfikowano także w innych lokalnych badaniach, a sami badacze postawili sobie za cel jej weryfikację w późniejszym terminie za pomocą dodatkowych metod, w tym wizyt tajemniczego klienta u losowo wybranych producentów/usługodawców. **Doceniono również szkolenia organizowane przez Stowarzyszenie.** Dołąd zrealizowano szkolenia dedykowane mieszkańcom, przedsiębiorcom, czy działaczom trzeciego sektora poświęcone m.in. energii odnawialnej i kolektorom słonecznym, wiedzy o regionie, przygotowywaniu sprawozdań, ale także wąskim zagadnieniom branżowym. **Wreszcie, podkreślono wagę wyjazdów studyjnych służących wymianie doświadczeń.** Doceniono także objazdowe wycieczki po podmiotach zrzeszonych pod znakiem Dolina Baryczy Poleca.

**34% ankietowanych aktorów nie chce lub nie może (ze względu na inne obowiązki) szerzej włączyć się w działalność Stowarzyszenia i jego organów.** Pozostali wskazali szereg przedsięwzięć, w których dostrzegają pole dla własnej aktywności. Na uwagę zasługuje przede wszystkim postawa przedstawiciela Centrum Edukacyjno – Turystyczno – Sportowego w Krośnicach, który swoją pomoc zaoferował w wielu obszarach. Jego odpowiedź warto przytoczyć w całości.

*- Ośrodek Edukacji Ekologicznej posiada znak Dolina Baryczy Poleca, chcę go promować, nawiązać większą współpracę z Partnerstwem, zwiększyć ofertę, poszerzyć ją o rękodzieło, mogę pomóc w pokazach lokalnych produktów, mógłbym udostępnić swoją salę multimedialną, żeby były pokazy różne, ludzi do pomocy też dam, mam teren, mogę pomóc w pozyskaniu większych środków finansowych, materialnych.*

Analiza uzyskanych odpowiedzi dostarczyła informacji na temat szeregu kolejnych obszarów, w których swoje zaangażowanie chcieliby zwiększyć badani aktorzy. Wymieniano m.in. następujące:

- Tworzenie Lokalnej Strategii Działania;
- Współpraca podczas organizacji Dni Karpia i pozostałych imprez tematycznych odbywających się w Dolinie Baryczy;
- Zaangażowanie się w działania promujące markę obszaru;
- Pomoc przy organizacji imprez kulturalnych;
- Pomoc w dopracowywaniu oferty turystycznej regionu;
- Wyszukiwanie i zagospodarowywanie nowych rynków, na których można byłoby oferować produkty/usługi opatrzone znakiem Dolina Baryczy Poleca;

Badanie związane z promocją obszaru oraz trójsektorowość na rzecz obszaru w zakresie promocji, wydarzeń i aktywności, działań Stowarzyszenia „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”



- Włączenie się w działania organów Lokalnej Grupy Rybackiej;
- Przygotowywanie wydawnictw poświęconych Dolinie Baryczy.

**Wszyscy aktorzy zaangażowani w działalność Stowarzyszenia Partnerstwo dla Doliny Baryczy utożsamiają się z działalnością Stowarzyszenia i jego działaniami na rzecz promocji obszaru Doliny Baryczy.** W tym gronie 63,2% ankietowanych zdecydowanie się utożsamia, a kolejne 36,8% raczej się utożsamia. Nie zidentyfikowano ani jednego rozmówcy, który nie czułby tożsamości z działalnością Partnerstwa. Omawiane informacje zobrazowano na rysunku.

**Rysunek 1. Aktorzy utożsamiający się z działalnością Stowarzyszenia i jego działaniami na rzecz promocji obszaru Doliny Baryczy N=38**



### Dni Karpia

Badanie dostarczyło również informacji nt. jakości współpracy Stowarzyszenia z przedstawicielami ankietowanych podmiotów, w ramach organizacji i promocji Dni Karpia. **45% aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia jest w pełni zadowolonych z jakości współpracy i nie dostrzega elementów wymagających poprawy.** Wypowiedzi pozostałych rozmówców różniły się między sobą i nie można sprowadzić ich do wspólnego mianownika wskazując na poglądy dominujące. Poniższe kwestie podnoszone były przez pojedyncze osoby:

- Konieczność dopracowania strony internetowej Dni Karpia oraz wyglądu kalendarza imprez – nie sprecyzowano jednak na czym omawiana poprawa powinna polegać;



- Dotrzymanie terminów odnoszących się do współpracy i planowanie z wyprzedzeniem;
- Podjęcie działań wzmagających zaangażowanie rybaków w organizację cyklu imprez;
- Włączenie wszystkich gmin w organizację Dni Karpia;
- Poprawienie czytelności materiałów promocyjnych wydawanych z okazji Dni Karpia;
- Poprawienie komunikacji między zaangażowanymi we współpracę podmiotami - spotkania informacyjne w poszczególnych gminach.

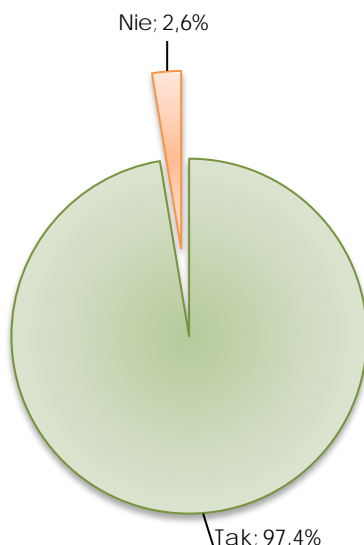
W toku badania wskazano również elementy, o które należałoby rozszerzyć współpracę w ramach organizacji i promocji Dni Karpia. Nie wszyscy respondenci potrafili je wskazać. Poszczególne elementy wskazywane były najczęściej przez pojedyncze osoby. Tylko dwie odpowiedzi wskazane zostały przez więcej niż jedną osobę. Pierwsza z nich dotyczyła **konieczności wyprowadzenia Dni Karpia również poza region**. Wydaje się, że warto rozważyć koncepcję poszerzania objazdowych małych Dni Karpia, które zawitały już do Wrocławia, a mogłyby do kolejnych lokalizacji, jak Ostrów Wielkopolski, Kalisz i Leszno z części wielkopolskiej. Drugą kwestią, która powtórzyła się w wypowiedziach badanych była **chęć zwiększenia liczby wydarzeń kulturalnych w ramach Dni Karpia**. Pozostali, pojedynczy rozmówcy wskazywali na: szersze włączenie oferty przewodników i Centrów Edukacji Ekologicznej, poprawienie kontaktu z mediami posiadającymi ogromne możliwości promocji imprezy, rozważenie rozpoczęcia Dni Karpia już w sierpniu, uruchomienie wypożyczalni rowerów dla odwiedzających Dni Karpia, podjęcie próby zebrania dobrych praktyk stosowanych w odniesieniu do Dni Karpia w poszczególnych instytucjach i gminach, aby stały się inspiracją dla pozostałych faktycznych i potencjalnych organizatorów Dni Karpia.

### Działaj Lokalnie

**Wyłącznie jeden z aktorów zaangażowanych w działalność Partnerstwa nie słyszał dotąd o programie grantowym Działaj Lokalnie w Dolinie Baryczy.** Pozostali rozpoznają omawianą inicjatywę.



Rysunek 2. Aktorzy, którzy słyszeli o programie grantowym Działaj Lokalnie w Dolinie Baryczy N=38

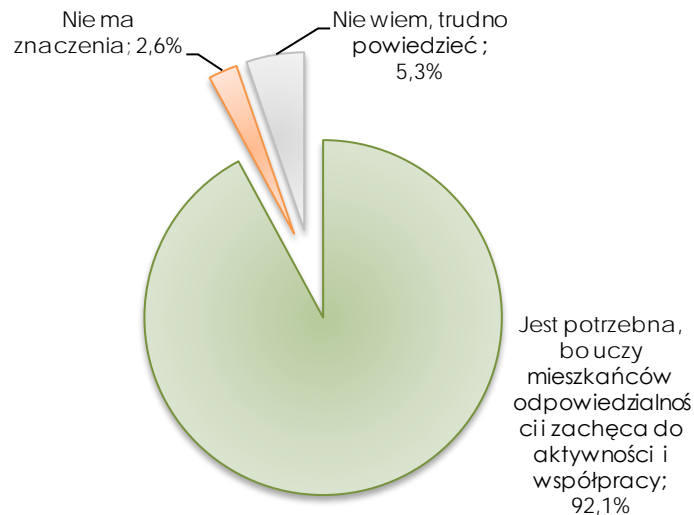


Respondenci byli niemal zgodni. **Możliwość sięgnięcia po środki na inicjatywy/projekty angażujące mieszkańców do działań na rzecz swojej społeczności jest potrzebna, ponieważ uczy mieszkańców odpowiedzialności i zachęca do aktywności i współpracy – uważa tak ponad 92% rozmówców.** Wyłącznie jedna osoba uznała, że możliwość sięgnięcia po środki nie ma znaczenia, a dwie kolejne nie potrafiły ustosunkować się do omawianej kwestii. Warto podkreślić, że w gronie badanych nie znalazł się ani jeden rozmówca, który zgodziłby się z twierdzeniem, że możliwość sięgnięcia po środki nie jest potrzebna, gdyż i tak nie wystarczy ich dla wszystkich. Wyniki badania potwierdzają zatem, że konkursy grantowe pomagają w kształtowaniu pozytywnych postaw mieszkańców oraz stwarzają ramy dla ich współpracy i wyznaczają cele aktywności. Rozkład odpowiedzi zilustrowano również na rysunku.





Rysunek 3. Opinie aktorów na temat możliwości sięgnięcia po środki na inicjatywy/projekty angażujące mieszkańców do działań na rzecz swojej społeczności N=38



We wsparcie Programu Działaj Lokalnie mogą angażować się podmioty gospodarcze. Do szerszego ich włączenia się w Program konieczne jest – zdaniem rozmówców – **uświadczenie przedsiębiorców, że udział jest doskonałą i w zasadzie darmową promocją ich firm.** Ogromne znaczenie ma w tym kontekście doskonalenie współpracy pomiędzy przedsiębiorstwami różnych branż, które wspólnie mogą wypromować markę produktów i usług z Doliny Baryczy poza region. Po raz kolejny doceniono pierwsze kroki podjęte w tym celu. Mowa tutaj o powołaniu Klastra produktu lokalnego Doliny Baryczy i Wzgórz Trzebnickich. Zacieśnianie współpracy w jego ramach owocować powinno włączeniem się przedsiębiorców także w pozostałe inicjatywy, jak Program Działaj Lokalnie. Zdaniem respondentów istnieje również szereg pomniejszych utrudnień przeszkadzających w większym zaangażowaniu przedsiębiorców. Przede wszystkim te natury proceduralnej. Dość skomplikowana biurokracja jest elementem, na który wskazało kilku rozmówców. **Jeśli nie jest możliwe jej uproszczenie, należałoby zastanowić się nad stworzeniem instrukcji „krok po kroku” informującej jak włączyć się w Program.** Przedsiębiorców mogłoby przekonać oczywiście zachęty natury finansowej, np. zwiększenie środków, którymi dysponuje Program. Niemate znaczenie może mieć również fakt, że nie wszyscy potencjalni zainteresowani mają świadomość możliwości włączenia się. **Szerzej dostępna informacja o Programie dedykowana przedsiębiorcom byłaby – w opinii aktorów – wskazana.** Pojedyncze osoby wskazywały konieczność rozważenia takich pomysłów, jak przyznawanie wyróżnień dla zaangażowanych w Program firm oraz ofiarowanie



przedsiębiorcom dodatkowych korzyści w zamian za uczestnictwo, np. możliwości wzięcia udziału w szkoleniach.

### **Wzrost poczucia więzi mieszkańców z obszarem Doliny Baryczy**

**W gronie aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia nie znalazła się żadna osoba kwestionująca, że trójsektorowa współpraca przekłada się na wzrost poczucia więzi mieszkańców z Doliną Baryczy.** Mieszkańcy chętnie biorą udział w imprezach, niektórzy włączają się również w ich organizację. Rozmówcy dostrzegają wzrost wiedzy mieszkańców i poszerzanie się ich horyzontów. Mieszkańcy wiedzę popularyzują między sobą, także kanałami nieformalnymi. **Wzrost wiedzy zaowocował wytworzeniem się lokalnej tożsamości.** W toku badania pojawiły się opinie sugerujące, że mieszkańcy czerpią dumę z faktu życia w Dolinie Baryczy. Widać to choćby po tematycznych znaczkach samorzutnie przyklejanych na prywatnych samochodach. **Aktywizacja jest szczególnie widoczna na wsiach, dotąd biernych społecznie.** Rozmówcy wskazywali, że powstają tam grupy nieformalne, ale na rzecz promocji obszaru działają także tradycyjne zrzeszenia jak koła gospodyń i ochotnicze straże pożarne.

Z wypowiedzi rozmówców wyłania się obraz mieszkańców chętnie angażujących się w lokalne działania. **Aktywność wzmacnia się szczególnie z okazji organizacji wszelkiego rodzaju imprez rozrywkowych, jarmarków, festynów, obchodów.** Zdaniem ankietowanych **bardzo dużym zainteresowaniem mieszkańców cieszą się również warsztaty i szkolenia**, w tym na przykład rękodzielnicze. Mieszkańcy terenów wiejskich chętnie uczestniczą w działaniach mających na celu zagospodarowanie przestrzeni wsi, włączając się w wytyczanie ścieżek tematycznych, sadzą drzewa i pielęgnują tereny zielone oraz pomagają w stawianiu elementów oznakowania dla turystów. Bardzo popularny jest Konkurs na Najaktywniejsze Sołectwo. **Tytuł Najaktywniejszego Sołectwa zyskał w regionie autentyczny prestiż, a cykliczne, szeroko udokumentowane (np. na stronach internetowych), wizyty u najaktywniejszych dopingują do dalszej aktywności.** Kilku rozmówców wskazało także na popularność zajęć ruchowych, jak rajdy piesze i rowerowe, zaangażowanie w organizację wydarzeń kulturalnych, czy wysiłki mieszkańców nakierowane na organizację czasu wolnego dla najmłodszych, w tym również pomoc przy budowie placów zabaw. Przypomniano również spotkania integracyjne.

**Zdaniem większości ankietowanych w przyszłości możliwe jest pogłębienie więzi mieszkańców z obszarem.** W tym celu należałoby przede wszystkim:



- Nieustannie informować mieszkańców o specyfice obszaru. Akcja informacyjna mogłaby wykorzystywać różne kanały i musiałaby być prowadzona w sposób ciągły, nie incydentalny;
- Prowadzić działania edukacyjne wśród najmłodszych mieszkańców, od poziomu przedszkola do pułapu szkoły ponadgimnazjalnej. Należałoby zatem kontynuować projekt Edukacja dla Doliny Baryczy w kolejnych latach;
- Organizować imprezy integracyjne i aktywizujące mieszkańców oraz inspirujące ich do przyjęcia roli nieformalnych ambasadorów obszaru;
- Formułować długofalowe strategie pogłębiania więzi mieszkańców z obszarem, obliczone na kilka lat i wszechstronne, kosztem przedsięwzięć spontanicznych i incydentalnych;
- Wspierać lokalną tożsamość kulturową;
- Rozważyć wprowadzenie nowych kanałów informowania mieszkańców o ciekawych przedsięwzięciach, tradycyjne kanały, jak ogłoszenia, nie zawsze bowiem pozwalają dotrzeć do wszystkich;
- Pogłębiać to co zostało już zapoczątkowane, szczególnie Konkurs na Najaktywniejsze Sołectwo;
- Wykorzystać doświadczenie ludzi, którzy odnieśli sukces w Dolinie Baryczy, szczególnie lokalnych przedsiębiorców. Osoby te mogą mieszkańców зараżać pasją, dzielić się doświadczeniem. Przy okazji spodziewane jest ocieplenie wizerunku lokalnego biznesu;
- Realizować kolejne szkolenia dla mieszkańców i nieformalnych grup w zakresie wspólnego sięgania po środki zewnętrzne;
- Zwiększać liczbę konsultacji społecznych w tematyce żywo interesującej lokalne społeczności.

- Aby budować więź mieszkańców z obszarem można byłoby bardziej rozpowszechnić informacje o specyfice obszaru, np. poprzez organizację zajęć już dla najmłodszych dzieci (podczas zajęć w szkole), uczyć je na jakim obszarze mieszkają. Należałoby bardziej rozpropagować informacje na ten temat na obszarze Doliny Baryczy, gdyż nawet wielu tych starszych mieszkańców nie ma jeszcze świadomości na jakim obszarze mieszkają, nie wiedzą ile gmin wchodzi w skład Doliny Baryczy. Mogłyby powstać stale rozmieszczone billboardy z mapką i z podstawowymi danymi, które utrzymają się w pamięci czytających, przez co zwiększy się świadomość ludzi. Osiem gmin wspólnie powinno organizować część wydarzeń, żeby ludzie poczuli więź, że obszar Doliny Baryczy tworzy właśnie osiem gmin.



## Analiza silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń

Celem analizy SWOT jest wskazanie mocnych oraz słabych stron badanego obszaru, a także szans oraz zagrożeń dla jego realizacji. Nazwa tego narzędzia jest akronimem angielskich słów, które kolejno oznaczają:

- Strengths (mocne strony),
- Weaknesses (słabe strony),
- Opportunities (szanse),
- Threats (zagrożenia).

W przypadku Analizy SWOT dla badania ilościowego i jakościowego, jej podstawę stanowią informacje dotyczące promocji obszaru oraz trójsektorowości na rzecz obszaru w zakresie promocji, wydarzeń, aktywizacji i działań Stowarzyszenia Partnerstwo dla Doliny Baryczy. Analiza SWOT obejmuje identyfikację i klasyfikację czynników wewnętrznych (mocne i słabe strony) i zewnętrznych (szanse i zagrożenia). Zderzenie ze sobą mocnych i słabych stron z szansami i zagrożeniami pozwala określić potencjał badanego obszaru, a także możliwość osłabienia lub wzmocnienia siły oddziałujących na niego czynników. Poniższa tabela przedstawia zestawienie mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń. Analiza SWOT potwierdza doskonałe efekty trójsektorowej współpracy na rzecz obszaru, bowiem liczba mocnych stron zdecydowanie przewyższa liczbę stron słabych. Niemniej, zidentyfikowano również kilka najważniejszych zagrożeń dla współpracy. Ich minimalizacja stanowić powinna wyznacznik działań dla osób odpowiedzialnych za trójsektorową kooperację.

Tabela 1. Analiza SWOT

Mocne strony:	Słabe strony:
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Dolina Baryczy z miejsca nieznanego przeistoczyła się w rozpoznawalną destynację turystyczną o profilu rekreacyjno-kulinarnym, związanym z naturą.</li><li>▪ Zdecydowana większość uczestników badań jakościowych dostrzega swoją bezpośrednią rolę w promocji i rozpoznawalności obszaru Doliny Baryczy.</li><li>▪ Wyniki badania wskazują, że lokalni przedsiębiorcy zrzeszeni pod znakiem Dolina Baryczy Poleca są powiązani z regionem, także w świecie</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Wskazana jest częstsza aktualizacja stron internetowych związanych z promocją Doliny Baryczy.</li><li>▪ Wskazana jest szersza dostępność usług i produktów spod znaku Dolina Baryczy Poleca dla mieszkańców obszaru (zniżki, punkty sprzedaży).</li><li>▪ Większość badanych dostrzega poprawę i coraz większe zrozumienie mieszkańców dla działań proekologicznych. Niemniej jest to wzrost wyraźnie niższy niż w przypadku po-</li></ul>

Badanie związane z promocją obszaru oraz trójsektorowość na rzecz obszaru w zakresie promocji, wydarzeń i aktywizacji, działań Stowarzyszenia „Partnerstwo dla Doliny Baryczy”



domości turystów i konsumentów.

- Zarówno w badaniu jakościowym, jak również ilościowym podkreślono zalety Konkursu na Najaktywniejsze Sołectwo, dzięki któremu odnotowywany jest wzrost aktywności mieszkańców, popularyzuje się moda na działalność społeczną, a mieszkańcy dostrzegają swój wpływ na najbliższe otoczenie i kierunek rozwoju gminy.
- Wyniki badania wskazują na bardzo dobrą ocenę działalności Stowarzyszenia w obszarze promocji Doliny Baryczy oraz organizowania lokalnych wydarzeń.
- Targi, jarmarki i organizacja imprez tematycznych znacząco przyczyniły się do wzrostu rozpoznawalności oferty związanej z regionem oraz jego walorów przyrodniczych, czy smakowych.
- Wzrost aktywności mieszkańców – zdaniem rozmówców – widoczny jest w szczególności na wsiach.
- Wszyscy organizatorzy wydarzeń, zarówno przedstawiciele podmiotów prywatnych, publicznych, jak i społecznych, utożsamiają się ze wspólnymi działaniami na rzecz Doliny Baryczy.
- Zdecydowana większość organizatorów wydarzeń ocenia własny wpływ na podejmowane decyzje jako wysoki.
- Na podstawie wypowiedzi rozmówców można ustalić, że znak jest widoczny w przestrzeni publicznej i często utożsamiany z certyfikatem jakości.
- Wyniki badania wykazują, że trójstronna współpraca przekłada się na wzrost poczucia więzi mieszkańców z obszarem.
- Współpraca na rzecz Systemu Dolina Baryczy Poleca przekłada się na korzyści dla całej Doliny Baryczy. Przede wszystkim wzrosła rozpoznawalność obszaru, jego walorów przyrodniczych i oferty związanej z regionem oraz zacie-

czucia więzi z obszarem lub świadomości walorów przyrodniczych i smakowych.

- Na podstawie wyników badania można wysunąć wniosek, że w Dolinie Baryczy zupełnie pomijany jest aspekt tzw. „zielonych miejsc pracy”.
- Zwrócono uwagę na czasem nieefektywny przepływ informacji pomiędzy organizatorami wydarzeń, aktorami zaangażowanymi w działalność Stowarzyszenia oraz mieszkańcami.



śniły się lokalne więzi.

- Wszyscy aktorzy zaangażowani w działalność Stowarzyszenia Partnerstwo dla Doliny Baryczy utożsamiają się z działalnością Stowarzyszenia i jego działaniami na rzecz promocji obszaru Doliny Baryczy.
- Niemal wszyscy aktorzy zaangażowani w działalność Partnerstwa słyszeli dotąd o programie grantowym Działaj Lokalnie w Dolinie Baryczy.
- Możliwość sięgnięcia po środki na inicjatywy/projekty angażujące mieszkańców do działań na rzecz swojej społeczności jest potrzebna, ponieważ uczy mieszkańców odpowiedzialności i zachęca do aktywności i współpracy – uważa tak ponad 92% aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia.
- W gronie aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia nie znalazła się żadna osoba kwestionująca, że trójsektorowa współpraca przekłada się na wzrost poczucia więzi mieszkańców z Doliną Baryczy.

#### Szanse

- Wyniki badania wskazują, że działalność Stowarzyszenia ma zasadnicze znaczenie dla powodzenia trójsektorowej kooperacji.
- Program Edukacja dla Doliny Baryczy ma dużą szansę przyczynić się do wzrostu zaangażowania szkół w aspekcie budowania wizerunku obszaru.
- Analiza odpowiedzi aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia dostarczyła informacji na temat szeregu obszarów, w których swoje zaangażowanie chcieliby zwiększyć badani aktorzy.
- Wyrowadzenie Dni Karpia poza region (objazdowe Dni Karpia, na wzór Dni Karpia we Wrocławiu) może przyczynić się do wzrostu rozpoznawalności imprezy.

#### Zagrożenia

- Na terenie obszaru obserwowane jest poczucie związane z częściową marginalizacją wielkopolskiej części Doliny Baryczy.
- W przypadku znaczącego uszczuplenia puli środków zewnętrznych w nowym okresie programowania realne jest zagrożenie związane z ograniczeniem aktualnie podejmowanych działań promocyjnych.
- W dalszym ciągu odnotowywany lokalnie jest problem ograniczonego zaufania na linii sektor publiczny – przedsiębiorcy, co może rzutować na współpracę w przyszłości.



- Należałoby zastanowić się nad stworzeniem instrukcji „krok po kroku” informującej jak włączyć się w Program Działaj Lokalnie mogą przedsiębiorcy. Wskazana jest również szerzej dostępna informacja o Programie dedykowana przedsiębiorcom.
- Zdaniem większości ankietowanych aktorów w przyszłości możliwe jest pogłębienie więzi mieszkańców z obszarem, co uzależniono od szeregu czynników wskazanych w raporcie.
- Analiza odpowiedzi aktorów zaangażowanych w działalność Stowarzyszenia dostarczyła informacji o elementach, które mogłyby poprawić jakość dotychczasowej współpracy Stowarzyszenia z aktorami zaangażowanymi w jego działalność.





## Spis rysunków i tabel

---

Rysunek 1. Aktorzy utożsamiający się z działalnością Stowarzyszenia i jego działaniami na rzecz promocji obszaru Doliny Baryczy N=38.....	30
Rysunek 2. Aktorzy, którzy słyszeli o programie grantowym Działaj Lokalnie w Dolinie Baryczy N=38.....	32
Rysunek 3. Opinie aktorów na temat możliwości sięgnięcia po środki na inicjatywy/projekty angażujące mieszkańców do działań na rzecz swojej społeczności N=38 .....	33
Tabela 1. Analiza SWOT.....	36