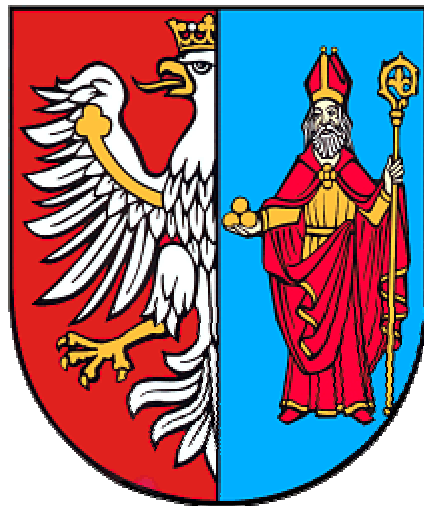


**Biuro Ekspertyz Finansowych,
Marketingu i Consultingu UNICONSULT S. C.
Grzegorz Rutkowski Maciej Gajewski
ul. Krzywickiego 34, 02-078 Warszawa
tel./fax: (0-22) 6226713,
e-mail: uniconsult@uniconsult.com.pl
www.uniconsult.com.pl**

Starostwo Powiatowe w Chrzanowie



Studium Lokalnego Potencjału Gospodarczego

Warszawa, marzec 2004r.

SPIS TREŚCI

1.	OPIS POWIATU CHRZANOWSKIEGO	4
1.1.	WSTĘP DO OPISU POWIATU CHRZANOWSKIEGO	4
1.2.	DEMOGRAFIA	6
1.3.	RYNEK PRACY I BEZROBOCIE	10
1.4.	KLIMAT SPOŁECZNY	13
1.5.	SFERA GOSPODARCZA	15
1.6.	OPINIE ŚRODOWISKA BIZNESU	19
1.7.	INFRASTRUKTURA LOKALNA	21
1.8.	PODSTAWOWE PROBLEMY REGIONU	24
1.9.	ANALIZA SWOT DLA POWIATU	25
1.10.	ANALIZA BENCHMARKING’U DLA POWIATU	28
1.11.	MISJA	30
1.12.	CELE STRATEGICZNE	30
2.	WYNIKI PRZEPROWADZONYCH ANALIZ	31
2.1.	METODOLOGIA PRACY	31
2.2.	OŻYWIENIE GOSPODARCZE	33
2.2.1.	Analiza Benchmarking'u (Kluczowe Czynniki Sukcesu)	33
2.2.2.	Analiza SWOT	38
2.3.	POLEPSZENIE WSPÓŁPRACY POMIĘDZY LOKALNĄ WŁADZĄ A PRZEDSIĘBIORCAMI	41
2.3.1.	Analiza Benchmarking'u (Kluczowe Czynniki Sukcesu)	41
2.3.2.	Analiza SWOT	46
2.4.	UTWORZENIE NOWYCH MIEJSC PRACY	48
2.4.1.	Analiza Benchmarking'u (Kluczowe Czynniki Sukcesu)	48
2.4.2.	Analiza SWOT	53
2.5.	DOSTOSOWANIE ZAKRESU I POZIOMU EDUKACJI DO POTRZEB RYNKU	55
2.5.1.	Analiza Benchmarking'u (Kluczowe Czynniki Sukcesu)	55
2.5.2.	Analiza SWOT	60
2.6.	ANALIZA (PODSUMOWANIE) POWIATU I GMIN POWIATU CHRZANOWSKIEGO DLA CELÓW STUDIUM	62
2.6.1.	Wstęp	62
2.6.2.	Ludność	62

2.6.3.	Rynek pracy i bezrobocie	65
2.6.4.	Sfera gospodarcza	67
2.6.5.	Infrastruktura techniczna	70
2.6.6.	Podsumowanie	71
3.	PROJEKTY	72
3.1.	WSTĘP	72
3.2.	OPISY PROJEKTÓW	72
3.2.1.	Centrum Kształcenia Praktycznego	75
3.2.2.	Tworzenie grup producenckich; promocja produktu lokalnego	84
3.2.3.	Utworzenie punktu konsultacyjno-doradczego	96
3.2.4.	Zapewnienie wsparcia finansowego lokalnym MSP	106
3.2.5.	Rozwój turystyki weekendowej	116
3.2.6.	Wspólna oferta inwestycyjna miast i gmin	125
3.2.7.	Program prowadzenia staży zagranicznych	133
3.3.	MATRYCE LOGICZNE DO PROJEKTÓW	139
3.4.	WYKRESY GANTA DLA POSZCZEGÓLNYCH PROJEKTÓW	147
4.	SYSTEM WDRAŻANIA PROJEKTU	154
4.1.	Zdefiniowanie Projektu	154
4.2.	Przygotowanie Projektu	154
4.3.	Ocena Projektu	156
4.4.	Finansowanie / Negocjacje dot. projektu	156
4.5.	Wdrażanie i śledzenie procesu wdrażania Projektu	156
4.6.	Ewaluacja Projektu	157
5.	SPOSOBY MONITOROWANIA, OCENY I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ	159
5.1.	System monitorowania studium	159
5.2.	Sposoby oceny planu studium	150
5.3.	Sposoby inicjowania współpracy pomiędzy sektorem publicznym, prywatnym i organizacjami pozarządowymi	161
5.4.	Public relations studium	161
6.	OGÓLNE INFORMACJE O EWALUACJI	163
6.1.	Definicja ewaluacji i jej miejsce w cyklu zarządzania projektem	163
6.2.	Kryteria ewaluacyjne	167

1. OPIS POWIATU CHRZANOWSKIEGO

1.1. Wstęp

W ramach programu Aktywizacji Obszarów Wiejskich sporządzona została diagnoza i projekcja sytuacji społeczno-ekonomicznej powiatu. Celem programu jest: zwiększenie zatrudnienia, wsparcie procesu decentralizacji samorządów i rozwoju regionalnego oraz zapewnienie pomocy w budowaniu potencjału instytucjonalnego województwa. W bliskiej perspektywie integracji ze strukturami Unii Europejskiej program ma również za zadanie pomoc w budowaniu potencjału instytucjonalnego koniecznego do pozyskania przedakcesyjnych i strukturalnych funduszy UE. „Diagnoza i projekcja sytuacji społeczno – ekonomicznej” była analizą podstawowych danych na temat sytuacji w powiecie oraz obiektywną oceną konsultantów pod względem rejestrowanych w powiecie zjawisk; najbardziej istotnych problemów, z którymi się styka społeczność oraz możliwości rozwojowych, którymi powiat dysponuje.

Kolejnym etapem zrealizowanym w ramach Programu Aktywizacji Obszarów Wiejskich jest powstanie „Opis powiatu chrzanowskiego”. Dokument ten jest wstępem do dokładnych analiz przeprowadzonych w ramach fazy kluczowych prac doradczych etapu C. Celem jego utworzenia było podsumowanie danych zebranych na etapie tworzenia „Diagnozy i projekcji” sytuacji społeczno-ekonomicznej, jak również podsumowanie najważniejszych dziedzin życia powiatu oraz gmin wchodzących w jego skład.

W oparciu o prace i analizy przeprowadzone w etapie B opisano sferę społeczną powiatu chrzanowskiego oraz jego gmin. Zestawiono dane dotyczące demografii oraz trendów z zakresie sytuacji demograficznej, opisano rynek pracy oraz poziom bezrobocia, jak również przedstawiono główne perspektywy rozwoju tych sfer.

Wyrywkowe badania ankietowe przeprowadzone w ramach prac w etapie B oraz analizy powstałe w tym etapie, pozwoliły opisać klimat społeczny oraz preferencje społeczności powiatu chrzanowskiego.

Kolejnym zagadnieniem podsumowanym w „Opisie...” jest sfera gospodarcza. Zestawiono informacje na temat podmiotów gospodarczych, jak również sfery instytucjonalnej wspierania przedsiębiorczości. Celem oceny wsparcia udzielanego lokalnie

operujących przedsiębiorcom opisano również zaplecze finansowo-techniczne wspierania biznesu.

Ostatnim zagadnieniem posuszonym w „Opisie...” jest infrastruktura lokalna. Zestawiono informacje na temat stanu sieci gazowniczej, elektrycznej oraz łączności. Przedstawiono również stan dróg.

„Opis powiatu chrzanowskiego” kończą dwie analizy: SWOT oraz Benchmarkingu. Są one równocześnie wstępem do kolejnej fazy działań „Kluczowych prac doradczych – analiz”. W dokumencie przypomniano również misję i cele strategiczne ustalone w ramach spotkań z Komitetem Rozwoju Lokalnego.

1.2. Demografia

Ludność powiatu chrzanowskiego według danych Urzędu Statystycznego w Krakowie w dniu 31.12.2002 roku szacowana była na 129,1 tysięcy mieszkańców, z których 80 877 zamieszkuje w miastach (Alwernia, Chrzanów, Libiąż, Trzebinia), a 48 153 na obszarach wiejskich.

Wskaźnik urbanizacji wynoszący 62,7 % jest elementem, który wskazuje na nierolniczy charakter tego obszaru. Wielkość gęstości zaludnienia, wynoszący 347 osób na 1 km² świadczy o tym, że powiat chrzanowski jest zdecydowanie bardziej zaludniony niż przeciętnie w kraju (122 osoby na 1 km²) oraz w stosunku do województwa małopolskiego (214 osób na 1 km²). Wskaźnik ten we wszystkich gminach jest wyższy od krajowej i przedstawia się następująco:

Chrzanów – 638 osób na 1 km²

Libiąż – 402 osoby na 1 km²

Trzebinia - 325 osób na 1 km²

Alwernia - 166 osób na 1 km²

Babice - 158 osób na 1 km²

Jak widać, jedynie gminy Alwernia i Babice mają wskaźnik poniżej odpowiednika dla województwa. Jest to spowodowane sypialnianym charakterem tych dwóch gmin.

Pod względem gęstości zaludnienia powiat chrzanowski plasuje się na 5 pozycji w województwie małopolskim.

W powiecie chrzanowskim daje się zauważyć systematyczny spadek populacji mieszkańców. W latach 1998 – 2002 liczba ludności zmniejszyła się o 2374 osób, co stanowi ok. 1,8 %, sytuacja ta tłumaczona jest przede wszystkim niskim lub ujemnym przyrostem naturalnym oraz ujemnym saldem migracji.

Przeprowadzając analizę demograficzną powiatu ważne jest zbadanie struktury wiekowej mieszkańców. Struktura ludności powiatu na tle województwa małopolskiego, jak i całej ludności Polski ogółem wykazuje różnice, o czym mówią wskaźniki udziału

poszczególnych grup wiekowych w ogólnej liczbie mieszkańców. Grupa przedprodukcyjna w powiecie jest mniejsza niż w województwie czy w kraju. Oznacza to mniejszą potencjalną podaż na lokalnym rynku pracy, jednakże może oznaczać również konieczność zamykania placówek oświatowych w najbliższych latach. Odsetek osób w wieku produkcyjnym jest w powiecie wyższy niż w województwie, czy w kraju ogółem, co niesie ze sobą zagrożenie większym bezrobociem. Również grupa poprodukcyjna jest nieznacznie większa w porównaniu z sytuacją województwa lub Polski. Oznacza to, że obciążenie dla gospodarki narodowej wynikające z utrzymywania tej grupy jest nieco większe niż średnio w kraju i województwie. Jednak w regionie o potencjalnie wysokim bezrobociu utajonym, świadczenia wypłacane tej grupie ludności są często jedynym dochodem całych gospodarstw.

Tabela nr 1

Wyszczególnienie	Ogółem	Ludność w wieku		
		<i>Przedprodukcyjnym</i>	<i>Produkcyjnym</i>	<i>Poprodukcyjnym</i>
Polska	100%	23,15%	61,80%	15,04%
Woj. małopolskie	100%	24,31%	60,66%	15,03%
Powiat chrzanowski	100%	21,84%	62,51%	15,65%
g. Chrzanów	100%	20,26 %	64,43 %	15,31 %
g. Libiąż	100%	23,35 %	63,69 %	12,96 %
g. Trzebinia	100%	20,49 %	61,50 %	18,01 %
g. Alwernia	100%	22,82 %	60,56 %	16,62 %
g. Babice	100%	23,58 %	60,09 %	16,33 %

Źródło: Bank Danych Regionalnych

Czynnikami, które są bardzo istotne z punktu widzenia demografii, kształtując liczbę ludności, należą: przyrost naturalny i migracje. W 2001 roku w powiecie chrzanowskim przyrost naturalny był ujemny i wyniósł –56 osób, co w rezultacie skutkowało spadkiem liczby ludności o 0,04%. W porównaniu z latami poprzednimi przyrost naturalny był

wyraźnie mniejszy. Dla porównania w województwie małopolskim wskaźnik przyrostu naturalnego osiągnął wartość 0,16%, natomiast w całym kraju kształtował się on na poziomie 0,01%.

Dla poszczególnych gmin wchodzących w skład powiatu chrzanowskiego wskaźniki przyrostu naturalnego i migracji przedstawiają się następująco:

Tabela nr 2

Wyszczególnienie	Ogółem	Przyrost naturalny (%)	Przyrost naturalny (na 1000)	Saldo migracji stałej (%)	Saldo migracji czasowej (%)
woj. małopolskie	3 240 928	0,16%	1,61	0,08%	0,44%
powiat chrzanowski	130 666	-0,04%	-0,43	-0,15%	-0,50%
g. Alwernia	12 499	-0,03%	-0,32	0,10%	-0,19%
g. Chrzanów	51 436	-0,07%	-0,71	-0,21%	-0,60%
g. Libiąż	23 273	0,19%	1,92	-0,30%	-0,75%
g. Trzebinia	34 920	-0,14%	-1,40	-0,15%	-0,27%
g. Babice	8 538	-0,13%	-1,28	0,26%	-0,55%

Źródło: Urząd Statystyczny w Krakowie

Prawdopodobny scenariusz liczby ludności do roku 2003 w powiecie chrzanowskim według demografów Głównego Urzędu Statystycznego przedstawiono w tabeli nr 3.

Tabela nr 3

Ludność	2002	2005	2010	2015	2020	2025	2030
Ogółem	129 100	130 587	130 725	131 420	131 614	130 580	128 652
Mężczyźni	62 800	63 751	63 828	64 188	64 341	63 864	62 870
Kobiety	66 300	66 836	66 897	67 232	67 273	66 716	65 782

Źródło: Rocznik statystyczny GUS

Zamieszczone dane wskazują, że w okresie 2002 – 2020 nastąpi wzrost ogólnej liczby ludności na badanym obszarze, by w następnych latach ulec zmniejszeniu.

Dla opracowania „Studium lokalnego potencjału gospodarczego”, istotne są prognozy demograficzne dotyczące zmian w strukturach grup: przedprodukcyjnej, produkcyjnej i poprodukcyjnej. Porównanie takie prezentuje tabela nr 4.

Tabela nr 4

Mieszkańcy	2000	2015	2030
Przedprodukcyjni	22,8 %	18,0 %	17,6 %
Produkcyjni	62,2 %	62,6 %	57,0 %
Poprodukcyjni	15,0 %	19,4 %	25,4 %

Źródło: Rocznik statystyczny GUS

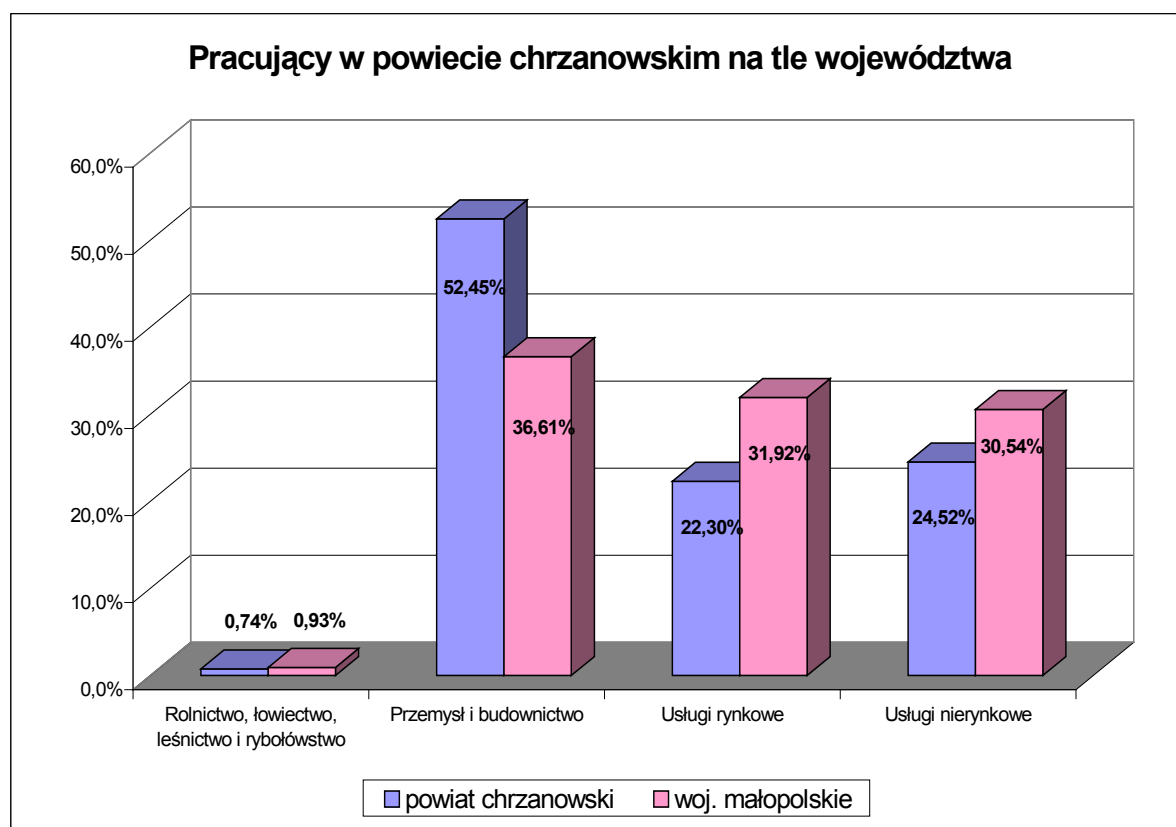
Prognoza przewiduje, że w ciągu najbliższych lat (do 2030 roku) znacznie wzrośnie odsetek ludności w wieku poprodukcyjnym, a jego udział w społeczności osiągnie wartość 25 % i będzie on wyższy w porównaniu do roku 2000 o ponad 10 punktów procentowych. Jednocześnie będzie można zaobserwować zmniejszenie udziału pozostałych grup wiekowych: przedprodukcyjnej i produkcyjnej w ogólnej liczbie ludności. Spadek udziału grupy przedprodukcyjnej przewidywany jest na 5,2 punktu procentowego, podobne szacunki są dla grupy produkcyjnej. Zwiększenie liczby osób w wieku poprodukcyjnym uważane jest za sytuację niekorzystną z punktu widzenia zwiększenia obciążeń budżetu państwa z tytułu emerytur. Jako pozytywną stronę zmniejszenia udziału osób w wieku produkcyjnym rozpatruje się możliwą niższą stopę bezrobocia. Niższy odsetek osób w wieku przedprodukcyjnym oznacza mniejszą liczbę potencjalnych uczniów, czyli oznacza to spadek wydatków związanych z edukacją. Większa liczba osób w wieku poprodukcyjnym oznacza

również więcej środków pieniężnych w posiadaniu emerytów, które mogą zostać przeznaczone na konsumpcję dóbr i usług produkowanych na terenie powiatu.

1.3. Rynek pracy i bezrobocie

Poniższy rysunek (nr 1) jest ilustracją procentowego rozkładu pracujących według sekcji w powiecie chrzanowskim oraz na tle województwa małopolskiego.

Rysunek nr 1



Źródło: Urząd Statystyczny w Krakowie

Wśród wartości, które w istotny sposób rzutują na rynek pracy duże znaczenie ma liczba pracujących. W województwie małopolskim wg stanu 31.12.2001r. pracowało w gospodarce narodowej 1 088 400¹ osób, udział ludności pracującej z powiatu chrzanowskiego w tej liczbie stanowi 2,9 % i wynosi 31 900¹.

Rynek pracy powiatu chrzanowskiego charakteryzuje się przewagą sektora II tj. przemysłu i budownictwa, w którym zatrudnionych jest 52,4 % ogółu mieszkańców (o 15,84 punktu proc. więcej niż w województwie małopolskim). Na drugim miejscu jest sektor usług,

który zatrudnia 46,82 % pracujących (o 15,64 punktu proc. mniej niż w województwie małopolskim), a tylko 0,74 % zatrudnionych jest w sektorze rolnictwo i leśnictwo. Niski odsetek zatrudnionych w sektorze usług nie jest korzystną sytuacją z punktu widzenia powiatu. Należy zauważyć, iż mały odsetek osób zatrudnionych w sektorze usług może świadczyć o małej aktywności i przedsiębiorczości mieszkańców powiatu, lub o braku odpowiedniego systemu zachęt do podejmowania działalności gospodarczej. Innym czynnikiem wpływającym na dość niski odsetek może być brak odpowiednich struktur wspierających przedsiębiorczość.

Jednym z istotnych problemów, z którymi ma do czynienia powiat chrzanowski jest rosnąca stopa bezrobocia, wynosząca w lipcu 2003 r. - 20,3 %. Szczególnie niekorzystnie przedstawia się sytuacja tak znacznego wzrostu (o ponad 8 punktów procentowych) w ciągu ostatnich lat: 1999 – 2003. Niepokojącym jest fakt, że stopa bezrobocia na badanym terenie była wyższa niż w województwie o 6,1 punktu proc. i wyższa niż średnia krajowa o 2,6 punktu proc. Liczba bezrobotnych w powiecie na koniec lipca 2003 osiągnęła wielkość 9 758 osób, w tym prawo do zasiłku ma jedynie 1880 osób (co stanowi 19,3 % zarejestrowanych bezrobotnych). Wspomnieć należy także o pozytywnym aspekcie, a mianowicie malejącej liczbie bezrobotnych absolwentów (5,5 %) i malejącym odsetku bezrobotnych kobiet.

Istotnym czynnikiem różnicującym zagrożenie bezrobociem jest poziom wykształcenia. Zarówno w skali powiatu, jak i kraju największy odsetek bezrobotnych to osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym (36,39 %). Osoby z wykształceniem policealnym i średnim zawodowym stanowią 26,32 % bezrobotnych. Osoby z wykształceniem średnim ogólnym stanowią jedynie 8 % osób będących bez pracy. Wysoki jest odsetek osób bezrobotnych z wykształceniem podstawowym lub niższym – 25%. Najmniej liczną grupę stanowią osoby z wykształceniem wyższym, stanowiąc 4 % bezrobotnych.

Innym istotnym kryterium podziału osób bezrobotnych jest kryterium wiekowe. Największą grupę bezrobotnych w powiecie chrzanowskim stanowią ludzie w wieku od 18 do 24 lat, chociaż odsetek ten zmalał w ciągu ostatnich pięciu lat o ponad 8 punktów procentowych by w czerwcu 2003 roku wynieść 33,25 %. Liczby te wystawiają negatywną opinię powiatowemu systemowi edukacyjnemu, który być może nie jest odpowiednio

¹ Bez pracujących w jednostkach zatrudniających do 9 osób oraz bez pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie.

dostosowany do lokalnego rynku pracy. Odsetek bezrobotnych w grupie osób najbardziej aktywnych zawodowo, czyli osób w wieku 25-44 lat kształtuje się nieco poniżej średniej dla kraju i województwa wynosząc 48,32 %. Korzystnie, szczególnie w odniesieniu do całego kraju kształtuje się odsetek osób bezrobotnych w wieku 44 – 54 lat wynosząc 15,18 %. Najmniej liczną grupę bezrobotnych, zarówno w powiecie, województwie oraz kraju stanowią osoby powyżej 55 roku życia.

Bardzo ważnym elementem analizy, który w istotny sposób określa sytuację bezrobotnych jest również okres pozostawania bez pracy. Dłuższy okres pozostawania bez pracy to mniejsze szanse na jej ponowne znalezienie. Wśród zarejestrowanych bezrobotnych, aż 21,46 % pozostawało bez pracy ponad 12 miesięcy, a aż 23,65 % pozostawało bez pracy powyżej 24 miesięcy. Niepokojącym jest fakt, iż odsetek ten wzrósł w przeciągu ostatnich pięciu lat o ponad 13 punktów procentowych.

By przeciwdziałać rosnącemu bezrobociu i łagodzić jego skutki Urząd Pracy podejmuje wszystkie działania aktywizacyjne przewidziane prawnie dla tego typu instytucji. Należą do nich:

- szkolenia,
- staże absolwenckie,
- umowy absolwenckie,
- roboty publiczne,
- prace interwencyjne
- pożyczki na rozpoczęcie działalności oraz na dodatkowe miejsca pracy.

1.4. Klimat społeczny

Z punktu widzenia możliwości rozwojowych danego regionu istotne znaczenie nadawane jest klimatowi społecznemu oraz oczekiwaniom i ocenom wyrażanym przez jego mieszkańców. Jest on na tyle istotny, że stanowi znaczącą pomoc przy wyznaczaniu kierunków rozwoju powiatu i powinien być determinantą wszelkich działań zmierzających do poprawy życia zamieszkującej dany obszar ludności. Powyższy postulat był przesłanką dla analizowania opinii społecznych mieszkańców powiatu chrzanowskiego. Na etapie diagnozy poddano analizie opinie społeczne na temat bieżącej sytuacji powiatu. Przy okazji podkreślenia wymaga fakt, iż wyniki badań opinii społecznej często nie przekładają się bezpośrednio na wyznaczone kierunki rozwoju proponowane przez ekspertów, a to z tej przyczyny, że często najlepsze obiektywnie kierunki rozwoju nie są postrzegane przez mieszkańców jako właściwe. Badanie opinii społecznej ma w większym stopniu odpowiedzieć na pytanie, z jakimi reakcjami spotka się proponowana projekcja rozwoju, niż wskazać konkretne jej kierunki. Dla rozpoznania klimatu społecznego panującego na obszarze powiatu chrzanowskiego przeprowadzono ankietę. Otrzymano 116 wypełnionych kwestionariuszy, które w następnej kolejności poddano wnikliwej analizie. Na podstawie przeprowadzonych badań wyciągnięto wnioski na temat oceny, preferencji i oczekiwań społeczności lokalnej odnośnie kierunków rozwoju.

Pierwszym krokiem przeprowadzonego badania było przeanalizowanie opinii mieszkańców w odniesieniu do ogólnej sytuacji w powiecie. Pierwsze pytanie ankietowe zakładało porównanie oceny sytuacji w powiecie chrzanowskim oraz w innych podobnych powiatach. Z uwagi na fakt, iż konstrukcja pytania ma charakter bardzo ogólny należy podkreślić, że opinie respondentów odzwierciedlają raczej ich nastroje społeczne niż są obiektywną oceną ich powiatu. Analiza udzielonych odpowiedzi daje podstawy by sądzić, że jakość życia w powiecie chrzanowskim jest porównywalna z innymi podobnymi powiatami. Taką opinie wyraziło dwóch na pięciu respondentów. Co 5 ankietowany jest zdania, że w powiecie żyje się nieco lepiej niż gdzie indziej, a co 4, że nieco gorzej. Zwraca uwagę fakt, iż większa liczba respondentów wskazała na dużo gorszą jakość życia niż jakość dużo lepszą. Ogólna ocena sytuacji w powiecie jest, zatem umiarkowana.

Kolejne pytanie jakie postawiono respondentom dotyczyło oceny poszczególnych sfer życia. Trzy najlepiej oceniane sfery życia to: poziom edukacji młodzieży, możliwość

uprawiania sportu i rekreacji oraz stan infrastruktury technicznej (z wyłączeniem stanu dróg). Najgorzej oceniane sfery życia to: możliwość podjęcia pracy na terenie powiatu, perspektywy lokalnego rolnictwa oraz sieć i stan dróg w powiecie. Fakt tak niskiej oceny dla „możliwości podjęcia pracy na terenie powiatu” jest odzwierciedleniem nastrojów ogólnokrajowych. Aż ponad 66% respondentów oceniło tę sytuację jako „bardzo złą”, a ponad 24% jako „złą”, co przekłada się na negatywną ocenę udzieloną przez ok. 90,6% badanych.

Ogólna ocena poszczególnych sfer życia w powiecie chrzanowskim wypada raczej niekorzystnie. Wiele osób sytuację oceniło jako przeciętną (33,3% ankietowanych), aż 50,9% badanych negatywnie ocenia jakość życia w powiecie, a tylko 15,7% - pozytywnie.

Następnym etapem badania opinii społeczności lokalnej było dokonanie oceny, czego brakuje w powiecie, aby mógł się on właściwie rozwijać. Jest to etap przejściowy pomiędzy analizą stanu istniejącego, a projektowaniem działań rozwojowych. Odpowiedzi wskazują słabe strony powiatu chrzanowskiego, jednocześnie wyznaczając kierunki jego rozwoju.

Respondenci są niemal jednomyślnie zgodni, iż w powiecie najbardziej brakuje inwestycji gospodarczych, jasnego planu działania oraz dobrych władz. Są to trzy najczęściej zauważane braki przez mieszkańców.

Jako podstawowy problem powiatu, co drugi respondent wymienia brak inwestycji gospodarczych. Taki stan rzeczy, w ich ocenie jest główną przyczyną wysokiej stopy bezrobocia w regionie. Wśród innych ważnych problemów osoby ankietowane wymieniają brak jasnego planu działania powiatu, a także brak komunikacji i odpowiedniej koordynacji tego planu z rozwojem poszczególnych gmin. Winnym tych zaniedbań są według nich władze. Trudno jednak stwierdzić, czy udzielone odpowiedzi wskazują na ocenę władz gminnych, czy powiatowych.

Wśród działań pozytywnie ocenianych najczęściej pojawiają się budowa wodociągów, kanalizacji oraz poprawa stanu dróg. Wnikliwe przeanalizowanie ankiety wskazują również jednak na ogólny brak informacji o działaniach podejmowanych przez władze, co w dużej mierze może być przyczyną negatywnej jej oceny. Społeczeństwo dość dobrze ocenia warunki geograficzne powiatu jak również jego tradycje gospodarcze. Niewielu z nich (6,9 %) twierdzi, iż w powiecie brakuje ludzi wykształconych, co w połączeniu z dobrze ocenianym poziomem edukacji młodzieży świadczy o dużym potencjale intelektualnym powiatu.

Na ostatnim etapie analizy zadaniem respondentów było określenie preferowanych kierunków rozwoju. W odpowiedzi na to pytanie respondenci najczęściej wskazują na konieczność rozwoju funkcji gospodarczej. Taki rozwój powiatu stwarza, bowiem szanse na stworzenie nowych miejsc pracy i skuteczną walkę z bezrobociem powiatu. Ankietowani zwrócili jednak uwagę, iż niezbędnym narzędziem do osiągnięcia tego celu jest poprawa warunków inwestycyjnych w powiecie, promocja przedsiębiorców, a także właściwe wykorzystanie środków finansowych z funduszy europejskich. Wielu ankietowanych (41 %) opowiada się za zrównoważonym rozwojem powiatu, a więc rozwojem wielu jego sfer jednocześnie. Taki wynik to jednocześnie potwierdzenie, że opinie respondentów, co do kierunku rozwoju powiatu są bardzo podzielone.

Przeprowadzone badania ankietowe były podstawą do sformułowania następujących wniosków:

- Ogólny klimat społeczny wskazuje na nastroje negatywne, związane z brakiem możliwości podjęcia pracy przez mieszkańców powiatu. Oczekiwania respondentów bardzo mocno wskazują na konieczność rozwoju sfery gospodarczej.
- Brak jest dostatecznej informacji na temat działań podejmowanych przez władze lokalne zmierzające do polepszenia jakości życia mieszkańców, co znajduje przełożenie na negatywne oceny władz ze strony społeczności.
- Wiele oczekiwań respondentów koncentruje się wokół poprawy jakości dróg.

1.5. Sfera gospodarcza

Na terenie powiatu chrzanowskiego pod koniec roku 2001 zanotowano 9 895 podmiotów gospodarczych. Liczba ta stanowi 3,6 % wszystkich podmiotów z województwa małopolskiego. Z ogólnej liczby firm działających na terenie powiatu małopolskiego dominującą grupą były podmioty prowadzone przez osoby fizyczne 77,25 %; spółki prawa handlowego i cywilne stanowiły 13,79 % ogólnej liczby podmiotów. Przedsiębiorstwa państwowe, spółdzielnie, fundacje oraz stowarzyszenia stanowiły mniej niż 2 % operujących podmiotów. Wśród wszystkich podmiotów, aż 95,6 % należało do sektora prywatnego.

Charakterystyczna dla danego powiatu jest koncentracja ponad połowy podmiotów gospodarczych na terenie dwóch miast Chrzanowa (3773 jednostek) i Trzebini (1776 jednostek).

Dla lepszego scharakteryzowania poziomu uprzemysłowienia regionu pomocnym jest wskaźnik liczby zarejestrowanych podmiotów przypadających na 1000 mieszkańców. Może to być miarą wysokiego zatrudnienia w pojedynczych zakładach, lub też być konsekwencją rozdrobnienia i dużej liczby podmiotów. W powiecie chrzanowskim liczba zarejestrowanych jednostek w przeliczeniu na jednego mieszkańca wynosiła 75,73, jest to liczba znacznie mniejsza niż w skali całego województwa. Związane to jest z bardzo dużym uprzemysłowieniem powiatu. Trzebinia, Chrzanów, Libiąż i Alwernia to znaczące ośrodki przemysłu chemicznego, energetycznego, górniczego, maszynowego, budowlanego, odzieżowego oraz spożywczego. Na terenie powiatu istnieje mniejsza ilość przedsiębiorstw zatrudniających większą liczbę osób.

Dla poszczególnych gmin wchodzących w skład powiatu chrzanowskiego wskaźnik ten przedstawia się następująco:

Alwernia – 66 jednostek na 1000 mieszkańców;

Babice – 74,6 jednostek na 1000 mieszkańców;

Chrzanów 84,78 jednostek na 1000 mieszkańców;

Libiąż – 60,41 jednostek na 1000 mieszkańców;

Trzebinia – 76,23 jednostek na 1000 mieszkańców;

Struktura podmiotów gospodarczych powiatu chrzanowskiego:

handel i naprawy – 36,9 %

przetwórstwo przemysłowe – 10,02 %

budownictwo – 12,02 %

usługi – 24,62 %

rolnictwo – 1,1 %

Dla powiatu chrzanowskiego charakterystyczny jest wysoki udział podmiotów zajmujących się handlem i naprawami wśród ogólnej liczby podmiotów, odsetek tych firm jest wyższy niż dla całego województwa małopolskiego. Udział podmiotów zajmujących się przetwórstwem przemysłowym nie jest wysoki, jego udział w ogólnej liczbie podmiotów jest niższy niż w skali całego województwa, tłumaczone jest to występowaniem na badanym terenie mniejszej liczby podmiotów, ale za to większych. Niższy niż w województwie jest odsetek przedsiębiorstw z sektora rolniczego, łowieckiego i leśnego, co związane jest to z dużym uprzemysłowieniem powiatu.

Strukturę podmiotów gospodarczych w poszczególnych gminach z obszaru powiatu chrzanowskiego przedstawia tabela nr 5.

Tabela nr 5

Gmina	Rolnictwo, low. i leśn.	Przetwórstwo przemysłowe	Budownictwo	Handel i naprawy	Usługi
Alwernia	1,70 %	11,15 %	15,52 %	34,42 %	21,82 %
Chrzanów	0,78 %	8,52 %	11,18 %	39,39 %	24,25 %
Libiąż	1,00 %	9,32 %	10,67 %	40,83 %	23,4 %
Trzebinia	1,20 %	8,72 %	11,68 %	34,41 %	28,24 %
Babice	2,35 %	25,71 %	17,55 %	24,76 %	18,03 %

Źródło: Urząd Statystyczny w Krakowie

Biorąc pod uwagę dynamikę powstawania i wycofywania się firm z działalności na terenie wszystkich gmin powiatu chrzanowskiego dynamika ta była dodatnia, czyli, że w latach 1998 – 2002 liczba podmiotów zarejestrowanych przekroczyła liczbę podmiotów wyrejestrowanych. Sytuacja taka jest korzystna. Fakt ten należy ocenić pozytywnie, ponieważ może to świadczyć o dobrych warunkach do rozwijania się przedsiębiorczości.

Powiat chrzanowski, który jest tą częścią terenu, która w minionej epoce była podstawą gospodarczą kraju, charakteryzującą się przewagą branż surowcowych i sektora wielkich zakładów przemysłowych. Wielkie zakłady przemysłowe to bezpośrednia pozostałość po tamtym okresie. Do dominujących branż w powiecie chrzanowskim należą:

- górnictwo
- przemysł chemiczny
- paliwowo-energetyczny.

Największe i najbardziej aktywne przedsiębiorstwa na terenie powiatu to:

- Kopalnia Węgla Kamiennego „Janina” w Libiążu,
- kopalnia dolomitów w Libiążu,
- Rafineria Trzebinia S.A. włączona w struktury Polskiego Koncernu Naftowego, która produkuje szeroką gamę paliw silnikowych i półprodukty przerobu ropy, oleje smarowe i parafiny,
- Elektrownia „Siersza” w Trzebini wchodząca w skład Południowego Koncernu Energetycznego, która jako pierwsza w Polsce wdrożyła i uzyskała certyfikat ISO 14001,
- Bumar „Fablok” S.A. w Chrzanowie, fabryka maszyn budowlanych i lokomotyw,
- LB Profile w Chrzanowie,
- Hydro Aluminium w Chrzanowie,
- Ocynkownia Śląsk w Chrzanowie,
- Zakłady Chemiczne „Alwernia” S.A.,
- „Magbud” w Chrzanowie,
- ZG „Trzebionka” prowadzące podziemną eksploatację złóż rud cynkowo-ołowiowych i ich wzbogacanie, w wyniku, czego powstają koncentraty cynku, ołowiu oraz kruszywa mineralne.

Zaplecze biznesu

Wzrastająca rola usług jest w obecnych czasach czynnikiem stymulującym wzrost i rozwój gospodarczy. Proces ten polega na tworzeniu i rozwijaniu innowacyjności, technologii, szkoleń, edukacji oraz usług konsultacyjno – doradczych. Działanie tego typu są możliwe dzięki zaangażowaniu podmiotów, które razem tworzą sieć powiązań instytucjonalnych. Jako zaplecze biznesu przyjęło się uważać różnego rodzaju podmioty wspierające przedsiębiorczość oraz organizacje działające na rzecz rozwoju regionalnego. Są to wszelkiego rodzaju instytucje finansowe, agencje; fundacje i stowarzyszenia rozwoju regionalnego, ośrodki szkoleniowo – doradcze, inkubatory przedsiębiorczości itp.

Do ważniejszych instytucji otoczenia biznesu na terenie powiatu chrzanowskiego należą: na terenie gmin Trzebinia, Chrzanów, Babice i Libiąż funkcjonujące oddziały banków polskich i z kapitałem zagranicznym, które świadczą szeroki zakres usług dla małych i średnich przedsiębiorstw i klientów indywidualnych. Są to między innymi: Bank Przemysłowo -Handlowy S.A., Deutsche Bank 24 S.A., PKO Bank Polski S.A., PEKAO S.A., ING Bank Śląski S.A. i Bank Spółdzielczy.

Dodatkowo elementami otoczenia biznesu w powiecie chrzanowskim są: Stowarzyszenie Kupców Prywatnych, Centrum Wspierania Przedsiębiorczości oraz Cech Rzemiosł Różnych. Ich działalność przejawia się w: udzielaniu informacji i konsultacji gospodarczych, organizacji szkoleń i pomoc w pozyskiwaniu finansowania ze środków pomocowych.

1.6. Opinie środowiska biznesu

Przy opracowywaniu diagnozy stanu powiatu oraz projekcji kierunków rozwoju niezwykle istotne jest uwzględnienie opinii i sugestii przedstawicieli lokalnego biznesu. Należy przecież pamiętać, iż to właśnie lokalne podmioty gospodarcze z jednej strony dają zatrudnienie dla większości mieszkańców, z drugiej zaś stanowią o dochodach własnych społeczności lokalnych oraz samorządów. Wyciągając takie właśnie wnioski autorzy zdecydowali się przeprowadzić badanie ankietowe wśród przedstawicieli lokalnego biznesu. Przedsiębiorcom zadano sześć pytań, mających pomóc w ocenie sytuacji w powiecie. Otrzymano 58 wypełnionych ankiet, które poddano szczegółowej analizie. Należy zaznaczyć, że zawarte w badaniu ankietowym opinie są jedynie subiektywną oceną sytuacji w powiecie

wyrażoną przez wąską grupę społeczną. Niemniej jednak zdanie to powinno być brane pod uwagę.

Pierwsze, ogólne pytanie dotyczyło oceny powiatu chrzanowskiego, jako miejsca prowadzenia działalności gospodarczej. Jak wynika z badań ankietowych, ocena sformułowana przez przedsiębiorców jest w przeważającej części dość umiarkowana. Co drugi respondent uważa że powiat chrzanowski to takie samo miejsce jak każde inne w Polsce. Co ciekawe, odsetek osób uważających, że powiat jest dość dobrym miejscem jest taki sam co, że jest raczej złym. Skrajnie negatywne, ani skrajnie pozytywne opinie nie pojawiły się w odpowiedziach.

Uzupełnieniem do pytania oceniającego powiat, jako miejsca prowadzenia działalności gospodarczej, była kwestia wskazania głównych plusów i minusów powiatu. Najczęściej wymieniane główne plusy prowadzenia działalności gospodarczej w powiecie chrzanowskim to powiązania komunikacyjne, dostęp do energii, położenie geograficzne, dostęp do gazu, a także infrastruktura komunalna. Główne minusy lokalizacji przedsiębiorstwa na terenie powiatu chrzanowskiego to zbyt wysokie stawki opłat za wynajęcie powierzchni, wysokość podatków lokalnych, relatywnie mała siła nabywcza ludzi oraz brak zaplecza finansowego.

Następnie zapytano przedsiębiorców, jakie działania należy ich zdaniem podjąć, aby uczynić powiat chrzanowski lepszym miejscem do prowadzenia działalności gospodarczej. W tym wypadku respondenci są zgodni, aż 86,1 % z nich twierdzi, iż w pierwszej kolejności należy „przeznaczyć środki z budżetu powiatu na stworzenie narzędzi wspierania przedsiębiorczości (pożyczki, poręczenia itp.)”. Takie wskazania można traktować jako apel skierowany do władz lokalnych, aby pomoc dla lokalnych firm przyjęła możliwie wymierny efekt. Kolejnym wskazaniem ankietowanych była konieczność „stworzenia uzbrojonych terenów inwestycyjnych”. W tym wypadku przedsiębiorcy mają na myśli najprawdopodobniej dużych inwestorów zewnętrznych, jako że dostępność terenów inwestycyjnych została oceniona raczej pozytywnie. Inwestorzy twierdzą również, iż niezbędnym dla rozwoju powiatu jest „usprawnienie działań władz w zakresie promocji.

Jako ostatecznie zadano przedsiębiorcom pytanie dotyczące oceny dotychczasowych działań władz powiatowych nastawionych na poprawę kondycji lokalnych podmiotów gospodarczych.

Co charakterystyczne, prawie połowa respondentów odpowiedziało, iż nie potrafi wskazać żadnych tego typu działań. W świetle takiego wyniku, drugorzędne znaczenie ma obiektywna prawda na temat tego, czy działania takie były podejmowane, czy też nie. Jeżeli tak znaczna grupa przedsiębiorców nic o nich nie wie, to oznacza, że albo rzeczywiście ich nie było, albo były nieskuteczne. Wyniki te powinny być sygnałem dla władz lokalnych o braku przepływu informacji pomiędzy władzami powiatowymi a poszczególnymi przedsiębiorcami. Niezbędnym w tej sytuacji wydaje się więc stworzenie odpowiednich kanałów przepływu informacji, a także zacieśnienie współpracy władz z lokalnymi podmiotami gospodarczymi.

1.7. Elementy infrastruktury technicznej

Wodociągi, kanalizacja

Biorąc pod uwagę długość czynnej sieci wodociągowej rozdzielczej w powiecie chrzanowskim sytuacja przedstawia się korzystnie, na koniec 2001 roku wynosiła ona 702,1 km, co daje wskaźnik 189,2 km/100 km². Przy średniej dla województwa małopolskiego 96,3 km/100 km², wskaźnik ten pozwala sklasyfikować powiat chrzanowski na trzeciej pozycji wśród innych powiatów w województwie. Powiat osiąga także bardzo dobry wynik jeżeli chodzi o możliwości korzystania przez mieszkańców z sieci wodociągowej, aż 97 % mieszkań korzysta z tego typu infrastruktury.

Wodociągi – długość czynnej sieci rozdzielczej w poszczególnych gminach przedstawia się następująco:

Alwernia – 148,5 km, (197,29 km/ 100km²);

Babice – 68,5 km, (125,76 km/ 100km²);

Chrzanów – 173,9 km, (219,21 km/ 100km²);

Libiąż – 113,1 km, (197,73 km/ 100km²);

Trzebinia – 198,1 km, (188,27 km/ 100km²);

Długość sieci kanalizacyjnej w powiecie na koniec 2001 roku wynosiła 211,5 km, co daje 57,0 km/100 km², przy średniej dla województwa małopolskiego 31,1 km/100 km².

Wskaźnik ten klasyfikuje powiat chrzanowski na pierwszym miejscu wśród innych powiatów w województwie.

Długość czynnej sieci kanalizacyjnej w poszczególnych gminach jest następująca:

Alwernia – 19,8 km, (26,30 km/ 100km²);

Chrzanów – 100,9 km, (127,19 km/ 100km²);

Libiąż – 40 km, (69,93 km/ 100km²);

Trzebinia – 50,8 km, (48,28 km/ 100km²);

Energia elektryczna

Z punktu widzenia zaopatrzenie mieszkańców powiatu w energię elektryczną, sytuacja jest korzystna, dostęp do energii dla gospodarstw domowych jest powszechny. Liczba odbiorców energii elektrycznej na koniec 2001 roku na terenie powiatu chrzanowskiego wynosiła 46,5 tys., natomiast roczne zużycie energii wyniosło 96,4 (GWh). Zużycie energii elektrycznej w powiecie chrzanowskim na 1 odbiorcę w roku 2001 wynosiło 2062 kWh (miasta: Alwernia 2050 kWh, Chrzanów 1768 kWh, Libiąż 2157 kWh, Trzebinia 1858 kWh, wieś razem 2549 kWh), natomiast średnio w województwie 2116 kWh.

Sieć gazowa

Sieć gazowa na 100 km² w powiecie chrzanowskim na koniec 2001 roku wynosiła 202,2 km - dla porównania wskaźnik dla województwa wynosił dużo niższy bo 138,0 km/100 km². Na terenie powiatu z gazu sieciowego korzysta ponad 83 % mieszkań, w tym 87 % procent korzysta z sieci a 13 % używa gazu z butli. Zużycie gazu w sieci w powiecie chrzanowskim na 1 odbiorcę w roku 2001 wynosiło 566 hm³, natomiast średnia w województwie jest nieco wyższa – 673 hm³.

Sieć gazowa, długość czynnej sieci rozdzielczej w km dla poszczególnych gmin powiatu chrzanowskiego:

Alwernia – 150,64 km, (200,13 km/100 km²);

Babice – 68,35 km, (125,48 km/100 km²);

Chrzanów – 181,94 km, (229,34 km/100 km²);

Libiąż – 126,45 km, (221,06 km/100 km²);

Trzebinia – 225 km, (213,84 km/100 km²);

Łączność

W związku z tym, iż Telekomunikacja Polska S.A. nie udostępnia danych dotyczących liczby abonentów w poszczególnych gminach, nie jest możliwe dokonanie analizy tego zagadnienia. Jedyne dane dotyczące liczby abonentów pochodzą z 1999 roku i wówczas powiat chrzanowski posiadał 159 abonentów na 1000 ludności (20 845 abonentów telefonii stacjonarnej). Wskaźnik ten był niestety niższy niż w całym województwie gdzie wynosił on 213 abonentów na 1000 ludności..

Poza łącznością przewodową teren powiatu objęty jest zasięgiem wszystkich trzech funkcjonujących na polskim rynku operatorów telefonii komórkowej: Polska Telefonia Cyfrowa, Centertel, Polkomtel.

Komunikacja

W nowym układzie administracyjnym kraju sieć dróg publicznych, ze względu na pełnione funkcje podzielono na następujące kategorie: krajowe, wojewódzkie, powiatowe i gminne. Drogi krajowe stanowią własność Skarbu Państwa, a drogi wojewódzkie, powiatowe i gminne stanowią własność samorządu odpowiedniego szczebla. Na terenie powiatu chrzanowskiego długość dróg należących do poszczególnych kategorii jest następująca:

drogi gminne – długość około 2000 km;

drogi powiatowe – 224 km;

drogi wojewódzkie - długość 65,5 km;

drogi krajowe – długość 34,6 km.

Pomimo nieustannych starań podejmowanych dla modernizacji dróg w powiecie stan techniczny pozostawia wiele do życzenia. Prace remontowe i modernizacyjne takie jak np.: odnowy nawierzchni dróg, remonty cząstkowe (regulacje poboczy, oznakowanie, wycinka

drzew, koszenie poboczy, malowanie pasów) są niewystarczające, wciąż bowiem problemem jest pozyskanie dostatecznych środków finansowych.

Powiat posiada również dogodne połączenia kolejowe. Przez teren powiatu przebiega transeuropejska magistrala kolejowa Wschód-Zachód.

1.8. Podstawowe problemy regionu

Najważniejsze sfery życia powiatu chrzanowskiego, które w największym stopniu wyróżniają ten powiat wśród innych to:

- Występowanie dużych zakładów wysoko uprzemysłowionych, i dobrze rozwiniętej sieci komunikacyjnej i infrastruktury komunalnej;
- Trendy demograficzne wskazują na prawdopodobieństwo spadku liczby mieszkańców w powiecie
- Przewidywany jest spadek ludności w wieku przedprodukcyjnym, czyli uczniów
- Jest to teren dotknięty wysokim bezrobociem;
- Dominującą grupą wśród bezrobotnych jest grupa z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz podstawowym i niższym, duża była także grupa bezrobotnych pozostających bez pracy przez okres dłuższy od 1 roku;
- System edukacyjny wymaga dostosowania swoich profili do zapotrzebowania rynku pracy;
- Wśród mieszkańców powiatu przeważają negatywne nastroje dotyczące zarówno trudności na rynku pracy, jak i podstawowych zadań władz powiatu (drogi, opieka społeczna);
- Zastrzeżenia budzi brak dostatecznych działań ze strony władz mających na celu poruszenie gospodarki;
- W powiecie dominującym sektorem gospodarki jest sektor handlu i napraw
- Przedstawiciele lokalnego biznesu za pozytywne uważają powiązania komunikacyjne, dostęp do energii, położenie geograficzne oraz dostęp do gazu. Minusami są wysokie

stawki opłat za wynajęcie powierzchni, zbyt wysokie podatki lokalne oraz relatywnie mała siła nabywcza ludności;

- Niezadawalający jest stan środowiska naturalnego, na który wpływa w największym stopniu wytwarzanie odpadów, zanieczyszczenia przemysłowe i wody;
- Biorąc pod uwagę finanse, powiat należy do średniozamożnych, niekorzystna jest sytuacja, że mniejszy udział w dochodach mają dotacje celowe a wzrastają subwencje celowe;
- Powiat chrzanowski charakteryzuje się niskimi nakładami na inwestycje, dlatego polecane jest opracowanie długoletniego planu inwestycyjnego;

1.9. Analiza SWOT

Analiza SWOT jest analizą, która ma na celu pokazanie silnych i słabych stron powiatu oraz szans i zagrożeń, które wpływają na jakość życia na badanym obszarze. Prezentowana poniżej analiza została przygotowana z naciskiem na sferę gospodarczą, ponieważ właśnie ta sfera ma kluczowy wpływ na sytuację społeczno – gospodarczą i w rozwoju gospodarczym należy upatrywać możliwości polepszenia tej sytuacji.

W tabeli poniżej zestawiono silne i słabe strony powiatu, oraz szanse i zagrożenia związane z jego rozwojem ustalone wspólnie z Komitetem Rozwoju Lokalnego i poddane weryfikacji przez autorów.

Silne strony	Szanse
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Położenie geograficzne, korzystna lokalizacja, bliskość Krakowa i Katowic, ▪ Dobrze rozwinięta sieć komunikacyjna, bliskość autostrady, ▪ Istnienie wolnych terenów inwestycyjnych, ▪ Park Przemysłowy, ▪ Dostęp do dobrze wykwalifikowanego, konkurencyjnego cenowo kapitału ludzkiego, ▪ Bliskość rynków zbytu, ▪ Dobre zaplecze edukacyjne, ▪ Istnienie dobrze rozwiniętej infrastruktury technicznej, ▪ Atrakcyjne tereny do działalności rekreacyjno-turystyczno-sportowej. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rozwój instytucji wsparcia MSP – powołanie lokalnego funduszu pożyczkowego i poręczeniowego, ▪ Zmiany w prawodawstwie dotyczącym prowadzenia działalności gospodarczej, ▪ Tereny rolnicze pod uprawy roślin z przeznaczeniem na biopaliwa, ▪ Rozwój funkcji turystyczno-rekreacyjnej powiatu, ▪ Pojawienie się nowych źródeł finansowania w związku z integracją europejską, ze szczególnym uwzględnieniem funduszy strukturalnych, ▪ Działania zmierzające do zintegrowania przedsiębiorców, ▪ Ożywienie i rozwój działających organizacji i stowarzyszeń obsługujących przedsiębiorców.

Słabe strony	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Słaby przepływ informacji między władzami powiatu a lokalnie operującymi przedsiębiorcami i mieszkańcami, ▪ Wysoka stopa bezrobocia, wysoki odsetek osób dotkniętych bezrobociem chronicznym i długotrwałym, ▪ Słabe poczucie bezpieczeństwa na terenie powiatu, ▪ Brak kanalizacji, ▪ Tereny inwestycyjne – nieuzbrojone i o nieregulowanym statusie prawnym, ▪ Brak lokalnego kapitału, ▪ Zły stan dróg, ▪ Bardzo zły stan środowiska na terenie powiatu, bardzo zanieczyszczone wody oraz atmosfera, duża ilość składowisk odpadów przemysłowych. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Malejące zainteresowanie terenami rolniczymi, ▪ Zła koniunktura gospodarcza, ▪ Brak spójnych aktów prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej, ▪ Nowe regulacje prawne związane z ochroną środowiska, konieczność dostosowywania istniejących standardów do wymogów unijnych, co wiąże się z koniecznością poniesienia znacznych nakładów, ▪ Nowe regulacje prawne związane z akcesją do UE, ▪ Wymagania programów pomocowych dotyczące finansowego wkładu własnego samorządów, ▪ Zmniejszająca się konkurencyjność firm z sektora przemysłowego, co może prowadzić do ich zamykania i w konsekwencji do wyższej stopy bezrobocia, ▪ Zwiększenie się konkurencyjności rynku w związku z integracją europejską, ▪ Po akcesji do UE – konieczność wyłożenia środków na spełnienie standardów unijnych.

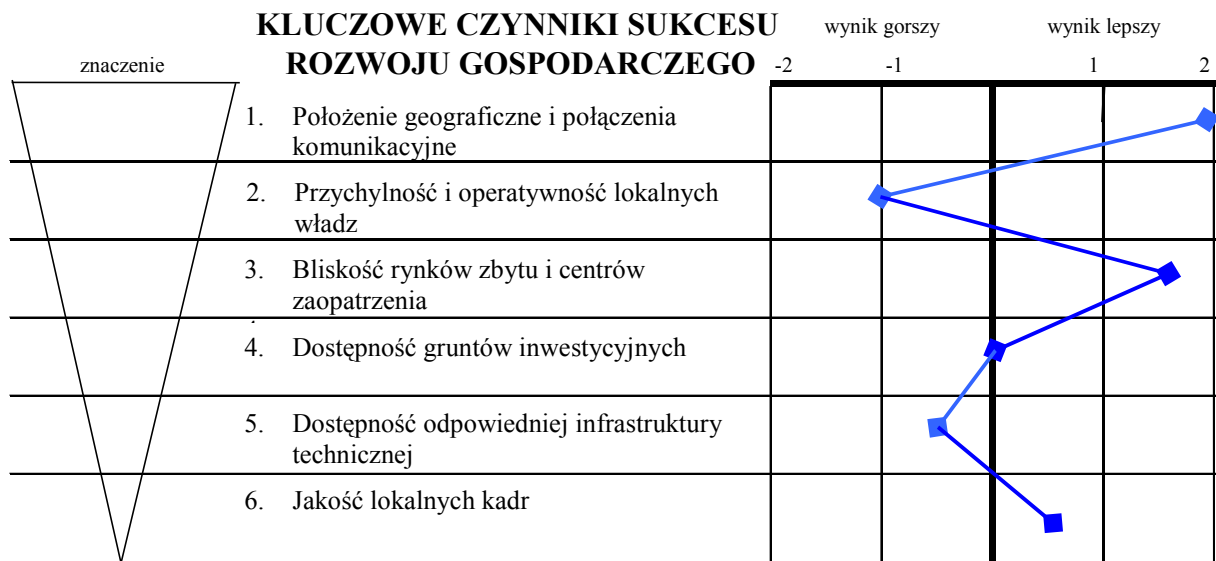
1.10. Analiza Benchmarking'u (Kluczowe Czynniki Sukcesu)

Podstawową funkcją metody analizy Benchmarking'u jest pozycjonowanie obiektu (w tym wypadku powiatu chrzanowskiego) ze względu na wybrane kluczowe czynniki sukcesu, względem obiektu konkurencyjnego (konkurencyjny powiat). W pierwszym etapie wybierane są te czynniki, które mają rangę priorytetowych dla osiągnięć powiatu pod względem danego problemu, a w kolejnym dokonuje się porównania osiągnięć badanego obszaru z osiągnięciami powiatu będącego pierwszoplanowym w tym względzie. Efektem jest wykres pozycjonowania, który wskazuje jak przedstawia się sytuacja interesującego nas powiatu na tle powiatu najlepiej rozwiniętego.

Dla zdiagnozowania sytuacji powiatu chrzanowskiego wyznaczono Kluczowe Czynniki Sukcesu, które decydują o rozwoju gospodarczym powiatu. Za najbardziej istotne czynniki sukcesu uznano (w kolejności hierarchicznej):

1. Położenie geograficzne i połączenia komunikacyjne
2. Przychylność i operatywność lokalnych władz
3. Bliskość rynków zbytu i centrów zaopatrzenia
4. Dostępność gruntów inwestycyjnych
5. Dostępność odpowiedniej infrastruktury technicznej
6. Jakość lokalnych kadr.

Rysunek nr 2



Jak wynika z rysunku benchmarkingu, sytuacja powiatu chrzanowskiego jest w przypadku dwóch czynników sukcesu nieco gorsza niż w konkurencyjnych powiatach. Gorzej niż w innych powiatach oceniona została o przychylność i operatywność lokalnych władz oraz dostępność odpowiedniej infrastruktury technicznej powiatu chrzanowskiego. Władzom lokalnym zarzucano brak dostatecznych działań wspierających przedsiębiorczość. Na tym samym poziomie w porównaniu z innymi powiatami eksperci ocenili dostępność gruntów inwestycyjnych w powiecie. Z drugiej strony, autorzy opracowania zdecydowali się na wskazanie zdecydowanej przewagi lokalizacyjnej powiatu. Powiat chrzanowski wypada również bardzo dobrze, jeśli chodzi o bliskość rynków zbytu i centrów zaopatrzenia. Eksperci nieco lepiej w porównaniu z innymi konkurencyjnymi powiatami ocenili jakość kadr powiatu chrzanowskiego, a to ze względu na bliskość dużych ośrodków kształcenia.

1.11. Misja

Misja jest przewodnią myślą, której zadaniem jest pobudzanie do działania oraz wyznaczanie kierunków możliwych działań dla najskuteczniejszego rozwoju powiatu chrzanowskiego. Na jej podstawie opracowywane są projekty, mające w zamyśle długoletnie działania, by w ich rezultacie otrzymać stan optymalny odpowiadający oczekiwaniom mieszkańców. Osiągnięcie takiego stanu rzeczy powinno być motywem przewodnim wszelkich działań podejmowanych zarówno przez władze powiatu, jak i jego społeczność. Powyższa sugestia pozwala sądzić, że wszelkie cele strategiczne wynikać i odnosić się będą do zadeklarowanej misji.

Dla powiatu chrzanowskiego charakter misji przybrało hasło:

Misja powiatu chrzanowskiego
<i>Powiat chrzanowski – miejsce o wysokim potencjale gospodarczym, przyjazne do życia i pracy.</i>

1.12. Cele strategiczne

Autorzy opracowania wraz z członkami Komitetu Rozwoju Lokalnego ustalili listę celów strategicznych, będących punktem wyjścia do opracowania konkretnych działań i przedsięwzięć ukierunkowanych na rozwój gospodarczy powiatu chrzanowskiego.

Cele strategiczne powiatu chrzanowskiego
<ol style="list-style-type: none">1. <i>Ożywienie gospodarcze</i>2. <i>Polepszenie współpracy pomiędzy lokalną władzą a przedsiębiorcami</i>3. <i>Utworzenie nowych miejsc pracy</i>4. <i>Dostosowanie zakresu i poziomu edukacji do potrzeb rynku</i>

2. WYNIKI PRZEPROWADZONYCH ANALIZ

2.1. Metodologia pracy

Podczas spotkania członków Komitetu Rozwoju Lokalnego ustalono listę celów strategicznych. Określenie tychże celów wynika po części z wcześniejszej identyfikacji problemów stanowiących podstawę analiz i rozważań dotyczących zasadności podejmowanych zadań. Prezentacja problemów, utożsamianych zazwyczaj z niezaspokojonymi potrzebami, wyznacza kierunki rozwoju powiatu zorientowane m.in. na ich zniwelowanie. Taki sposób dochodzenia do celów nawiązuje do strategii naturalnej, zorientowanej na bezpośrednią reakcję na pojawiające się problemy i poszukiwanie rozwiązań przy wykorzystaniu dotychczasowych doświadczeń.

Kluczowymi obszarami rozwoju okazały się: mała i średnia przedsiębiorczość, edukacja, alternatywy dla rolnictwa oraz przemysłu, współpraca między przedsiębiorcami a władzą. Sformułowane cele strategiczne w wymienionych obszarach rozwoju powiatu, przyjętych jako priorytetowe, to:

- Ożywienie gospodarcze;
- Polepszenie współpracy pomiędzy lokalną władzą a przedsiębiorcami;
- Utworzenie nowych miejsc pracy;
- Dostosowanie zakresu i poziomu edukacji do potrzeb rynku.

Kolejnym etapem prac była szczegółowa analiza ustalonych celów. Uznano, że najefektywniejszą metodą analizy poszczególnych celów będzie pozycjonowanie powiatu pod względem kluczowych czynników sprzyjających osiągnięciu danego celu. W wyniku prac eksperckich każdemu celowi przypisano listę pięciu lub sześciu czynników, które powinien posiadać powiat aby osiągnąć postawiony przed nim cel. Następnie oceniono w skali od -2 do 2 powiat chrzanowski na tle innych, konkurencyjnych powiatów o zbliżonej charakterystyce. Prace te pozwoliły nakreślić kluczowe obszary, które muszą zostać ulepszone by postawione cele mogły zostać szybciej osiągnięte.

Następnie podsumowano słabe i mocne strony powiatu chrzanowskiego, ze szczególnym uwzględnieniem tych, które sprzyjają, bądź nie, osiągnięciu danego celu.

Podobnie postąpiono z oceną otoczenia powiatu, czyli z czynnikami zewnętrznymi. Analizowano i dokonywano oceny szans i zagrożeń stojących przed powiatem, które można wykorzystać w przyszłości ale także i te czynniki ryzyka, z którymi należy się liczyć.

Przeprowadzone analizy oparte były w dużej części na wnioskach wyciągniętych z przeprowadzonych badań ankietowych, a także na informacjach zebranych podczas prac w etapie B. Większość zagadnień była konsultowana z odpowiednimi jednostkami w Starostwie Powiatowym.

Dokument „Wyniki Przeprowadzonych Analiz” kończy podsumowanie informacji oraz analiz powiatu i gmin dla celów studium.

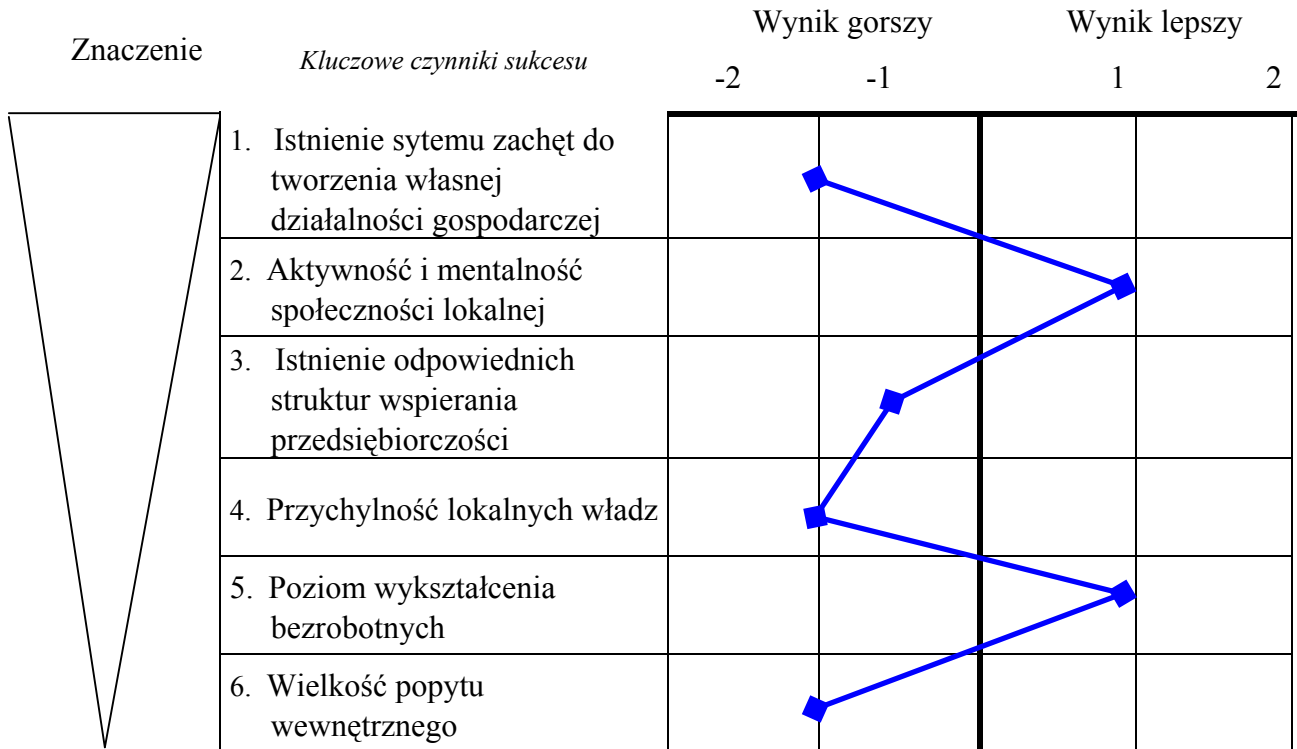
2.2. OŻYWIENIE GOSPODARCZE

2.2.1. ANALIZA BENCHMARKING’U

Powiat chrzanowski należy do powiatów uprzemysłowionych o raczej niewielkich tradycjach rolniczych. Duży odsetek mieszkańców powiatu znajduje zatrudnienie w branżach takich jak przemysł czy budownictwo. Mniejszy jest odsetek osób zatrudnionych w usługach. Sytuacja taka jest niekorzystna z uwagi na zagrożenie jakim jest konieczność restrukturyzacji często nierentownych obiektów przemysłowych. Niesie to ze sobą możliwość dalszego wzrostu stopy bezrobocia. Również branża budowlana może przeżyć recesję w związku z możliwością nałożenia na materiały budowlane podstawowej stawki podatku od towarów i usług (VAT). Może to istotnie zahamować popyt na takie usługi nie tylko na terenie powiatu, ale całego kraju. Ożywienie gospodarcze musi być więc determinowane przez system zachęt do podejmowania własnej działalności gospodarczej na terenie powiatu chrzanowskiego, jak również przez odpowiednie struktury wspierające przedsiębiorczość.

Wyniki pozycjonowania w ramach celu strategicznego „ożywienie gospodarcze” przedstawia rysunek nr 1.

Rysunek nr 1



Za czynnik mający kluczowe znaczenie dla ożywienia gospodarczego w powiecie chrzanowskim uznano istnienie systemu zachęt do tworzenia własnej działalności gospodarczej. System ten, ma na celu ułatwienie rozpoczęcia działania przedsiębiorcy na lokalnym rynku. Uznano, że ważne są takie ułatwienia jak obniżone stawki podatków lokalnych, opłat oraz różnego rodzaju preferencje podatkowe, stworzenie systemu przyjaznej obsługi administracyjnej. Często, mimo chęci do rozpoczęcia działalności gospodarczej, młodego przedsiębiorcę przeraża ilość formalności jakie przed nim stoją. Istotnym elementem jest również możliwość uzyskania mikropożyczki na rozwój działalności. Należy pamiętać, że na rozpoczęcie działalności przedsiębiorca nie może uzyskać kredytu, a inne formy pozyskiwania źródeł finansowania zewnętrznego, nie dość, że są trudnodostępne, to często wiążą się z dużym ryzykiem lub wysokim oprocentowaniem. Rynek pracy może być również pobudzany za pomocą dotowania firm tworzących nowe miejsca pracy. Z uwagi na brak większości wymienionych wyżej ułatwień, zespół ekspercki ocenił powiat chrzanowski gorzej od innych powiatów pod względem ilości oferowanych zachęt do rozpoczynania działalności gospodarczej (ocena -1).

Kolejnym elementem mającym wpływ na ożywienie gospodarcze w powiecie jest aktywność i mentalność społeczności lokalnej. Czynnik ten, oceniono powyżej średniej

krajowej, lepiej niż w pozostałych, konkurencyjnych powiatach (ocena +1). O wzmożonej aktywności społeczności świadczy znaczna przewaga liczby podmiotów gospodarczych rejestrujących własną działalność nad liczbą podmiotów wyrejestrowywanych. Równie pozytywnie należy ocenić mentalność społeczności lokalnej. Pewnym zagrożeniem są tradycje regionu, czyli przywiązanie do przemysłu i do zorganizowanych form pracy. W związku z tym, istnieje potrzeba bardzo wczesnego kształtowania postaw przedsiębiorczych, np. już w szkole podstawowej. Należy położyć nacisk na ciągłą zmianę mentalności ludności, która przedsiębiorczość powinna kojarzyć z sukcesem oraz determinantą rozwoju lokalnego.

Trzecim czynnikiem decydującym o powodzeniu ożywienia gospodarczego w powiecie, jest istnienie odpowiednich struktur wspierania przedsiębiorczości. Wprawdzie powiat chrzanowski dysponuje dość rozwiniętym zapleczem finansowo-technicznym, to jest ono wciąż zbyt ubogie, by w sposób istotny móc wspomóc rozwój gospodarczy powiatu. Badania ankietowe przeprowadzone wśród przedsiębiorców w czasie tworzenia „Diagnozy i projekcji sytuacji społeczno-ekonomicznej powiatu chrzanowskiego” pokazały, że największa część respondentów była zdania, iż w pierwszej kolejności władze powinny „przeznaczyć środki z budżetu powiatu na stworzenie narzędzi wspierania przedsiębiorczości (pożyczki, poręczenia itp.)”. Takie wskazania można traktować jako apel skierowany do władz lokalnych, aby pomoc dla lokalnych firm przyjęła możliwie wymierny efekt. Potwierdza to wcześniej przytoczoną opinię, że w powiecie albo brakuje informacji na temat istniejącego systemu wspierania przedsiębiorczości, albo system ten jest niedostatecznie rozwinięty. Należy również rozważyć tworzenie, na poziomie powiatu, funduszu poręczeń kredytowych, czy funduszu pożyczkowego. Inicjatywy takie są stosunkowo młode i w większości powiatów są słabo rozwinięte. Jednakże w porównaniu z innymi powiatami powiat chrzanowski wypada nieco gorzej (ocena - ½).

Jako kolejny pod względem istotności czynnikiem decydujący o sukcesie powiatu uznano przychylność i operatywność lokalnych kadr. Temat ten został już poruszony na etapie prac w etapie B – podczas tworzenia „Diagnozy i projekcji...”. Uznano wtedy, że władze lokalne odpowiedzialne są w dużym stopniu za stworzenie klimatu przyjaznego inwestorom, jak również lokalnie operującym przedsiębiorcom. Niestety, ocena tego czynnika przez potencjalnego inwestora jest bardzo trudna, ponieważ jest on niekwantyfikowalny. Autorzy opracowania opierali się w większości na doświadczeniach przedsiębiorców z powiatu chrzanowskiego. Pewnym utrudnieniem był fakt, że zdania były podzielone.

Z jednej strony wskazywano na brak działań wspierających przedsiębiorczość, a z drugiej na małe zainteresowanie takimi działaniami ze strony samych przedsiębiorców. Negatywnie ocenić można fakt nienajlepszego przepływu informacji pomiędzy władzami powiatu, a przedsiębiorcami oraz występujący często brak konsultacji w podejmowanych decyzjach. Bardzo negatywnie oceniono brak współpracy na poszczególnych szczeblach władzy, co niestety często jest sporym utrudnieniem nawet dla operatywnych władz lokalnych. Ogólnie na podstawie nastrojów i wyrażonych opinii, powiat chrzanowski oceniono na poziomie nieco gorszym od innych porównywalnych powiatów (ocena -1).

Za piąty czynnik sukcesu decydujący o ożywieniu gospodarczym uznano „poziom wykształcenia bezrobotnych”. Jak wiadomo, inicjatywy założenia własnej działalności gospodarczej są podejmowane częściej przez osoby bezrobotne aniżeli osoby posiadające stałe zatrudnienie. Wynika to często z niemożliwości podjęcia innej, stałej pracy. Elementem decydującym o powodzeniu takiego przedsięwzięcia jest poziom wykształcenia osób bezrobotnych. Oczywistym jest, że im lepiej wykształcona jest osoba podejmująca działalność tym większe ma szanse na poradzenie sobie w tak turbulentnym środowisku. Często zdarza się, że młody przedsiębiorca, nie dość, że musi być specjalistą w swojej dziedzinie, to dodatkowo musi się wykazać zdolnościami organizacyjnymi oraz podstawową wiedzą na temat księgowości, podatków itp. Poziom wykształcenia osób bezrobotnych na terenie powiatu chrzanowskiego oceniony został lepiej niż w innych konkurencyjnych powiatach. Na terenie całego kraju najliczniejszą grupą osób pozostających bez pracy są osoby o najniższym wykształceniu, podobnie jest na terenie powiatu chrzanowskiego, jednak odsetek ten jest niższy niż średnio w kraju i w województwie. Wyższy jest natomiast odsetek osób o wykształceniu średnim bądź policealnym. Sytuacja taka pozwala ocenić powiat lepiej niż inne powiaty (ocena +1).

Ostatnim ale nie najmniej ważnym elementem, jest wielkość popytu wewnętrznego. Czynnik ten jest determinantą szerokości lokalnego rynku zbytu. Im większy popyt zgłaszają mieszkańcy powiatu na dane usługi czy dobra, tym więcej firm jest w stanie utrzymać się z ich świadczenia bądź produkcji. Niestety wielkość popytu wewnętrznego na terenie powiatu chrzanowskiego została oceniona gorzej niż w innych powiatach (ocena -1). Wpływ na to ma relatywnie mała siła nabywcza ludności. Jest ona związana z ogólnokrajową tendencją do oszczędzania oraz dużym zagrożeniem bezrobociem, które ogranicza w dość istotny sposób konsumpcję dóbr na terenie powiatu. W badaniach ankietowych ponad 60% przedsiębiorców uznało siłę nabywczą ludności za minus prowadzenia działalności gospodarczej na terenie

powiatu. W związku z taką oceną wystawioną przez lokalnie operujących przedsiębiorców, eksperci zdecydowali się ocenić powiat chrzanowski niżej od innych powiatów.

Ogólna ocena możliwości osiągnięcia danego celu strategicznego jakim jest ożywienie gospodarcze – wypada raczej niekorzystnie. Należy jednak zauważyć, że czynniki, które zostały ocenione gorzej niż przeciętnie mają charakter przede wszystkim organizacyjno-techniczny. Działania władz powiatu mające na celu poprawę np. systemu zachęt do tworzenia własnej działalności gospodarczej, czy też stworzenia odpowiednich struktur wspierania przedsiębiorczości, nie wymagają ponoszenia wysokich kosztów. Dodatkowo, ich usprawnienie przyczyni się w bardzo dużym stopniu do prawdopodobieństwa osiągnięcia celu, jakim jest ożywienie gospodarcze.

2.2.2. ANALIZA SWOT

<i>Mocne strony</i>	<i>Słabe strony</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Wieloletnie tradycje przedsiębiorczości na tym obszarze; • Doskonała dostępność komunikacyjna dzięki autostradzie A4 i węzłowi kolejowemu w Trzebini; • Korzystne położenie geograficzne - bliskość rynków surowców, zagranicznych rynków zbytu; • Bogata oferta terenów inwestycyjnych; • Dobrze rozwinięta infrastruktura: gęsta sieć dróg, wysokie wskaźniki wyposażenia powiatu w sieć wodociagową, gazową, kanalizacyjną; • Ponadprzeciętna zamożność powiatu; • Lepsza niż średnio w Polsce struktura wykształcenia bezrobotnych: więcej spośród nich ma wykształcenia średnie i wyższe, a mniej podstawowe i zasadnicze zawodowe; • Znaczna przewaga liczby podmiotów gospodarczych rejestrowanych nad wyrejestrowywanymi - w latach 1998-2002 przybyło ich blisko 2800; • Bliskość ośrodków akademickich 	<ul style="list-style-type: none"> • Niski poziom inwestycji w budżecie powiatu; • Wysoki odsetek bezrobotnych charakteryzujących dotkniętych bezrobociem chronicznym i długotrwałym; • Największy odsetek bezrobotnych posiada wykształcenie co najwyżej zasadnicze zawodowe; • Zły stan dróg krajowych, wojewódzkich, powiatowych i gminnych; • Słabość lokalnego zaplecza finansowego - brak preferencyjnych, korzystnych kredytów, specjalnej oferty dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw; • Ponadprzeciętny udział wydatków administracyjnych w wydatkach ogółem; • Mała operatywność jednostek wspierających przedsiębiorczość, polegających na udzielaniu informacji i konsultacji gospodarczych, organizowaniu szkoleń, pomocy w pozyskiwaniu finansowania ze środków pomocowych;

<p>w Krakowie i na Górnym Śląsku - dostępność wyższych szkół biznesowych.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Słabość lokalnych rynków zbytu: wskaźnik bezrobocia przekracza średnią krajową;• Słaba sytuacja ekonomiczna ludności zniechęca do zwiększania konsumpcji;• Dominująca rola przemysłu ciężkiego w gospodarce, którego znaczenie od lat maleje;• Brak zakładów usługowych i nowoczesnych technologii;• Niska skłonność do samozatrudnienia, podejmowania własnej działalności gospodarczej wśród mieszkańców;• Nieuregulowana sytuacja prawna gruntów inwestycyjnych.
---	--

<i>Szanse</i>	<i>Zagrożenia</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Polepszająca się koniunktura gospodarcza; • Wejście do Unii Europejskiej i pozyskanie środków w ramach funduszy strukturalnych na rozwój powiatu; • Otworzenie rynków zbytu po wstąpieniu Polski do UE; • Nowe zewnętrzne inwestycje gospodarcze w powiecie; • Wzrost innowacyjności i przedsiębiorczości wśród mieszkańców powiatu; • Zwiększony popyt wewnętrzny; • Zdobywanie nowych rynków przez przedsiębiorstwa z powiatu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kryzys gospodarczy w kraju i Europie; • Brak ze strony władz zainteresowania inicjatywami wspierającymi rozwój gospodarczy; • Marazm przedsiębiorców; • Brak wiedzy i umiejętności przedsiębiorców w zakresie wykorzystywaniu funduszy unijnych; • Niestabilna polityka władz centralnych w sprawach gospodarczych; • Wzrost konkurencji dla lokalnych przedsiębiorców po wstąpieniu Polski do UE; • Zwolnienia pracownicze związane z restrukturyzacją dominujących w powiecie branż przemysłowych; • Niesprzyjająca polityka chroniąca pracownika a nie pracodawcę – relatywnie wysokie koszty zatrudnienia.

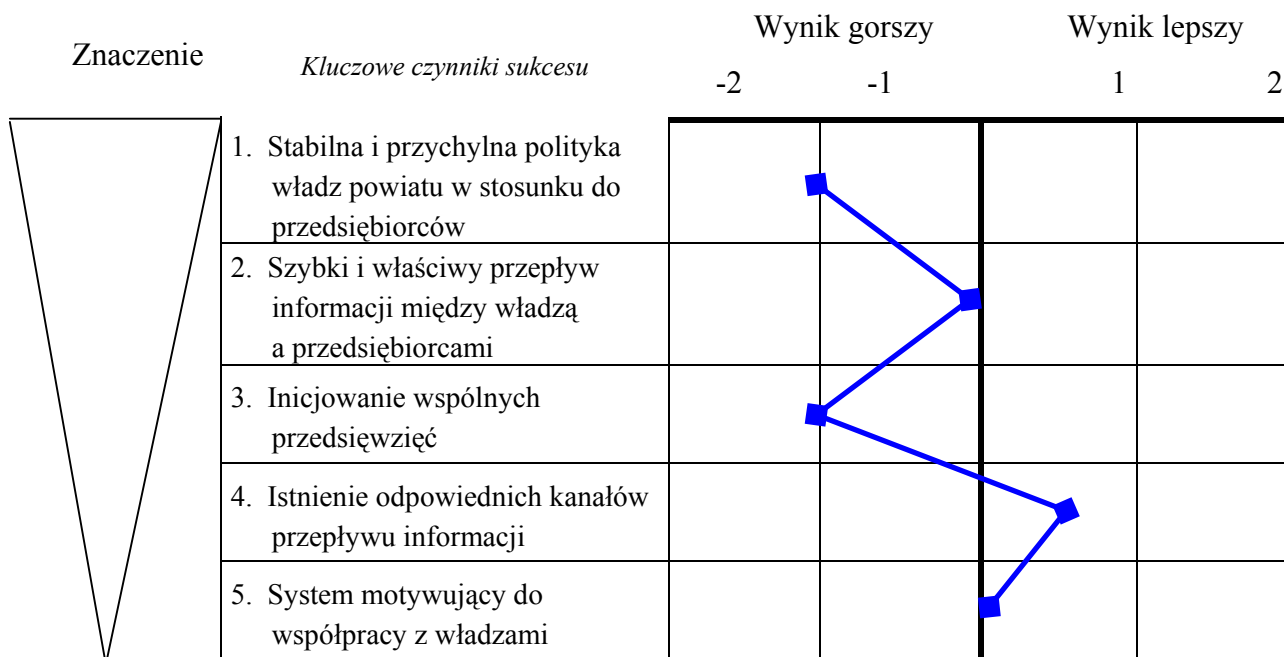
2.3. POLEPSZENIE WSPÓLPRACY POMIĘDZY LOKALNĄ WŁADZĄ A PRZEDSIĘBIORCAMI

2.3.1. ANALIZA BENCHMARKING’U

Dalszy rozwój powiatu chrzanowskiego, podobnie jak wielu innych powiatów, determinowany jest przez rozwój przedsiębiorczości. Jak już wcześniej wspomniano, ze względu na duże uprzemysłowienie powiatu, przedsiębiorczość wciąż nie stanowi domeny lokalnej ludności. Mieszkańcy nastawieni są wciąż raczej na pracę w dużych zakładach przemysłowych, niż na własną działalność. Świadczy o tym znakomicie wskaźnik - liczba podmiotów gospodarki narodowej przypadających na 1000 mieszkańców. Wiąże się to z dużym zatrudnieniem w pojedynczych zakładach czy też charakteryzuje się rozdrobnieniem i dużą liczbą podmiotów. W powiecie chrzanowskim w roku 2001 na 1000 mieszkańców przypadło 75,73 podmioty gospodarcze. W porównaniu ze wskaźnikiem dla całego województwa (83,52) jest to wynikiem dość niskim. Bardzo istotnym wydaje się być wspieranie rozwoju przedsiębiorczości na terenie powiatu. Aby stworzyć lokalnie operującym przedsiębiorcom jak najlepsze warunki do istnienia i dalszego rozwoju, konieczna jest ścisła współpraca pomiędzy władzami powiatu i poszczególnych gmin. Znając słabe i mocne strony lokalnych przedsiębiorców, jak również szanse i zagrożenia stojące przed nimi, władze powiatu są w lepszym stopniu przygotowane do wprowadzania zmian prowadzących do dalszego ożywienia. Jak pokazały badania ankietowe, przedsiębiorcy z terenu powiatu chrzanowskiego, w większości nie potrafią wskazać jakichkolwiek działań władz powiatowych, mających na celu poprawę kondycji lokalnych podmiotów gospodarczych. Taki wynik, niestety negatywnie rzutuje na działalność władz, ponieważ nawet jeśli podjęte działania były sensowne i mogły rzeczywiście poprawić stan przedsiębiorczości w powiecie, to jednak przedsiębiorcy o nich nie wiedzieli. Duża część respondentów oceniła działania władz jako niewłaściwe. Sytuację tę również należy ocenić bardzo niekorzystnie, ponieważ potwierdza ona tezę, o braku dobrych kanałów współpracy pomiędzy władzami a przedsiębiorcami.

Cel strategiczny „Polepszenie współpracy pomiędzy lokalną władzą a przedsiębiorcami” może być osiągnięty szybciej, przy założeniu, że powiat posiada pięć kluczowych czynników sukcesu. Dokładne pozycjonowanie powiatu dla tych właśnie czynników na tle innych powiatów przedstawia rysunek 3.

Rysunek 3



Głównym motorem intensywności i wszechstronności rozwoju małej i średniej przedsiębiorczości jest „stabilna i przychylna polityka władz powiatu w stosunku do przedsiębiorców”. Jej podstawowy wyznacznik to jasny i stabilny system ulg podatkowych, który bazuje w szczególności na ulgach w podatku od nieruchomości oraz ulgach dla nowych podmiotów gospodarczych z możliwością ich przedłużenia. Wysokość tych podatków oraz innych opłat leży w gestii władz gminnych, ale możliwe jest stworzenie wspólnej inicjatywy gmin i powiatu chrzanowskiego celem ujednoczenia systemu ulg. Czynniki ten został uznany przez ekspertów za kluczowy przy polepszaniu współpracy pomiędzy władzami powiatowymi, a lokalnie operującymi przedsiębiorcami. Sytuację na terenie powiatu oceniono na nieco niższym poziomie niż w innych powiatach (ocena -1). Nie ma, wprawdzie stworzonego wspólnego systemu wspierania przedsiębiorczości przez gminy i powiat, jednakże każda z gmin, oddzielnie, podejmuje w tym celu jakieś działania. Niestety przedsiębiorcy źle oceniają wysokość lokalnych opłat i podatków. Wśród respondentów częsta była również opinia na temat zbytniego formalizmu władz. Wyniki te przekładają się na gorszą ocenę powiatu chrzanowskiego względem innych powiatów.

Kolejnym czynnikiem uznanym za istotny jest szybki i właściwy przepływ informacji między władzą, a stałymi i potencjalnymi przedsiębiorcami, oraz organizacjami i stowarzyszeniami handlowymi, rzemieślniczymi itp. Przekazywane informacje powinny dotyczyć zarówno polityki realizowanej przez władze w stosunku do przedsiębiorców (polityka podatkowa, zarządzanie nieruchomościami), jak i zagrożeń dla lokalnego rynku.

Władze zapewniają o przepływie informacji pomiędzy nimi, a przedsiębiorcami, przede wszystkim poprzez władze gminne, Cech Rzemiosł Różnych oraz inne jednostki zrzeszające przedsiębiorców. Eksperci skonfrontowali te wypowiedzi z wynikami ankiet przeprowadzonych wśród przedsiębiorców. Prawie połowa osób, prowadzących własną działalność gospodarczą, nie potrafiła wskazać żadnych działań władz prowadzących do polepszenia kondycji lokalnie działających podmiotów. Wyniki przeprowadzonych badań wskazywałyby na bardzo małe zaangażowanie władz w komunikację z przedsiębiorcami, jednakże należy pamiętać, że często przedsiębiorcy nie są w ogóle zainteresowani działaniami władz i oceniają je bardzo subiektywnie, myśląc ogólnie złą sytuację krajową z sytuacją w powiecie. Zdecydowano się wyważyć opinie przedsiębiorców i władz i ocenić ten czynnik na poziomie tylko podobnym do innych powiatów (ocena 0).

Trzecim czynnikiem, ocenianym przez ekspertów, jest inicjowanie wspólnych przedsięwzięć. Jest to jedno z narzędzi służących umacnianiu dobrego klimatu dla przedsiębiorczości. Współpraca wszystkich środowisk, czyli władz, przedsiębiorców oraz izb, cechów i innych organizacji zrzeszających przedsiębiorców przy planach zagospodarowywania oraz inicjowanie wspólnych przedsięwzięć gospodarczych. Na bieżąco prowadzone są szkolenia dla przedsiębiorców, np. na temat możliwości pozyskiwania finansowania zewnętrznego z środków Unii Europejskiej, wypełniania wniosków itp. Są to działania bardzo potrzebne i należy ocenić je pozytywnie, brak jest natomiast działań, w których przedsiębiorcy mogliby wystąpić w roli partnera lub strony doradczej, przy podejmowaniu decyzji przez Starostwo Powiatowe. Inicjatywy takie, są bardzo dobrze oceniane przez lokalnie operujących przedsiębiorców, ponieważ pozwalają im poczuć wpływ ich zdania na politykę powiatu. Ze względu na niewielką liczbę działań o ograniczonym zakresie, czynnik ten oceniono gorzej niż w innych powiatach (ocena -1).

Następnym czynnikiem jest „istnienie odpowiednich przepływów informacji”. W dobie komputerów, telefonii komórkowej i internetu wypracowanie odpowiednich kanałów komunikacji jest sprawą osiągalną. Odpowiednie kanały muszą nie tylko docierać do jak największej liczby odbiorców, ale także gwarantować dobre zrozumienie komunikatu oraz ewentualną interakcję. Wymiana informacji nie powinna następować jedynie za pośrednictwem mediów: lokalnej telewizji, gazet, internetu ale także przez bezpośrednie spotkania i kontakty. Te ostatnie mają zasadnicze znaczenie, ponieważ pozwalają przedsiębiorcom występować w roli partnera do rozmów, a nie jedynie pasywnego odbiorcy komunikatu. Źródłem wiadomości może być również strategia rozwoju powiatu oraz plany

przestrzennego zagospodarowania. Dobry klimat dla przedsiębiorczości może być również zasługą działania stałego systemu przekazywania informacji dotyczących zamierzeń i planów władzy lokalnej. Przekazywanie informacji w ramach tego systemu może odbywać się za pośrednictwem np. lokalnej telewizji kablowej lub strony internetowej, nad którą pracuje specjalny zespół redakcyjny, żywo zainteresowany sprawami powiatu, dobrze znający sytuację. Powiat chrzanowski posiada odpowiednie zaplecze do stworzenia efektywnych kanałów przepływu informacji. Bardzo korzystnie należy ocenić stronę internetową powiatu, na której można znaleźć większość istotnych informacji na temat władz oraz ich działania. Brak jest natomiast stałych konsultacji z przedsiębiorcami, co było już wcześniej sygnalizowane. Ogólna ocena powiatu wypada nieco lepiej niż w innych takich jednostkach (ocena + ½).

Ostatnim czynnikiem, który może mieć wpływ na rozwój współpracy z przedsiębiorcami, jest odpowiedni system motywacji. Konsultacje z przedstawicielami Starostwa pozwalają stwierdzić, że często, mimo prób podjęcia kontaktu z przedsiębiorcami, spotykają się z małym odzewem. Dzieje się tak, z powodu panującego poczucia fatalizmu wśród przedsiębiorców, którzy uważają, że i tak nie są w stanie wpłynąć na sytuację w powiecie, ponieważ „nic od nich nie zależy”. Należy więc kształtować wśród mieszkańców w tym przedsiębiorców postawę aktywną oraz przekonanie, że ich zdanie jest ważne dla władz. Można to uzyskać, poprzez interaktywne spotkania z przedstawicielami biznesu oraz docenianie działań, podejmowanych na rzecz rozwoju gospodarczego, np. przez przyznawanie nagrody dla najbardziej przedsiębiorczych mieszkańców powiatu. Wszelkie tego typu działania, powinny mieć na celu kształtowanie świadomości przedsiębiorców i władz lokalnych co do obopólnych korzyści wynikających ze współpracy. Eksperti ocenili powiat chrzanowski na tym samym poziomie co inne powiaty (ocena 0). Niestety fakt ten, należy rozumieć w dwojaki sposób. Co prawda powiat chrzanowski nie jest gorszy pod względem systemu motywacji do współpracy z władzami od innych powiatów, ale na terenie całego kraju systemy takie są w większości niedopracowane i trudno jest znaleźć idealny przykład jak taki system powinien funkcjonować. Nie oznacza to bynajmniej, że prace nad stworzeniem takiego systemu nie powinny być podejmowane, wręcz przeciwnie. Brak inicjatywy ze strony Starostwa zostanie oceniony znacznie gorzej niż jakiegokolwiek próby nawiązania kontaktu, mimo iż w początkowej fazie mogą one przynosić mało wymierne rezultaty.

Ogólna ocena możliwości osiągnięcia celu wypada umiarkowanie. Powiat chrzanowski posiada wszelkie predyspozycje do nawiązania współpracy, takie jak: istnienie odpowiednich kanałów przepływu informacji, odpowiednie struktury odpowiedzialne za przepływ informacji (Wydział Promocji i Integracji z Unią Europejską). Potrzebne są dodatkowo inicjatywy ze strony władz, przekonywujące przedsiębiorców o celowości takich działań.

2.3.2. ANALIZA SWOT

<i>Mocne strony</i>	<i>Słabe strony</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Wykorzystanie inicjatyw Starostwa Powiatowego wspierających rozwój przedsiębiorstw; • Zapotrzebowanie ze strony przedsiębiorców na konkretne działania, podejmowane przez władze powiatu, które przyczynią się do polepszenia możliwości prowadzenia działalności gospodarczej; • Świadomość przedsiębiorców i władz lokalnych z obopólnych korzyści wynikających z ich współpracy; • Społeczne oczekiwania współdziałania wszystkich stron mogących się przyczynić do rozwoju powiatu; • Konieczność polepszenia współpracy, w celu jak najpełniejszego wykorzystywania środków z funduszy strukturalnych UE, ukierunkowanych na wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw; • Konieczność stworzenia forum, które szukałoby sposobów wspierania rozwoju gospodarczego powiatu i mogło być silnym partnerem w rozmowach na szczeblu ponadlokalnym - regionalnym i krajowym; 	<ul style="list-style-type: none"> • Trudności organizacyjne; • Znaczne rozdrobnienie przedsiębiorców (ponad 10.000 zarejestrowanych podmiotów) i ich niechęć do organizowania się; • Znaczna niejednorodność środowiska przedsiębiorców: większość to drobne spółki prowadzone przez osoby fizyczne, istnieją też bardzo duże zakłady przemysłu ciężkiego. Wynika z tego m.in. silne zróżnicowanie celów i oczekiwań; • Słabe zainteresowanie przedsiębiorców działalnością władz samorządowych; • Niska wiedza nt. kompetencji i realnych możliwości działania władz powiatowych; • Krytyczna ocena dotychczasowych działań władz; • Osobiste i polityczne awersje przedsiębiorców i władz samorządowych;

<i>Szanse</i>	<i>Zagrożenia</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Rozwój nowoczesnych środków komunikacji pozwalających na sprawną wymianę informacji; • Odgórne inicjatywy mające na celu zacieśnienie współpracy między lokalnymi władzami a przedsiębiorcami. 	<ul style="list-style-type: none"> • Zmiana władz samorządowych na silniej zantagonizowane ze środowiskiem przedsiębiorców; • Zmiany ustrojowe państwa: w kierunku centralizacji (i spadku znaczenia samorządów) lub decentralizacji (i pojawienia się chaosu kompetencyjnego); • Brak zainteresowania ze strony władz inicjatywami wspierającymi rozwój gospodarczy.

2.4. Utworzenie nowych miejsc pracy

2.4.1. Analiza benchmarking'u

Utworzenie nowych miejsc pracy na terenie powiatu jest postrzegane przez jego mieszkańców oraz operujących w nim przedsiębiorców jako najlepszy wskaźnik rozwoju gospodarczego powiatu. Należy pamiętać, że w związku z postępem technicznym, jaki dokonał się w ciągu ostatnich dziesięcioleci, coraz mniejsze zasoby pracowników są potrzebne by wytworzyć dane produkty czy usługi. Według powszechnego mniemania najłatwiej jest stworzyć nowe miejsca pracy poprzez zachęcenie dużych inwestorów do zbudowania zakładów produkcyjnych na terenie powiatu. Jest to oczywiście duża szansa dla powiatu, ale należy pamiętać, że tego typu inwestycje wiążą się z zatrudnieniem jedynie niewielkiego odsetku bezrobotnych osób. Wielkie zagraniczne koncerny, budując swoje zakłady produkcyjne poszukują najczęściej wysoce wykwalifikowanych specjalistów: w dziedzinie nowych technologii, zarządzania czy finansów. Również sfera czysto produkcyjna wiąże się z wykorzystaniem wysoce wyspecjalizowanych systemów i linii produkcyjnych. Struktura osób bezrobotnych, jest niestety bardzo niekorzystna dla potencjalnych inwestorów, gdyż około 70 % bezrobotnych posiada wykształcenie zasadnicze zawodowe bądź niższe. Nie stanowi więc ona zachęty dla inwestorów, a tym samym nie rozwiązuje problemu wysokiej stopy bezrobocia w powiecie. Najlepszym i sprawdzonym rozwiązaniem jest wspieranie małej i średniej przedsiębiorczości, w której zatrudnienie odbywa się, w większej mierze, na podstawie znajomości potencjalnego pracownika a nie na podstawie zawartości jego życiorysu. Osiągnięcie tego celu związane jest ze wzrostem ogólnej liczby miejsc pracy o ok.10 % w działalnościach pozarolniczych. Zależać będzie ono od przekształceń gospodarczych związanych z modernizacją i unowocześnieniem rolnictwa, przetwórstwa i przemysłu w powiecie. Ważną rolę pełnić ma tu stymulacja rozwoju lokalnych firm i wzrost liczby miejsc pracy, osiągnięte poprzez wszechstronną pomoc małym i średnim firmom oraz początkującym przedsiębiorcom, intensyfikację wykorzystania nieczynnych obiektów i ziemi oraz ich udostępnienie dla rozwoju gospodarczego. Wsparciem ma być poszukiwanie inwestorów i dostosowanie systemu nauczania do potrzeb rynku pracy w regionie, w tym:

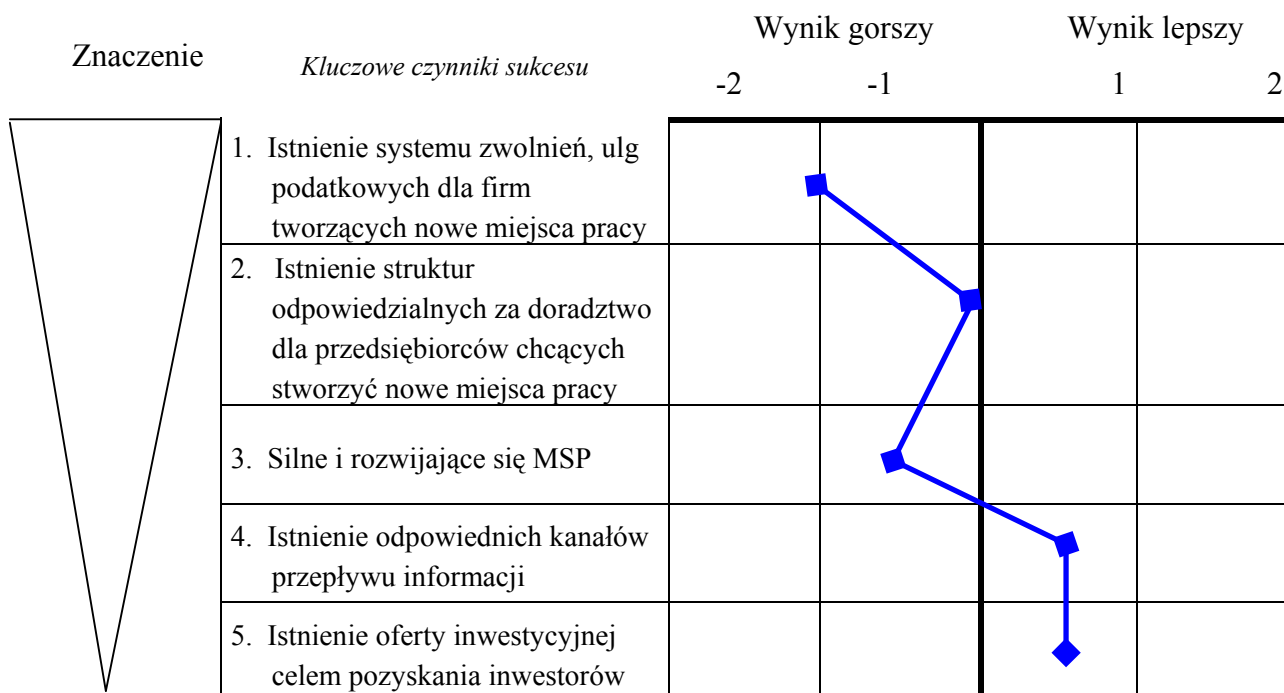
- ukierunkowanie na nowe techniki i kierunki nauczania. Wprawdzie jest to tendencja ogólnokrajowa, aby kształcić osoby w kierunkach przyszłościowych, często związanych z nowoczesnymi technologiami, jednakże w przypadku powiatu

chrzanowskiego, nie stwierdzono² nisz zawodowych, czyli zawodów, które byłyby zapotrzebowane, a które nie byłyby kształcone na terenie powiatu. Często jest tak, że kwalifikacje bezrobotnych są wyższe od wymaganych, jednakże zbyt duża podaż na rynku pracy nie pozwala im znaleźć zatrudnienia.

- konsultacje z pracodawcami odnośnie potrzeb i wymagań wobec nowozatrudnionych osób,
- kreowanie aktywnych postaw odnośnie poszukiwania pracy,
- zapoznanie młodzieży z możliwością samoorganizacji pracy.

Wyniki pozycjonowania w ramach celu strategicznego „Stworzenie nowych miejsc pracy” przedstawia poniższy rysunek.

Rysunek nr 3.



Jak już wcześniej wspomniano, istnienie odpowiedniego systemu zwolnień oraz ulg podatkowych jest kluczowym narzędziem wspierania rozwoju przedsiębiorczości. Istotne jest więc, aby przy opracowywaniu wspólnej polityki podatkowej, uwzględnić w niej firmy tworzące nowe miejsca pracy. System ten powinien przede wszystkim stwarzać możliwość

² Na podstawie raportu „Analiza rynku pracy w kontekście zapotrzebowania na określone zawody”.

udzielania korzystnych kredytów i pożyczek, rozkładania spłat należności, umarzania podatku od nieruchomości firmom rokującym rozwój, czy też tworzenie nowych miejsc pracy. Jego tworzenie powinno zaś być poprzedzone dokładną analizą finansową. Kluczowe jest również, opracowanie systemu stałej komunikacji z przedsiębiorcami tworzącymi nowe miejsca pracy. Elementy te, zostały dokładnie ocenione przy analizie celu „ożywienie gospodarcze” oraz „polepszenie współpracy pomiędzy władzą lokalną a przedsiębiorcami”. Ocena tego czynnika stawia powiat chrzanowski poniżej innych powiatów (ocena –1).

Kolejnym czynnikiem, mającym wpływ na tworzenie nowych miejsc pracy jest istnienie struktur, odpowiedzialnych za doradztwo dla przedsiębiorców, chcących stworzyć nowe miejsca pracy. Komórka taka, może współpracować z Powiatowym Urzędem Pracy lub bezpośrednio ze Starostwem. Do jej zadań należałoby stworzenie listy źródeł pozyskiwania środków finansowych dla przedsiębiorców tworzących nowe miejsca pracy. Doradztwem takim zajmują się również Punkty Konsultacyjno-Doradcze (PKD), działające w ramach akredytacji udzielanych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. Wprawdzie na terenie powiatu działa taki punkt, jednakże jego działalność nie jest dobrze oceniana. Również usługi świadczone przez ten punkt nie cieszą się wśród przedsiębiorców popularnością. Celowym wydaje się promowanie uzyskiwania porad i konsultacji wśród lokalnych biznesmenów. Powiat chrzanowski został oceniony na poziomie podobnym do innych powiatów (ocena 0), gdyż wprawdzie są tu podejmowane zadania, ale nie przynoszą one wymiernych korzyści.

Trzecim czynnikiem wybranym przez ekspertów jest „silna i rozwijająca się mała i średnia przedsiębiorczość”. Jak wspomniano przy opisie celu, to właśnie przedsiębiorcy zatrudniający do 250 osób mają kluczowe znaczenie przy walce z bezrobociem i tworzeniu nowych miejsc pracy. Z uwagi na silne uprzemysłowienie regionu oraz istnienie dużych firm zatrudniających wiele osób, teren powiatu nie ma silnych tradycji związanych z przedsiębiorczością. Niestety, coraz bardziej realna wizja zamykania ośrodków przemysłowych, ich dogłębna restrukturyzacja może nieść ze sobą kolejne zwolnienia i powiększającą się liczbę osób bezrobotnych. Dlatego tak istotne jest wspieranie postaw przedsiębiorczych. Powiat chrzanowski nie może poszczycić się silnymi małymi i średnimi podmiotami gospodarczymi. Środowisko przedsiębiorców jest bardzo niejednorodne: większość z nich to drobne podmioty prowadzone przez osoby fizyczne, ale istnieje też sporo dużych zakładów. Mają one bardzo zróżnicowane cele i oczekiwania, dlatego trudno jest stworzyć wspólną wizję ich rozwoju. Liczba przedsiębiorstw w przeliczeniu na 1000

mieszkańców jest wciąż dość niska, dlatego ten czynnik oceniono nieznacznie poniżej poziomu innych powiatów (ocena – ½).

Kolejnym czynnikiem wskazanym przez ekspertów jest „istnienie odpowiednich kanałów przepływu informacji”. Czynnik ten został omówiony już przy celu „polepszenie współpracy między lokalną władzą a przedsiębiorcami”. Ocena + ½ .

Ostatnim elementem istotnym przy osiągnięciu celu jest „istnienie oferty inwestycyjnej celem pozyskania inwestorów”. Powiat chrzanowski, jest regionem o wysokim wskaźniku bezrobocia. Należy zatem podejmować różnego rodzaju działania, które wpłyną na poprawę tej sytuacji. Z uwagi na to, iż bezrobocie w powiecie dotyczy przede wszystkim ludzi o niskich kwalifikacjach, trudno spodziewać się, aby to oni tworzyli nowe miejsca pracy. Należy raczej zachęcać funkcjonujące już firmy, aby rozwijały swoją działalność poprzez inwestycje w powiecie, zatrudniając przy tym bezrobotnych. Rozwój powiatu może dokonać się bowiem, poprzez rozwój lokalnego biznesu oraz dzięki inwestorom zewnętrznym. Lokalne władze powinny zachęcać potencjalnych inwestorów do rozwijania działalności właśnie w powiecie chrzanowskim. Dlatego też, baza danych powstała w wyniku realizacji tego projektu może okazać się taką zachętą dla inwestora, który bez problemu uzyska informacje o lokalnych terenach inwestycyjnych, odnajdzie w powiecie wystarczające zaplecze dostawców, odbiorców lub wspólników. Lokalny biznes natomiast, może otworzyć się na współpracę z przedsiębiorstwami spoza regionu. W powiecie chrzanowskim podejmuje się co prawda pewne działania zmierzające do stworzenia takiej bazy, ale jest ona za razie niekompletna. Potencjalny inwestor zainteresowany danym powiatem powinien w jednym miejscu uzyskać wszystkie interesujące go informacje. Dlatego też, baza taka powinna być prowadzona przez samodzielną jednostkę, która będzie ją na bieżąco aktualizowała i uzupełniała. Jest także niezwykle istotne, aby na terenie powiatu była dostępna pełna oferta terenów inwestycyjnych ze wszystkich gmin (w porównywalnej formie informacyjnej). Eksperti zdecydowali się ocenić ten czynnik na poziomie lepszym niż w innych powiatach (ocena +1).

Ogólna ocena możliwości powiatu chrzanowskiego pod względem realizacji tego celu wypada umiarkowanie niekorzystnie. Świadczy to o złożoności problemu oraz o wielości kluczowych prac dostosowawczych jakie muszą zostać podjęte w celu stworzenia odpowiedniego klimatu dla przedsiębiorców, by ci tworzyli nowe miejsca pracy. Należy pamiętać, że o rynku pracy w największym stopnie decyduje pogarszająca się koniunktura

gospodarcza, napływ roczników wyżu demograficznego na rynek pracy oraz nieelastyczne przepisy prawa pracy.

2.4.2. ANALIZA SWOT

<i>Mocne strony</i>	<i>Słabe strony</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Bliskość krajowych i zagranicznych rynków zaopatrzenia i zbytu; • Wysoki stopień rozwoju infrastruktury: drogowej (gęsta sieć), wodociągowej, gazowej, kanalizacyjnej; • Funkcjonowanie organizacji ukierunkowanych na rozwój przedsiębiorczości - pomoc w założeniu i prowadzeniu firm, szkolenia, pomoc w uzyskiwaniu środków z unijnych funduszy pomocowych; • Relatywnie większa niż w kraju zamożność powiatu (dochody na 1 mieszkańca); • Relatywnie korzystna struktura wykształcenia: więcej osób ma wykształcenia przynajmniej średnie, a mniej co najwyżej zasadnicze zawodowe; • Duża liczba podmiotów gospodarczych rejestrujących się w ostatnich latach; • Dostępność dla młodzieży szkół biznesu w nieodległym Krakowie i w Katowicach; 	<ul style="list-style-type: none"> • Znaczny procent osób pozostających bez pracy powyżej 12 miesięcy i posiadających najniższe wykształcenie; • Niewystarczające lokalne zaplecze finansowe - brak funduszu poręczeń kredytowych, specjalnej oferty dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw, systemu poręczeń kredytowych; • Bardzo ograniczone możliwości tworzenia miejsc pracy poprzez inwestycje na tereni powiatu; • Ograniczoność lokalnego rynku zbytu; • Znaczny udział przemysłu ciężkiego sektora, w którym od lat maleje zatrudnienie; • Blisko połowa powiatu to użytki rolne, jednak dominują gospodarstwa małe, które nie rokują szans na zwiększenie zatrudnienia, a nawet obecnie tam pracujące osoby (gospodarstwa rodzinne) mogą mieć kłopoty z utrzymaniem się

<i>Szanse</i>	<i>Zagrożenia</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Widoczne w kraju oznaki ożywienia gospodarczego; • Szansa realizowania inwestycji współfinansowanych z funduszy strukturalnych UE; • Otworzenie rynków zbytu po wstąpieniu Polski do UE; • Wzrost przedsiębiorczości lokalnej społeczności; • Zwiększenie się lokalnego rynku zbytu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kryzys gospodarczy w kraju i Europie; • Brak zainteresowania ze strony władz inicjatywami wspierającymi rozwój gospodarczy; • Marazm przedsiębiorców; • Brak wiedzy i umiejętności przedsiębiorców w wykorzystywaniu funduszy unijnych; • Niestabilna polityka władz centralnych w sprawach gospodarczych; • Wzrost konkurencji dla lokalnych przedsiębiorców po wstąpieniu Polski do UE; • Objęcie rolników wymogami unijnymi, którym trudno będzie sprostać.

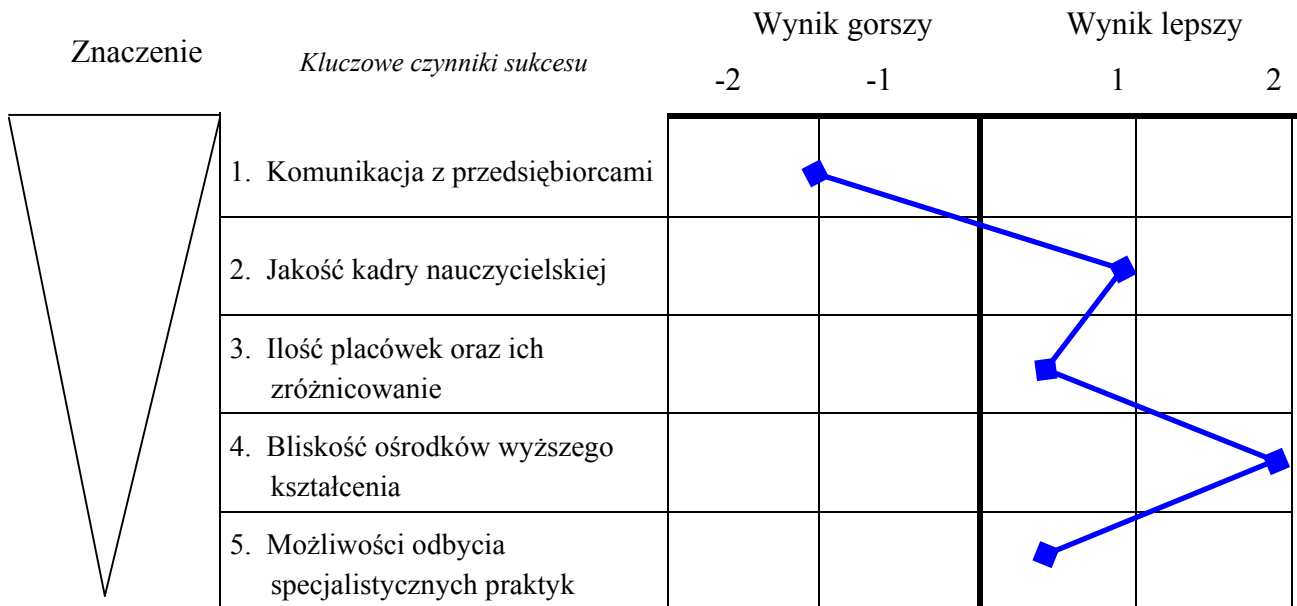
2.5. DOSTOSOWANIE ZAKRESU I POZIOMU EDUKACJI DO POTRZEB RYNKU

2.5.1. ANALIZA BENCHMARKING’U

Wiadomym jest, że obecne problemy z wysoką stopą bezrobocia, występujące nie tylko na terenie powiatu chrzanowskiego, ale na obszarze całego kraju, nie mogą być rozwiązane bez gruntownej reformy systemu edukacji. Nauczanie powinno odpowiadać aktualnemu zapotrzebowaniu na rynku pracy, jak również kształcić w zawodach przyszłościowych. Niestety edukacja i oświata wciąż należą do nieuregulowanych kwestii rządowych. Wprawdzie podejmowane są kroki, by uczynić je lepiej dostosowanymi do istniejących potrzeb, jednak regulacje rządowe wciąż pozostają niestabilne. Powiat chrzanowski nie odbiega w swych problemach z edukacją od innych powiatów. Może on jednak podejmować działania prowadzące do zmian w systemie lokalnego nauczania, które uczynią absolwentów lokalnych placówek oświatowych bardziej konkurencyjnymi na rynku pracy. Stworzenie programu dostosowania profili kształcenia do potrzeb regionalnego (a także krajowego czy unijnego) rynku pracy, jest koniecznym elementem planowania rozwoju regionu. Takie planowanie powinno prowadzić nie tylko do zapewnienia odpowiedniego poziomu kwalifikacji mieszkańców, ale przede wszystkim do tworzenia nowych miejsc pracy. W obecnej sytuacji nadal liczba osób bezrobotnych zarejestrowanych wielokrotnie przewyższa liczbę ofert pracy dla danej grupy zawodowej w PUP. Co oznacza, że popyt na poszczególne miejsca pracy znacznie przewyższa istniejącą podaż na całym rynku pracy powiatu.

Dla celu strategicznego „Dostosowanie zakresu i poziomu edukacji do potrzeb lokalnego rynku pracy” ustalono pięć czynników, które w najbardziej istotny sposób determinują jego osiągnięcie. Pozycjonowanie powiatu chrzanowskiego na tle innych powiatów przy uwzględnieniu tych pięciu czynników, przedstawia rysunek nr 4.

Rysunek nr 4



Czynnikiem o najważniejszym znaczeniu dla powodzenia osiągnięcia tego celu jest “Komunikacja z przedsiębiorcami”. Aby móc w odpowiedzieć na zapotrzebowanie lokalnego rynku pracy, konieczna jest wiedza na temat obecnego oraz przyszłego popytu na rynku pracy. Wprawdzie przedsiębiorcy bardzo dobrze oceniają poziom wykształcenia młodzieży, należy jednak pamiętać, że ocena ta jest bardzo subiektywna oraz niesie ze sobą bardzo duży ładunek emocjonalny. O niedostosowaniu oferty szkół z terenu powiatu chrzanowskiego świadczy nie tylko wysoka stopa bezrobocia, ale także to, że zawody kształcone przez lokalne jednostki oświatowe są licznie reprezentowane wśród osób bezrobotnych. Świadectwem niedostosowania poziomu edukacji do wymagań rynku jest również istnienie zawodów, które występują zarówno w rubryce „zapotrzebowanie na zawody”, jak i w rubryce „najczęściej występujące zawody wśród bezrobotnych”. Ta grupa bezrobotnych posiada niewystarczające kwalifikacje zawodowe, które najprawdopodobniej w mniemaniu lokalnie operujących przedsiębiorców są niewystarczające do zatrudnienia tych osób. Aby zapobiec takim sytuacjom niezbędna jest właściwa komunikacja pomiędzy przedsiębiorcami a władzami lokalnymi. Odnosi się to w szczególności do szkolnictwa średniego, które leży w gestii Starostwa. Należy wypracować odpowiednie kanały komunikacji z przedsiębiorcami, którzy mieliby wpływ np. na zakres przedmiotów zawodowych lub też mogliby współpracować ze szkołami w ramach oferowania praktyk. Należy zaznaczyć, że w powiecie istnieją pracodawcy kierujący dużymi przedsiębiorstwami, którzy mogą udzielać wskazówek m.in. w zakresie przewidywanego zapotrzebowania na konkretne zawody, jak również są w stanie

zaoferować atrakcyjny system praktyk i staży. Niestety w powiecie chrzanowskim komunikacja ta jest nadal uboga. Kluczowym wydaje się być dołożenie starań, by włączyć przedstawicieli lokalnego biznesu do prac władz nad dostosowywaniem poziomu i zakresu edukacji do potrzeb lokalnego rynku. Ocena powiatu chrzanowskiego pod tym względem – 1.

Kolejnym czynnikiem uznanym za istotny jest „Jakość kadry nauczycielskiej”. Tendencje ostatnich lat wskazują, że zawód nauczyciela nie należy do bardzo atrakcyjnych, chociaż ostatnie zmiany, znowelizowanie karty nauczyciela dało nauczycielom pewne gwarancje, nie tylko jeśli chodzi o awans, lecz także w kwestiach płacowych. Niestety wprowadzenie tego dokumentu wiązało się także z pewnymi zagrożeniami, takimi jak niemożliwość zwolnienia nauczyciela, mimo sugestii uczniów i rodziców. Mimo tego, że w Polsce wciąż zawód nauczyciela wiąże się z raczej małym szacunkiem społecznym, zawód ten okazuje się być dość popularnym. Należy jednak zaznaczyć, że niż demograficzny, czego konsekwencją jest mniejsza liczba uczniów w szkołach, spowodował, iż coraz więcej jest bezrobotnych nauczycieli.

Niestety wśród osób odpowiedzialnych za kształcenie młodzieży często znajdują się osoby nieposiadające odpowiednich kwalifikacji lub predyspozycji do wykonywania tego zajęcia. Wprawdzie problem kwalifikacji może zostać w pewien sposób rozwiązany poprzez ściśle określone wymagania co do wykształcenia, jednakże kwestia predyspozycji wciąż może stanowić zagrożenie. Wpływa to bardzo niekorzystnie na poziom wykształcenia lokalnej młodzieży. Należy podkreślić, iż ocena jakości nauczania leży w gestii kuratoriów oświaty, a nie władz powiatowych, które nie mają umocowań prawnych, by w tę gestię ingerować.

Warto również zauważyć, że niestabilność polskiego systemu edukacji oraz długo utrzymujące się w niedalekiej przeszłości relatywnie niskie płace, mogły wpłynąć demotywująco na jakość prac nauczycieli. Eksperci zdecydowali na włączenie tego czynnika do analizy Benchmarkingu, mimo, iż wpływ Starostwa na jego poziom jest ograniczony. Jednakże, czynnik ten w sposób istotny wpływa na kształtowanie postaw i zachowań młodych ludzi, w tym także na ich przedsiębiorczość, aktywność oraz chęć kontynuowania nauki. Podstawowym warunkiem realizacji wytyczonego celu jest wysoko wykwalifikowana kadra pedagogiczna – 100% pedagogów powinno posiadać wyższe wykształcenie, dostosowane do potrzeb szkoły. Gestia została już uregulowana prawnie i warunek ten będzie spełniony od 2006 roku. Wszystkie szkoły powinny być wyposażone w niezbędne pomoce dydaktyczne, a programy i modele nauczania będą dostosowane do standardów europejskich. W tym celu

należy dążyć do nawiązania kontaktów międzynarodowych, wszystkich szkół ponadgimnazjalnych, polegających na wymianie młodzieży i kadry pedagogicznej oraz praktykach zawodowych uczniów w krajach UE. Niestety jeżeli brak jest wypracowanych kanałów przepływu informacji z innymi zagranicznymi ośrodkami oświatowymi, poszukiwanie oraz organizacja takich wymian wiązać się będzie z wysokimi nakładami finansowymi. Duży nacisk powinien być położony na nauczanie języków obcych. Nauczyciele wszystkich przedmiotów winni być zachęceni do wykorzystania komputerów w pracy dydaktycznej. Dlatego też niezbędnym jest przygotowanie całej kadry pedagogicznej do pracy z komputerem na lekcji. Konieczne będzie zwiększenie nakładów finansowych na niezbędne remonty i inwestycje w placówkach oświatowych oraz ich wyposażenie. Szkoły i placówki oświatowe powinny być zachęcane do wdrażania programów autorskich. Na terenie powiatu są podejmowane już takie inicjatywy dlatego czynnik „jakość kadry nauczycielskiej” został oceniony lepiej niż w innych jednostkach (ocena +1).

Trzecim czynnikiem, decydującym o powodzeniu planu dostosowania poziomu i zakresu edukacji do potrzeb lokalnego rynku pracy jest „ilość placówek oraz ich zróżnicowanie”. Jest to istotny element, ponieważ ewentualny brak niektórych szkół wiązałby się z bardzo kosztownymi oraz czasochłonnymi działaniami ze strony Starostwa. Wiadomym jest, że ilość dostępnych szkół oraz możliwości kształcenia w nich wpływają na zróżnicowanie zawodów, w jakich kształcić się mogą młodzi ludzie. Im więcej szkół kształcących w różnych kierunkach, tym bardziej konkurencyjni i mniej jednolici dla pracodawców, wydają się być absolwenci. Pod względem bazy edukacyjnej powiat chrzanowski został oceniony na nieco lepszym poziomie niż inne powiaty (ocena + ½). Istotny wpływ na ten fakt, miała również ogólna struktura liczby uczniów w powiecie, którą należy uznać za bardziej korzystną w porównaniu do średnich z województwa oraz z kraju, ponieważ znacznie więcej uczniów kończy swoją edukację maturą. Odsetek uczniów wybierających szkoły zasadnicze zawodowe oraz szkoły średnie techniczne i zawodowe jest mniejszy niż średnio w województwie i w kraju. W konsekwencji zdecydowanie więcej osób uczy się w liceach. Wynika to, być może, ze względnej bliskości ośrodków naukowych, oferujących bogatą i różnorodną ofertę dalszego kształcenia. Nie bez znaczenia jest fakt, że wciąż osoby z wykształceniem wyższym mają największą szansę na znalezienie pracy.

Czwartym czynnikiem w analizie Benchmarking’u jest „bliskość ośrodków wyższego kształcenia”. Element ten ma kolosalne znaczenie już przy wyborze szkoły średniej przez gimnazjalistów, ponieważ więcej uczniów decyduje się na wybór liceum, by potem

kontynuować naukę na studiach. Decyzja ta jest łatwiejsza, gdy kontynuowanie nauki nie wiąże się z koniecznością migracji do innego miasta, a co za tym idzie, z dużymi obciążeniami finansowymi. Powiat chrzanowski leży w bardzo bliskiej odległości od dwu znakomitych ośrodków akademickich: Krakowa i Katowic. Oba te miasta oferują liczne uczelnie wyższe, szkoły policealne itp. Czynniki te oceniono znacznie lepiej niż inne powiaty (ocena +2).

Ostatnim elementem, ocenianym przez ekspertów była możliwość odbycia praktyk i specjalistycznych staży. Jest to istotny czynnik, ponieważ pracodawcy poszukując kadry kierują się nie tylko wykształceniem ale przede wszystkim doświadczeniem potencjalnych pracowników. Odbyty staż lub praktyka nie dość, że poszerza wiedzę ale także zwiększa wartość pracownika. Często zdarza się, że osoby odbywające staż w danej firmie, znajdują w niej później zatrudnienie. Powiat chrzanowski może się poszczycić wieloma zakładami pracy, które mogłyby oferować atrakcyjne dla młodych ludzi praktyki i staże. Konsultacje z władzami starostwa oraz placówkami oświatowymi pozwoliły ocenić powiat nieco lepiej niż inne powiaty (ocena + ½). Wprawdzie praktyki się odbywają, szkoły współpracują z przedsiębiorcami, jednakże jest to współpraca na wciąż nie wystarczającym poziomie. Należy pamiętać, że sytuacja ta jest spowodowana przede wszystkim „utrudnieniami” formalno-prawnymi, jakie napotykają przedsiębiorcy, którzy są skłonni oferować taką formę współpracy.

2.5.2. ANALIZA SWOT

<i>Mocne strony</i>	<i>Słabe strony</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Większa część młodzieży, niż w innych regionach, uczęszcza do liceów ogólnokształcących, co otwiera im drzwi do otrzymania nowoczesnego wykształcenia; • Bliskość ważnych ośrodków akademickich - Krakowa i Górnego Śląska; • Wysokie bezrobocie zwiększające atrakcyjność zawodu nauczycieli i motywujące do pracy; • Możliwość uzyskania dofinansowania z europejskiego funduszu społecznego w ramach SPO rozwój zasobów ludzkich, priorytet 2. - rozwój społeczeństwa opartego na wiedzy; • Dobra sieć doradztwa zawodowego; • Obecność w powiecie dużych pracodawców, którzy mogą udzielić wskazówek, m.in. w zakresie przewidywanego w przyszłości zapotrzebowania na konkretne zawody, oraz zaoferować system praktyk i staży; 	<ul style="list-style-type: none"> • W szkolnictwie podstawowym i gimnazjalnym na jednego nauczyciela przypada więcej uczniów niż w podregionie krakowskim czy całej Polsce; • Utrzymujący się w niedalekiej przeszłości niski poziom wynagrodzeń nauczycieli, który mógł być czynnikiem demotywującym od wzmożonej pracy z uczniami; • Trudność przeprowadzenia efektywnych wielostronnych konsultacji pomiędzy władzami powiatowymi, centralnymi i środowiskiem przedsiębiorców; • Brak systemu prognoz na rynku pracy oraz reagowania na zmiany; • Utrudnienia dla jednostek oferujących praktyki zawodowe, co wpływa negatywnie na ich ilość; • Brak środków finansowych na dodatkowe godziny i pomoce naukowe; • Brak w powiecie dużych zakładów z branży nowoczesnych technologii, czy usług, które by skłaniały młodzież do wybierania zawodów przyszłości;

<i>Szanse</i>	<i>Zagrożenia</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Zainteresowanie przedsiębiorców wsparciem wprowadzania zmian w sposobie nauczania zwiększających przygotowanie absolwentów do pracy w ich firmach; • Uchwalenie i wdrożenie długookresowych rządowych planów reformowania szkolnictwa; • Pomyślna koniunktura gospodarcza w Polsce i na rynkach zagranicznych. 	<ul style="list-style-type: none"> • Niestabilność regulacji rządu dotyczących edukacji i oświaty; • Konieczność prowadzenia mozolnych i długotrwałych konsultacji z władzami oświatowymi; • Wzrost dynamiki potrzeb rynku pracy, utrudniający dokonanie trwałych zmian; • Ryzyko silnego uzależnienia od największych zakładów przemysłowych; • Recesja gospodarcza.

2.6. ANALIZA (PODSUMOWANIE) POWIATU I GMIN POWIATU CHRZANOWSKIEGO DLA CELÓW STUDIUM

W ramach programu Aktywizacji Obszarów Wiejskich, sporządzona została diagnoza i projekcja sytuacji społeczno-ekonomicznej powiatu, charakteryzująca najważniejsze obszary życia powiatu chrzanowskiego, wskazująca na jego mocne i słabe strony, pozycjonująca go na tle podobnych jednostek.

Następnym dużym zadaniem jest opracowanie studium potencjału gospodarczego i projektów inwestycyjnych. Jednym z jego etapów jest analiza (podsumowanie) powiatu chrzanowskiego i gmin wchodzących w jego skład.

2.6.1. WSTĘP

Powiat chrzanowski zlokalizowany jest w zachodniej części województwa małopolskiego, na pograniczu z województwem śląskim. Graniczy z 6 powiatami: olkuskim, krakowskim, wadowickim, oświęcimskim, tyskim oraz z miastem Jaworzniem. Zamieszkały jest przez 129 tys. osób, co przy powierzchni 372 km² daje zaludnienie 347 osób na km² i należy do wyższych w regionie.

W skład powiatu chrzanowskiego wchodzi gminy:

- gmina miejsko-wiejska Chrzanów,
- gmina miejsko-wiejska Libiąż,
- gmina miejsko-wiejska Trzebinia,
- gmina miejsko-wiejska Alwernia oraz
- gmina wiejska Babice.

2.6.2. LUDNOŚĆ

Powiat jest silnie zurbanizowany - zdecydowana większość ludności powiatu (80 877 czyli 62,7%) zamieszkuje w miastach (Alwernia, Chrzanów, Libiąż, Trzebinia), a 48 153 na obszarach wiejskich. Gęstości zaludnienia (347 osoby na 1 km²) jest znacznie większa niż przeciętnie w kraju (122 osoby na 1 km²) oraz w województwie małopolskim (214 osób na 1 km²). Również wszystkie gminy powiatu charakteryzują się znaczną gęstością zaludnienia:

Chrzanów – 638 osób na 1 km²

Libiąż – 402 osoby na 1 km²

Trzebinia - 325 osób na 1 km²

Alwernia - 166 osób na 1 km²

Babice - 158 osób na 1 km²

Zdecydowanie najniższe wartości wskaźników zanotowały gminy Alwernia i Babice. Poniżej średniej dla województwa, ale wyższe niż przeciętnie w kraju. Gminy te pełnią charakter sypialni aglomeracji górnośląskiej.

Populacja powiatu ma tendencję spadkową (w latach 1998 – 2002 spadek o ok. 1,8 %), co wynika zarówno z niskiego przyrostu naturalnego, jak i ujemnego salda migracji. Zła sytuacja ekonomiczna ludności (wysokie bezrobocie) jest czynnikiem skłaniającym do osiedlania się w pobliskich dużych ośrodkach miejskich.

Analiza wiekowa ludności wskazuje na występowanie coraz powszechniejszego zjawiska starzenia się społeczeństwa powiatu. Będzie rosła grupa ludzi w wieku poprodukcyjnym, a malała ludzi młodych. Już obecnie grupa przedprodukcyjna w powiecie jest mniejsza niż w województwie czy w kraju. Pociąga to za sobą liczne i bardzo ważne implikacje dla życia społecznego i gospodarczego powiatu i gmin, które muszą być uwzględnione przez władze samorządowe. Oznacza to mniejszą potencjalną podaż na lokalnym rynku pracy, mniejszą liczbę uczniów, co może powodować konieczność zamykania szkół. Odsetek osób w wieku produkcyjnym, jest w powiecie wyższy niż w województwie, czy w kraju ogółem, co niesie ze sobą większe zagrożenie bezrobociem. Grupa poprodukcyjna już obecnie jest nieznacznie większa niż w województwie i Polsce. Oznacza to, że obciążenie dla gospodarki narodowej wynikające z utrzymywania tej grupy jest nieco większe niż średnio w kraju i województwie i będzie dalej rosło. Z drugiej strony, ze względu na bezrobocie oficjalne i utajone, świadczenia emerytalne są często jedynym dochodem całych gospodarstw.

Tabela nr 5

Wyszczególnienie	Ogółem	Ludność w wieku		
		Przedprodukcyjnym	Produkcyjnym	Poprodukcyjnym
Polska	100%	23,15%	61,80%	15,04%
Woj. małopolskie	100%	24,31%	60,66%	15,03%
<i>Powiat chrzanowski</i>	100%	21,84%	62,51%	15,65%
g. Chrzanów	100%	20,26 %	64,43 %	15,31 %
g. Libiąż	100%	23,35 %	63,69 %	12,96 %
g. Trzebinia	100%	20,49 %	61,50 %	18,01 %
g. Alwernia	100%	22,82 %	60,56 %	16,62 %
g. Babice	100%	23,58 %	60,09 %	16,33 %

Źródło: Bank Danych Regionalnych

Jak widać, ze względu na strukturę wiekową, wartości zanotowane przez gminy dochodzą do 5%. Najwięcej osób w wieku produkcyjnym zamieszkuje gminy Chrzanów i Libiąż (ok. 64%), a najmniej - Babice i Alwernię (60 - 61%). Procentowo najwięcej osób w wieku poprodukcyjnym zamieszkuje gminę Trzebinia, która jednocześnie ma niski udział ludności w wieku przedprodukcyjnym.

Zestawienie podstawowych danych demograficznych powiatu chrzanowskiego zawiera tabela nr 2.

Tabela nr 2

Wyszczególnienie	Ogółem	Przyrost naturalny (%)	Przyrost naturalny (na 1000)	Saldo migracji stałej (%)	Saldo migracji czasowej (%)
woj. małopolskie	3 240 928	0,16%	1,61	0,08%	0,44%
powiat chrzanowski	130 666	-0,04%	-0,43	-0,15%	-0,50%
g. Alwernia	12 499	-0,03%	-0,32	0,10%	-0,19%
g. Chrzanów	51 436	-0,07%	-0,71	-0,21%	-0,60%
g. Libiąż	23 273	0,19%	1,92	-0,30%	-0,75%

g. Trzebinia	34 920	-0,14%	-1,40	-0,15%	-0,27%
g. Babice	8 538	-0,13%	-1,28	0,26%	-0,55%

Źródło: Urząd Statystyczny w Krakowie

Liczba ludności powiatu, w ocenie demografów Głównego Urzędu Statystycznego, będzie rosła do roku 2020 (do wartości 131 614 osób), by następnie ulec zmniejszeniu do 128 652 osób w 2030 r. Zgodnie z tą prognozą do roku 2030 odsetek ludności w wieku przedprodukcyjnym zmaleje do 17,6%, produkcyjnym do 57,0%, a poprodukcyjnym wzrośnie do 25,4%.

2.6.3. RYNEK PRACY I BEZROBOCIE

Powiat chrzanowski na tle województwa charakteryzuje się znacznym udziałem zatrudnienia w przemyśle i budownictwem (odpowiednio 53% i 37%), a mniejszym w usługach (odpowiednio 47% i 63%) i podobnym w rolnictwie (ok. 1%). Struktura ta wynika z przemysłowych funkcji pełnionych przez powiat od wielu lat.

Czołowym problemem powiatu jest bezrobocie. Jego stopa wyniosła w lipcu 2003 r. 20,3 %, co oznacza na przestrzeni lat 1999-2003 wzrost o ponad 8 punktów procentowych. Wskaźnik ten jest wyższy niż w województwie o 6,1 punktu proc. i wyższy niż średnio w kraju o 2,6 punktu proc. Liczba bezrobotnych w powiecie na koniec lipca 2003 osiągnęła wielkość 9 758 osób, w tym prawo do zasiłku miało jedynie 1880 osób (19,3% zarejestrowanych bezrobotnych), co oznacza poważne implikacje społeczne. Dominują osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym (36,39 %), osoby z wykształceniem policealnym i średnim zawodowym stanowią 26,32 % bezrobotnych, a osoby z wykształceniem średnim ogólnym jedynie 8%. Wysoki jest odsetek osób bezrobotnych z wykształceniem podstawowym lub niższym – 25%. Najmniej liczną grupę stanowią osoby z wykształceniem wyższym (4% bezrobotnych).

Ze względu na wiek, największą grupę bezrobotnych w powiecie chrzanowskim stanowią ludzie w wieku od 18 do 24 lat (w czerwcu 2003 roku 33,25 %). Odsetek ten dla przedziału 25-44 lata kształtuje się nieco poniżej średniej dla kraju i województwa wynosząc 48,32 %. Stosunkowo korzystnie, szczególnie w odniesieniu do całego kraju, kształtuje się odsetek osób bezrobotnych w wieku 44-54 lata (15,18 %). Najmniej liczna grupa bezrobotnych to osoby powyżej 55 roku życia.

21,46 % bezrobotnych pozostawało bez pracy ponad 12 miesięcy, a aż 23,65 % pozostawało bez pracy powyżej 24 miesięcy. Odsetek ten wzrósł w latach 1998-2003 o ponad 13 punktów procentowych.

2.7. OPINIE SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH

W opinii mieszkańców (badanie ankietowe) jakość życia w powiecie chrzanowskim jest porównywalna z innymi podobnymi powiatami (ok. 40% wskazań). Około 20% badanych jest zdania, że w powiecie żyje się nieco lepiej niż gdzie indziej, a ok. 25% że nieco gorzej. Zwraca uwagę fakt, iż większa liczba respondentów wskazała na dużo gorszą jakość życia niż jakość dużo lepszą. Ogólna ocena sytuacji w powiecie, jest zatem umiarkowana.

Sfery życia najlepiej oceniane, to poziom edukacji młodzieży, możliwość uprawiania sportu i rekreacji oraz stan infrastruktury technicznej (z wyłączeniem stanu dróg). Najgorzej oceniane sfery życia to możliwość podjęcia pracy na terenie powiatu (największa bolączka powiatu), perspektywy lokalnego rolnictwa oraz sieć i stan dróg w powiecie.

Zdaniem respondentów, w powiecie najbardziej brakuje inwestycji gospodarczych, jasnego planu działania oraz dobrych władz. Te czynniki, zdaniem ankietowanych są odpowiedzialne za wysokie bezrobocie. Wymieniany jest również brak komunikacji i odpowiedniej koordynacji planu działania władz z rozwojem poszczególnych gmin. Winnym tych zaniedbań są według nich władze. Trudno jednak stwierdzić, czy udzielone odpowiedzi wskazują na ocenę władz gminnych, czy powiatowych, gdyż społeczeństwo ma słabe rozeznanie w ich podziale ich kompetencji.

Wśród działań pozytywnie ocenianych, najczęściej pojawiają się: budowa wodociągów, kanalizacji, poprawa stanu dróg, warunki geograficzne powiatu jak również jego tradycje gospodarcze.

Respondenci opowiadają się za rozwojem funkcji gospodarczej, która ma prowadzić do tworzenia nowych miejsc pracy i pomóc w skutecznej walce z bezrobociem. Ankietowani zwrócili jednak uwagę, iż niezbędnym narzędziem do osiągnięcia tego celu, jest poprawa warunków inwestycyjnych w powiecie, promocja przedsiębiorców, a także właściwe wykorzystanie środków finansowych z funduszy europejskich. Wielu ankietowanych (41 %) opowiada się za zrównoważonym rozwojem powiatu, a więc rozwojem wielu jego sfer

jednocześnie. Taki wynik to jednocześnie potwierdzenie, że opinie respondentów, co do kierunku rozwoju powiatu są bardzo podzielone.

Podsumowując wyniki tej części badania ankietowego, należy dostrzec wagę, jaką mieszkańcy powiatu przykładają do rozwoju lokalnej przedsiębiorczości. W świetle przytoczonych danych najpilniejsze stają się te działania władz, które mogą przyczynić się do poprawy sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstw, a pośrednio – obywateli. Sfera wyposażenia w infrastrukturę nie budzi poważniejszych zastrzeżeń, większość obszarów codziennego życia zdaje się zadawałać badanych, a oczekiwania co do kierunku podejmowanych decyzji są jednoznaczne – walka z bezrobociem i postępującym zubożeniem. Władze powiatu mają w tym zakresie ograniczone możliwości działania, jednak powinny być one wykorzystywane w większym stopniu niż obecnie.

2.6.4. SFERA GOSPODARCZA

W ogólnej liczbie firm działających na terenie powiatu, dominującą grupą są podmioty prowadzone przez osoby fizyczne 77,25 %; spółki prawa handlowego i cywilne stanowiły 13,79 % ogólnej liczby podmiotów. Przedsiębiorstwa państwowe, spółdzielnie, fundacje oraz stowarzyszenia stanowiły mniej niż 2 % operujących podmiotów. Wśród wszystkich podmiotów (9 895), aż 95,6 % należało do sektora prywatnego. Ponad połowa podmiotów gospodarczych zlokalizowana jest na terenie dwóch miast Chrzanowa (3773 jednostek) i Trzebini (1776 jednostek).

Powiat chrzanowski charakteryzuje się bardzo dużym uprzemysłowieniem. Trzebinia, Chrzanów, Libiąż i Alwernia to znaczące ośrodki przemysłu chemicznego, energetycznego, górniczego, maszynowego, budowlanego, odzieżowego oraz spożywczego.

Dla poszczególnych gmin wchodzących w skład powiatu chrzanowskiego wskaźnik ilości firm na 1000 mieszkańców przedstawia się następująco:

Alwernia – 66 jednostek na 1000 mieszkańców;

Babice – 74,6 jednostek na 1000 mieszkańców;

Chrzanów – 84,78 jednostek na 1000 mieszkańców;

Libiąż – 60,41 jednostek na 1000 mieszkańców;

Trzebinia – 76,23 jednostek na 1000 mieszkańców;

Strukturę podmiotów gospodarczych w poszczególnych gminach powiatu chrzanowskiego przedstawia tabela nr 5.

Tabela nr 5

Gmina	Rolnictwo, łow. i leśn.	Przetwórstwo przemysłowe	Budownictwo	Handel i naprawy	Usługi
Alwernia	1,70 %	11,15 %	15,52 %	34,42 %	21,82 %
Chrzanów	0,78 %	8,52 %	11,18 %	39,39 %	24,25 %
Libiąż	1,00 %	9,32 %	10,67 %	40,83 %	23,4 %
Trzebinia	1,20 %	8,72 %	11,68 %	34,41 %	28,24 %
Babice	2,35 %	25,71 %	17,55 %	24,76 %	18,03 %

Źródło: Urząd Statystyczny w Krakowie

Powiat chrzanowski charakteryzuje się przewagą branż surowcowych i sektora wielkich zakładów przemysłowych. Do dominujących branż w powiecie chrzanowskim należą: górnictwo, przemysł chemiczny, paliwowo-energetyczny, Największe i najbardziej aktywne przedsiębiorstwa na terenie powiatu to:

- Kopalnia Węgla Kamiennego „Janina” w Libiążu,
- kopalnia dolomitów w Libiążu,
- Rafineria Trzebinia S.A.,
- Bumar „Fablok” S.A. w Chrzanowie,
- LB Profile w Chrzanowie,
- Hydro Aluminium w Chrzanowie,
- Ocynkownia Ślask w Chrzanowie,
- Zakłady Chemiczne „Alwernia” S.A.,
- „Magbud” w Chrzanowie,

- ZG „Trzebionka”.

Do ważniejszych instytucji otoczenia biznesu na terenie powiatu chrzanowskiego należą oddziały banków, a także Stowarzyszenie Kupców Prywatnych, Centrum Wspierania Przedsiębiorczości oraz Cech Rzemiosł Różnych. Ich działalność przejawia się w udzielaniu informacji i konsultacji gospodarczych, organizacji szkoleń i pomoc w pozyskiwaniu finansowania ze środków pomocowych.

Powiat chrzanowski, jako miejsce prowadzenia działalności gospodarczej jest oceniany przez przedsiębiorców w przeważającej części dość umiarkowanie. Co drugi respondent uważa, że powiat chrzanowski to takie samo miejsce jak każde inne w Polsce, a odsetek osób uważających, że powiat jest dość dobrym miejscem do życia i prowadzenia działalności gospodarczej jest taki sam jak co uważających, że jest raczej złym.

Najczęściej wymieniane główne zalety prowadzenia działalności gospodarczej w powiecie chrzanowskim, to powiązania komunikacyjne, dostęp do energii, położenie geograficzne, dostęp do gazu, a także infrastruktura komunalna. Główne minusy lokalizacji przedsiębiorstwa na terenie powiatu chrzanowskiego, to zbyt wysokie stawki opłat za wynajęcie powierzchni, wysokość podatków lokalnych, relatywnie mała siła nabywcza ludzi oraz brak zaplecza finansowego.

Zdaniem większości przedsiębiorców-respondentów (86,1 % z nich), w pierwszej kolejności należy przeznaczyć środki z budżetu powiatu na stworzenie narzędzi wspierania przedsiębiorczości (pożyczki, poręczenia itp.). Takie wskazanie jest apelem skierowany do lokalnych władz o podjęcie wymiernych i bardzo potrzebnych działań. Kolejnym wskazaniem ankietowanych była konieczność stworzenia uzbrojonych terenów inwestycyjnych. W tym wypadku przedsiębiorcy mają na myśli dużych inwestorów zewnętrznych, jako że dostępność terenów inwestycyjnych została oceniona pozytywnie. Inwestorzy twierdzą również, iż niezbędnym dla rozwoju powiatu jest usprawnienie działań władz w zakresie promocji.

Prawie połowa respondentów odpowiedziało, że nie potrafi wskazać żadnych działań władz powiatowych nastawionych na poprawę kondycji lokalnych podmiotów gospodarczych. Świadczy to o poważnym braku komunikacji między tymi stronami, wobec czego zmiana tego stanu rzeczy wydaje się niemal ważniejsza niż samo podjęcie działań. Konieczne jest stworzenie odpowiednich kanałów przepływu informacji, a także zacieśnienie współpracy władz z lokalnymi podmiotami gospodarczymi.

2.6.5. INFRASTRUKTURA TECHNICZNA

Biorąc pod uwagę długość czynnej sieci wodociągowej, kanalizacyjnej i gazowej w powiecie chrzanowskim sytuacja przedstawia się korzystnie, lepiej niż przeciętnie w województwie i w Polsce.

Długość czynnej sieci wodociągowej rozdzielczej w poszczególnych gminach przedstawia się następująco:

Alwernia – 148,5 km, (197,29 km/ 100km²);

Babice – 68,5 km, (125,76 km/ 100km²);

Chrzanów – 173,9 km, (219,21 km/ 100km²);

Libiąż – 113,1 km, (197,73 km/ 100km²);

Trzebinia – 198,1 km, (188,27 km/ 100km²).

Długość czynnej sieci kanalizacyjnej w poszczególnych gminach jest następująca:

Alwernia – 19,8 km, (26,30 km/ 100km²);

Chrzanów – 100,9 km, (127,19 km/ 100km²);

Libiąż – 40 km, (69,93 km/ 100km²);

Trzebinia – 50,8 km, (48,28 km/ 100km²).

Sieć gazowa wg długości czynnej sieci rozdzielczej w km dla poszczególnych gmin powiatu chrzanowskiego:

Alwernia – 150,64 km, (200,13 km/100 km²);

Babice – 68,35 km, (125,48 km/100 km²);

Chrzanów – 181,94 km, (229,34 km/100 km²);

Libiąż – 126,45 km, (221,06 km/100 km²);

Trzebinia – 225 km, (213,84 km/100 km²).

Stan techniczny znacznej części dróg jest zły, jednak z gospodarczego punktu widzenia kluczowa jest bliskość autostrady A4. Powiat posiada dogodne połączenia kolejowe.

2.7. PODSUMOWANIE

Podsumowując, do cech charakterystycznych powiatu chrzanowskiego, będących czasami zarówno jego atutem jak i wadą, należą:

- korzystne położenie geograficzne, blisko Krakowa i Katowic - rynku zbytu, pracy, szkolnictwa wyższego,
- wysoka stopa bezrobocia, wysoki odsetek osób dotkniętych bezrobociem długotrwałym (jednocześnie duży rynek pracy),
- dobrze rozwinięta sieć drogowa (choć o nie najlepszej jakości) i kolejowa, bliskość autostrady,
- posiadanie wolnych terenów inwestycyjnych, choć w części nieuzbrojonych i o nieuregulowanym statusie prawnym,
- długoletnie tradycje przemysłowe, choć głównie w przemyśle ciężkim, od lat przechodzącym restrukturyzację, wiążącą się z ograniczaniem zatrudnienia,
- wysoko wykwalifikowani pracownicy, niestety rzadko w zawodach przyszłości,
- dobre zaplecze edukacyjne, rozwinięta sieć doradztwa zawodowego,
- generalnie dobrze rozwinięta infrastruktura techniczna, choć np. w Babicach brak jest kanalizacji,
- atrakcyjne tereny do działalności rekreacyjno-turystyczno-sportowej,
- słaby przepływ informacji między władzami powiatu a lokalnie operującymi przedsiębiorcami i mieszkańcami,
- słabe poczucie bezpieczeństwa na terenie powiatu,
- słabość lokalnego kapitału,
- zły stan środowiska na terenie powiatu - zanieczyszczone wody oraz atmosfera.

3. PROJEKTY

3.1. WSTĘP

W wyniku prac w etapie C w ramach programu Aktywizacji Obszarów Wiejskich powstał dokument pt. „Studium lokalnego potencjału gospodarczego powiatu chrzanowskiego”. Stanowi on zestaw projektów, których realizacja ma wpłynąć na ożywienie rozwoju gospodarczego powiatu, a co z tym związane zwiększenie zatrudnienia poza rolnictwem. Poszczególne projekty były konsultowane zarówno z przedstawicielami społeczności lokalnej, jak również władzami powiatu oraz gmin należących do powiatu.

W projektach zostały wykorzystane nowoczesne metody wsparcia rozwoju gospodarczego, oparte na wytycznych Narodowego Planu Rozwoju, wprowadzającego ogóle przepisy dotyczące funduszy strukturalnych oraz szczegółowych programów operacyjnych takich jak: Sektorowy Program Operacyjny Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw, Sektorowy Program Operacyjnych Rozwój Zasobów Ludzkich, Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego.

Dokument ten jest wynikiem analiz przeprowadzonych we wcześniejszych etapach pracy i przedstawionych w dokumencie pt. „Wyniki przeprowadzonych analiz”, jak również danych na temat zasobów powiatu i poszczególnych gmin zebranych w „Opisie powiatu chrzanowskiego”.

W pierwszej kolejności zaproponowano stworzenie Punktu Konsultacyjno-Doradczego mającego na celu wspieranie rozwoju przedsiębiorczości w powiecie, przede wszystkim poprzez doradztwo, w tym z zakresu systemów jakości. Następnie w celu zapewnienia lokalnym przedsiębiorcom dostępu do poręczeń kredytowych przedłożono projekt przystąpienia powiatu chrzanowskiego wraz z sąsiadującymi powiatami do lokalnej inicjatywy utworzenia lokalnego funduszu poręczeń kredytowych. Istnieje również koncepcja utworzenia funduszu pożyczkowego zapewniającego lokalnym przedsiębiorcom i osobom rozpoczynającym działalność gospodarczą dostępu do pozabankowych pożyczek. Zgodnie z wcześniej ustalonym celem strategicznym, jakim jest dostosowanie zakresu i poziomu edukacji do potrzeb rynku, przedstawiono projekt dotyczący rozbudowy Centrum Kształcenia Praktycznego. Będzie to odpowiedź na radykalne przeobrażenia polskiej gospodarki oraz przemiany społeczne i techniczne, które wymuszają konieczność wprowadzania innowacji systemowo-organizacyjnych szkolnictwa zawodowego. Z uwagi na turystyczny charakter

powiatu, ważne jest wprowadzenie nowoczesnych i efektywnych sposobów promowania turystyki, które będzie możliwe dzięki przystąpieniu do Małopolskiej Organizacji Turystycznej. Z uwagi na to, iż rozwój gospodarczy możliwy jest dzięki inwestycjom, ważne jest stworzenie odpowiedniego klimatu dla inwestorów. Dlatego też wyodrębniono kolejny projekt jakim jest "Wspólna oferta inwestycyjna miast i gmin" zakładająca powstanie spójnego systemu informowania inwestorów o gospodarczej ofercie z terenu powiatu chrzanowskiego. Ważnym problemem powiatu chrzanowskiego jest przyszłość lokalnego rolnictwa. Receptą na poprawę sytuacji rolników w powiecie może być poszukiwanie, a potem promocja produktu lokalnego. Do polepszenia prowadzi również stworzenie grup producenckich na terenie powiatu. Zrzeszanie rolników w grupy producenckie przyczyni się do wzrostu rentowności produkcji rolnej a tym samym do wzrostu jej konkurencyjności. Projektem kończącym dokument będzie program prowadzenia staży zagranicznych.

Wszystkie z w/w projektów uwzględniające zasoby powiatu oraz gmin opisane są według jednolitego szablonu zawierają następujące elementy:

- tytuł projektu,
- datę rozpoczęcia i realizacji projektu,
- okres oddziaływania projektu,
- tło realizacji projektu (uzasadnienie potrzeby realizacji),
- główne zadania do zrealizowania i ich harmonogram,
- cele realizacji projektu i sposób oceny ich osiągnięcia (cele operacyjne - produkty, cele szczegółowe - rezultaty, cele globalne - oddziaływanie, mierniki osiągnięcia celów oraz wartości oczekiwane),
- zgodność projektu z celami określonymi w dokumentach regionalnych i krajowych,
- zakres terytorialny realizacji projektu,
- liczbę mieszkańców na obszarze oddziaływania projektu,
- liczbę podmiotów gospodarczych na obszarze oddziaływania projektu,

- strukturę realizacyjną projektu,
- budżet projektu, wraz z podaniem źródeł finansowania,
- analizę SWOT.

Realizacja projektów w ostatecznym rozrachunku powinna przyczynić się do zmniejszenia skali bezrobocia w powiecie, wzrostu liczby źródeł pozyskiwania dodatkowych dochodów przez mieszkańców, zwiększenia poziomu inwestycji w lokalnych firmach, lepszego dostosowania kwalifikacji mieszkańców do wymagań zmieniającego się rynku.

3.2. OPISY PROJEKTÓW

1. Tytuł projektu:	
CENTRUM KSZTAŁCENIA PRAKTYCZNEGO	
2.A. Data rozpoczęcia realizacji	Czerwiec 2004
2.B. Data zakończenia realizacji	31 marzec 2005
2.C. Okres oddziaływania	Wieloletni
3. Tło realizacji projektu (uzasadnienie potrzeby realizacji):	
<p>Reforma edukacji, radykalne przeobrażenia polskiej gospodarki oraz przemiany społeczne i techniczne wymuszają konieczność wprowadzania innowacji systemowo-organizacyjnych szkolnictwa zawodowego. W związku z niestabilną sytuacją na rynku pracy istnieje potrzeba przygotowania uczniów do przekwalifikowania się, kształtowania zdolności do wielokrotnej iszybkiej zmiany wykonywanego zajęcia. Reforma szkolnictwa stawia zadania pełnej realizacji podstaw programowych kształcenia praktycznego w ponadgimnazjalnych szkołach zawodowych oraz kształcenie prozawodowe w pracowniach i laboratoriach, jako ścieżka edukacyjna w liceum profilowanym na podbudowie programowej gimnazjum. Bardzo wysokie koszty związane z utrzymaniem warsztatów, pracowni i laboratoriów oraz wyposażeniem ich w nowoczesne środki techno-dydaktyczne, nie pozwalają na realizację tych zadań samodzielnie przez poszczególne placówki oświatowe. Zadania te powinny być zrealizowane w dobrze wyposażonym Centrum Kształcenia Praktycznego, z którego usług mogą korzystać placówki oświatowe działające w obrębie powiatu oraz inne podmioty w zakresie kształcenia pozaszkolnego. CKP może być także doskonałą bazą do zorganizowania ośrodka egzaminacyjnego, upoważnionego do przeprowadzania egzaminów zewnętrznych potwierdzających uzyskiwanie kwalifikacji zawodowych.</p> <p>Działające przy ulicy Fabrycznej w Chrzanowie Powiatowe Centrum Edukacyjne jest doskonałą bazą do rozbudowy Centrum Kształcenia Praktycznego. Taka struktura może stanowić doskonałą formę sprzężenia zwrotnego edukacji teoretycznej i szkolenia praktycznego w szkolnych i pozaszkolnych formach kształcenia.</p> <p>Do głównych zadań Centrum należały:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ organizowanie i prowadzenie zajęć praktycznych dla uczniów i słuchaczy szkół zawodowych zasadniczych, szkół średnich i policealnych,▪ organizowanie i prowadzenie egzaminów z nauki zawodu,▪ organizowanie kształcenia praktycznego dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych (zajęcia praktyczne w formie laboratoryjnej),▪ organizowanie kursów i szkolenia praktycznego w zakresie specjalistycznego doskonalenia zawodowego dające odpowiednie uprawnienia (certyfikowanie umiejętności)	

– certyfikat zawodowy),

- organizowanie kursów i szkoleń dla dorosłych umożliwiające przekwalifikowanie,
- kształcenie praktyczne młodocianych pracowników zatrudnianych przez zakłady pracy w celu przygotowania zawodowego,
- przeprowadzanie egzaminów kwalifikacyjnych dla uczestników pozaszkolnych form kształcenia,
- organizacja indywidualnych cykli edukacyjnych,
- współpraca z lokalnie operującymi przedsiębiorstwami w realizowaniu ich produkcji,
- realizacja innych zadań zleconych przez szkoły i organ prowadzący.

Osiągnięcie zamierzonych rezultatów jest determinowane w sposób ewidentny przez posiadaną infrastrukturę. Proponuje się by w ramach przeprowadzanych remontów utworzyć w CKP **Wielofunkcyjne Stanowisko Techno-dydaktyczne i Produkcyjne**. W jego skład wchodziłyby:

1. Obrabiarka sterowana numerycznie CNC – stanowisko warsztatowo-produkcyjne
2. Pracownia komputerowa – 14 stanowisk do projektowania CAD/CAM z oprogramowaniem WIN/CAM – pakiet sterowania numerycznego i pakiet umożliwiający wizualizację i symulację pracy obrabiarek
3. Zestaw edukacyjny CAD/CAM/CNC
 - centrum tokarskie SLT – 0400
 - frezarka SLM – 0200
 - zestaw narzędzi do obrabiarek
 - spectra CAM (toczenie + frezowanie)
 - 3 komputery PC połączone siecią
 - kserokopiarka – drukarka cyfrowa A4
 - odkurzacz
 - 2 stoły narzędziowe pod obrabiarki

Powiatowe Centrum Edukacyjne dysponuje odpowiednią bazą do stworzenia takiego stanowiska (pomieszczenia), jak również dysponuje odpowiednią kadrą dydaktyczną mogącą obsługiwać Stanowiska, jak również prowadzić szkolenia na jego bazie.

Sektorowy Program Operacyjny - Rozwój Zasobów Ludzkich oferuje pomoc finansową

w ramach funduszy strukturalnych Unii Europejskiej. Sfinansowanie tej inwestycji wpisuje się w działanie 1.1, 1.2 oraz 1.3.

CKP ma podstawę prawną do ubiegania się o finansowanie takiej inwestycji, jednakże nie posiada w budżecie środków niezbędnych do wniesienia wkładu własnego. Realizacja tego projektu w sposób ewidentny przyczyni się do spadku bezrobocia na terenie powiatu, a także do podniesienia kwalifikacji osób bezrobotnych. Utworzenie stanowiska nie dość, że pozwoliłoby na realizację wszystkich zadań stojących przed CKP, to dodatkowo byłoby źródłem finansowania kolejnych projektów. SPO RZL nie przewiduje, by o wsparcie finansowe tego typu inwestycji ubiegały się jednostki administracji samorządowej (jako projektodawcy), jednakże mogą oni jako organ prowadzący sfinansować wkład własny na poczet realizacji projektu.

Należy podkreślić, że projekt ten nie jest skierowany wyłącznie do odbiorców z terenu powiatu chrzanowskiego, ale również do mieszkańców powiatu olkuskiego, oświęcimskiego i jaworznickiego. Na ich terenie nie ma struktur kształcenia praktycznego, istnieją jednak niezaspokojone potrzeby osób zainteresowanych kształceniem zawodowym i praktycznym, przekwalifikowaniem się oraz poradnictwem zawodowym. Rozwój Centrum Kształcenia Praktycznego przyczyniłby się w znacznym stopniu do wzrostu atrakcyjności jego oferty, co mogłoby zaowocować większym zainteresowaniem świadczonymi usługami ze strony odbiorców spoza powiatu.

Kolejnym etapem rozbudowy Powiatowego Centrum Edukacyjnego powinno być utworzenie Ośrodka Doradztwa Metodycznego i Doskonalenia Nauczycieli. Organem prowadzącym powinno być Starostwo Powiatu Chrzanowskiego a nadzór merytoryczny sprawować Centrum Doskonalenia Nauczycieli w Krakowie.

Działalność Ośrodka regulowałby Statut zatwierdzony przez Radę Powiatu oraz wynikające ze Statutu porozumienia zawarte między Starostwem a gminami.

Placówka służyłaby pomocą wszystkim nauczycielom, pragnącym doskonalić swój warsztat metodyczny, a także prowadziłyby współpracę z instytucjami oświatowymi, poradniami psychologiczno-pedagogicznymi, bibliotekami pedagogicznymi i wydawnictwami.

Głównymi zadaniami Ośrodka byłyby:

- Organizacja i prowadzenie doradztwa metodycznego.
- Organizacja i prowadzenie doskonalenia zawodowego - warsztatów, szkoleń, kursów.
- Opracowywanie i upowszechnianie materiałów metodyczno-dydaktycznych.
- Propagowanie i wspieranie wymiany doświadczeń między nauczycielami i szkołami.
- Prowadzenie informacji pedagogicznej.

Należy zaznaczyć, że w chwili obecnej prowadzone są szkolenia i porady z zakresu doskonalenia zawodowego nauczycieli ale mają one charakter nieformalny i nieodpłatny.

Utworzenie Ośrodka, a tym samym nadanie mu formy prawnej, pozwoliłoby na rozszerzenie zakresu usług, jak również na czerpanie korzyści finansowych z ich świadczenia. Pozwoliłoby to na częściowe usamodzielnienie się Ośrodka.

4. Główne zadania do zrealizowania i ich harmonogram

<i>Zadanie</i>	<i>Data zrealizowania</i>
• Akceptacja projektu przez Starostwo Powiatowe, przeznaczenie środków w budżecie na ten cel	• Do 30 lipca 2004
• Ogłoszenie przetargu na adaptację pomieszczeń CKP na nowe stanowisko	• Sierpień 2004
• Wykonanie projektu architektonicznego	• Wrzesień 2004
• Cykl technologiczny adaptacji pomieszczeń	• Do 30 listopada 2004
• Wyposażenie pracowni komputerowej	• Do 31 grudnia 2004
• Zakup i instalacja zestawu edukacyjnego	• Do 28 lutego 2005
• Zakup i instalacja obrabiarki CNC	• Do 31 marca 2005

5. Cele realizacji projektu i sposób oceny ich osiągnięcia

<i>5.A. Cele operacyjne (produkty):</i>	<i>Miernik osiągnięcia celu:</i>	<i>Wartość oczekiwana:</i>
➤ Pracownia komputerowa	➤ Wyposażenie	➤ 14 stanowisk do projektowania CAD/CAM z oprogramowaniem WIN/CAM
➤ Zestaw edukacyjny CAD/CAM/CNC	➤ Oddany do użytku zestaw	➤ Oddanie do użytku do 28 lutego 2005
➤ Obrabiarka CNC	➤ Oddana do użytku	➤ Oddanie do użytku do 31 marca 2005
<i>5.B. Cele szczegółowe (rezultaty):</i>	<i>Miernik osiągnięcia celu:</i>	<i>Wartość oczekiwana:</i>
➤ Powstanie nowych miejsc pracy w związku z obsługą stanowiska	➤ Liczba nowych miejsc pracy	➤ 3
➤ Zajęcia praktyczne dla uczniów szkół zawodowych	➤ Liczba godzin lekcyjnych	➤ 1 600 godzin lekcyjnych

		w ciągu roku szkolnego
➤ Organizacja egzaminów kwalifikacyjnych dla słuchaczy różnych pozaszkolnych form kształcenia zawodowego	➤ Liczba osób przystępujących do egzaminu rocznie	➤ 60 osób w roku 2005 ➤ 150 osób w roku 2006
➤ Organizacja kursów zmieniających kwalifikacje pracowników różnych przedsiębiorstw oraz kursów doszkalających	➤ Liczba osób biorących udział w kursie rocznie	➤ 50 osób w roku 2005 ➤ 140 osób w roku 2006

5.C. Cele globalne (oddziaływanie)

- Potwierdzenie kwalifikacji (certyfikacja umiejętności uznawanym certyfikatem zawodowym), daje to szanse zatrudnienia na rynku europejskim oraz zwiększa atrakcyjność pracownika na rynku krajowym
- Stymulowanie procesów kształcenia na różnych poziomach poznawania (stacje dydaktyczne)
- Kształtowanie umiejętności pozwalających uruchomić mechanizmy aktywności zawodowej oraz gwarantujących podjęcie pracy na wielu stanowiskach o podobnej technologii wytwarzania w warunkach ciągłej zmienności zadań i stałego wzrostu wymagań stawianych pracownikom
- Kooperacja z przedsiębiorstwami regionalnymi w realizowaniu ich produkcji
- Wsparcie dla Ogólnopolskiego Programu Walki z Bezrobociem, przyczynienie się do likwidacji bezrobocia strukturalnego w regionie.

6. Zgodność projektu z celami określonymi w dokumentach regionalnych i krajowych

6.A. Projekt jest zgodny z następującym elementem Narodowego Planu Rozwoju:

Oś rozwoju:	„Rozwój zasobów ludzkich i zatrudnienia”
Zakres działań:	„Poprawa możliwości bycia zatrudnionym i utrzymania zatrudnienia przez rozwój jakości zasobów ludzkich” „Wzmocnienie polityki równych szans”

6.B. Projekt jest zgodny z następującym celem strategii rozwoju województwa

- Elastyczny, łatwo dostosowujący się do zmian społeczno - gospodarczych system edukacji

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Środowisko promujące przedsiębiorczość i aktywność obywateli 	
7. Kierunek wsparcia	
7.A. Zakres terytorialny realizacji projektu:	Powiat chrzanowski
7.B. Liczba mieszkańców na obszarze oddziaływania projektu:	Okolo 700 tys. mieszkańców (odbiorcy z terenu powiatu chrzanowskiego, olkuskiego, oświęcimskiego i jaworznickiego)
7.C. Liczba podmiotów gospodarczych na obszarze oddziaływania projektu:	9,9 tys.
7.D. Beneficjenci końcowi wsparcia:	Centrum Kształcenia Zawodowego w Chrzanowie
7.E. Odbiorcy ostateczni wsparcia:	Młodzież i absolwenci szkół technicznych i zawodowych, osoby zainteresowane podwyższaniem kwalifikacji zawodowych, oraz przekwalifikowaniem się.
8. Struktura realizacyjna projektu	
8.A. Podmiot (podmioty) realizujący poszczególne działania:	
<ul style="list-style-type: none"> • Akceptacja projektu oraz przeznaczenie środków na ten cel 	<ul style="list-style-type: none"> • Zarząd oraz Rada Powiatu
<ul style="list-style-type: none"> • Ogłoszenie przetargu na adaptację pomieszczeń CKP na nowe stanowisko 	<ul style="list-style-type: none"> • CKP
<ul style="list-style-type: none"> • Cykl technologiczny adaptacji pomieszczeń 	<ul style="list-style-type: none"> • Firma zewnętrzna wyłoniona podczas przetargu
<ul style="list-style-type: none"> • Wyposażenie pracowni komputerowej 	<ul style="list-style-type: none"> • CKP
<ul style="list-style-type: none"> • Zakup i instalacja zestawu edukacyjnego 	<ul style="list-style-type: none"> • CKP
<ul style="list-style-type: none"> • Zakup i instalacja obrabiarki CNC 	<ul style="list-style-type: none"> • CKP
8.B. Podmiot (podmioty) nadzorujący realizację projektu:	Starosta Chrzanowski
8.A. Podmioty współpracujące przy realizacji projektu:	CPK, firma projektowa, firma budowlana
9. Budżet projektu	

9.A. Łączny koszt projektu		400 000
Roczne koszty realizacji w I-szym roku		Kwota w PLN
• Wykonanie projektu architektonicznego		5 000
• Realizacja projektu architektonicznego		90 000
• Wyposażenie pracowni komputerowej		50 000
Łączne koszty realizacji w I-szym roku		145 000
Roczne koszty realizacji w drugim roku		Kwota w PLN
• Zakup i instalacja zestawu edukacyjnego		110 000
• Zakup i instalacja obrabiarki CNC		145 000
Łączne koszty realizacji w II-gim roku		255 000
9.B. Źródła finansowania kosztów I roku		
Pozycja	Źródło	Kwota
Udział własny	Budżet samorządu terytorialnego (ze środków przeznaczonych na remonty i adaptacje)	45 000
Środki prywatne		
Środki pomocowe – krajowe	MENiS – wyposażenie pracowni komputerowej	50 000
Środki pomocowe – UE	SPO Rozwój Zasobów Ludzkich Obszar wsparcia „Aktywna polityka rynku pracy” ; działania: 1.1 Rozwój i modernizacja instrumentów i instytucji rynku pracy. 1.2 Perspektywy dla młodzieży. 1.3 Przeciwdziałanie i zwalczanie długotrwałego bezrobocia	45 000
Dochody z projektu		
Inne środki	Środki własne CKP	5 000

Razem finansowanie		145 000
9.C. Źródła finansowania kosztów II roku		
Pozycja	Źródło	Kwota
Udział własny		
Środki prywatne		
Środki pomocowe – krajowe		
Środki pomocowe – UE	SPO Rozwój Zasobów Ludzkich Obszar wsparcia „Aktywna polityka rynku pracy” ; działania: 1.1.Rozwój i modernizacja instrumentów i instytucji rynku pracy. 1.2. Perspektywy dla młodzieży. 1.3 Przeciwdziałanie i zwalczanie długotrwałego bezrobocia	255 000
Dochody z projektu		
Inne środki		
Razem finansowanie		255 000
10. Analiza SWOT projektu		
Mocne strony		Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Istniejące struktury – Powiatowe Centrum Edukacyjne będące doskonałą bazą do dalszej rozbudowy ▪ Brak Centrum Kształcenia Praktycznego w pobliskich powiatach ▪ Zainteresowanie wykorzystaniem zaplecza technicznego przez inne placówki oświatowe ▪ CKP może być bazą do przeprowadzania egzaminów zewnętrznych 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relatywnie wysoki koszt projektu ▪ Wysokie koszty utrzymania pracowni
Szanse		Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wzrost zapotrzebowania na dobrze 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Opóźnienia w realizacji programów

<p>wykwalfikowanych pracowników</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Konieczność potwierdzania umiejętności certyfikatami ▪ Wzrastające zainteresowanie indywidualnymi cyklami edukacyjnymi ▪ Konieczność wprowadzania innowacji systemowo-organizacyjnych szkolnictwa zawodowego. 	<p>rządowych, co wiąże się z opóźnieniami w płatnościach</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Możliwe słabe zainteresowanie kursami
<p>11. Inne informacje uznane za istotne</p>	

1. Tytuł projektu:

TWORZENIE GRUP PRODUCENCKICH; PROMOCJA PRODUKTU LOKALNEGO

2.A. Data rozpoczęcia realizacji

Maj 2004 r.

2.B. Data zakończenia realizacji

Lipiec 2005 r.

2.C. Okres oddziaływania

Wieloletni

3. Tło realizacji projektu (uzasadnienie potrzeby realizacji):

Powiat chrzanowski posiada bogate tradycje przemysłowe, na jego terenie zlokalizowane są przedsiębiorstwa m.in. z branży górniczej, chemicznej, paliwowej. Podmioty z grup PKD: rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo stanowią tu trzykrotnie mniejszy udział niż przeciętnie w województwie małopolskim. Jednak użytki rolne stanowią niemal połowę powierzchni powiatu, a życie wielu jego mieszkańców jest ściśle związane właśnie z rolnictwem.

Jednym z warunków rozwoju powiatu chrzanowskiego jest poprawa sytuacji ekonomicznej i społecznej w rolnictwie, które znajduje się obecnie w recesji, podobnie jak inne dziedziny z nim powiązane, np. przetwórstwo rolno-spożywcze.

Gospodarstwa rolne w powiecie są silnie rozdrobnione, zaś rolnicy indywidualni nie przejawiają inicjatywy do współpracy. Produkcja rolna jest nieefektywna ekonomicznie i nierentowna, co przyczynia się do wzrostu, i tak już wysokiego, bezrobocia. Wymienione uwarunkowania sprawiają, że konkurencyjność cenowa produktów rolnych, mająca kluczowe znaczenie dla pozyskiwania nowych rynków zbytu, jest w powiecie bardzo niska. Szansą na podniesienie rentowności produkcji rolnej oraz stworzenie dodatkowych źródeł dochodu w rolnictwie powiatu jest zakładanie grup producenckich (producentów rolnych, przetwórców, handlowców) oraz w ich ramach uczestniczenie w wytwarzaniu i promowaniu produktu lokalnego.

Zrzeszanie rolników indywidualnych w grupy producenckie przyczynia się do wzrostu rentowności produkcji rolnej, dzięki możliwości osiągnięcia korzyści skali. Grupy producentów rolnych powinny być zakładane w celu wspólnego dostosowania standardów produkcji przez zrzeszonych rolników oraz wykształcenia systemu wspólnej sprzedaży artykułów rolnych. Podniesienie konkurencyjności produkcji w ramach grup producentów rolnych ma zatem wymiar nie tylko cenowy, ale również jakościowy, co ma szczególne znaczenie wobec konieczności sprostanania konkurencji na rynku unijnym.

Tworzenie grup producentów rolnych stanowi szansę na utworzenie w powiecie chrzanowskim konkurencyjnego zaplecza surowcowego dla przemysłu rolno-spożywczego. Zrzeszanie się umożliwi rolnikom zdobywanie nowych rynków zbytu, dzięki nawiązywaniu ściślejszej współpracy z przetwórcami rolno-spożywczymi, którzy postrzegają ich pojedyncze

oferty sprzedaży jako mało atrakcyjne. Rolnicy indywidualni skupieni w grupach producenckich dysponują większą siłą przetargową na rynku skupu płodów rolnych. Mogą oni oferować firmom przetwórstwa rolno-spożywczego wysokiej jakości artykuły rolne po niższych cenach.

Stymulowanie współpracy rolników indywidualnych może odbywać się na wiele sposobów. Warunkiem jest stworzenie systemu, który zapewniłby stronę organizacyjno-logistyczną tworzenia i działalności grup producentów rolnych. Konieczne jest również podjęcie działań informacyjno-promocyjnych świadczonych na rzecz rolników zainteresowanych podjęciem współpracy.

W powiecie chrzanowskim planuje się wdrożenie projektu pilotażowego, obejmującego najaktywniejszą grupę rolników. Doświadczenia programu pilotażowego posłużą do programowania nowoczesnych rozwiązań w ramach dalszej konsolidacji inicjatyw rolników skupionych w grupach producenckich.

Zgodnie z Planem Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW), na podstawie którego finansowane będą w latach 2004-2006 działania na rzecz rozwoju obszarów wiejskich w oparciu o środki finansowe pochodzące z Sekcji Gwarancji Europejskiego Funduszu Orientacji i Gwarancji Rolnej, wsparcie finansowe może być udzielane na zakładanie i administracyjne koszty działania grup producentów przez okres 5 lat od momentu ich powstania. Będzie ono udzielane grupom producenckim zakładanym w celu wspólnego dostosowania standardów produkcji przez członków takich grup oraz wykształcenia systemu wspólnej sprzedaży produktów. System taki ma dotyczyć centralizacji sprzedaży, konfekcjonowania, dostaw do hurtowni, oraz ustanowieniu wspólnych zasad w zakresie zapewnienia informacji na temat produktu, szczególnie w odniesieniu do zbiorów i dostępności danych produktów rolnych.

Wsparcie. może być udzielane wyłącznie grupom producentów rolnych, które zostały formalnie uznane przez wojewodę właściwego dla siedziby grupy, w okresie między datą wstąpienia Polski do Unii Europejskiej, a końcem okresu objętego programowaniem, na mocy ustawy o grupach producentów rolnych i ich związkach oraz o zmianie innych ustaw.

Grupy producentów będą otrzymywały wsparcie w postaci corocznej płatności przeznaczonej na potrzeby założenia grupy oraz prowadzenia jej działalności. Wielkość pomocy będzie zdefiniowana oddzielnie dla każdej grupy producentów na podstawie wielkości jej rocznej produkcji przeznaczonej na rynek. Nie powinna ona przekraczać poniższych pułapów:

- w 1,2,3,4 i 5 roku istnienia grupy stosownie 5%, 5%, 4%, 3% i 2% wartości produkcji, która jest przeznaczona na rynek – w przypadku produkcji do 1 000 000 EUR,
- w 1, 2,3,4 i 5 roku istnienia grupy stosownie 2,5%, 2,5%, 2%, 1,5% i 1,5% wartości produkcji, która jest przeznaczona na rynek – w przypadku produkcji ponad 1 000 000 EUR.

Górne pułapy dla każdej grupy producentów są następujące:

- 100 000 EUR w pierwszym roku

- 100 000 EUR w drugim roku
- 80 000 EUR w trzecim roku,
- 60 000 EUR w czwartym roku,
- 50 000 EUR w piątym roku.

Pomoc jest udzielana na podstawie umowy zawartej między Agencją Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa a grupą producentów rolnych. W ramach Planu Rozwoju Obszarów Wiejskich nie wymaga się współfinansowania ze strony ubiegających się o te środki rolników. Rolnicy będą mogli korzystać z tej pomocy począwszy od dnia wejścia Polski do struktur Unii Europejskiej.

Wsparcie tworzenia grup producentów rolnych dotyczy niemal wszystkich kategorii produkcji, w tym "produktów roślinnych do wykorzystania technicznego lub pozyskiwania energii", a więc np. produkcji wierzby wikliniarskiej. W powiecie chrzanowskim ta uprawa już funkcjonuje (gmina Babice), a efektem tego projektu będzie zwiększenie jej zasięgu. Uzyskany surowiec posłuży do rozwoju wikliniarstwa, a wyroby z wikliny mogą się stać lokalnym produktem powiatu, jego swoistą wizytówką, przyczyniającą się do wzrostu lokalnych dochodów i zainteresowania turystów.

Na sukces handlowy jakiegokolwiek produktu wpływa jego jakość, cena oraz marka. O ile samorząd terytorialny ma mały wpływ na pierwsze dwa z wymienionych czynników i są one determinowane głównie poprzez kondycję przedsiębiorstw i rynek, to ostatni z nich może zostać wsparty. Nie ulega wątpliwości, że dbałość o markę produktu powinna być zadaniem jego producentów. To do nich należy utrzymywanie standardów i utrzymywanie renomy produktu. Niestety część z działań marketingowych jest kosztowna i niewielu producentów stać na akcje promocyjne i informacyjne. Tymczasem skuteczność takich przedsięwzięć mogłaby w znaczący sposób wpłynąć na kondycję finansową firm i zaowocować utworzeniem nowych miejsc pracy, co w prosty sposób przełożyłoby się na obniżenie bardzo wysokiej stopy bezrobocia w powiecie.

Dlatego też Starostwo Powiatowe powinno rozważyć pomoc przedsiębiorstwom w działaniach mających na celu wzrost konkurencyjności produktów, poprzez wsparcie marek produktów. Sposobem na to jest promocja lokalnego produktu. Działanie ma polegać na wybraniu konkretnego symbolu, który będzie się silnie kojarzył z powiatem. Zidentyfikowanie takiego produktu bądź symbolu jest niezwykle trudne, jednak w warunkach powiatu chrzanowskiego może się nim stać rękodzieło wikliniarskie. Wybór związanego z nim logo może nastąpić w drodze ogólnopowiatowego konkursu. Skuteczność oddziaływania produktu w dużym stopniu zależeć będzie od zainteresowania ludności powiatu konkursem. W przypadku stosunkowo wysokiej nagrody i szerokiej akcji informacyjnej można się spodziewać dużego odzewu, a co za tym idzie również identyfikacji mieszkańców z lokalnym produktem.

Jeśli cel ten zostanie osiągnięty, to realizacja kolejnych działań będzie ułatwiona, zaś ich skuteczność wyższa. W dalszych etapach przewiduje się promocję logo i produktu. Dzięki

temu przedsiębiorcy będą mogli podierać markę swoich produktów owym logiem. Przykłady produktów można mnożyć: wadowickie kremówki, zakopiański oscypek, koniakowskie koronki. Jednakże to zadanie ma szerszy zakres. Porównać je można raczej do fenomenu i symbolu Wisły, to jest Adama Małysza. Stał się on „produktem lokalnym” swojego rodzinnego miasta. Teraz jego nazwisko jest wykorzystywane do promocji wielu produktów takich jak ciastka, sery czy wódka. To jest celem niniejszego działania. Taką rolę przewiduje się dla wikliny.

Nie należy zapominać, że silnie promowany produkt lokalny może zaowocować, obok zwiększonego popytu na produkty nim firmowane, wzrostem zainteresowania powiatem, co pomoże promować jego funkcje turystyczne, a w rezultacie owocować większą liczbą turystów kupujących lokalne produkty i usługi.

hh4. Główne zadania do realizacji i ich harmonogram

<i>Zadanie</i>	<i>Data zrealizowania</i>
• Ogłoszenie konkursu na logo produktu lokalnego	• Do 1 czerwca 2004 r.
• Wyłonienie zwycięzcy	• Do 1 sierpnia 2004 r.
• Opracowanie ulotek informacyjnych dotyczących możliwości zakładania grup producentów rolnych	• Do 1 sierpnia 2004 r.
• Druk powyższych ulotek	• Do 1 września 2004 r.
• Przeprowadzenie badań mających na celu wyłonienie grupy rolników zainteresowanych podjęciem współpracy w ramach grupy producenckiej wikliny	• Do 1 października 2004 r.
• Opracowanie kampanii reklamowej produktu lokalnego	• Do 1 października 2004 r.
• Promocja produktu lokalnego	• Październik 2004 r. - lipiec 2005 r.
• Opracowanie planu działania pilotażowej grupy producentów rolnych	• Do 1 stycznia 2005 r.
• Utworzenia pilotażowej grupy producentów rolnych (wniesienie opłat notarialnych, sądowych i administracyjnych)	• Do 1 marca 2005 r.
• Udostępnienie pomieszczenia na potrzeby grupy producenckiej i promowania produktu lokalnego oraz wyposażenie go w sprzęt biurowy	• Do 1 marca 2005 r.

<ul style="list-style-type: none"> Organizacja dorocznego konkursu na najlepszy produkt lokalny połączona z dużą imprezą promocyjną 	<ul style="list-style-type: none"> Lipiec 2005 r.
--	--

5. Cele realizacji projektu i sposób ich osiągnięcia

5.A. Cele operacyjne (produkty)	Mierniki osiągnięcia celu:	Wartość oczekiwana:
➤ Rozpowszechnienie wśród rolników wiedzy na temat zakładania grup producentów rolnych oraz możliwości dofinansowania ich działalności z funduszy strukturalnych	➤ Procent rolników znających zasady funkcjonowania i dofinansowania działalności grup producentów rolnych	➤ 20%
➤ Popularyzacja wśród rolników idei tworzenia grup producenckich	➤ Odsetek rolników zainteresowanych zakładaniem rolniczych grup producenckich	➤ 10%
➤ Wyłonienie logo produktu lokalnego	➤ Liczba złożonych propozycji produktu ➤ Procent mieszkańców wiedzących o konkursie	➤ 50 ➤ 40%
➤ Wyłonienie zwycięzcy konkursu na najlepszy wyrób związany z produktem lokalnym	➤ Liczba produktów uczestniczących w konkursie	➤ 7 (w pierwszej edycji)
➤ Organizacja festynu	➤ Liczba osób uczestnicząca w festynie	➤ 5 000
5.B. Cele szczegółowe (rezultaty)	Miernik osiągnięcia celu:	Wartość oczekiwana:
➤ Powstanie na terenie powiatu grup producentów rolnych	➤ Liczba zarejestrowanych grup producentów rolnych	➤ 1 (w pierwszym roku od zakończenia projektu)

➤ Wzrost konkurencyjności cenowej artykułów rolnych	➤ Procent o jaki zostaną obniżone ceny artykułów rolnych produkowanych w ramach grup producentów rolnych	➤ 5%
➤ Ujednoczenie standardów produkcji artykułów rolnych w ramach grup producentów rolnych oraz ich dostosowanie do wymogów wspólnego rynku rolnego	➤ Stopień ujednoczenia oraz dostosowania standardów produkcji do wymogów wspólnego rynku rolnego	➤ 90%
➤ Produkt i logo, z którymi silnie identyfikuje się ludność powiatu chrzanowskiego	➤ Liczba produktów firmujących się logo	➤ 15 (w pierwszym roku)
➤ Produkt i logo rozpoznawalne nie tylko na terenie powiatu ale również województwa i kraju	➤ Procent ludności kraju poprawnie rozpoznających logo	➤ 8%
➤ Produkt i logo, które skutecznie wpływają na markę produktów lokalnych	➤ Procentowy wzrost sprzedaży produktów firmowanych logo	➤ 10% w pierwszym roku

5.C. Cele globalne (oddziaływanie)

- Zwiększenie efektywności ekonomicznej gospodarstw rolnych i przedsiębiorstw (pozyskanie nowych rynków zbytu)
- Nawiązanie szerszej współpracy przez producentów rolnych z firmami wikliniarskimi
- Wzrost konkurencyjności cenowej i jakości artykułów rolnych produkowanych w ramach grup producenckich
- Rozszerzenie rynków zbytu przez producentów rolnych zrzeszonych w grupach producenckich
- Poprawa konkurencyjności produktów powiatu
- Wzrost zatrudnienia
- Wzrost zainteresowania powiatem ze strony turystów oraz inwestorów

6. Zgodność projektu z celami określonymi w dokumentach regionalnych i krajowych

6.A. Projekt jest zgodny z następującym elementem Narodowego Planu Rozwoju:

Oś rozwoju:	„Przekształcanie strukturalne w rolnictwie i rybołówstwie, rozwój obszarów wiejskich”.	
Zakres działań:	Podniesienie konkurencyjności i dochodowości gospodarstw rolnych Modernizacja i rozbudowa sektora żywnościowego, przetwórstwa ryb oraz marketingu wytwarzanych produktów.	
6.B. Projekt jest zgodny z następującymi celami strategii rozwoju województwa:		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Środowisko promujące przedsiębiorczość i aktywność obywateli <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Promocja postaw i osiągnięć w dziedzinie przedsiębiorczości ➤ Konkurencyjne rynkowe rolnictwo 		
7. Kierunek wsparcia		
7.A. Zakres terytorialny realizacji projektu:	Powiat chrzanowski	
7.B. Liczba mieszkańców na obszarze oddziaływania projektu:	129,0 tys.	
7.C. Liczba podmiotów gospodarczych na obszarze oddziaływania projektu	9,9 tys.	
7.D. Beneficjenci końcowi wsparcia:	Starostwo Powiatowe w Chrzanowie	
7.E. Odbiorcy ostateczni wsparcia:	Grupy producentów rolnych, które rozpoczęły swoją działalność po akcesji Polski do UE, przez pierwszych 5 lat istnienia grupy (zgłoszenia grupy) Przedsiębiorcy powiatu chrzanowskiego	
8. Struktura realizacyjna projektu		
8.A. Podmiot (podmioty) realizujące określone działania:		
• Opracowanie ulotek informacyjnych	• Starostwo Powiatowe w Chrzanowie	
• Druk powyższych ulotek	• Lokalna drukarnia	
• Przeprowadzenie badań mających na celu wyłonienie grupy rolników zainteresowanych podjęciem współpracy w	• Firma konsultingowa (lub inna instytucja badawcza) we współpracy z ODR	

ramach grupy producenckiej	
<ul style="list-style-type: none"> Opracowanie planu działania pilotażowej grupy producentów rolnych 	<ul style="list-style-type: none"> Ośrodek Doradztwa Rolniczego
<ul style="list-style-type: none"> Utworzenia pilotażowej grupy producentów rolnych 	<ul style="list-style-type: none"> Starostwo Powiatowe (ODR)
<ul style="list-style-type: none"> Udostępnienie pomieszczenia na potrzeby grupy producenckiej i promowania produktu lokalnego i wyposażenie go w sprzęt biurowy 	<ul style="list-style-type: none"> Starostwo Powiatowe
<ul style="list-style-type: none"> Utworzenie stanowiska na potrzeby grupy producenckiej i promowania produktu lokalnego w Agencji Rozwoju Lokalnego 	<ul style="list-style-type: none"> Starostwo Powiatowe
8.B. Podmiot (podmioty) nadzorujący realizację projektu:	Starosta Chrzanowski
8.C. Podmioty współpracujące przy realizacji projektu:	Firmy konsultingowe, Ośrodek Doradztwa Rolniczego, Centrum Wspierania Przedsiębiorczości
9. Budżet projektu	
9.A. Łączny koszt projektu w całym okresie realizacji:	140 000 zł
Koszty początkowe (jednorazowe)	Kwota PLN
<ul style="list-style-type: none"> Opracowanie i wydanie ulotek informacyjnych o funkcjonowaniu grup producenckich 	<p style="text-align: right;">3 000 – opracowanie 4 000 – wydanie 6 000 egzemplarzy</p>
<ul style="list-style-type: none"> Przeprowadzenie badań mających na celu wyłonienie grupy rolników zainteresowanych podjęciem współpracy w ramach grupy producenckiej 	8 000
<ul style="list-style-type: none"> Utworzenie stanowiska pracy 	<p style="text-align: right;">3 000 – zakup sprzętu dla pracownika 1 000 – przeszkolenie pracownika</p>
<ul style="list-style-type: none"> Opracowanie planu działania pilotażowej 	3 000

grupy producentów rolnych		
<ul style="list-style-type: none"> • Utworzenia pilotażowej grupy producentów rolnych 		3 000
<ul style="list-style-type: none"> • Ogłoszenie konkursu na logo produktu lokalnego 	Promocja konkursu – 10 000 Nagroda - 10 000 Koszty organizacyjne – 3 000	
<ul style="list-style-type: none"> • Opracowanie strategii kampanii reklamowej produktu lokalnego 		2 500
(I) Razem koszty początkowe		50 500
Roczne koszty realizacji w pierwszym roku		Kwota PLN
<ul style="list-style-type: none"> • Koszty promocji „produktu lokalnego” 		10 000
<ul style="list-style-type: none"> • Utrzymanie stanowiska pracy na potrzeby grupy producenckiej i promocji produktu lokalnego 		2 500 x 6 = 15 000
(II) Razem koszty pierwszego roku		25 000
Roczne koszty realizacji w drugim roku		Kwota w PLN
<ul style="list-style-type: none"> • Koszt organizacji konkursu na najlepszy produkt lokalny 	Nagroda – 10 000 Organizacja imprezy z okazji ogłoszenia wyników – 15 000 Koszty organizacyjne 2 000	
<ul style="list-style-type: none"> • Koszty promocji „produktu lokalnego” 		20 000
<ul style="list-style-type: none"> • Utrzymanie stanowiska pracy na potrzeby grupy producenckiej i promocji produktu lokalnego 		2 500 x 7 = 17 500
(III) Razem koszty drugiego roku		64 500
9.B. Źródła finansowania kosztów początkowych		
Pozycja	Źródło	Kwota
Udział własny	Starostwo Powiatowe w Chrzanowie	15 150 zł

Środki prywatne	-	-
Środki pomocowe – krajowe	-	-
Środki pomocowe - UE	SPO Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego oraz rozwój obszarów wiejskich 2004-2006. Priorytet I: Wspieranie zmian i dostosowań w sektorze rolno-spożywczym. Działanie 1.4: Wsparcie doradztwa rolniczego. ZPORR działanie 1.4 Rozwój turystyki i kultury	35 350 zł
Dochody z projektu	-	
Inne środki	-	
Razem finansowanie kosztów początkowych		50 500 zł
9.C. Źródła finansowania kosztów pierwszego roku		
Pozycja	Źródło	Kwota
Udział własny	Starostwo Powiatowe w Chrzanowie	7 500 zł
Środki prywatne	-	-
Środki pomocowe – krajowe	-	-
Środki pomocowe – UE	Sektorowy Program Operacyjny Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego i rozwój obszarów wiejskich 2004-2006. Priorytet I: Wspieranie zmian i dostosowań w rolnictwie. Działanie 1.4: Wsparcie doradztwa rolniczego. ZPORR działanie 1.4 Rozwój turystyki i kultury	17 500 zł

Razem finansowanie kosztów pierwszego roku		25 000 zł
9.D. Źródła finansowania kosztów drugiego roku		
Pozycja	Źródło	Kwota
Udział własny	Starostwo Powiatowe w Chrzanowie	14 350 zł
Środki prywatne	-	-
Środki pomocowe – krajowe	-	-
Dochody z projektu	Dochody z organizacji imprezy (wpływy z reklam na koncercie)	5 000 zł
Środki pomocowe – UE	Sektorowy Program Operacyjny Restrukturyzacja i modernizacja sektora żywnościowego i rozwój obszarów wiejskich 2004-2006. Priorytet I: Wspieranie zmian i dostosowań w rolnictwie. Działanie 1.4: Wsparcie doradztwa rolniczego. ZPORR działanie 1.4 Rozwój turystyki i kultury	45 150 zł
Razem finansowanie kosztów drugiego roku		64 500 zł

10. Analiza SWOT projektu

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Promowanie współpracy rolników indywidualnych w ramach Planu Rozwoju Obszarów Wiejskich Unii Europejskiej ➤ Zmiany w produkcji rolnej idące w kierunku tworzenia gospodarstw specjalistycznych ➤ Korzyści dla członków grup producentów rolnych wynikające z możliwości wykształcenia systemu wspólnej sprzedaży produktów 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Duże rozdrobnienie gospodarstw rolnych w powiecie ➤ Słaba kondycja ekonomiczna gospodarstw rolnych ➤ Brak zasadniczych doświadczeń w powoływaniu i funkcjonowaniu grup producentów rolnych ➤ Nieefektywność ekonomiczna produkcji

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dobre połączenia komunikacyjne ułatwiające transport produktów i przyjazd turystów 	<p>rolnej</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Niski stopień dostosowania standardów produkcji rolnej ➤ Niski poziom wykształcenia rolników
<p><i>Szanse</i></p>	<p><i>Zagrożenia</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Możliwość dofinansowania podejmowanych inicjatyw z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej ➤ Zainteresowanie rolników możliwością zwiększenia rentowności produkcji poprzez tworzenie grup producenckich ➤ Zainteresowanie prywatnych firm powiatu promocją na bazie produktu lokalnego • Wzrost liczby turystów zagranicznych po wejściu Polski do UE ➤ Wzrost przedsiębiorczości wśród mieszkańców powiatu 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Niechęć rolników do podejmowania współpracy w ramach grup producentów rolnych ➤ Przywiązanie rolników do prowadzenia wielokierunkowej produkcji rolnej ➤ Niska konkurencyjność cenowa produktów rolnych ➤ Pogorszenie koniunktury gospodarczej ➤ Obojętność zarówno firm, jak i mieszkańców wobec idei produktu lokalnego
<p><i>11. Inne informacje uznane za istotne</i></p>	
<p>-</p>	

1. Tytuł projektu:

UTWORZENIE PUNKTU KONSULTACYJNO-DORADCZEGO

2.A. Data rozpoczęcia realizacji

Kwiecień 2005 r.

2.B. Data zakończenia realizacji

Listopad 2005 r.

2.C. Okres oddziaływania

Wieloletni

3. Tło realizacji projektu (uzasadnienie potrzeby realizacji):

Konsultacje przeprowadzone w ramach spotkań z Komitetem Rozwoju Lokalnego, jak również z lokalnie operującymi przedsiębiorcami wskazują na brak w powiecie chrzanowskim organizacji świadczącej bezpłatne lub częściowo odpłatne świadczenia na rzecz lokalnych przedsiębiorców. Również przeprowadzone na terenie powiatu badania pokazują, że niemalże połowa respondentów jako minus powiatu wskazuje jego zaplecze finansowe. Jednocześnie znacząca większość respondentów (86,1%) jest zdania, że w pierwszej kolejności należy przeznaczyć środki z budżetu powiatu na stworzenie narzędzi wspierania przedsiębiorczości. Jest to sygnał, że system ten na terenie powiatu jest niedostatecznie rozwinięty. Postulowane przez przedstawicieli lokalnego biznesu kierunki zmian dotyczą konieczności wykreowania narzędzi wspierających przedsiębiorczość, takich jak fundusze poręczeń kredytowych oraz fundusze pożyczkowe. Kwestią równie istotną jest potrzeba promowania przedsiębiorczości.

Pozytywne aspekty rozwoju MSP powinny zachęcać do eliminowania barier związanych z ich zakładaniem i funkcjonowaniem. Są to nie tylko bariery rynkowe, finansowe, prawne oraz bariery wynikające z polityki państwa wobec MSP, ale przede wszystkim bariery wynikające z braku dostępu do informacji. Dotyczy to w szczególności informacji gospodarczej, prawnej oraz informacji o źródłach finansowania działalności gospodarczej. Mali i średni przedsiębiorcy najchętniej widzieliby pomoc doradczą udzielaną nieodpłatnie lub za niewygórowaną odpłatnością. Brak lub niewystarczające środki finansowe uniemożliwiają im bowiem korzystanie na co dzień z profesjonalnych komercyjnych usług doradczych i informacyjnych

Podjęcie aktywnych działań, zmierzających do ułatwienia funkcjonowania MSP może być skutecznie realizowane dzięki tworzeniu ośrodków wspierających przedsiębiorczość. W Polsce od kilku lat realizowane jest przedsięwzięcie „Punkt Konsultacyjno-Doradczy” (PKD). Wdrażanie jego jest zgodne z postanowieniami dokumentu "Kierunki działań Rządu wobec małych i średnich przedsiębiorstw". Zasady funkcjonowania PKD reguluje umowa zawarta pomiędzy Wykonawcą projektu (wybraną w drodze konkursu organizacją działającą na rzecz rozwoju przedsiębiorczości, nie nastawioną na zysk lub przeznaczającą zyski na cele statutowe), a Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), której zadaniem jest realizacja projektu wsparcia dla sieci PKD.

Należy zaznaczyć, że obecnie na terenie powiatu chrzanowskiego, nie istnieje komórka tego

typu. W okresie od czerwca 2002 do marca 2003 punkt konsultacyjno-doradczy akredytowany przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości funkcjonował przy TKŻ PAGAJ w Chrzanowie. W okresie tym z usług doradczych oraz szkoleniowych skorzystało 264 osoby z terenu powiatu. W marcu 2003 w ramach Programu Aktywizacji Obszarów Wiejskich we współpracy z Małopolskim Instytutem Samorządu Terytorialnego i Administracji w Krakowie oraz z Wojewódzkim Urzędem Pracy utworzono przy wyżej wspomnianym TKŻ PAGAJ Centrum Wspierania Przedsiębiorczości w Chrzanowie. W okresie 11 miesięcy z usług CWP skorzystało 147 beneficjentów z terenu powiatu. Osoby korzystające z pomocy doradczej i szkoleniowej to przede wszystkim bezrobotni, zarejestrowani w PUP w Chrzanowie, bezrobotni o bardzo niskim dochodzie, osoby zagrożone utratą pracy z przyczyn ekonomicznych lub restrukturyzacyjnych leżących po stronie zatrudniającego urzędu pracy, rolnicy posiadający gospodarstwa rolne nie większe niż 3 ha oraz mali przedsiębiorcy.

Centrum Wspierania Przedsiębiorczości przy TKŻ PAGAJ prowadziło działalność szkoleniową i doradczą skierowaną do wyżej wymienionych grup społecznych. Doradztwo koncentrowało się na pomocy osobom pragnącym rozpocząć działalność gospodarczą. Dotyczyło ona takich kwestii jak rejestracja przedsiębiorstwa, poszukiwanie nisz rynkowych, planowanie działań marketingowych, poszukiwanie źródeł finansowania czy przygotowywanie biznesplanów. Dodatkowo udzielano porad, w zakresie prowadzenia firmy (głównie małych i średnich przedsiębiorstw), dotyczących rozliczeń finansowych i rachunkowości, Kodeksu Pracy i innych obowiązków pracodawcy, a także zobowiązań podatkowych oraz wobec ZUS-u. Ponadto, informowano zainteresowanych o instytucjach okołobiznesowych oraz sposobach korzystania z ich usług. Z kolei działalność szkoleniowa CWP w Chrzanowie obejmowała kursy teoretyczne i praktyczne przygotowujące do prowadzenia działalności gospodarczej osoby bezrobotne oraz małych przedsiębiorców. Tematami szkoleń były: rozliczenia z ZUS-em, systemem podatkowy, techniki sprzedaży oraz kompleksowe szkolenie dla osób planujących założenie firmy. Dodatkowo wszystkich beneficjentów CWP w Chrzanowie objęto, podczas zakładania firmy, kompleksową pomocą w postaci doradztwa i wszechstronnych szkoleń.

Obecnie o utworzenie PKD w Chrzanowie może ubiegać się TKŻ PAGAJ, który, jak wspomniano wyżej, ma doświadczenie w prowadzeniu punktu konsultacyjno-doradczego dla małych i średnich przedsiębiorstw. Dotychczas obowiązywała zasada, stosowana przez PARP, że uczestnik konkursu na realizację projektu PKD był zobowiązany do przedstawienia projektów realizowanych w ciągu ostatnich dwóch lat, tak więc kandydować mogły jedynie podmioty działające minimum dwa lata. TKŻ PAGAJ spełnia powyższy warunek i w związku z tym może przystąpić do konkursu organizowanego przez PARP. Terminy konkursów są ogłaszane na bieżąco na stronie internetowej www.parp.gov.pl. W przypadku negatywnego rozstrzygnięcia konkursu, istnieje jeszcze możliwość stworzenia PKD w ramach współpracy z Małopolską Agencją Rozwoju Regionalnego (MARR) lub z Małopolskim Instytutem Samorządu Terytorialnego i Administracji (MISTIA). Otworzenie okienka związanego z jedną z powyższych instytucji choć będzie rozwiązaniem mniej korzystnym niż utworzenie samodzielnego PKD, jednak zapewni lokalnym przedsiębiorcom dostęp do darmowych usług doradczych, na które miejscowy biznes zgłasza zapotrzebowanie.

Zakres usług świadczonych przez PKD został określony w Regulaminie Punktu

Konsultacyjno-Doradczego. Zgodnie z nim, PKD ma za zadanie:

- udzielać bezpłatnych, prostych porad związanych z administracyjno – prawnymi aspektami prowadzenia działalności gospodarczej oraz zarządzaniem przedsiębiorstwem (doradztwo z zakresu prawa, marketingu, finansów i podatków, produkcji itp.).
- na bieżąco informować o dostępnej na rynku ofercie finansowania zewnętrznego; obejmuje ona szczegółową ofertę banków komercyjnych skierowaną do sektora MSP na temat warunków udzielania kredytów lub pożyczek (kto może korzystać, wysokość oprocentowania, okres kredytowania, przeznaczenie, rodzaj zabezpieczenia itp.), a także ofertę innych instytucji finansowych w tym firm leasingowych, funduszy pożyczkowych, funduszy poręczeń kredytowych, funduszy kapitałowych itp.
- Szczegółowo informować o możliwości i zasadach uzyskania bardziej złożonych, a zatem bardziej czasochłonnych, odpłatnych lub częściowo odpłatnych usług świadczonych przez sieć ośrodków Krajowego Systemu Usług dla MSP (KSU)
- informować o projektach pomocowych realizowanych w ramach polityki rządu wobec MSP oraz Programów Komisji Europejskiej dotyczących tego sektora przedsiębiorstw, jak również o instrumentach wsparcia oferowanych przez PARP czy Regionalne Instytucje Finansujące (RIF)

W Punktach Konsultacyjno-Doradczych powinny być zatrudnione osoby posiadające doświadczenie niezbędne do świadczenia wyżej wymienionych usług. W godzinach pracy biura konieczne jest, aby był stale obecny choć jeden specjalista. Ponadto PKD należy umieścić w dobrze oznaczonym pomieszczeniu biurowym, wyposażonym w adekwatny do świadczonych usług sprzęt a także w urządzenia zapewniające stały kontakt z klientem (telefon, fax, internet – poczta elektroniczna).

Grupę docelową tworzonych PKD stanowią mali i średni przedsiębiorcy, a także osoby rozpoczynające działalność gospodarczą. Każdy przedsiębiorca ma prawo do 10 bezpłatnych godzin doradczych w roku kalendarzowym. Jak zakłada Regulamin świadczone przez PKD usługi są nieodpłatne ze względu na charakter ich finansowania z dotacji PARP (maksimum 75% projektu) oraz środków własnych osoby prawnej prowadzącej PKD (Wykonawcy), które mają być na ten cel przeznaczone.

4. Główne zadania do realizacji i ich harmonogram

<i>Zadanie</i>	<i>Data zrealizowania</i>
• Przystąpienie do konkursu na realizację projektu utworzenia PKD i otrzymanie statusu PKD	• Do 01.05. 2005 r.
• Rejestracja PKD w wybranej formie prawnej (wpis do rejestru, REGON, NIP itd.)	• Maj 2005
• Wyposażenie pomieszczenia PKD	• Do 01.07.2005 r.

<ul style="list-style-type: none"> • Rekrutacja i przeszkolenie pracownika PKD (1 etat) 	<ul style="list-style-type: none"> • Do 01.07.2005 r.
<ul style="list-style-type: none"> • Rozpowszechnienie informacji o funkcjonowaniu PKD, jego ofercie, lokalizacji oraz godzinach pracy 	<ul style="list-style-type: none"> • Do 01.11.2005 r.
<ul style="list-style-type: none"> • Rozpoczęcie świadczenia usług doradczych przez PKD 	<ul style="list-style-type: none"> • 01.11.2005 r.

5. Cele realizacji projektu i sposób ich osiągnięcia

<i>5.A. Cele operacyjne (produkty)</i>	<i>Mierniki osiągnięcia celu:</i>	<i>Wartość oczekiwana:</i>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wygranie konkursu na realizację projektu utworzenia PKD przez TKŻ PAGAJ 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Uzyskanie statusu PKD 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2005r.
<ul style="list-style-type: none"> ➤ PKD cieszący się dobrą opinią wśród małych i średnich przedsiębiorców 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Odsetek przedsiębiorców zadowolonych z usług świadczonych w PKD (na podstawie wycinkowych badań ankietowych) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 70% (w pierwszym roku od rozpoczęcia działalności)
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Usługi świadczone przez PKD na rzecz lokalnych MSP 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liczba prostych porad administracyjno-prawnych udzielonych w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej oraz zarządzania przedsiębiorstwem ➤ Liczba udzielonych porad o dostępnej na rynku ofercie finansowania zewnętrznego ➤ Liczba udzielonych porad na temat możliwości uzyskania odpłatnych (częściowo odpłatnych) specjalistycznych porad w sieci ośrodków KSU 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 500 (w pierwszym roku od rozpoczęcia działalności) ➤ 300 (w roku otrzymania statusu PKD) ➤ 100 (w roku otrzymania statusu PKD)

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liczba udzielonych porad na temat projektów pomocowych istotnych dla MSP 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 400 (w roku otrzymania statusu PKD)
5.B. Cele szczegółowe (rezultaty)		
	Miernik osiągnięcia celu:	Wartość oczekiwana:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wzrost zainteresowania usługami świadczonymi przez PKD wśród przedsiębiorców 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Odsetek MSP w powiecie korzystających z usług PKD 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 20% (w pierwszym roku od rozpoczęcia działalności)
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wzrost liczby zakładanych w powiecie przedsiębiorstw 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liczba osób rozpoczynających własną działalność gospodarczą w wyniku konsultacji w PKD 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 100 (w pierwszym roku od rozpoczęcia działalności)
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wzrost liczby nowopowstałych miejsc pracy w MSP korzystających z doradztwa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liczba nowopowstałych miejsc pracy 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 200 (w roku utrzymania statusu PKD)
5.C. Cele globalne (oddziaływanie)		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wzrost znaczenia sektora MSP w powiecie dzięki promowaniu rozwoju przedsiębiorczości ➤ Ułatwienie dostępu do usług konsultacyjno-doradczych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej małym i średnim przedsiębiorcom oraz osobom zainteresowanym założeniem firmy. ➤ Wzrost zatrudnienia dzięki promocji podejmowania własnej działalności gospodarczej oraz tworzeniu nowych miejsc pracy w małych i średnich przedsiębiorstwach korzystających z usług konsultacyjno-doradczych PKD w Chrzanowie ➤ Wzrost stopnia wykorzystania środków strukturalnych i pomocowych przez prosperujące na terenie powiatu MSP, korzystające z usług PKD ➤ Wzrost dochodowości MSP w powiecie w związku z łatwiejszym dostępem do usług konsultacyjno-doradczych 		
6. Zgodność projektu z celami określonymi w dokumentach regionalnych i krajowych		
6.A. Projekt jest zgodny z następującym elementem Narodowego Planu Rozwoju:		
Oś rozwoju:	„Wspieranie konkurencyjności przedsiębiorstw”.	
Zakres działań:	„Pełniejsze wykorzystanie szans na jednolitym rynku europejskim”.	

	„Adaptacja do działania w warunkach gospodarki opartej na wiedzy”.
6.B. Projekt jest zgodny z następującymi celami strategii rozwoju województwa:	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Środowisko promujące przedsiębiorczość i aktywność obywateli: <ul style="list-style-type: none"> • promocja postaw i osiągnięć w dziedzinie przedsiębiorczości • rozwój edukacji w zakresie przedsiębiorczości ➤ Trwały rozwój gospodarczy <ul style="list-style-type: none"> • innowacyjne firmy – wspieranie tworzenia oraz rozwoju przedsiębiorstw nowatorskich oraz zaawansowanych technologicznie • rozwinięte otoczenie biznesu – wspieranie MSP – stworzenie sieci lokalnych centrów obsługi biznesu 	
7. Kierunek wsparcia	
7.A. Zakres terytorialny realizacji projektu:	Powiat chrzanowski
7.B. Liczba mieszkańców na obszarze oddziaływania projektu:	129 000
7.C. Liczba podmiotów gospodarczych na obszarze oddziaływania projektu	9 895
7.D. Beneficjenci końcowi wsparcia:	Nowopowstały PKD przy TKŻ PAGAJ
7.E. Odbiorcy ostateczni wsparcia:	Mali i średni przedsiębiorcy oraz osoby podejmujące działalność gospodarczą
8. Struktura realizacyjna projektu	
8.A. Podmiot (podmioty) realizujące określone działania:	
• Przystąpienie do konkursu na realizację projektu utworzenia PKD i otrzymanie statusu PKD	• TKŻ PAGAJ
• Wyposażenie pomieszczenia PKD	• TKŻ PAGAJ
• Rekrutacja i przeszkolenie pracownika PKD (1 etat)	• TKŻ PAGAJ

<ul style="list-style-type: none"> • Rozpowszechnienie informacji o funkcjonowaniu PKD, jego ofercie, lokalizacji oraz godzinach pracy 	<ul style="list-style-type: none"> • TKŻ PAGAJ
8.B. Podmiot (podmioty) nadzorujący realizację projektu:	Starosta chrzanowski
8.C. Podmioty współpracujące przy realizacji projektu:	Organizacje biznesu, przedsiębiorcy
9. Budżet projektu	
9.A. Łączny koszt projektu w całym okresie realizacji:	209 000 zł
<i>Koszty początkowe (jednorazowe)</i>	<i>Kwota PLN</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Rekrutacja i przeszkolenie pracownika PKD 	10 000 zł.
<ul style="list-style-type: none"> • Koszty rejestracji PKD 	5 000 zł.
<ul style="list-style-type: none"> • Rozpowszechnienie informacji o funkcjonowaniu PKD, jego ofercie, lokalizacji oraz godzinach pracy 	10 000 zł.
<ul style="list-style-type: none"> • Wyposażenie pomieszczenia PKD 	30 000 zł.
<i>(I) Razem koszty początkowe</i>	55 000 zł.
<i>Roczne koszty realizacji w pierwszym roku</i>	<i>Kwota PLN</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Wynagrodzenie stałego pracownika (1 etat) 	2 x 3 500 zł = 7 000 zł
<ul style="list-style-type: none"> • Wynagrodzenia specjalistów i konsultantów 	10 000 zł
<ul style="list-style-type: none"> • Koszty administracyjne 	2 x 2 500 = 5 000 zł
<i>(II) Razem koszty pierwszego roku</i>	22 000 zł
<i>Roczne koszty realizacji w drugim roku</i>	<i>Kwota w PLN</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Wynagrodzenie stałego pracownika (1 etat) 	12 x 3 500 zł = 42 000 zł
<ul style="list-style-type: none"> • Wynagrodzenie specjalistów i konsultantów 	60 000 zł

• Koszty administracyjne	12 x 2 500 = 30 000 zł
(III) Razem koszty drugiego roku	132 000 zł

9.B. Źródła finansowania kosztów początkowych

<i>Pozycja</i>	<i>Źródło</i>	<i>Kwota</i>
<i>Udział własny</i>	Starostwo Powiatowe w Chrzanowie	16 500 zł.
<i>Środki prywatne</i>	-	-
<i>Środki pomocowe – krajowe</i>	Sektorowy Program Operacyjny Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw. Priorytet 1. Rozwój przedsiębiorczości i wzrost innowacyjności poprzez wzmacnianie instytucji otoczenia biznesu (Działanie 1.1. Wzmocnienie instytucji wspierających działalność przedsiębiorstw); Priorytet 2: Bezpośrednie wsparcie przedsiębiorstw. (Działanie 1.2. Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez doradztwo)	38 500 zł.
<i>Środki pomocowe - UE</i>	-	-
<i>Dochody z projektu</i>	-	-
<i>Inne środki</i>	-	-
Razem finansowanie kosztów początkowych		55 000 zł

9.C. Źródła finansowania kosztów pierwszego roku

<i>Pozycja</i>	<i>Źródło</i>	<i>Kwota</i>
<i>Udział własny</i>	Starostwo powiatowe	5 500
<i>Środki prywatne</i>	-	-
<i>Środki pomocowe – krajowe</i>	Dotacje na pokrycie kosztów usług doradczych realizowanych przez PKD	5 500
<i>Środki pomocowe – UE</i>	Sektorowy Program Operacyjny Wzrost Konkurencyjności	11 000

	Przedsiębiorstw. Priorytet 1. Rozwój przedsiębiorczości i wzrost innowacyjności poprzez wzmacnianie instytucji otoczenia biznesu (Działanie 1.1. Wzmocnienie instytucji wspierających działalność przedsiębiorstw); Priorytet 2: Bezpośrednie wsparcie przedsiębiorstw. (Działanie 1.2. Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez doradztwo)	
Razem finansowanie kosztów pierwszego roku		22 000 zł
9.D. Źródła finansowania kosztów drugiego roku		
Pozycja	Źródło	Kwota
Udział własny	-	-
Środki prywatne	-	-
Środki pomocowe – krajowe	Dotacje na pokrycie kosztów usług doradczych realizowanych przez PKD	76 500 zł
Środki pomocowe – UE	Sektorowy Program Operacyjny Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw. Priorytet 1. Rozwój przedsiębiorczości i wzrost innowacyjności poprzez wzmacnianie instytucji otoczenia biznesu (Działanie 1.1. Wzmocnienie instytucji wspierających działalność przedsiębiorstw); Priorytet 2: Bezpośrednie wsparcie przedsiębiorstw. (Działanie 1.2. Wzrost konkurencyjności małych i średnich przedsiębiorstw poprzez doradztwo)	55 500 zł
Dochody z projektu	-	-
Inne środki	-	-

Razem finansowanie kosztów drugiego roku		132 000 zł
10. Analiza SWOT projektu		
Mocne strony	Słabe strony	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wysokie zapotrzebowanie w powiecie na usługi konsultacyjno-doradcze związane z prowadzeniem i zakładaniem działalności gospodarczej ➤ Rosnące zapotrzebowanie przedsiębiorców na porady związane z wykorzystywaniem i pozyskiwaniem funduszy pomocowych i strukturalnych ➤ Możliwość utworzenie PKD przy TKŻ PAGAJ oraz doświadczenie wynikające z prowadzenia przez 11 miesięcy instytucji o podobnym charakterze (CWP) ➤ Wpływ MSP na rozwój gospodarczy powiatu, zmniejszenie stopy bezrobocia oraz wzrost poziomu zamożności społeczeństwa ➤ Stosunkowo duża liczba potencjalnych klientów PKD 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Konkurencja ze strony istniejących już w województwie małopolskim PKD (Kraków – trzy PKD, Zakopane, Tarnów, Bochnia, Nowy Sącz, Rabka Zdrój, Proszowice, Olkusz – po jednym PKD) ➤ Konieczność zapewnienia finansowania kosztów początkowych oraz kosztów pierwszego roku z budżetu Starostwa Powiatowego 	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Możliwość zapewnienia finansowania zewnętrznego w związku z tworzeniem sieci PKD przez PARP ➤ Możliwość pozyskania funduszy strukturalnych na realizację przedsięwzięcia ➤ Stosunkowo duże prawdopodobieństwo osiągnięcia sukcesu przez PKD na rynku lokalnym 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ryzyko odmowy wsparcia nowego PKD przez PARP ➤ Możliwość zmiany systemu finansowania usług konsultacyjno-doradczych przez PARP 	
11. Inne informacje uznane za istotne		
-		

1. Tytuł projektu:	
ZAPEWNIENIE WSPARCIA FINANSOWEGO LOKALNYM MSP	
2.A. Data rozpoczęcia realizacji	Maj 2005
2.B. Data zakończenia realizacji	Kwiecień 2006
2.C. Okres oddziaływania	Nieograniczony
3. Tło realizacji projektu (uzasadnienie potrzeby realizacji):	
<p>Jak świadczą o tym przeprowadzone badania ankietowe zdecydowana większość przedsiębiorców (86,1%) w powiecie chrzanowskim jest zdania, że w pierwszej kolejności należy „przeznaczyć środki z budżetu powiatu na stworzenie narzędzi wspierania przedsiębiorczości”. Wynika to z jednej strony z niedostatecznej informacji o działających na terenie powiatu instytucjach zaplecza finansowego, ale także z trudności związanych z korzystaniem z oferty banków komercyjnych w przypadku małych i średnich przedsiębiorstw. Rozdrobniona struktura podmiotów gospodarczych w powiecie chrzanowskim oznacza, iż wśród zakładów pracy przeważają małe, często jednoosobowe przedsiębiorstwa.</p> <p>Mimo działalności dość znacznej ilości banków komercyjnych w gminach Trzebinia, Chrzanów, Babice i Libiąż świadczących szeroki zakres usług dla małych i średnich przedsiębiorstw większość z nich nie jest w stanie efektywnie wykorzystać oferowanych instrumentów finansowych. Główną barierą w dostępie do kredytu dla małych i średnich firm jest to, iż udziela się ich jedynie osobom prowadzącym daną działalność gospodarczą przynajmniej przez okres od 12 do 24 miesięcy. Dodatkowo kapitał startowy małych przedsiębiorstw często dotyczy na tyle niskich kwot, że nie mogą one skorzystać z kredytów udzielanych w komercyjnych placówkach finansowych. Wprawdzie na terenie powiatu dostępne są pożyczki udzielane przez Powiatowy Urząd Pracy, ale z uwagi na ustawowe ograniczenia (samozatrudnienie lub wymóg zatrudnienia osób bezrobotnych i utrzymania miejsca pracy oraz formy zabezpieczenia) narzędzie to nie zaspokaja potrzeb finansowych przedsiębiorców. Obecnie na terenie powiatu chrzanowskiego funkcjonują instytucje o charakterze doradczym, wspierające rozwój sektora małych i średnich firm, natomiast brakuje, w dalszym ciągu, organizacji ułatwiających dostęp do finansowania dłużnego niezbędnego dla zapewnienia rozwoju przedsiębiorczości, a co za tym idzie gospodarki.</p> <p>Ponadto, wysoka stopa bezrobocia rejestrowanego wynosząca w lipcu 2003 roku 20,3%, podczas gdy w województwie Małopolskim, w tym samym czasie, kształtowała się ona na poziomie 14,2%, świadczy o konieczności prowadzenia konsekwentnej polityki sprzyjającej zwiększaniu zatrudnienia. Biorąc pod uwagę optymistyczne prognozy dotyczące wzrostu gospodarczego na najbliższe kilka lat, stworzone zostaną doskonałe warunki rozwoju dla małych i średnich przedsiębiorstw generujących najwięcej nowych miejsc pracy. Jest to szczególnie istotne ze względu na nastroje społeczne panujące w powiecie. Jak wykazały przeprowadzone badania ankietowe, aż 90,6% badanych oceniło „możliwość podjęcia pracy</p>	

na terenie powiatu” źle lub bardzo źle. Dodatkowo malejąca populacja wynika w dużej mierze z emigracji wymuszonej słabą sytuacją gospodarczą powiatu.

Biorąc pod uwagę, iż władze lokalne zamierzają wspierać rozwój turystyki w powiecie poprzez stworzenie lokalnej organizacji turystycznej odpowiedzialnej za promocję jego walorów krajobrazowych, historycznych, architektonicznych i kulturowych, ważnym będzie również stworzenie zaplecza finansowego dla firm, których działalność związana jest z turystyką. Jeżeli nie ułatwi się dostępu do kredytu lokalnym przedsiębiorcom, poprzez poręczenia i pożyczki, działania promujące atrakcyjność turystyczną powiatu chrzanowskiego mogą trafić w próżnię podażową.

Na początku lat dziewięćdziesiątych duża część zakładanych przedsiębiorstw korzystała z rodzinnych oszczędności i pożyczek. Jednak, aby zapewnić rozwój przedsiębiorczości, wprowadzanie nowych technologii, rozszerzanie działalności czy też wejście na nowe rynki wymaga finansowania zewnętrznego. Głównym jego źródłem są banki komercyjne, które wymagają od swoich klientów odpowiedniego zabezpieczenia, przed udzieleniem kredytu. **Fundusze poręczeniowe** dostarczają instrumentów wspomagania podmiotów gospodarczych starających się o kredyt w postaci poręczenia kredytowego wystawianego przez fundusz na rzecz banku kredytującego. W ten sposób fundusz przejmuje część zobowiązań przedsiębiorcy wobec banku. W efekcie bank otrzymuje wiarygodne zabezpieczenie, zaś kredytobiorca możliwość dostępu do dodatkowych środków, umożliwiających realizację planowanego przedsięwzięcia. Z kolei **fundusz pożyczkowy** jest szczególnie ważnym instrumentem dla generowania powstawania nowych firm. Mikropożyczki stymulują samozatrudnienie, umożliwiając tworzenie mikroprzedsiębiorstw osobom nie posiadającym wystarczających zasobów finansowych na rozpoczęcie działalności gospodarczej oraz nie mogącym skorzystać z oferty bankowej z innych powodów.

Jeśli chodzi o uruchomienie na terenie powiatu funduszu poręczeń kredytowych to istnieje propozycja by wiązało się to z ponadlokalną (subregionalną) inicjatywą zaproponowaną przez Starostwo Powiatowe w Oświęcimiu. Projekt inicjatywy zakłada, że członkami funduszu zostaną 3 powiaty województwa małopolskiego: **chrzanowski**, oświęcimski i wadowicki. Ponadto proponuje się, żeby:

- Każdy z powiatów wnosi składkę w wysokości 2,5 PLN od mieszkańca, w sumie ponad 1 mln zł kapitału początkowego
- Kapitał wyjściowy rzędu 1 mln zł, daje perspektywę dofinansowania nawet do poziomu ponad 5 mln zł. – taki kapitał byłby wystarczający do trzech powiatów
- Istnieje możliwość włączenia większej liczby powiatów do inicjatywy – łączyłoby się to z niższą składką dla powiatów założycielskich
- Biuro funduszu znajdowałoby się na terenie powiatu oświęcimskiego, a w pozostałych powiatach utworzone zostałyby okienka dystrybucyjne funduszu, np. w powiecie chrzanowskim w Cechu Rzemiosł Różnych

Umiejscowienie okienka dystrybucyjnego w powiecie chrzanowskim w Cechu Rzemiosł Różnych wydaje się korzystne ze względu na funkcje doradcze, które dotychczas pełniła ta instytucja. Z kolei propozycja utworzenia biura funduszu w Oświęcimiu przy Centrum Biznesu Małopolski Zachodniej, wydaje się uzasadniona ze względu na odpowiednie zaplecze logistyczne i merytoryczne, którym dysponuje Centrum. Dodatkowo budowa funduszu o zasięgu ponadlokalnym umożliwi zapewnienie dostępu do finansowania dłużnego małym i średnim przedsiębiorcom, przy jednoczesnym ograniczeniu kosztów związanych z założeniem funduszu poręczeń kredytowych.

Chcąc zapewnić efektywne funkcjonowanie Funduszu o zasięgu kilkupowiatowym, konieczne będzie jego dokapitalizowanie. Szanse na to stwarza realizacja rządowego programu rozbudowy systemu funduszy poręczeniowych i pożyczkowych „Kapitał dla przedsiębiorczych”. Zgodnie z założeniami tego programu minimalna kapitalizacja funduszu poręczeniowego powinna wynosić 1 mln zł, tak aby móc docelowo osiągnąć poziom 4 mln. Z kolei dokapitalizowanie Funduszu przez pięć powiatów, po pierwsze umożliwiłoby ubieganie się w drugiej połowie 2004 roku o dotację w ramach planowanego wsparcia w ramach Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw. Po drugie umożliwiłoby osiągnięcie przewidywanej przez program rządowy docelowej kapitalizacji funduszu.

Jako że, fundusz poręczeń kredytowych tylko w pewnym stopniu może stymulować rozwój małych firm, dodatkowo korzystnym będzie utworzenie funduszu pożyczkowego. Ze względu na kilka czynników proponuje się przyłączenie do inicjatywy wojewódzkiej, w zamian za dofinansowanie przez samorządy lokalne, oraz utworzenie powiatowego okienka dystrybucyjnego, także przy Cechu Rzemiosł Różnych. Na poziomie wojewódzkim we wrześniu 2002 roku utworzono fundusz pożyczkowy prowadzony przez Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego. W ramach tej instytucji można uzyskać kredyt na rozpoczęcie działalności gospodarczej, maksymalnie w wysokości 100 000 zł. Fundusz ma już za sobą pierwsze półtora roku działalności, tak więc dysponuje pewnym doświadczeniem. Zebrane przez samorządy lokalne pieniądze stanowiłyby znacznie mniejszą sumę niż ta wymagana do założenia funduszu pożyczkowego o mniejszym zasięgu.

Przewiduje się, że obydwie wymienione powyżej instytucje finansowe otrzymają wsparcie ze środków Funduszy Strukturalnych UE. Będzie ono najprawdopodobniej stanowiło trzykrotność kapitału zgromadzonego lokalnie. Istnieje zatem duża szansa pozyskania znaczących dla powiatu chrzanowskiego środków na bezpośrednie wsparcie małych przedsiębiorstw, przy jednoczesnym ograniczeniu kosztów z tym związanych.

5. Główne zadania do zrealizowania i ich harmonogram

<i>Zadanie</i>	<i>Data zrealizowania</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Dokonanie uzgodnień pomiędzy samorządami powiatu chrzanowskiego w sprawie przystąpienia do inicjatywy (fpk) – uchwały Starostw 	<ul style="list-style-type: none"> • 31 Maja 2005r.

<ul style="list-style-type: none"> Otworzenie okienka dystrybucyjnego ponadpowiatowego funduszu poręczeń kredytowych przy Cechu Rzemiosł Różnych w Chrzanowie 	<ul style="list-style-type: none"> 31 sierpnia 2005 r.
<ul style="list-style-type: none"> Uzyskanie dofinansowania zewnętrznego dla fpk 	<ul style="list-style-type: none"> 31 styczeń 2006 r.
<ul style="list-style-type: none"> Prowadzenie negocjacji z samorządami lokalnymi w sprawie dofinansowania funduszu pożyczkowego ze środków lokalnych 	<ul style="list-style-type: none"> 31 styczeń 2006
<ul style="list-style-type: none"> Przyłączenie się do działającego na poziomie wojewódzkim funduszu pożyczkowego (MARR) 	<ul style="list-style-type: none"> 28 luty 2006
<ul style="list-style-type: none"> Zasilenie kapitałowe funduszu oraz utworzenie w powiecie chrzanowskim okienka dystrybucyjnego funduszu pożyczkowego 	<ul style="list-style-type: none"> Do 30 kwiecień 2006

6. Cele realizacji projektu i sposób oceny ich osiągnięcia

5.A. Cele operacyjne (produkty):	Miernik osiągnięcia celu:	Wartość oczekiwana:
<ul style="list-style-type: none"> Osiągnięcie dostępności poręczeń kredytowych dla przedsiębiorców z terenu powiatu 	<ul style="list-style-type: none"> Utworzenie w powiecie chrzanowskim okienka dystrybuującego poręczenia dla lokalnych MSP 	<ul style="list-style-type: none"> Otwarcie okienka do 31 sierpnia 2005
<ul style="list-style-type: none"> Spełnienie przez lokalny fundusz poręczeniowy standardów oraz wytycznych dla funduszy poręczeniowych określonych w „Kapitale dla przedsiębiorczych”. 	<ul style="list-style-type: none"> Poziom kapitalizacji. Wdrożenie w funduszu zasad i procedur. 	<ul style="list-style-type: none"> 1 000 000 zł Zgodnie z programem rządowym.
<ul style="list-style-type: none"> Zapewnienie dostępu do pożyczek lokalnym przedsiębiorcom 	<ul style="list-style-type: none"> Termin otwarcia okienka udzielającego pożyczki Wdrożenie w funduszu zasad i procedur 	<ul style="list-style-type: none"> Najpóźniej do 30 kwietnia 2006 Zgodnie z programem rządowym
5.B. Cele szczegółowe (rezultaty):	Miernik osiągnięcia celu:	Wartość oczekiwana:
Fundusz poręczeniowy: <ul style="list-style-type: none"> Otrzymanie dotacji ze środków UE w 2005/2006 r. Udzielanie poręczeń. 	<ul style="list-style-type: none"> Wartość dotacji. Liczba poręczeń dla przedsiębiorców z terenu 	<ul style="list-style-type: none"> 3 000 000 zł 50

	powiatu chrzanowskiego	
➤ Osiągnięcie samofinansowania się funduszu.	➤ % kosztów finansowanych z kapitału.	➤ 100%
Fundusz pożyczkowy:		
➤ Zapewnienie lokalnym przedsiębiorcom dostępu do pożyczek	➤ Liczba pożyczek ➤ Wartość pożyczek	➤ 40 w rok od utworzenia okienka dystrybucyjnego ➤ 800 000 zł. W 1 roku działania
5.C. Cele globalne (oddziaływanie)		
➤ Ułatwienie dostępu do finansowania zewnętrznego w formie pożyczek pozabankowych oraz poręczeń kredytów bankowych		
➤ Zapewnienie finansowania działalności bieżącej i inwestycji małym podmiotom gospodarczym.		
➤ Ograniczanie bezrobocia w powiecie chrzanowskim poprzez ułatwienie dostępu małym i średnim przedsiębiorcom do kapitału zewnętrznego, a przez to umożliwienie im rozwoju i tworzenia nowych miejsc pracy.		
6. Zgodność projektu z celami określonymi w dokumentach regionalnych i krajowych		
6.A. Projekt jest zgodny z następującym elementem Narodowego Planu Rozwoju:		
Oś rozwoju:	„Wzmocnienie potencjału rozwojowego regionów i przeciwdziałanie marginalizacji niektórych obszarów”.	
Zakres działań:	„Restrukturyzacja bazy ekonomicznej regionów i tworzeniu warunków jej dywersyfikacji”.	
6.B. Projekt jest zgodny z następującym celem strategii rozwoju województwa		
➤ Rozwijanie otoczenia biznesu: „Wspieranie rozwoju MSP”; „Wspieranie rozwoju usług finansowych i konsultingowych”);		
➤ Rozwijanie instytucji i firm otoczenia rolnictwa.		

12. Kierunek wsparcia	
7.A. Zakres terytorialny realizacji projektu:	FPK – 3 powiaty: chrzanowski, oświęcimski i wadowicki Okienko FP – powiat chrzanowski
7.B. Liczba mieszkańców na obszarze oddziaływania projektu:	FPK – 440 tys. FP – 129,0 tyś
7.C. Liczba podmiotów gospodarczych na obszarze oddziaływania projektu:	FPK – 34 780 FP – 9 895
7.D. Beneficjenci końcowi wsparcia:	Lokalny FPK FP wraz z MARR
7.E. Odbiorcy ostateczni wsparcia:	Małe i średnie przedsiębiorstwa oraz osoby rozpoczynające działalność gospodarczą z terenu objętego działaniem funduszy
13. Struktura realizacyjna projektu	
8.A. Podmiot (podmioty) realizujący poszczególne działania	Centrum Biznesu Małopolski Zachodniej w Oświęcimiu; Cech Rzemiosł Różnych w Chrzanowie
8.B. Podmiot (podmioty) nadzorujący realizację projektu:	Starostwo Powiatowe
8.A. Podmioty współpracujące przy realizacji projektu:	Banki kredytujące, organizacje wspierające przedsiębiorczość, organizacje członkowskie biznesu, Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego
14. Budżet projektu	
9.A. Łączny koszt projektu (I+II+III)	4 272 500 zł
Koszty początkowe (jednorazowe)	Kwota w PLN

• Założenie i dokapitalizowanie funduszu poręczeniowego (przez trzy powiaty)	1 000 000 zł	
• Dokapitalizowanie funduszu poręczeniowego ze środków regionalnych i krajowych oraz z Funduszy Strukturalnych	3 000 000 zł	
• Dokapitalizowanie lokalnego funduszu pożyczkowego przez samorządy lokalne gmin powiatu chrzanowskiego	200 000 zł	
(I) Razem koszty początkowe	4 200 000 zł	
Roczne koszty realizacji w I-szym roku	Kwota w PLN	
• Wyposażenie (zakup sprzętu komputerowego do obsługi fpk)	5 000 zł. (okienko będzie korzystało z zaplecza udostępnionego przez Cech Rzemiosł Różnych w Chrzanowie)	
• Koszty osobowe (stanowisko obsługi okienka dystrybucyjnego ½ etatu)	4 x 1500 zł = 6 000 zł.	
• Koszty administracyjne	4 000 zł.	
(II) Razem koszty I – szego roku	15 000 zł.	
Roczne koszty realizacji w drugim roku	Kwota w PLN	
• Koszty osobowe (stanowiska obsługi okienek dystrybucyjnych ½ etatu) – fpk i fp	31 500 zł.	
• Koszty administracyjne (wizytacje, ocena, zabezpieczenie)	21 000 zł.	
• Wyposażenie (zakup sprzętu komputerowego do obsługi fp)	5 000 zł. (okienko będzie korzystało z zaplecza udostępnionego przez Cech Rzemiosł Różnych w Chrzanowie)	
(II) Razem koszty II– ego roku	57 500 zł.	
9.B. Źródła finansowania kosztów początkowych		
Pozycja	Źródło	Kwota

<i>Udział własny</i>	Fundusz Poręzeniowy: ➤ Środki samorządów lokalnych (powiat chrzanowski) ➤ Środki samorządów lokalnych innych powiatów Fundusz pożyczkowy	293 500 zł. 706 500 zł. 200 000 zł.
<i>Środki prywatne</i>	-	0
<i>Środki pomocowe – UE</i>	Środki wsparcia Funduszy Strukturalnych w ramach priorytetu 1, działania 2, poddziałania 1 (fp) i 2 (fpk) SPO WKP	3 000 000 zł
<i>Dochody z projektu</i>	-	0
<i>Inne środki</i>	-	0
<i>Razem finansowanie</i>		4 200 000 zł.
9.C. Źródła finansowania kosztów bieżących (rocznych)		
9.C. Źródła finansowania kosztów bieżących (rocznych) w I- szym roku		
<i>Pozycja</i>	<i>Źródło</i>	<i>Kwota</i>
<i>Udział własny</i>	Dofinansowanie samorządów lokalnych	12 500 zł
<i>Środki prywatne</i>	-	0
<i>Środki pomocowe – krajowe</i>	-	0
<i>Środki pomocowe – UE</i>	-	0
<i>Dochody z projektu</i>	Udział w prowizjach od udzielonych poręczeń (1% wartości)	1 000 zł
<i>Inne środki</i>	Udział w przychodach z lokat fpk	1 500 zł
<i>Razem finansowanie</i>		15 000 zł

<i>Pozycja</i>	<i>Źródło</i>	<i>Kwota</i>
<i>Udział własny</i>	Dofinansowanie samorządów lokalnych	22 500 zł
<i>Środki prywatne</i>	-	0
<i>Środki pomocowe – krajowe</i>	-	0
<i>Środki pomocowe – UE</i>	-	0
<i>Dochody z projektu</i>	➤ Udział w prowizjach od udzielonych poręczeń	20 000 zł.
	➤ Udział w prowizjach od udzielonych pożyczek (1,5%)	3 000 zł.
<i>Inne środki</i>	Udział w przychodach z lokat fpk oraz częściowe współfinansowanie niektórych działań w ramach fpk i fp (wspólne koszty dla obu funduszy)	12 000 zł.
<i>Razem finansowanie</i>		57 500 zł.

15. Analiza SWOT projektu

<i>Mocne strony</i>	<i>Słabe strony</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Doświadczenie personelu Centrum Biznesu Małopolski Zachodniej w obsłudze przedsiębiorstw • Brak funduszu poręczeniowego w pobliskim obszarze • Istnienie wojewódzkiego funduszu pożyczkowego, działającego od ponad półtora roku • Silne zapotrzebowanie na pożyczki ze strony małych firm oraz osób chcących rozpocząć działalność gospodarczą. • Możliwość skorzystania z licznych doświadczeń w funkcjonowaniu funduszy pożyczkowych i poręczeniowych w kraju. • Małe zaangażowanie finansowe w fundusz ze strony samorządu lokalnego 	<ul style="list-style-type: none"> • Zbyt niski kapitał funduszu poręczeniowego i związana z nim konieczność dokapitalizowania • Dokapitalizowanie przez samorząd lokalny powiatu chrzanowskiego funduszu zlokalizowanego poza terenem powiatu, który swoim zasięgiem oddziaływania w przypadku funduszu poręczeniowego obejmuje trzy powiaty a w przypadku funduszu pożyczkowego małe województwo

powiatu chrzanowskiego dające możliwość korzystania przez	
<i>Szanse</i>	<i>Zagrożenia</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Otrzymanie wsparcia ze środków Funduszy Strukturalnych UE na fundusz poręczeniowy i pożyczkowy • Możliwość wciągnięcia innych powiatów do inicjatywy utworzenia funduszu poręczeń kredytowych, co obniży składkę dla powiatów. • Stosunkowo duża liczba potencjalnych klientów funduszu poręczeniowego. • Możliwość przyłączenia się do inicjatywy wojewódzkiej, co umożliwi dużo mniejsze zaangażowanie finansowe gmin w działalność okienka dystrybucyjnego funduszu pożyczkowego 	<ul style="list-style-type: none"> • Brak środków na uruchomienie funduszu poręczeniowego (do 1 mln zł) i pożyczkowego, które są niezbędne aby ubiegać się o dotację w ramach wsparcia planowanego w programie rządowym. • Potencjalnie małe zainteresowanie ze strony chrzanowskich firm poręczeniami i pożyczkami pomimo zaangażowania środków finansowych samorządu lokalnego powiatu chrzanowskiego. • Naturalne dla funduszy pożyczkowych podwyższone ryzyko niespłacenia zobowiązań przez beneficjentów • Słaba dostępność pożyczek wynikająca z ponadpowiatowego charakteru obu funduszy
16. Inne informacje uznane za istotne	

1. Tytuł projektu:

ROZWÓJ TURYSTYKI WEEKENDOWEJ

2.A. Data rozpoczęcia realizacji Październik 2004

2.B. Data zakończenia realizacji Marzec 2005

2.C. Okres oddziaływania Wieloletni

3. Tło realizacji projektu (uzasadnienie potrzeby realizacji):

Spotkania Komitetu Rozwoju Lokalnego w Chrzanowie pokazały, że często niedocenianą dziedziną życia powiatu jest turystyka weekendowa. Szczególne znaczenie mają tutaj gminy Alwernia i Babice, na terenie których aktywnie czas spędzają mieszkańcy nie tylko pobliskich gmin ale także całego Śląska. Gminy te oferują bardzo atrakcyjne walory krajobrazowo-przyrodnicze oraz ciekawe obiekty zabytkowe. Zaletą jest bliskość naturalnych zbiorników wodnych oraz interesujące szlaki turystyczne, sprzyjające rozwojowi turystyki pieszej. Niewątpliwym walorem powiatu jest również możliwość uprawiania turystyki rowerowej. Wydawane są nawet specjalne foldery przedstawiające trasy rowerowe na terenie powiatu.

Konsultacje z władzami powiatu, jak również z członkami Komitetu Rozwoju Lokalnego pokazują, że wyżej wymienione elementy to nadal niewykorzystany potencjał powiatu. Problemem wskazywanym przez władze jest również częsty brak środków na dofinansowanie lub sponsoring wyjazdów lokalnych rzemieślników promujących rękodzielnictwo oraz kulturę powiatu chrzanowskiego na różnego rodzaju wystawach i targach. Bardzo sprawnie działający Wydział Promocji i Integracji z Unią Europejską często nie jest w stanie udźwignąć ciężaru niektórych projektów, które w sposób ewidentny mogłyby przyczynić się do promocji powiatu na zewnątrz.

Wszystkie wyżej przedstawione problemy mogą zostać rozwiązane przez wprowadzenie wydajnych sposobów i technik promowania walorów przyrodniczych i historycznych powiatu. Jest to możliwe, w dużej mierze, dzięki przystąpieniu do inicjatywy współtworzenia Małopolskiej Organizacji Turystycznej.

Małopolska Organizacja turystyczna, jest profesjonalną instytucją zajmującą się nowoczesną promocją regionu poprzez zintegrowane działania podmiotów zainteresowanych rozwojem turystyki. Została powołana w styczniu 2002 roku. Działając na podstawie ustawy Prawo o Stowarzyszeniach oraz ustawie o Polskiej Organizacji Turystycznej, MOT realizuje zadania związane z rozwojem turystyki w Małopolsce. MOT jest organizacją współpracy samorządu terytorialnego i branży turystycznej, a został powołany dla osiągnięcia optymalnych efektów gospodarczych i społecznych. Efekty te mogą zostać osiągnięte poprzez skoordynowanie działań i skumulowanie środków finansowych przeznaczonych na promocję.

Organizacja ta funkcjonuje w ramach trójstopniowego programu promocji, wzorowanego na systemie działającym w Unii Europejskiej. System ten opiera się na współpracy pomiędzy Polską Organizacją Turystyczną a jej regionalnymi i lokalnymi odpowiednikami, które są autonomicznymi organizacjami działającymi w sferze promocji i rozwoju turystyki

Funkcjonowanie Lokalnej Organizacji Turystycznej oraz jej regionalnych i narodowych odpowiedników ma na celu stworzenie profesjonalnej sieci organizacji na wzór krajów Unii Europejskiej dla promocji Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie. Powstawanie regionalnych organizacji turystycznych w krajach Unii Europejskiej związane było ściśle z procesem decentralizacji zarządzania państwem. Turystyka jako ważna dziedzina gospodarki, której rozwój związany jest bezpośrednio z zasobami lokalnymi, bardzo dobrze pasowała do tego procesu. Poszczególne regiony i obszary atrakcyjne turystycznie zaczęły, więc tworzyć własne organizacje turystyczne, których celem był rozwój tej dziedziny na ich terenie oraz promocja głównie w innych częściach kraju, a w niektórych przypadkach, również za granicą.

Po wnikliwej analizie rozwiązania dotyczące tworzenia i funkcjonowania struktur regionalnych w Europie przeniesiono na grunt polski.

Lokalne organizacje turystyczne stanowią forum współpracy samorządów lokalnych, zawodowych organizacji branżowych i podmiotów gospodarczych działających w turystyce. Są one tworzone w celu zapewnienia profesjonalnej promocji turystycznej obszaru. Powstają w wyniku niezależnej decyzji wszystkich podmiotów z obszaru, zainteresowanych rozwojem i promocją turystyki. Organizacja taka łączy w sobie różne podmioty, a także ich doświadczenia i interesy. Taka różnorodność zapewnia lepszą i bardziej skuteczną promocję a także lepsze wykorzystanie, rozproszonych, jak dotąd środków promocyjnych. Bardzo istotnym jest fakt, iż przy niezmiennych nakładach finansowych (w wyniku połączenia dotychczasowych środków) efekty tej promocji zostają zwielokrotnione.

Członkowie MOT za główne cele pracy postawili sobie:

- kreowanie i promowanie pozytywnego i atrakcyjnego wizerunku regionu na krajowych i zagranicznych rynkach turystycznych,
- wspieranie rozwoju turystyki zgodnie ze strategią rozwoju regionu,
- integrację środowisk turystycznych poprzez współpracę sektora publicznego z niepublicznym sektorem gospodarki turystycznej oraz stowarzyszeniami związanymi z turystyką jak również innymi organizacjami i przedsiębiorcami,
- zarządzanie regionalnym systemem informacji turystycznej i prowadzenie informacji o ofercie turystycznej regionu,
- stwarzanie warunków do powstawania, stymulowanie oraz rozwoju produktów turystycznych w Małopolsce,
- koordynowanie działań w zakresie planowania i realizacji imprez turystycznych,

usług turystycznych i innych produktów turystycznych,

- dążenie do zapewnienia wysokiej jakości produktów turystycznych Małopolski,
- inicjowanie, opiniowanie i wspomaganie planów rozwoju i modernizacji infrastruktury turystycznej,
- podnoszenie kwalifikacji zawodowych kadr turystycznych, prowadzenie badań marketingowych, analiz i monitoringu w zakresie turystyki.

Analiza tychże celów pokazuje, że wpisują się one w cele oraz działania stojące przed Wydziałem Promocji powiatu chrzanowskiego, natomiast dzięki większemu obszarowi oddziaływania MOT oraz zdecydowanie większym nakładom finansowym cele mogą zostać osiągnięte o wiele szybciej a oddziaływanie charakteryzować się będzie większą skalą.

Członkostwo powiatu chrzanowskiego w Małopolskiej Organizacji wydaje się celowe, ponieważ może on być beneficjentem takich działań MOT jak: prowadzenie działalności edukacyjnej, szkoleniowej oraz wydawniczej (darmowy udział), przygotowanie akcji promocyjnych w zakresie turystyki, udział w imprezach promocyjnych i targach krajowych oraz zagranicznych (MOT pokrywa 50 % kosztów). MOT prowadzi bardzo szerokie działania w zakresie działalności reklamowej i promocyjnej – wydawnictwa promocyjne, kalendarze imprez . Organizuje wyjazdy na seminaria, targi oraz wystawy, zarówno krajowe jak i międzynarodowe, zajmuje się dystrybucją materiałów promocyjno-informacyjnych oraz prowadzi regionalny system informacji turystycznej w powiązaniu z siecią ogólnokrajową.

Rola powiatu w tej inicjatywie ograniczyłaby się do podjęcia uchwały dotyczącej przystąpienia do Małopolskiej Organizacji Turystycznej oraz wyznaczeniu 1 osoby reprezentującej powiat w strukturach organizacji. Wprawdzie członkostwo powiatu upoważnia do dwóch głosów na Walnym Zebraniu MOT, jednakże przykład innych powiatów pokazuje, że do działalności bieżącej wystarczy jedna osoba. Kompetencjami reprezentanta powiatu w strukturach MOT proponuje się objąć Panią Dyrektora Wydziału Promocji i Integracji z Unią Europejską.

6. Główne zadania do zrealizowania i ich harmonogram

<i>Zadanie</i>	<i>Data zrealizowania</i>
• Zapoznanie członków Rady Powiatu z inicjatywą wejścia do struktur MOT oraz promocja tej idei	• Październik – Listopad 2004
• Podjęcie przez Radę Powiatu uchwały dotyczącej przystąpienia do MOT	• Grudzień 2004
• Formalne przyjęcie powiatu przez Zarząd MOT do swoich struktur	• Styczeń 2005

<ul style="list-style-type: none"> Osiągnięcie pełnej gotowości operacyjnej i rozpoczęcie działań - zapoznanie się pracownika Wydziału Promocji z zadaniami, itp. 	<ul style="list-style-type: none"> Marzec 2005 	
7. Cele realizacji projektu i sposób oceny ich osiągnięcia		
5.A. Cele operacyjne (produkty):	Miernik osiągnięcia celu:	Wartość oczekiwana:
<ul style="list-style-type: none"> Intensywne działania promocyjne powiatu na różnorodnych imprezach 	<ul style="list-style-type: none"> Przekazywanie folderów informacyjnych do MOT, celem przedstawiania ich na targach, wystawach itp. 	<ul style="list-style-type: none"> 10 rocznie
<ul style="list-style-type: none"> Aktywność powiatu w reprezentowaniu obszaru na targach i wystawach 	<ul style="list-style-type: none"> Udział w targach i wystawach, zarówno krajowych, jak i zagranicznych 	<ul style="list-style-type: none"> 2 rocznie
<ul style="list-style-type: none"> Promocja powiatu w folderach i materiałach promocyjno-informacyjnych 	<ul style="list-style-type: none"> Informacje na temat powiatu w wydawnictwach 	<ul style="list-style-type: none"> 4 rocznie
<ul style="list-style-type: none"> Promocja lokalnych grup branżowych np. wikliniarzy na zewnętrznych imprezach, szkoleniach itp. 	<ul style="list-style-type: none"> Liczba targów, szkoleń lub wystaw, w których brały udział grupy branżowe 	<ul style="list-style-type: none"> 1 rocznie
5.B. Cele szczegółowe (rezultaty):	Miernik osiągnięcia celu:	Wartość oczekiwana:
<ul style="list-style-type: none"> Zwiększenie zainteresowania turystów powiatem chrzanowskim, a tym samym większa ich liczba spędzająca czas wolny w tym obszarze 	<ul style="list-style-type: none"> Odsetek o jaki wzrosło zainteresowanie turystów spędzaniem czasu wolnego w powiecie 	<ul style="list-style-type: none"> 10%
<ul style="list-style-type: none"> Wzrost liczby turystów korzystających z noclegów na terenie powiatu 	<ul style="list-style-type: none"> Wzrost liczby udzielonych noclegów 	<ul style="list-style-type: none"> 10%
<ul style="list-style-type: none"> Zwiększenie zatrudnienia w branży turystycznej w powiecie 	<ul style="list-style-type: none"> Wzrost liczby nowych miejsc pracy w branży turystycznej 	<ul style="list-style-type: none"> 10% w ciągu 2 lat od uruchomienia inicjatywy MOT
5.C. Cele globalne (oddziaływanie)		

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ułatwienie dostępu do informacji na temat walorów turystyczno-rekreacyjnych powiatu chrzanowskiego oraz promocja tych walorów w kraju i za granicą ➤ Zwiększenie dochodów przedsiębiorców z branży turystycznej ➤ Wzrost liczby gospodarstw agroturystycznych 	
6. Zgodność projektu z celami określonymi w dokumentach regionalnych i krajowych	
6.A. Projekt jest zgodny z następującym elementem Narodowego Planu Rozwoju:	
Oś rozwoju:	Wspieranie konkurencyjności przedsiębiorstw
Zakres działań:	Pełniejsze wykorzystanie szans na jednolitym rynku europejskim Adaptacja do działania w warunkach gospodarki opartej na wiedzy
6.B. Projekt jest zgodny z następującym celem strategii rozwoju województwa	
Rozwinięte przemysły „regionalnej szansy”	
➤ Wspieranie rozwoju „przemysłu czasu wolnego”	
7. Kierunek wsparcia	
7.A. Zakres terytorialny realizacji projektu:	Powiat chrzanowski
7.B. Liczba mieszkańców na obszarze oddziaływania projektu:	129,0 tys.
7.C. Liczba podmiotów gospodarczych na obszarze oddziaływania projektu:	9,9 tys.
7.D. Beneficjenci końcowi wsparcia:	Starostwo Powiatowe
7.E. Odbiorcy ostateczni wsparcia:	Turyści odwiedzający powiat oraz przedsiębiorcy świadczący usługi na ich rzecz
8. Struktura realizacyjna projektu	
8.A. Podmiot (podmioty) realizujący poszczególne działania:	Starosta powiatu chrzanowskiego (lub osoba przez niego wyznaczona), a po utworzeniu delegat z ramienia Starostwa do MOT

8.B. Podmiot (podmioty) nadzorujący realizację projektu:	Starosta powiatu chrzanowskiego
8.C. Podmioty współpracujące przy realizacji projektu:	Polska Organizacja Turystyczna, Małopolska Organizacja Turystyczna, inne organizacje zajmujące się turystyką, dostawcy usług turystycznych, firmy spoza branży poszukujące usług turystycznych, turyści indywidualni, media, szkoły turystyczne
9. Budżet projektu	
9.A. Łączny koszt projektu (I+II+III)	29 800
Koszty początkowe (jednorazowe)	Kwota w PLN
<ul style="list-style-type: none"> Promocja idei wstąpienia do MOT wśród lokalnie operujących przedsiębiorców z branży turystycznej (spotkanie, ogłoszenia). 	1 000
<ul style="list-style-type: none"> Adaptacja pomieszczenia, stworzenie stanowiska pracy 	- Stanowisko można utworzyć w istniejącym już Wydziale PIU
(I) Razem koszty początkowe	1 000
Roczne koszty realizacji w I-szym roku	Kwota w PLN
<ul style="list-style-type: none"> Składka członkowska w MOT 	4 400
<ul style="list-style-type: none"> Wynagrodzenie pracownika etatowego 	- Pracownik WPIU
<ul style="list-style-type: none"> Koszty administracyjne 	- Stanowisko w ramach WPIU
<ul style="list-style-type: none"> Koszty w związku z realizowanymi działaniami promocyjnymi 	10 000
Roczne koszty realizacji w II-gim roku	Kwota w PLN
<ul style="list-style-type: none"> Składka członkowska w MOT 	4 400
<ul style="list-style-type: none"> Wynagrodzenie pracownika etatowego 	- Pracownik WPIU

• Koszty administracyjne		-
	Stanowisko w ramach WPIU	
• Koszty w związku z realizowanymi działaniami promocyjnymi		10 000
9.B. Źródła finansowania bieżących rocznych		
Pozycja	Źródło	Kwota
<i>Udział własny</i>	Starostwo Powiatowe	1 000
<i>Środki prywatne</i>		
<i>Środki pomocowe – krajowe</i>	-	
<i>Środki pomocowe – UE</i>	-	
<i>Dochody z projektu</i>	-	
<i>Inne środki</i>	-	
Razem finansowanie		1 000
9.C. Źródła finansowania kosztów bieżących (rocznych) x 2 lata		
Pozycja	Źródło	Kwota
<i>Udział własny</i>	Starostwo Powiatowe	12 400
<i>Środki prywatne</i>	Przedsiębiorcy lub rzemieślnicy branżowi zainteresowani udziałem w targach, wystawach itp.	2 000
Razem finansowanie		2 x 14 400 = 28 800
Razem finansowanie całego projektu		29 800

10. Analiza SWOT projektu

<i>Mocne strony</i>	<i>Słabe strony</i>
<ul style="list-style-type: none">➤ Atrakcyjność terenu powiatu dla rozwoju rekreacji, sportu, turystyki rowerowej i pieszej➤ Walory ekologiczno-przyrodnicze powiatu➤ Bogaty i zróżnicowany krajobraz oraz zjawiska geologiczne w postaci skał powulkanicznych i skałek jurajskich➤ Obecność zabytków kultury materialnej na terenie powiatu➤ Istnienie baza rekreacyjno – wypoczynkowej w powiecie (zorganizowane trasy turystyczne i rowerowe oraz inne zaplecze techniczne, tj. wypożyczalnie sprzętu i zaplecze gastronomiczne)➤ Dobry stan środowiska naturalnego w powiecie – duża liczba lasów i terenów zielonych➤ MOT: istnienie bardzo dużego potencjału finansowego organizacji;➤ MOT: doświadczenie w tego typu przedsięwzięciach➤ MOT: doskonale rozwinięty know-how w dziedzinie promocji turystyki	<ul style="list-style-type: none">➤ Zbyt mała liczba gospodarstw agroturystycznych funkcjonujących na terenie powiatu➤ Nieprzystosowanie części gospodarstw do świadczenia usług agroturystycznych➤ Emisja zanieczyszczeń, pochodzących ze źródeł komunalnych i przemysłowych, do wód➤ Hałas komunikacyjny drogowy, będący dominującym źródłem zakłóceń klimatu akustycznego środowiska w powiecie
<i>Szanse</i>	<i>Zagrożenia</i>
<ul style="list-style-type: none">➤ Istnienie na terenie powiatu gospodarstw agroturystycznych, stanowiących komplementarną bazę noclegową➤ Oferowanie przez istniejące na terenie powiatu gospodarstwa agroturystyczne	<ul style="list-style-type: none">➤ Brak przekonania rolników co do opłacalności prowadzenia gospodarstw agroturystycznych➤ Brak pozytywnego nastawienia turystów do spędzania wypoczynku w gospodarstwach agroturystycznych

<p>lokalnych produktów i wyrobów</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wydawane materiałów reklamowych, przedstawiających walory turystyczne powiatu, w ramach jego promocji ➤ Istnienie strony WWW w Internecie, na bieżąco aktualizowanej, stanowiącej kompendium informacji o powiecie, m.in. o jego przyrodzie i zabytkach ➤ Wzrost zainteresowania agroturystyką ➤ Po zdobyciu koniecznego doświadczenia możliwość zainicjowania Lokalnej Organizacji Turystycznej (tylko na terenie powiatu) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Stale rosnąca liczba pojazdów na terenie powiatu, powodujących zanieczyszczenia komunikacyjne ➤ Skupienie zainteresowania MOT na najbardziej atrakcyjnych terenach Małopolski, takich jak Kraków czy Zakopane ➤ Rozproszenie działań MOT na bardzo wielu ośrodkach współpracujących
<p>11. <i>Inne informacje uznane za istotne</i></p>	

1. Tytuł projektu:	
WSPÓLNA OFERTA INWESTYCYJNA MIAST I GMIN	
2.A. Data rozpoczęcia realizacji	I kwartał 2005 r.
2.B. Data zakończenia realizacji	IV kwartał 2005 r.
2.C. Okres oddziaływania	Nieograniczony
3. Tło realizacji projektu (uzasadnienie potrzeby realizacji):	
<p>Inwestycje w infrastrukturę to główny element, który powoduje wzrost i rozwój gospodarczy regionu. Rozwój taki to z jednej strony umacnianie się lokalnego biznesu, z drugiej zaś magnes przyciągający inwestorów zewnętrznych planujących, bądź wręcz rozpoczynających prowadzenie działalności. Dobry, sprzyjający biznesowi klimat gospodarczy przyciąga inwestycje tworzące nowe miejsca pracy, utrzymuje firmy już działające i z pewnością tworzy przychylną atmosferę dla przedsiębiorczości. Jednym ze sposobów kreowania rozwoju gospodarczego jest przygotowanie pełnej oferty inwestycyjnej powiatu.</p> <p>Jedną z podstawowych barier pozyskiwania inwestycji jest brak spójnego systemu informowania inwestorów o gospodarczej ofercie powiatu chrzanowskiego oraz gmin wchodzących w jego skład. Informacja taka powinna dotyczyć wszystkich dostępnych danych, którymi mogą być zainteresowani potencjalni inwestorzy dla podjęcia biznesowych decyzji. Chęć przyciągnięcia inwestorów jest dobrze rozumiana przez konkurujące powiaty. Stanowi ona silną motywację do podejmowania działań w tym kierunku. Zespół ekspertów firmy Uniconsult proponuje, aby w ramach wspólnej inicjatywy gmin i powiatu przygotować spójną i pełną ofertę inwestycyjną, do której każda z gmin powinna zebrać aktualne dane o terenach inwestycyjnych uwzględniając następujące informacje:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ lokalizację, ➤ wielkość, ➤ numer działki, ➤ przeznaczenie według lokalnego planu zagospodarowania przestrzennego, ➤ uzbrojenie techniczne, ➤ dostępność komunikacyjną, ➤ właściciela, ➤ dane o ewentualnej zabudowie. <p>Oprócz informacji o terenach, w bazie powinny znaleźć się również takie dane jak:</p>	

- plany rozbudowy infrastruktury w poszczególnych gminach, ze szczególnym uwzględnieniem terenów inwestycyjnych,
- obowiązujące stawki podatków lokalnych,
- system wsparcia inwestorów przez lokalne władze,
- oferta lokalnych firm (szczególnie ważne w przypadku chęci kooperowania potencjalnego inwestora z lokalnymi firmami),
- podstawowe informacje o powiecie i gminach, m.in. liczba mieszkańców, powierzchnia, połączenia komunikacyjne wewnątrz powiatu oraz połączenia w ramach regionu i kraju.
- system edukacji (kierunki kształcenia w szkołach średnich i zawodowych),
- struktura bezrobocia wg płci, wykształcenia, stażu pracy, czasu pozostawania bez pracy,
- zaplecze hotelowe,
- atuty powiatu oraz poszczególnych gmin itp.

Powyższe dane powinny znaleźć się w bazie prowadzonej przez jedną wskazaną jednostkę. Potencjalny inwestor zainteresowany inwestycją w powiecie będzie mógł w jednym miejscu uzyskać wszystkie interesujące go informacje. Zebrane dane powinny być również dostępne w Internecie, umożliwi to ich szybką aktualizację. Proponuje się, aby udostępnienie tych danych przybrało formę portalu tematycznego związanego z przedsiębiorczością, którego celem byłoby prezentowanie aktualnej, kompletnej i szerokiej oferty skierowanej do przedsiębiorców. Liczba informacji, które zostaną zebrane pozwoli na stworzenie osobnego portalu poświęconego tej tematyce. Dla wyróżnienia powinien także zostać zarezerwowany specjalny adres internetowy np.: **www.inwestuj-chrzanow.gov.pl** lub **www.biznes-chrzanowski.biz.pl**. Linki informujące o funkcjonowaniu portalu powinny być eksponowane na stronach internetowych jednostek samorządowych i instytucji wsparcia biznesu z terenu powiatu oraz wszelkich innych możliwych instytucji ogólnopolskich. Aby zainteresować partnerów zagranicznych ofertą powiatu, konieczne jest umieszczenie na stronach internetowych skróconej wersji oferty (resume) w języku angielskim i niemieckim. Na stronach powinny się również znaleźć adresy mailowe, telefony i nazwiska osób (urzędników), z którymi potencjalni inwestorzy mogą przeprowadzać wstępne rozmowy w tych językach. Integralną częścią tego projektu jest umieszczenie adresu wraz z zestawem słów kluczowych w polskich i międzynarodowych wyszukiwarkach internetowych.

Dla firm i osób preferujących zapoznanie się z ofertą w wersji drukowanej, powinna również powstać taka wersja katalogu ofert inwestycyjnych. Aktualizacja tego wydawnictwa powinna mieć miejsce raz na rok, okazją do tego działania mogą być np.: targi na których samorządy, miasta, bądź regiony prezentują swoje oferty inwestycyjne.

Wspólna oferta inwestycyjna będzie narzędziem, które lokalne władze mogą wykorzystać do przekonania docelowych grup inwestorów do rozpoczęcia działalności na terenie powiatu. Dzięki tej inicjatywie istnieje duża szansa przyciągnięcia nowych firm oraz pomoże rozwijać się i rozszerzać działalność firmom już działającym.

7. Główne zadania do zrealizowania i ich harmonogram		
Zadanie	Data zrealizowania	
<ul style="list-style-type: none"> Wyznaczenie jednostki odpowiedzialnej za stworzenie bazy danych, docelowo administratora bazy. Uznaje się, iż najbardziej efektywny mógłby być pracownik Starostwa dysponujący dobrym rozeznanieniem w zakresie inwestycji, rozwoju, promocji, który na czas realizacji projektu wsparty by został dodatkową pomocą – np. na warunkach umowy zlecenia lub etatu refundowanego przez PUP. 	<ul style="list-style-type: none"> 31 stycznia 2005 r. 	
<ul style="list-style-type: none"> Przeprowadzenie badań ankietowych wśród lokalnych przedsiębiorców (dotyczących zawartości bazy danych). 	<ul style="list-style-type: none"> 31 marca 2005 r. 	
<ul style="list-style-type: none"> Zbieranie danych przez poszczególne gminy. 	<ul style="list-style-type: none"> 30 maj 2005 r. 	
<ul style="list-style-type: none"> Przekazanie danych z poszczególnych gmin do jednostki odpowiedzialnej za ich wprowadzenie do bazy. 	<ul style="list-style-type: none"> 31 czerwiec 2005 r. 	
<ul style="list-style-type: none"> Stworzenie aktualnej i kompletnej oferty inwestycyjnej miast i gmin należących do powiatu. 	<ul style="list-style-type: none"> 30 wrzesień 2005 r. 	
<ul style="list-style-type: none"> Zbudowanie portalu internetowego z opcją bieżącej aktualizacji danych 	<ul style="list-style-type: none"> 30 wrzesień 2005 r. 	
<ul style="list-style-type: none"> Wydanie katalogu zawierającego ofertę inwestycyjną, co roku aktualizowanego. 	<ul style="list-style-type: none"> 30 listopada 2005 r. 	
<ul style="list-style-type: none"> Stworzenie kanału dystrybucji katalogu. 	<ul style="list-style-type: none"> 31 grudnia 2005 r. 	
8. Cele realizacji projektu i sposób oceny ich osiągnięcia		
5.A. Cele operacyjne (produkty):	Miernik osiągnięcia celu:	Wartość oczekiwana:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Stworzenie bazy danych o potencjale inwestycyjnym miast i gmin z terenu powiatu dostępnej na stronie internetowej. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liczba ofert terenów inwestycyjnych z poszczególnych gmin w bazie. ➤ Liczba firm prowadzących działalność gospodarczą na terenie poszczególnych gmin zarejestrowanych w bazie 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ W zależności od posiadanych zasobów przez poszczególne gminy (ogółem około 80-100 ofert). ➤ 280 - 300 ➤ Szerokość zakresu tych informacji:

	<p>w bazie.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Inne informacje dotyczące poszczególnych gmin znajdujące się w bazie. 	<p>(plany rozbudowy infrastruktury, system wsparcia, kierunki kształcenia w szkołach, struktura bezrobotnych, zaplecze hotelowe, itp.).</p>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wydanie katalogu zawierającego oferty inwestycyjne gmin z terenu powiatu. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nakład ➤ Liczba ofert inwestycyjnych zawartych w katalogu. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2500 szt. ➤ Około 100
5.B. Cele szczegółowe (rezultaty):	Miernik osiągnięcia celu:	Wartość oczekiwana:
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rozpowszechnienie informacji na temat lokalnego potencjału inwestycyjnego wśród lokalnych przedsiębiorców oraz potencjalnych inwestorów. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liczba przedsiębiorców, którym dzięki zdobytym informacjom ułatwiono możliwość rozwoju działalności gospodarczej na terenie powiatu. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 10 rocznie
5.C. Cele globalne (oddziaływanie)		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ułatwienie lokalnym przedsiębiorcom oraz potencjalnym inwestorom dostępu do pełnej informacji o lokalnych możliwościach inwestycyjnych i potencjale gospodarczym. 		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Umożliwienie przedsiębiorcom z powiatu dostępu do kontaktów kooperacyjnych i udostępnienie oferty kooperacyjnej powiatu rynkom zewnętrznym. 		
6. Zgodność projektu z celami określonymi w dokumentach regionalnych i krajowych		
6.A. Projekt jest zgodny z następującym elementem Narodowego Planu Rozwoju:		
Oś rozwoju:	„Wspieranie konkurencyjności przedsiębiorstw”.	
Zakres działań:	„Zwiększenie poziomu inwestycji”.	
6.B. Projekt jest zgodny z następującym celem strategii rozwoju województwa		
<ul style="list-style-type: none"> ➤ „Trwały rozwój gospodarczy”. <ul style="list-style-type: none"> ☐ „Wspieranie rozwoju MSP”. 		

<p>⇒ „Efektywny system pozyskiwania inwestorów komercyjnych”.</p> <p>⇒ „Pozyskiwanie do regionu inwestycji publicznych”.</p>	
7. Kierunek wsparcia	
7.A. Zakres terytorialny realizacji projektu:	Powiat chrzanowski
7.B. Liczba mieszkańców na obszarze oddziaływania projektu:	129,1tys.
7.C. Liczba podmiotów gospodarczych na obszarze oddziaływania projektu:	9 895
7.D. Beneficjenci końcowi wsparcia:	Powiat chrzanowski oraz należące do niego miasta i gminy.
7.E. Odbiorcy ostateczni wsparcia:	<p>Inwestorzy zewnętrzni korzystający z bazy danych.</p> <p>Lokalni przedsiębiorcy kooperujący z nowymi podmiotami oraz korzystający z bazy danych.</p> <p>Mieszkańcy, którzy znaleźli zatrudnienie w nowych firmach.</p>
8. Struktura realizacyjna projektu	
8.A. Podmiot (podmioty) realizujący poszczególne działania:	
<ul style="list-style-type: none"> Wyznaczenie jednostki odpowiedzialnej za stworzenie bazy danych i docelowo za administrację bazą. 	<ul style="list-style-type: none"> Starostwo w porozumieniu z gminami.
<ul style="list-style-type: none"> Zbieranie danych przez poszczególne gminy. 	<ul style="list-style-type: none"> Urzędy gmin
<ul style="list-style-type: none"> Przekazanie danych z poszczególnych gmin do jednostki odpowiedzialnej za ich wprowadzenie do bazy. 	<ul style="list-style-type: none"> Urzędy gmin
<ul style="list-style-type: none"> Stworzenie aktualnej i kompletnej oferty inwestycyjnej miast i gmin należących do powiatu chrzanowskiego. 	<ul style="list-style-type: none"> Dział promocji Starostwa lub specjalnie powołana jednostka
<ul style="list-style-type: none"> Wydanie katalogu zawierającego ofertę inwestycyjną, co roku aktualizowanego. 	<ul style="list-style-type: none"> Agencja reklamowa - Firma wydawnicza
<ul style="list-style-type: none"> Zbudowanie portalu internetowego z opcją bieżącej 	<ul style="list-style-type: none"> Agencja interaktywna lub

aktualizacji danych	informatyczna, aktualizacja danych Dział promocji Starostwa	
<ul style="list-style-type: none"> Stworzenie kanału dystrybucji katalogu. 	<ul style="list-style-type: none"> Dział promocji Starostwa lub specjalnie powołana jednostka 	
8.B. Podmiot (podmioty) nadzorujący realizację projektu:	Starostwo Powiatowe i Urzędy Gmin	
8.A. Podmioty współpracujące przy realizacji projektu:	Urzędy miast i gmin z terenu powiatu, organizacje zrzeszające przedsiębiorców, lokalne firmy.	
9. Budżet projektu		
9.A. Łączny koszt projektu (I+II)	101 600 zł	
Koszty początkowe (jednorazowe)	Kwota w PLN	
<ul style="list-style-type: none"> Opracowanie bazy danych, zebranie danych. 	30 000 zł	
<ul style="list-style-type: none"> Opublikowanie bazy w Internecie na stronie Starostwa Powiatowego (usługa informatyczna). 	4 000 zł	
(I) Razem koszty początkowe	34 000 zł	
Roczne koszty realizacji w I-szym roku	Kwota w PLN	
<ul style="list-style-type: none"> Koszty osobowe zatrudnionego pracownika zajmującego się zbieraniem danych, wprowadzaniem ich do bazy, stworzeniem spójnej oferty inwestycyjnej. 	2 000 x 12 = 24 000 zł	
<ul style="list-style-type: none"> Koszty administracyjne. 	300 x 12 = 3 600 zł	
<ul style="list-style-type: none"> Przeprowadzanie badań ankietowych wśród przedsiębiorców – zbieranie danych do bazy 	20 000 zł	
<ul style="list-style-type: none"> Opracowanie katalogu. 	5 000 zł	
<ul style="list-style-type: none"> Wydanie katalogu zawierającego ofertę inwestycyjną miast i gmin z terenu powiatu (2000 egzemplarzy). 	15 000 zł	
(II) Razem koszty I-szego roku	67 600 zł	
9.B. Źródła finansowania kosztów początkowych		
Pozycja	Źródło	Kwota

<i>Udział własny</i>	Środki samorządów lokalnych	34 000 zł
<i>Środki prywatne</i>	-	0
<i>Środki pomocowe – krajowe</i>	-	0
<i>Środki pomocowe – UE</i>	-	0
<i>Dochody z projektu</i>	-	0
<i>Inne środki</i>	-	0
<i>Razem finansowanie</i>		34 000 zł
9.C. Źródła finansowania kosztów bieżących (rocznych)		
<i>Pozycja</i>	<i>Źródło</i>	<i>Kwota</i>
<i>Udział własny</i>	Środki samorządów lokalnych (w ramach budżetów promocyjnych i tak istniejących w poszczególnych gminach)	52 000 zł
<i>Środki prywatne</i>	-	-
<i>Środki pomocowe – krajowe</i>	-	-
<i>Środki pomocowe – UE</i>	-	-
<i>Dochody z projektu</i>	Dochody z reklam w katalogu	15 600 zł
<i>Inne środki</i>	-	-
<i>Razem finansowanie</i>		67 600 zł

10. Analiza SWOT projektu

<i>Mocne strony</i>	<i>Słabe strony</i>
<ul style="list-style-type: none">• Duży zasób terenów inwestycyjnych w powiecie.• Dobra współpraca pomiędzy Starostwem i poszczególnymi urzędami miast i gmin, ułatwiająca zbieranie i uaktualnianie danych.• Obecność w powiecie dużych przedsiębiorców, którzy mogą być zainteresowani zamieszczeniem w katalogu swojej oferty.• Zgodność projektu z deklarowanymi oczekiwaniami przedsiębiorców wobec władz lokalnych.	<ul style="list-style-type: none">• Niski procent małych przedsiębiorców, którzy mają dostęp do Internetu, w którym dostępna będzie baza danych.• Trudności w pozyskiwaniu danych o terenach inwestycyjnych będących własnością osób prywatnych.• Ograniczoność środków finansowych na promocję w budżetach gmin i starostwa.
<i>Szanse</i>	<i>Zagrożenia</i>
<ul style="list-style-type: none">• Duże zainteresowanie ze strony potencjalnych inwestorów terenami znajdującymi się w bazie.• Nawiązanie kontaktów kooperacyjnych przez firmy znajdujące się w bazie.• Poprawa komunikacji w powiecie między władzami lokalnymi i środowiskiem biznesu.	<ul style="list-style-type: none">• Małe zainteresowanie ze strony lokalnych firm i potencjalnych inwestorów informacjami zawartymi w bazie.• Niekompletne dane w bazie, które nie pokrywają się z rzeczywistymi zasobami, mogące wpłynąć negatywnie na decyzję potencjalnych inwestorów o inwestowaniu w powiecie.• Trudności w skoordynowaniu działań poszczególnych samorządów lokalnych.
11. Inne informacje uznane za istotne	

1. Tytuł projektu:

PROGRAM PROWADZENIA STAŻY ZAGRANICZNYCH

2.A. Data rozpoczęcia realizacji I kwartał 2005

2.B. Data zakończenia realizacji Grudzień 2006

2.C. Okres oddziaływania Nieograniczony

3. Tło realizacji projektu (uzasadnienie potrzeby realizacji):

Wysoka stopa bezrobocia jest jednym z głównych problemów powiatu chrzanowskiego. Jak wynika z diagnozy lokalnego rynku pracy powiatu chrzanowskiego, gros bezrobotnych stanowią ludzie młodzi, bez doświadczenia zawodowego. Dlatego też w trakcie obrad Komitetu Rozwoju Lokalnego uzgodniono, że priorytetowym działaniem, które ma duże szanse zmniejszenia bezrobocia w powiecie jest wsparcie młodzieży we wchodzeniu na rynek pracy.

Działanie ma zostać zrealizowane w ramach tego projektu poprzez staże organizowane dla osób, które:

- w danym roku kalendarzowym kończą swoją naukę na poziomie ponadgimnazjalnym,
- absolwentów,
- bezrobotnych zagrożonych długotrwałym bezrobociem.

Osoby te miałyby możliwość wyjazdu zagranicę w celu odbycia stażu w przedsiębiorstwie.

W zamierzeniu projekt powinien przynieść wielokierunkowe korzyści. Osoby, które odbędą staże:

- będą miały możliwość zdobycia praktycznych umiejętności,
- polepszą swoją znajomość języka obcego,
- uzyskają szansę zdobycia pracy za granicą,
- nawiążą kontakty z zagranicznymi przedsiębiorstwami,
- będą mogły dokonać transferu "know-how" do Polski i wykorzystać go w powiecie.

Tak więc dzięki uruchomieniu staży zagranicznych po pierwsze zwiększy się atrakcyjność

kapitału ludzkiego. Osoby, które odbędą staż z całą pewnością będą miały dużo większe szanse na znalezienie pracy (dzięki zdobytemu doświadczeniu zawodowemu i lepszej znajomości języka).

Ponadto można liczyć również, że część z uczestników programu założy własne przedsiębiorstwa w oparciu o doświadczenia i "know-how" zdobyte na wyjeździe. Otwierając własne firmy stworzą oni nowe miejsca pracy.

Z dużym prawdopodobieństwem zakładać można, że część z uczestników zdobędzie za granicą pracę. Dzięki temu do powiatu napływnie kapitał (poprzez transfery pieniężne przekazywane rodzinom) oraz być może w długim okresie część z tych, którzy "dorobią" się za granicą, wróci do powiatu i utworzy nowe przedsiębiorstwa.

Ważnym elementem jest fakt, że w ramach programu Leonardo da Vinci refundowane jest do 100% kosztów wymiany (do 5 tys. euro/beneficjenta) oraz do 200 euro/osobę kosztów związanych z zarządzaniem projektem. Od 2004 roku decyzją Krajowej Rady Programu zostały zmienione limity dofinansowania projektów wymian i staży. Obecnie nie jest już wymagane zaangażowanie środków własnych w wysokości 10-15% budżetu projektu. Wykazanie wkładu własnego w budżetach projektów jest dobrowolne.

W znaczący sposób ułatwi to przeprowadzenie programu. Kosztem może być jedynie zaangażowanie pracownika lub pracowników w opracowanie wniosku i nawiązanie kontaktów. Warto dodać, że na polskiej stronie internetowej programu opublikowany jest wykaz jednostek poszukujących partnerów do współpracy w ramach programu Leonardo da Vinci, co może ułatwić powyższe działanie. Współpraca zawiązana między instytucjami realizującymi projekt będzie mogła przynieść wymierne rezultaty również po zakończeniu programu Leonardo da Vinci.

4. Główne zadania do zrealizowania i ich harmonogram

<i>Zadanie</i>	<i>Data zrealizowania</i>
<ul style="list-style-type: none">Nawiązanie współpracy z ośrodkami zagranicznymi (przedsiębiorstwami, biurami pośrednictwa pracy itp.)	<ul style="list-style-type: none">I kwartał 2005
<ul style="list-style-type: none">Akcja informacyjna na temat programu i warunków uczestnictwa	<ul style="list-style-type: none">II kwartał 2005
<ul style="list-style-type: none">Rekrutacja chętnych do odbycia stażu zagranicznego	<ul style="list-style-type: none">III – IV kwartał 2005
<ul style="list-style-type: none">Wybór uczestników spośród kandydatów	<ul style="list-style-type: none">Grudzień 2005
<ul style="list-style-type: none">Przeprowadzenie stażu	<ul style="list-style-type: none">Styczeń – Marzec 2005

9. Cele realizacji projektu i sposób oceny ich osiągnięcia		
5.A. Cele operacyjne (produkty):	Miernik osiągnięcia celu:	Wartość oczekiwana:
➤ Dostępność uczestnictwa w stażu	➤ Liczba osób objętych programem staży zagranicznych	➤ 35 rocznie
➤ Szeroka oferta wymiany zagranicznej	➤ Liczba przedsiębiorstw, w których możliwe jest odbycie stażu	➤ 5
5.B. Cele szczegółowe (rezultaty):	Miernik osiągnięcia celu:	Wartość oczekiwana:
➤ Zapewnienie zatrudnienia absolwentom	➤ Procent absolwentów, którzy po odbyciu stażu (w okresie nie dłuższym niż 3 miesiące od momentu rozpoczęcia poszukiwania pracy) zdobyli ją	➤ 75%
➤ Powstanie nowych przedsiębiorstw w powiecie opartych o "know-how" oraz kontakty zdobyte w trakcie staży	➤ Liczba przedsiębiorstw założonych przez uczestników staży	➤ 3 rocznie
5.C. Cele globalne (oddziaływanie)		
➤ Zwiększenie atrakcyjności kapitału ludzkiego w powiecie		
➤ Ułatwienie rozpoczęcia kariery zawodowej absolwentom z powiatu chrzanowskiego		
➤ Aktywizacja bezrobotnych		
➤ Zmniejszenie bezrobocia		
6. Zgodność projektu z celami określonymi w dokumentach regionalnych i krajowych		
6.A. Projekt jest zgodny z następującym elementem Narodowego Planu Rozwoju:		
Oś rozwoju:	Rozwój zasobów ludzkich i zatrudnienia	
Zakres działań:	Zwiększenie poziomu wykształcenia i kwalifikacji zawodowych przez młodzież i dorosłych	

6.B. Projekt jest zgodny z następującym celem strategii rozwoju województwa	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elastyczny, łatwo dostosowujący się do zmian społeczno - gospodarczych system edukacji ▪ Środowisko promujące przedsiębiorczość i aktywność obywateli ▪ Maksymalizacja pozytywnych efektów integracji 	
17. Kierunek wsparcia	
7.A. Zakres terytorialny realizacji projektu:	Powiat chrzanowski
7.B. Liczba mieszkańców na obszarze oddziaływania projektu:	129,0 tys.
7.C. Liczba podmiotów gospodarczych na obszarze oddziaływania projektu:	9,9 tys.
7.D. Beneficjenci końcowi wsparcia:	Powiatowy Urząd Pracy, szkoły ponadgimnazjalne powiatu chrzanowskiego
7.E. Odbiorcy ostateczni wsparcia:	Absolwenci szkół w powiecie, bezrobotni uczestniczący w szkoleniach
18. Struktura realizacyjna projektu	
8.A. Podmiot (podmioty) realizujący poszczególne działania:	Powiatowy Urząd Pracy, szkoły ponadgimnazjalne powiatu chrzanowskiego
8.B. Podmiot (podmioty) nadzorujący realizację projektu:	Starosta powiatu chrzanowskiego
8.A. Podmioty współpracujące przy realizacji projektu:	Przedsiębiorstwa zagraniczne, zagraniczne ośrodki pośrednictwa pracy, szkoły średnie powiatu chrzanowskiego, inne ośrodki kształcenia w powiecie, powiatowy urząd pracy.
19. Budżet projektu	
9.A. Łączny koszt projektu w całym okresie realizacji	308 000
Koszty początkowe (jednorazowe)	Kwota w PLN
• Poszukiwanie partnerów (zagranicznych przedsiębiorstw i firm pośrednictwa pracy)	10 000
• Akcja informacyjna i rekrutacyjna	4 000

<i>Roczne koszty realizacji w I roku</i>	<i>Kwota w PLN</i>	
<ul style="list-style-type: none"> Przeprowadzenie stażu (transport, zakwaterowanie, wyżywienie, "kieszonkowe") 	$35 \times 4 \times 1600 = 224\ 000$ (zakwaterowanie i wyżywienie)	$35 \times 2000 = 70\ 000$ (transport)
9.B. Źródła finansowania kosztów początkowych i pierwszego roku		
<i>Pozycja</i>	<i>Źródło</i>	<i>Kwota</i>
<i>Udział własny</i>	-	-
<i>Środki prywatne</i>	-	-
<i>Środki pomocowe – krajowe</i>	-	-
<i>Środki pomocowe – UE</i>	Program Leonardo da Vinci	14 000
<i>Dochody z projektu</i>	-	-
<i>Inne środki</i>	-	-
Razem finansowanie		14 000
9.C. Źródła finansowania kosztów bieżących (rocznych)		
<i>Pozycja</i>	<i>Źródło</i>	<i>Kwota w PLN</i>
<i>Udział własny</i>	-	-
<i>Środki prywatne</i>	-	-
<i>Środki pomocowe – krajowe</i>	-	-
<i>Środki pomocowe – UE</i>	Program Leonardo da Vinci	294 000
<i>Dochody z projektu</i>	-	-
<i>Inne środki</i>	-	-

20. Analiza SWOT projektu	
<i>Mocne strony</i>	<i>Słabe strony</i>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Duże zapotrzebowanie na zmniejszenie bezrobocia stworzenie szans na znalezienie pracy przez absolwentów ➤ Wysoka skuteczność projektowanego działania (w stosunku do uczestniczących w nim osób) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wysoki koszt przeprowadzenia staży ➤ Mała liczba osób, które będą mogły uczestniczyć w stażach
<i>Szanse</i>	<i>Zagrożenia</i>
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Polityka Unii Europejskiej oraz Polski wspierająca aktywną walkę z bezrobociem ➤ Wzrost aspiracji zawodowych mieszkańców powiatu ➤ Kontynuacja przez UE programu Leonardo da Vinci również po 2006 roku 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bierna postawa osób, które mogłyby uczestniczyć w programie
21. Inne informacje uznane za istotne	

3. MATRYCE LOGICZNE DO POSZCZEGÓLNYCH PROJEKTÓW

Matryca logiczna do zadania: „Utworzenie punktu doradczo-konsultacyjnego” W ramach programu operacyjnego/strategii dla: powiatu chrzanowskiego

Działanie	Cele działań		Wskazniki osiągnięcia celów	Wartość oczekiwana
	Produkt	Rezultat		
Przystąpienie do konkursu na realizację projektu utworzenia PKD w powiecie chrzanowskim przy TKŻ PAGA	Samodzielny ośrodek doradczo-konsultacyjny wspomagający małych i średnich przedsiębiorców oraz osoby pragnące rozpocząć prowadzenie działalności gospodarczej	Ułatwienie dostępu do usług konsultacyjno-doradczych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej	Lepszy dostęp do informacji ułatwiających prowadzenie działalności a zatem większy odsetek dobrze przygotowanych przedsiębiorców do prowadzenia firmy	<ul style="list-style-type: none"> Odsetek MSP w powiecie korzystających z usług PKD <p>20% (w pierwszym roku od rozpoczęcia działalności)</p>
Rozpowszechnienie informacji o funkcjonowaniu PKD, jego ofercie, lokalizacji oraz godzinach pracy	Szeroko rozpowszechniona informacja o dostępie do usług świadczonych przez PDK a w związku z tym większe szanse na jej wykorzystanie przez lokalnych przedsiębiorców	Wzrost liczby zakładanych przedsiębiorstw w powiecie oraz miejsc pracy	Wzrost zainteresowania usługami świadczonymi przez PKD wśród przedsiębiorców	<ul style="list-style-type: none"> Liczba osób rozpoczynających własną działalność gospodarczą w wyniku konsultacji w PKD Liczba nowopowstałych miejsc pracy <p>100 (w pierwszym roku od rozpoczęcia działalności) 200 (w roku utrzymania statusu PKD)</p>
Rozpoczęcie świadczenia usług przez PKD	Usługi świadczone przez PKD	PKD cieszący się dobrą opinią wśród małych i średnich przedsiębiorców	Wzrost dochodowości MSP w powiecie a wykorzystywanie w większym stopniu funduszy pomocowych i strukturalnych	<ul style="list-style-type: none"> Odsetek przedsiębiorców zadowolonych z usług świadczonych w PKD (na podstawie wycinkowych badań ankietowych) <p>70% (w pierwszym roku od rozpoczęcia działalności)</p>

**Matryca logiczna do zadania: „Zapewnienie wsparcia finansowego lokalnym MSP”
W ramach programu operacyjnego/strategii dla: powiatu chrzanowskiego**

Działanie	Cele działań			Wskaźniki osiągnięcia celów	
	Produkt	Rezultat	Oddziaływanie	Wskaźnik	Wartość oczekiwana
Dokonanie uzgodnień pomiędzy samorządami powiatów w celu utworzenia funduszu	Uzgodnienie wielkości wejścia kapitałowego powiatów do inicjatywy	Objęcie powiatu chrzanowskiego ofertą poręczeniową funduszu poręczeń kredytowych	Zwiększenie dostępności finansowych narzędzi wsparcia dla przedsiębiorstw	➤ Kwota środków „własnych” zebranych na poziomie powiatu	2,5 zł. na jednego mieszkańca
Współtworzenie lokalnego funduszu poręczeń kredytowych	Działający na obszarze 3 powiatów fpk dysponujący odpowiednim kapitałem poręczeniowym	Dostęp do finansowania zewnętrznego (UE) kapitału poręczeniowego	Zwiększenie szans na pozyskania środków Funduszy Strukturalnych UE zgodnie z zasadami zdefiniowanymi przez Min. Gosp.	➤ Kwota środków „własnych” zebranych na poziomie lokalnym ➤ Kwota uzyskanego dofinansowania inicjatywy ze środków FS UE	1 mln zł. 3 mln zł.
Zapewnienie dostępności oferty poręczeniowej w powiecie	Okienko dystrybucyjne funduszu poręczeniowego działające przy lokalnej instytucji odpowiedzialnej za wsparcie MSP	Lokalni przedsiębiorcy korzystający z poręczeń, jak formy likwidacji barier dostępu do finansowania dłużnego	Zapewnienie źródeł finansowych rozwoju i inwestycji w lokalnych MSP	➤ Liczba poręczeń udzielanych rocznie w powiecie ➤ Wartość poręczanych kredytów (rocznie w powiecie)	50 2 mln zł.
Prowadzenie negocjacji z samorządami lokalnymi w sprawie dofinansowania funduszu pożyczkowego ze środków lokalnych	Uzgodnienie wielkości wejścia kapitałowego gmin powiatu chrzanowskiego do funduszu pożyczkowego	Ułatwienie dostępu do finansowania zewnętrznego w formie pożyczek pozabankowych	Zwiększenie dostępności finansowych narzędzi wsparcia dla przedsiębiorstw	➤ Kwota środków „własnych” zebranych na poziomie powiatu	1,5 zł na mieszkańca
Utworzenie w powiecie chrzanowskim okienka funduszu dystrybucyjnego pożyczkowego	Zapewnienie dostępu do mikropożyczek lokalnym przedsiębiorcom dzięki otwarciu okienka dystrybucyjnego funduszu pożyczkowego	Lokalni przedsiębiorcy oraz osoby rozpoczynające działalność gospodarczą korzystający z pożyczek pozabankowych	Stworzenie zaplecza finansowego dla firm będących w początkowym stadium rozwoju	➤ Rozpoczęcie działalności funduszu pożyczkowego ➤ Liczba pożyczek udzielanych rocznie w powiecie ➤ Wartość udzielanych pożyczek (rocznie w powiecie)	30. 09. 2005 40 0,8 mln zł.

Matryca logiczna do zadania: „Centrum Kształcenia Praktycznego”

W ramach programu operacyjnego/strategii dla: powiatu chrzanowskiego

Działanie	Cele działań			Wskaźniki osiągnięcia celów	
	Produkt	Rezultat	Oddziaływanie	Wskaźnik	Wartość oczekiwana
Utworzenie w CKP Wielofunkcyjnego Stanowiska Techno-dydaktycznego i Produkcyjnego	Wielofunkcyjne Stanowisko Techno-dydaktyczne i Produkcyjne	Udostępnienie posiadanej infrastruktury do użytku uczniom oraz osobom zainteresowanym kształceniem zawodowym i praktycznym	Możliwość podnoszenia kwalifikacji przez osoby biorące udział w kursach i szkoleniach Nabycie przez uczniów szkół zawodowych i technicznych dodatkowych, innowacyjnych umiejętności	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Zajęcia praktyczne dla uczniów szkół zawodowych i technicznych ➤ Organizacja egzaminów kwalifikacyjnych dla słuchaczy różnych pozaszkolnych form kształcenia zawodowego ➤ Organizacja kursów zmieniających kwalifikacje pracowników różnych przedsiębiorstw oraz kursów doszkalających 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1 600 godzin lekcyjnych w ciągu roku szkolnego ➤ 60 osób w roku 2005; 150 osób w roku 2006 ➤ 50 osób w roku 2005; 140 osób w roku 2006

Matryca logiczna do zadania: „Rozwój turystyki weekendowej”
W ramach programu operacyjnego/strategii dla: powiatu chrzanowskiego

Działanie	Cele działań		Wskaźniki osiągnięcia celów	
	Produkt	Rezultat	Wskaznik	Wartość oczekiwana
Przystąpienie do inicjatywy Małopolskiej Organizacji Turystycznej	Zapewnienie dostępu do usług informacyjnych na temat walorów turystycznych powiatu	Zwiększenie zainteresowania turystów powiatem chrzanowskim, a tym samym większa ich liczba spędzająca czas wolny w tym obszarze	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ułatwienie dostępu do informacji na temat walorów turystyczno-rekreacyjnych powiatu chrzanowskiego oraz promocja tych walorów w kraju i za granicą ➤ Odsetek o jaki wzrosło zainteresowanie turystów spędzaniem czasu wolnego w powiecie ➤ Wzrost liczby udzielonych noclegów ➤ Wzrost liczby nowych miejsc pracy w branży turystycznej 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 10% ➤ 10% ➤ 10% w ciągu 2 lat od przystąpienia do inicjatywy MOT

Matryca logiczna do zadania: „Wspólna oferta inwestycyjna miast i gmin”

W ramach programu operacyjnego/strategii dla: powiatu chrzanowskiego

Działanie	Cele działań		Wskaźniki osiągnięcia celów	
	Produkt	Rezultat	Wskaźnik	Wartość oczekiwana
Zbieranie danych przez poszczególne gminy i przekazywanie ich do jednostki odpowiedzialnej za ich wprowadzenie do bazy	Baza danych o potencjale inwestycyjnym miast i gmin z terenu powiatu dostępna na portalu internetowym	Zwiększenie wiedzy na temat lokalnego potencjału inwestycyjnego wśród lokalnych przedsiębiorców oraz potencjalnych inwestorów oraz rozpowszechnianie informacji zawartych w bazie	<p>Wzrost liczby przedsiębiorców, którym dzięki zdobytym informacjom ułatwiono możliwość rozwoju działalności gospodarczej na terenie powiatu.</p> <p>➤ Liczba ofert terenów inwestycyjnych z poszczególnych gmin w bazie</p> <p>➤ Liczba firm prowadzących działalność gospodarczą na terenie poszczególnych gmin zarejestrowanych w bazie</p> <p>➤ Inne informacje dotyczące poszczególnych gmin znajdujące się w bazie</p> <p>➤ Liczba zapytań ofertowych skierowanych do jednostki zarządzającej portalem internetowym</p> <p>➤ Liczba odwiedzin na portalu internetowym (statystyka serwera)</p>	<p>W zależności od posiadanych zasobów przez poszczególne gminy (ogółem około 80 do 100 ofert)</p> <p>280-300</p> <p>Szerokość zakresu tych informacji (plany rozbudowy infrastruktury, system wsparcia, kierunki kształcenia w szkołach, struktura bezrobotnych, zaplecze hotelowe, itp.)</p>
Wydanie katalogu zawierającego oferty inwestycyjne gmin z terenu powiatu	Katalog ofert inwestycyjnych	Zwiększenie wiedzy na temat lokalnego potencjału inwestycyjnego oraz możliwościach inwestowania w powiecie. Kooperacja firm już działających w powiecie oraz nowo powstałych	<p>➤ Nakład</p> <p>➤ Liczba ofert inwestycyjnych zawartych w katalogu</p>	<p>2500 szt.</p> <p>Okolo 100</p>

Matryca logiczna do zadania: „ Tworzenie grup producenckich; promocja produktu lokalnego ”

W ramach programu operacyjnego/strategii dla: powiatu chrzanowskiego

Działanie	Cele działań		Wskaźniki osiągnięcia celów		Źródło	
	Produkt	Rezultat	Oddziaływanie	Wskaźnik		Wartość oczekiwana
Przeprowadzenie konkursu na logo produktu lokalnego	Symbol produktu lokalnego wypracowany w wyniku ogólnopowiatowej dyskusji wielu środowisk	Integracja społeczności lokalnej wokół zadania promocji produktu lokalnego oraz stworzenia narzędzia promocji	Aktywizacja społeczności lokalnej w kierunku gospodarczego wykorzystania promocji produktu lokalnego, stanowiącego oś generalnej promocji powiatu	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liczba projektów zgłoszonych do konkursu na produkt lokalny ➤ Odsetek mieszkańców wiedzących o prowadzonym konkursie na wybór produktu lokalnego 	15 40%	<p>Komisja konkursowa</p> <p>Badanie ankietowe przeprowadzone na obszarze powiatu</p>
Promocja produktu lokalnego	Rozpoznawalny na skalę ogólnokrajową produkt lokalny kojarzony z powiatem chrzanowskim	Wytworzenie jednoznacznej korelacji skojarzeniowej pomiędzy produktem lokalnym a powiatem.	Ułatwiona promocja dowolnego produktu lokalnych przedsiębiorców, dzięki zastosowaniu skojarzenia z logo produktu lokalnego, co za tym idzie zwiększenie sprzedaży poza powiatem produktów lokalnych przedsiębiorstw	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Odsetek mieszkańców kraju poprawnie kojarzących produkt lokalny z powiatem w pięć lat od uruchomienia projektu ➤ Odsetek mieszkańców kraju rozpoznających na rynku choćby jeden produkt promowany przy pomocy logo lokalnego produktu chrzanowskiego w pięć lat od uruchomienia projektu 	10% 5%	<p>Badanie ankietowe przeprowadzane na terenie kraju</p> <p>Badanie ankietowe przeprowadzane na terenie kraju</p>
Ogłoszenie corocznego konkursu na wybór najlepszego produktu wykorzystującego logo chrzanowskiego produktu lokalnego	Nagłośniony medialnie i oferujący stosunkowo wysokie nagrody pieniężne konkurs na produkty objęte logo promocyjnym produktu lokalnego	Ciągłe wprowadzanie na rynek nowych produktów promowanych za pomocą logo	Wyłonienie na rynku lokalnym produktów (i usług) najwyższej jakości, możliwych do skutecznego wypromowania poza granicami powiatu	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liczba produktów objętych promocją w trzy lata od uruchomienia projektu ➤ Liczba osób uczestniczących co roku w koncercie / festynie finałowym konkursu 	30 5000	<p>Komisja konkursowa</p> <p>Organizatorzy koncertu/festynu</p>

Popularyzacja wśród rolników powiatu wiedzy nt. zakładania grup producenckich oraz możliwości dofinansowania ich działalnościami z funduszy strukturalnych	Informacje dostępne w ODR, Starostwie Powiatowym, ulotki informujące o tworzeniu i finansowaniu grup producenckich	Nabywanie przez lokalnych rolników i przedsiębiorców konkretnej wiedzy niezbędnej do stworzenia kolejnych grup producenckich	Nastawienie na zorganizowane formy produkcji rolnej na terenie powiatu	<ul style="list-style-type: none"> ➤ procent rolników znających zasady tworzenia i finansowania grup producenckich ➤ Odsetek rolników zainteresowanych zakładaniem grupy producenckiej ➤ 	20%	Badanie ankietowe przeprowadzane na terenie kraju Badanie ankietowe przeprowadzane na terenie powiatu
Utworzenia pilotażowej grupy producentów rolnych	Pilotażowa grupa producencka	Istnienie widocznego przykłady jak można tworzyć grupy producenckie	Kształtowanie świadomości lokalnych rolników na temat możliwości tworzenia grup producenckich	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Odsetek rolników posiadających wiedzę na temat istnienia lokalnej grupy producenckiej oraz jej wyników 	30 %	Badanie ankietowe przeprowadzane na terenie powiatu

Matryca logiczna do zadania: „Program prowadzenia staży zagranicznych”

W ramach programu operacyjnego/strategii dla: powiatu chrzanowskiego

Działanie	Cele działań			Wskaźniki osiągnięcia celów	
	Produkt	Rezultat	Oddziaływanie	Wskaźnik	Wartość oczekiwana
Organizowanie staży zagranicznych	Dostępność uczestnictwa w stażu	Zapewnienie zatrudnienia absolwentom	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Zwiększenie atrakcyjności kapitału ludzkiego w powiecie 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liczba osób objętych programem staży zagranicznych 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 35
	Szeroka oferta wymiany zagranicznej	Powstanie nowych przedsiębiorstw w powiecie opartych o "know-how" oraz kontakty zdobyte w trakcie staży	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ułatwienie rozpoczęcia kariery zawodowej absolwentom z powiatu chrzanowskiego ➤ Aktywizacja bezrobotnych ➤ Zmniejszenie bezrobocia 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liczba przedsiębiorstw, w których możliwe jest odbycie stażu ➤ Procent absolwentów, którzy po odbyciu stażu (w okresie nie dłuższym niż 3 miesiące od momentu rozpoczęcia poszukiwania pracy) zdobyli ją 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 5 ➤ 75%
				<ul style="list-style-type: none"> ➤ Liczba przedsiębiorstw założonych przez uczestników staży 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 3 rocznie

4. WYKRESY GANTA DLA POSZCZEGÓLNYCH PROJEKTÓW

HARMONOGRAM REALIZACJI PROJEKTU

Projekt: "Centrum Kształcenia Praktycznego"

W ramach programu operacyjnego/strategii dla: powiatu chrzanowskiego

Działanie	2004												2005											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Akceptacja projektu przez Starostwo Powiatowe, przeznaczenie środków w budżecie na ten cel																								
2. Ogłoszenie przetargu na adaptację pomieszczeń CKP na nowe stanowisko																								
3. Wykonanie projektu architektonicznego																								
4. Cykl technologiczny adaptacji pomieszczeń																								
5. Wyposażenie pracowni komputerowej																								
6. Zakup i instalacja zestawu edukacyjnego																								
7. Zakup i instalacja obrabiarki CNC																								

HARMONOGRAM REALIZACJI PROJEKTU

Projekt: "Zapewnienie wsparcia finansowego lokalnym MSP"
W ramach programu operacyjnego/strategii dla: powiatu chrzanowskiego

Działanie	2005												2006											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	1. Dokonanie uzgodnień pomiędzy samorządami powiatu ochranowskiego w sprawie przystąpienia do inicjatywy (fpk) – uchwały Starostw																							
2. Otworzenie okienka dystrybucyjnego ponadpowiatowego funduszu poręczeń kredytowych przy Cechu Rzemiosł Różnych w Chrzanowie																								
3. Uzyskanie dofinansowania zewnętrznego dla fpk																								
4. Prowadzenie negocjacji z samorządami lokalnymi w sprawie dofinansowania funduszu pożyczkowego ze środków lokalnych																								
5. Przyłączenie się do działającego na poziomie wojewódzkim funduszu pożyczkowego (MARR)																								
6. Zasilenie kapitałowe funduszu oraz utworzenie w powiecie chrzanowskim okienka dystrybucyjnego funduszu pożyczkowego																								

HARMONOGRAM REALIZACJI PROJEKTU

Projekt: "Rozwój turystyki weekendowej"
W ramach programu operacyjnego/strategii dla: powiatu chrzanowskiego

Działanie	2004												2005											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Zapoznanie członków Rady Powiatu z inicjatywą wejścia do struktur MOT oraz promocja tej idei																								
2. Podjęcie przez Radę Powiatu uchwały dotyczącej przystąpienia do MOT																								
3. Formalne przyjęcie powiatu przez Zarząd MOT do swoich struktur																								
4. Osiągnięcie pełnej gotowości operacyjnej i rozpoczęcie działań - zapoznanie się pracownika Wydziału Promocji z zadaniami, itp.																								

HARMONOGRAM REALIZACJI PROJEKTU

Projekt: "Wspólna oferta inwestycyjna miast i gmin"
W ramach programu operacyjnego/strategii dla: powiatu chrzanowskiego

Działanie	2004												2005											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	1. Wyznaczenie jednostki odpowiedzialnej za stworzenie bazy danych, docelowo administratora bazy.													◆										
2. Przeprowadzenie badań ankietowych wśród lokalnych przedsiębiorców (dotyczących zawartości bazy danych).																								
3. Zbieranie danych przez poszczególne gminy.																								
4. Przekazanie danych z poszczególnych gmin do jednostki odpowiedzialnej za ich wprowadzenie do bazy.																			◆					
5. Stworzenie aktualnej i kompletnej oferty inwestycyjnej miast i gmin należących do powiatu.																								
6. Zbudowanie portalu internetowego z opcją bieżącej aktualizacji danych																								
7. Wydanie katalogu zawierającego ofertę inwestycyjną, co roku aktualizowanego.																								◆

HARMONOGRAM REALIZACJI PROJEKTU

Projekt: "PROGRAM PROWADZENIA STAŻY ZAGRANICZNYCH "

W ramach programu operacyjnego/strategii dla: powiatu chrzanowskiego

Działanie	2005												2006											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Nawiązanie współpracy z ośrodkami zagranicznymi (przedsiębiorstwami, biurami pośrednictwa pracy itp.)																								
2. Akcja informacyjna na temat programu i warunków uczestnictwa																								
3. Rekrutacja chętnych do odbycia stażu zagranicznego																								
4. Wybór uczestników spośród kandydatów																								
5. Przeprowadzenie stażu																								

4. SYSTEM WDRAŻANIA PROJEKTU

Każdy projekt zwykle przechodzi szereg faz, bądź etapów. Każdy wynika z poprzedniego etapu, jest jego naturalnym następstwem, a jednocześnie punktem wyjścia do następnego etapu. Poniżej przedstawiono wszystkie etapy powstawania i przebiegu projektu ze zwróceniem szczególnej uwagi na proces wdrażania (w tym rozdziale) oraz na monitoring i ewaluację (w następnym).

4.1. Zdefiniowanie Projektu – definiowanie i analiza pomysłów na potencjalne projekty

Jest to punkt wyjścia do każdego projektu. Główne zadanie na tym etapie polega na zdefiniowaniu „problemu” (np.: dlaczego mamy podejmować działania?) i określeniu wielu alternatywnych sposobów rozwiązania go.

Najważniejsze pytania, jakie możemy sobie zadać dla ułatwienia to:

- Co chcemy osiągnąć?
- Jakich rezultatów końcowych się spodziewamy?
- W jaki sposób osiągnąć te rezultaty?
- Jakie są założenia?
- Jakie widzimy rozwiązania alternatywne?
- Ile to będzie kosztować?
- Kto będzie finansował?

Definiowanie projektu owocuje zwykle powstaniem krótkiego dokumentu, który będzie pierwszym (ogólnym) opisem projektu.

4.2. Przygotowanie Projektu – staranne opracowanie koncepcji projektu

Zakres prac podejmowanych w ramach przygotowania projektu, zależy w dużej mierze od jego złożoności i skali wielkości, jak również od tego, kto mógłby projekt sfinansować.

Procedury postępowania, jakie należy rozpocząć, i wymagania często będą dyktowane przez potencjalnego fundatora.

Na tym etapie, wyłania się zazwyczaj konkretne opracowanie. Dobre opracowanie będzie próbą odpowiedzi na pytania, jakie prawdopodobnie padną w momencie oceny projektu, i dostarczy wymaganych informacji.

4.3. Ocena Projektu – projekt jest skrupulatnie oceniany, a proponowane rozwiązania odpowiednio korygowane, jeśli zachodzi taka potrzeba.

Przy małym projekcie, będzie to prawdopodobnie proste sprawdzenie czy projekt realizuje cele, jakie stawia sobie fundator, czy ma sens i czy przyniesie oczekiwane efekty.

Przy większych projektach, ocena będzie oznaczać szeroko zakrojone działania sprawdzające projekt od strony organizacyjnej, finansowej, instytucjonalnej czy skutków gospodarczych, społecznych, środowiskowych. Wyniki oceny można zawrzeć we „Raporcie o wynikach oceny” lub „Raporcie o koncepcji projektu”. Sprawy najistotniejsze dla projektu zostaną omówione w nim odpowiednio szczegółowo.

Podstawowe pytania, jakie należy postawić sobie w ramach oceny projektu to: Czy projekt się uda? Czy doprowadzi do realizacji zakładanych celów? Czy projekt przyczyni się do realizacji celów polityki państwowej bądź regionalnej?

4.4. Finansowanie / Negocjacje dot. projektu – podejmowanie decyzji o finansowaniu projektu i sposobie jego wdrażania.

Przy małych projektach, oznacza to zatwierdzenie budżetu projektu, i jeśli to konieczne, takich elementów jak harmonogram realizacji, skład zespołów, itp. Przy większych projektach, należy dopełnić złożonych procedur negocjacyjnych. Strony kontraktu biorą udział w negocjacjach, gdzie negocjują szczegółowe wymogi wdrażania. Po osiągnięciu porozumienia do dokumentu dołącza się zobowiązania prawne. Następnie, dokument zostaje przekazany do zatwierdzenia zarządowi instytucji finansującej.

Dla wszystkich projektów ustala się zasady monitoringu/ śledzenia przebiegu i ewaluacji.

4.5. Wdrażanie i śledzenie procesu wdrażania Projektu- projekt jest wdrażany według ustalonych zasad, jednocześnie dokonuje się okresowych kontroli, mających zapewnić przebieg zgodny z planem.

Postęp prac monitorowany jest w odniesieniu do zakładanych metod realizacji oraz harmonogramu. W ramach śledzenia realizacja projektu kontrolowana jest zarówno pod względem finansowym jak i poza-finansowym – wykorzystanie środków, efektywność

działań i osiągniętych rezultatów, ocena postępów w zakresie realizacji zakładanych celów projektu.

O sposobach wdrażania projektu, i przebiegu monitorowania należy myśleć już na etapie przygotowania projektu. Przy zarządzaniu projektem korzysta się z niektórych dokumentów sporządzanych w fazie przygotowania projektu np.: wykresów i harmonogramów wdrażania.

4.6. Ewaluacja Projektu – oceniane są wyniki projektu, powstają pomysły na nowe projekty (definiowanie nowych projektów oznacza powrót do etapu 1).

Już na początku fazy opracowywania projektu trzeba zastanowić się nad metodą ewaluacji projektu

Projekt jest zwykle oceniany z punktu widzenia realizacji stawianych przed nim celów i tego:

- Czy udało się zrealizować cele projektu?
- Czy zostały one zrealizowane dobrze i przy rozsądnym gospodarowaniu środkami? oraz
- Co projekt pozostawi po sobie?

Ewaluację przeprowadza się w określonych fazach cyklu projektu. Często:

- przed rozpoczęciem projektu - ewaluacja **wyjściowa** – ewaluacja prawdopodobnych osiągnięć
- w połowie realizacji tzw.: ewaluacja na półmetku, lub w innych ważnych fazach
- na zakończenie wdrażania, tzw.: końcowa;
- po upływie określonego okresu czasu od zakończenia, w celu ewaluacji skutków odległych (długofalowych) – znana jako ewaluacja **skutków odległych**.

Ważnym celem ewaluacji jest przekazanie informacji zwrotnej fundatorom i sponsorom projektu. Ewaluacja często prowadzi do zdefiniowania nowych projektów.

Każdy z projektów jest wdrażany według zasad i zgodnie z harmonogramem zapisanym w karcie projektowej. Jednocześnie poprzez system monitoringu (opisany w następnym rozdziale) dokonuje się okresowych kontroli, mających zapewnić wykonanie go zgodnie z planem.

Za nadzór nad prawidłową realizacją poszczególnych działań projektu odpowiedzialna jest jednostka koordynująca wyznaczona w karcie projektowej. Do niej należy kontrola prawidłowości prac bieżących związanych z wdrażaniem projektu. W szczególności należy weryfikować:

- terminy realizacji etapów projektu,
- stronę finansową projektu,
- efektywność działań.

Do zadań wyznaczonej jednostki należy także wykonywanie działań organizacyjnych takich jak np. ogłaszanie przetargów, prowadzenie negocjacji i inne działania związane z realizacją poszczególnych komponentów projektu.

Jednostka wdrażająca odpowiedzialna jest również za wypełnianie zamieszczonej w następnym rozdziale karty realizacji projektu i jako najbardziej kompetentna za propozycje zmian w nim.

5. SPOSOBY MONITOROWANIA, OCENY I KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ

Monitoring i ocena studium polega na dokonywaniu okresowej oceny stopnia realizacji działań zapisanych w dokumencie strategicznym i wprowadzaniu modyfikacji zgodnie ze zmieniającymi się uwarunkowaniami zewnętrznymi i wewnętrznymi wpływającymi na rozwój społeczny i gospodarczy gminy. Do monitoringu i oceny (ewaluacji) studium zobowiązuje się Starostwo Powiatowe w Chrzanowie. Do zadań z tym związanych wyznacza się jednostki koordynujące wyszczególnione w każdym z zapisanych działań strategicznych.

Dzięki wprowadzeniu systemu monitoringu i ewaluacji zostaje rozwiązany problem dezaktualizacji założeń studium wynikających ze zmieniających się warunków funkcjonowania samorządu, prawodawstwa i innych czynników mogących deformować zasadność podejmowanych w ramach planu rozwoju lokalnego działań.

Prócz modyfikacji działań strategicznych w trakcie ich realizacji istnieje możliwość tworzenia dodatkowych kart projektów, które będą wpisywać się w wyznaczone cele operacyjne. W ten sposób strategia może się rozwijać wraz z rozwojem społecznym i gospodarczym powiatu.

5.1. System monitorowania studium

Monitoring, czyli śledzenie realizacji planu odbywać się będzie na poziomie oceny realizacji poszczególnych działań strategicznych.

- Każdy projekt posiadać będzie kartę oceny realizacji. Karta oceny powinna zawierać planowane efekty realizacji w postaci wskaźników ilościowych takich jak: czas realizacji, liczba osób korzystających, planowane efekty inwestycyjne itp. Jednocześnie jednostka koordynująca odpowiedzialna za realizację działania strategicznego opracowuje na własny użytek terminy zbierania informacji niezbędnych do wypełniania karty realizacji.
- Bieżąca ocena powinna pozwolić na natychmiastowe dostosowywanie działań lub ich elementów do zmieniających się warunków zewnętrznych (zmiana partnerów, inne źródła finansowania, zmiana zadań)

- Odpowiedzialność za prowadzenie procedury monitoringu spoczywa na jednostkach koordynujących odpowiednie działania strategiczne
- Jednostki koordynujące są odpowiedzialne za przygotowywanie kart realizacji projektu
- Proponuje się, aby bieżąca ocena realizacji dokonywała się w okresie półrocznym

Cel operacyjny:	
Działanie:	
Podjęmowane działania w celu realizacji programu:	
Efekty (mierniki osiągnięcia zakładanego celu):	
Stopień rozbieżności pomiędzy efektami zakładanymi a osiągniętymi:	
Napotkane problemy w trakcie realizacji zadania:	
Proponowana modyfikacja zadania:	
Dalsze finansowanie:	

5.2. Sposoby oceny studium

Ocena planu rozwoju lokalnego powinna polegać na badaniu przyczyn rozbieżności między zaplanowanymi efektami a rzeczywistymi (na podstawie kart oceny realizacji) z jednoczesnym płynnym wprowadzaniem tych zmian, które mają na celu dostosowanie planu (i działań zawartych w planie) do określonych wymagań (zmieniających się potrzeb i warunków).

Oceny dokonywać się będzie poprzez:

- Analizę poszczególnych kart ocen realizacji działań strategicznych i bieżące reagowanie na zmieniające się warunki - dokonywać będzie tego jednostka koordynująca wraz z odpowiednimi komisjami rady.
- Okresowy przegląd realizacji działań na sesjach rady (2 razy do roku).
- Uwzględnienie zmiany warunków zewnętrznych i potrzeb rozwojowych powiatu.
- Sesje dotyczące przeglądu realizacji działań i zmian w projektach powinny odbywać się przed sesjami dotyczącymi projektowania budżetu

5.3. Sposoby inicjowania współpracy pomiędzy sektorem publicznym, prywatnym i organizacjami pozarządowymi

W celu zwiększenia efektywności realizowanych działań niezbędna jest dobra współpraca między sektorem publicznym, prywatnym i organizacjami pozarządowymi. Cel ten osiągnięty zostanie poprzez utworzenie: Agencji Rozwoju Lokalnego, która w swojej genezie i bieżących działaniach współpracować będzie zarówno z samorządem, przedsiębiorcami jak i pozostałymi organizacjami działającymi na terenie powiatu.

Agencja Rozwoju Lokalnego poprzez swoje działania integrować będzie przedsiębiorców, urząd i inne organizacje działające na terenie miasta i powiatu. Takimi przedsięwzięciami będą między innymi: organizacja wspólnych wyjazdów na targi, wspólna promocja, baza danych. Dzięki temu zostanie opracowana platforma, która umożliwi wymianę poglądów między podmiotami. Również wspólne wyjazdy promocyjne przyczynią się do zawiązania znajomości między samorządowcami i przedsiębiorcami. Nieformalne kontakty mogą przyczynić się do lepszej współpracy w „godzinach urzędowania” i do lepszego zrozumienia wzajemnych potrzeb.

5.4. Public relations studium

Realizacja zadań zawartych w studium wymaga do swej realizacji akceptacji społecznej. Nie ulega najmniejszej wątpliwości, że również skuteczność działań zapisanych w tym dokumencie zależy w dużym stopniu od reakcji społeczności lokalnej na proponowane działania.

W związku z tym public relations programu rozwoju lokalnego powinien w przystępny sposób prezentować:

- przyczyny podjęcia działań,
- spodziewane rezultaty,
- zalety wybranych wariantów działania.

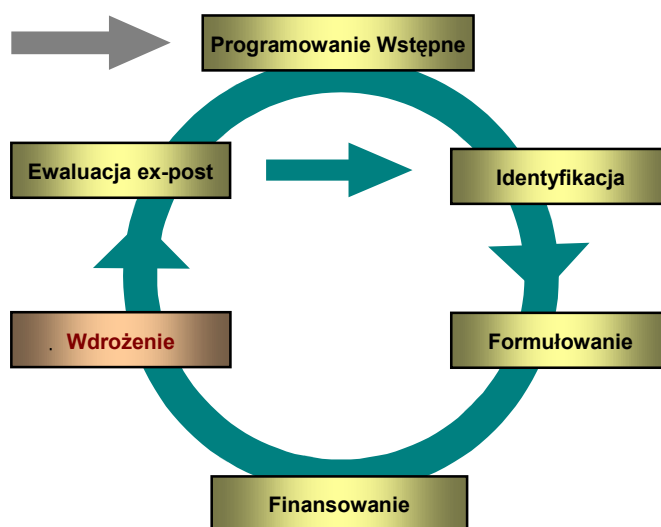
Należy zaznaczyć, że public relations to nie są jedynie kontakty z prasą i mediami. W grę wchodzi również sposób wprowadzania projektów, spotkania z grupami, których projekty dotyczą, minimalizacja ewentualnych negatywnych efektów planowanych działań.

W rezultacie otrzymane zostać powinny zainteresowanie realizacją działań (kontrola społeczna), ustanowienie i utrzymanie wzajemnego zrozumienia między instytucją wdrażającą działanie a odbiorcami projektu, polepszenie społecznego stosunku do działań, a także ukształtowanie mechanizmów poparcia społecznego dla planu rozwoju lokalnego.

6. OGÓLNE INFORMACJE O EWALUACJI

6.1. Definicja ewaluacji i jej miejsce w cyklu zarządzania projektem (ze szczególnym uwzględnieniem ewaluacji ex-post)

Ewaluacja jest integralnym elementem tzw. Cyklu Zarządzania Projektem – CZP (ang. Project Cycle Management - PCM). Pod pojęciem Projekt należy rozumieć zarówno pojedynczą inwestycję jak i cały, złożony program. Poniższy schemat obrazuje fazy CZP.



Cykl Zarządzania Projektem

I tak, do cyklu należy:

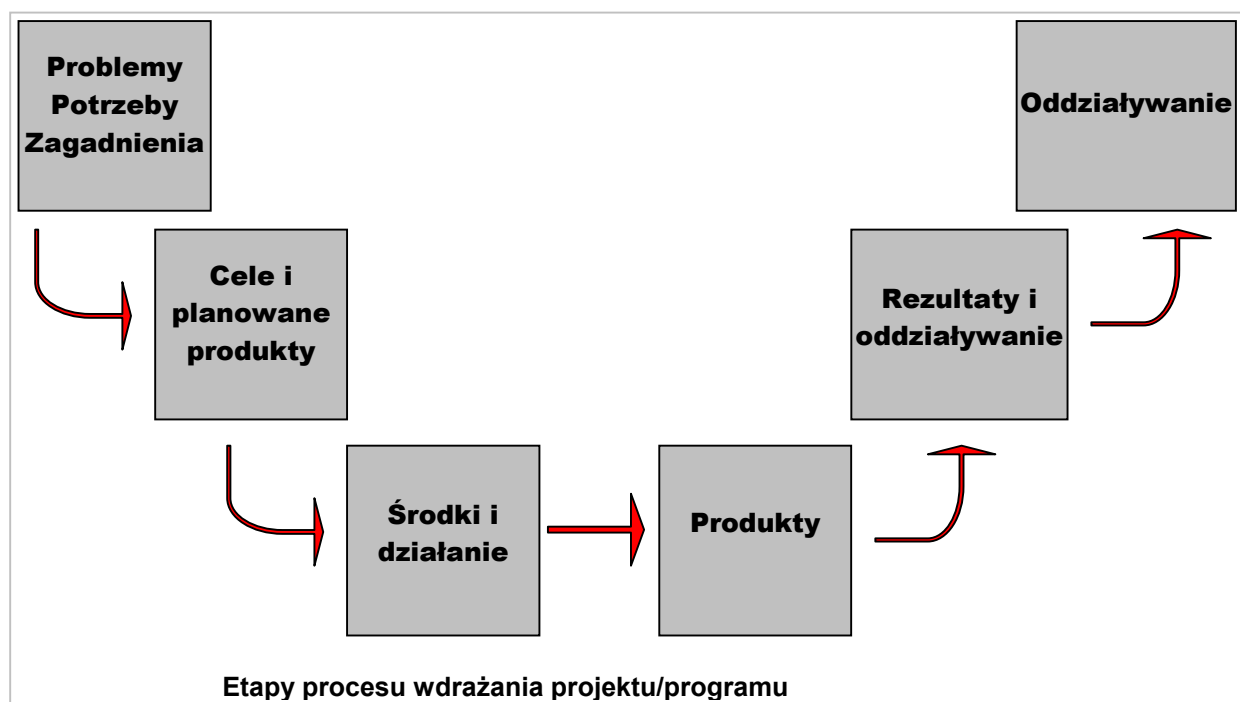
- Programowanie Wstępne (określenie potrzeb, ustalenie ogólnych wytycznych i zasad współpracy)
- Identyfikacja (analiza problemów, potrzeb, korzyści; pomysłów na działalność)
- Formułowanie (przygotowanie szczegółowego planu wdrażania i prezentacja projektu do finansowania)
- Finansowanie (zawarcie formalnej umowy uruchomienia finansowania)
- Wdrożenie (użycie uzgodnionych zasobów dla osiągnięcia celu projektu/programu)
- Ewaluacja ex-post („obiektywna ocena zakończonego projektu lub programu”)

Zgodnie z zaleceniami zawartymi w publikacji Komisji Europejskiej (Evaluation Design and Management T1, Means Collection: Evaluating Socio-economic Programmes, Luxembourg, 1999) organizacje działające w sektorze publicznym są zobligowane do poddawania swoich działań ocenie.

Ma to na celu

- sprawdzenie skuteczności działań,
- promowanie osiągniętych sukcesów,
- zapobieganie porażkom,
- informowanie obywateli o wykorzystaniu środków publicznych.

Ocena programu podejmowana wyłącznie po zakończeniu (ex-post), jak to przyjęto w schemacie CZP, dla działań skomplikowanych i rozciągniętych w czasie, jest na ogół niewystarczająca. Dlatego też, ewaluację przeprowadza się również przed i w trakcie implementacji projektu/programu. Ocenie należy poddać wzajemne relacje kolejnych etapów procesu projektowania i wdrażania projektu/programu. Kolejność ich występowania została pokazana na poniższym diagramie.

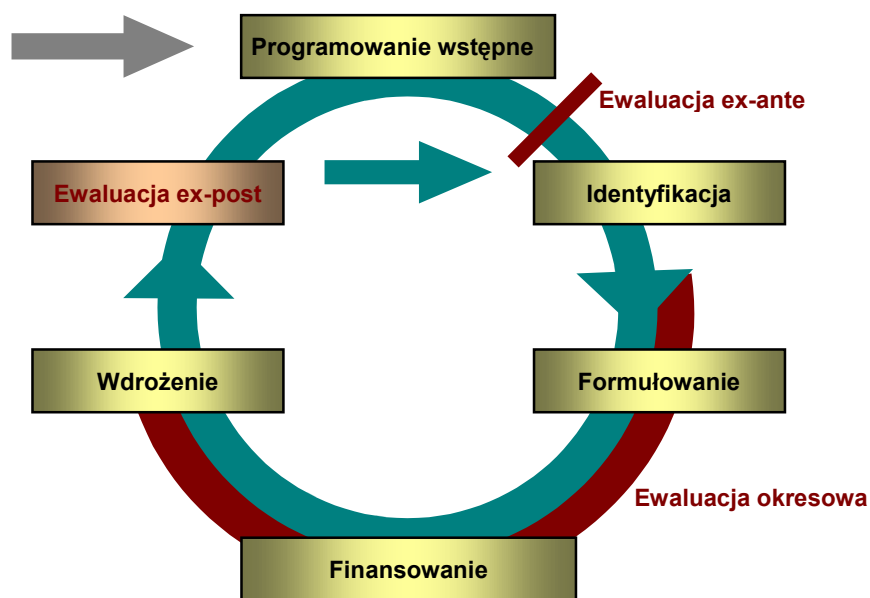


Przez środki należy rozumieć przede wszystkim środki finansowe przeznaczone na realizację danego projektu lub programu. Zaangażowanie tych środków przekłada się na dostarczenie produktów, czyli rzeczy materialnych (np. dróg) lub niematerialnych (np. szkoleń), które zostały zamówione przez beneficjenta. Dostarczenie tych produktów powoduje powstanie u beneficjentów natychmiastowych korzyści, które noszą nazwę rezultatów (np. w postaci zwiększenia wiedzy uczestników szkoleń). W jakiś czas po dostarczeniu produktów może pojawić się oddziaływanie, czyli korzyści dla beneficjenta, które nie wystąpiły w momencie dostarczenia mu produktu.

Zgodnie z zasadami przedstawionymi przez Komisję Europejską w „Przewodniku do zarządzania projektem” (Manual on the Project Cycle Management) ewaluacja może służyć do:

- rozpoznawania potrzeb, określania możliwych rozwiązań i oszacowania spodziewanych efektów wdrożenia projektu/programu (**ewaluacja ex-ante**)
- kontrolowania procesu wdrażania projektu/programu w celu umożliwienia w razie potrzeby jego korekty lub reorientacji (**ewaluacja okresowa**)
- sprawdzenia czy osiągnięte efekty są zgodne z oczekiwanymi (wspomniana **ewaluacja ex-post**)

Ewaluację ex-ante podejmuje się na etapie przygotowywania projektu/programu, ewaluację okresową – w trakcie jego trwania, a ewaluację ex-post po zakończeniu projektu/programu. Ewaluację ex-post podejmuje się w ściśle określonych okresach, wyznaczonym wcześniej na etapie formułowania, w których spodziewamy się wystąpienia lub trwania efektów długofalowych. Rodzaje ewaluacji w odniesieniu do cyklu zarządzania projektem przedstawiono poniżej.



Ewaluacja w cyklu życia projektu

Ewaluacja ex-ante, w początkowej fazie cyklu programowania, przed wdrożeniem programu pomaga w stwierdzeniu, czy finalna wersja stworzonego programu jest odpowiednia i spójna z potrzebami odbiorcy. Ewaluacja ta skupia się przede wszystkim na analizie mocnych i słabych stron oraz potencjału obszaru, regionu i sektora objętego programem. Daje to możliwość wczesnego osądu, czy problemy rozwoju zostały właściwie zdiagnozowane, czy strategia oraz zaproponowane cele są odpowiednie, czy nie ma niespójności pomiędzy realizowaną polityką a założeniami, i w końcu – czy realnie określono oczekiwany wpływ implementacji programu.

Ewaluacja okresowa dokonywana jest na podstawie danych z procesu monitorowania i służy do sprawdzenia prawidłowości procesu realizacji projektu/programu, a w uzasadnionych przypadkach do wprowadzania poprawek w celu osiągnięcia założonych celów. Jej zadaniem jest obiektywna ocena pierwszych osiągnięć programu oraz rezultatów podejmowanych działań. Jednym z elementów oceny okresowej jest sprawdzenie poprawności zarządzania finansami programu oraz sposobu jego nadzorowania. Wyniki oceny okresowej pokazują, w jakim stopniu pierwotne założenia są realizowane. Przez porównanie z sytuacją przed wdrożeniem projektu/programu, ocena okresowa, jeśli jest to możliwe pokazuje wywołane, pierwsze zmiany ekonomiczne oraz społeczne, a także pozwala stwierdzić czy są one adekwatne do celów przyjętych na etapie programowania.

Ewaluacja ex-post, której podstawowym celem jest porównanie efektów programu z zaangażowanymi do jego realizacji środkami, oraz założonych krótko- i długoterminowych efektów z faktycznie osiągniętymi, wyciągnięcie wniosków na temat przyjętych instrumentów działania oraz zastosowanej polityki. Służy temu zestaw odpowiednio opracowanych na etapie przygotowania projektu - wskaźników ewaluacyjnych, których wartości mierzone są po jego zakończeniu, w określonych odstępach czasu, zgodnie z przewidywanym okresem pojawienia się efektów. Ewaluacja ex-post powinna obejmować analizę wskaźników oceny z uwzględnieniem informacji i uwarunkowań przedstawionych w:

- dokumentach programowych,
- wnioskach oceny ex-ante i okresowej (interim),
- danych pochodzących z procesu monitorowania programu.
- oficjalnych danych statystycznych.

6.2. Kryteria ewaluacyjne:

Wspomniane wcześniej pytania ewaluacyjne szereguje się według kryteriów ewaluacyjnych. Zależnie od rodzaju kryterium porównywane są różne fazy z cyklu życia projektu (rys. 1). Wyróżniamy następujące kryteria ewaluacyjne:

- **Kryterium odpowiedności (ang. Relevance)** – daje możliwość porównania zgodności **przyjętych celów** programowych z faktycznymi **potrzebami i problemami** występującymi w danym regionie lub sektorze i związane jest przede wszystkim z oceną ex-ante projektu/programu. Kryterium odpowiedności stosuje się również na etapie oceny ex-post, do porównania wspomnianych **potrzeb** (zidentyfikowanych jeszcze przed przystąpieniem do programowania) z **faktycznym zaspokojeniem tych potrzeb** w wyniku realizacji projektu/programu. Często to kryterium jest określane mianem *użyteczności* projektu/programu.
- **Kryterium efektywności (ang. Efficiency)** – porównuje **ilość i jakość zasobów** (finansowych, administracyjnych, ludzkich itp.) zaangażowanych przy realizacji programu z faktycznymi **osiągnięciami** na poziomie produktu, rezultatu lub oddziaływania.

- **Kryterium skuteczności (ang. Effectiveness.)** – pozwala określić, czy cele zdefiniowane na etapie projektowania zostały osiągnięte. Faktyczne osiągnięcia programu określa się na zasadzie porównania produktu, rezultatu i oddziaływania z założeniami przyjętymi w dokumentach programowych. Dodatkowym efektem jest możliwość zweryfikowania skuteczności przyjętych instrumentów zastosowanych w procesie implementacji.
- **Kryterium trwałości (ang. Sustainability)** – określa czy efekty implementacji projektu/programu będą trwać w perspektywie średnio i długoterminowej po zakończeniu finansowania projektu/programu.

Kryteria ewaluacyjne w odniesieniu do poszczególnych etapów wdrażania projektu/programu pokazuje poniższy diagram.

