

**STRATEGIA ROZWOJU PRODUKTU  
TURYSTYCZNEGO SZLAK WODNY KRÓLA  
STEFANA BATOREGO: WISŁA – KANAŁ ŻERAŃSKI  
– ZALEW ZEGRZYŃSKI – NAREW – BIEBRZA –  
KANAŁ AUGUSTOWSKI (NIEMEN)**

**CZĘŚĆ IV - WDROŻENIE**

Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA  
Warszawa, grudzień 2009

**Copyright by Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA, 2009**

Dokument pn. „Strategia rozwoju produktu turystycznego Szlak Wodny im. Króla Stefana Batorego” został opracowany przez zespół w składzie:

- 1) Magdalena Ragus – Dyrektor Zespołu Projektowego
- 2) Marta Wasiluk
- 3) Jakub Czajkowski
- 4) Małgorzata Steckiewicz
- 5) Magdalena Wątorska-Dec
- 6) Ewa Jakubisiak

Autorzy dokumentu pragną serdecznie podziękować wszystkim osobom, których wiedza i doświadczenie przyczyniły się do jego powstania, w tym w szczególności pracownikom Urzędów Marszałkowskich Województwa Mazowieckiego i Podlaskiego oraz wszystkim uczestnikom warsztatów i spotkań konsultacyjnych.

## SPIS TREŚCI

1.	SYSTEM WDRAŻANIA STRATEGII. ....	4
1.1.	OBSZARY KONCENTRACJI DZIAŁAŃ. ....	4
1.2.	ZARZĄDZANIE SZLAKIEM. ....	9
2.	ŹRÓDŁA FINANSOWANIA. ....	12
3.	HARMONOGRAM REALIZACJI. ....	24
4.	MONITORING WDROŻENIA. ....	26

## 1. SYSTEM WDRAŻANIA STRATEGII.

### 1.1. OBSZARY KONCENTRACJI DZIAŁAŃ.

Wdrożenie Strategii będzie wymagało podjęcia szeregu działań dotyczących różnych aspektów funkcjonowania Szlaku. Wszystkie one będą miały na celu zbudowanie zintegrowanego produktu turystycznego. Z uwagi jednak na ich różnorodność i charakter, można je pogrupować w tzw. obszary koncentracji działań, nawiązujące bezpośrednio do obszarów priorytetowych rozwoju turystyki w Polsce, zgodnie z wytycznymi dokumentu „Kierunki rozwoju turystyki w Polsce do 2015 roku”: produktu turystycznego o wysokiej konkurencyjności, rozwoju zasobów ludzkich na rzecz rozwoju turystyki, wsparcia marketingowego oraz kształtowania przestrzeni turystycznej.

#### Obszar nr 1 – Produkt turystyczny

Z praktycznego punktu widzenia implementacja zapisów dokumentu ma skutkować zbudowaniem produktu turystycznego Szlak Wodny im. Króla Stefana Batorego. Oznacza to konieczność wdrożenia zaproponowanej koncepcji produktowej, czyli poszczególnych elementów produktu rzeczywistego i poszerzonego. Działania z tym związane dotyczą więc zarówno kwestii zagospodarowania przestrzeni turystycznej, jak i budowy marki Szlaku, a także szkoleń kadr obsługi ruchu turystycznego, władz samorządowych i społeczności lokalnej, mających na celu z jednej strony podnoszenie jakości produktu, a z drugiej aktywizację i budowanie platformy współpracy na rzecz rozwoju Szlaku.

Działania dotyczące sensu stricto obszaru nr 1 przedstawia poniższe zestawienie:

Działanie	Opis	Realizatorzy
1.1. Tworzenie spakietowanej oferty turystycznej na Szlaku	Działanie dotyczy budowania pakietów ofert wypoczynku na Szlaku, skierowanych przede wszystkim do turystów weekendowych oraz dzieci i młodzieży (jako segmentów w największym stopniu zainteresowanych zakupem pakietu)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Branża turystyczna (touroperatorzy)</li> </ul>
1.2. Rewitalizacja istniejących oraz tworzenie nowych ognisk atrakcji na Szlaku	Sztafeta Szlaku Batorego Augustowski Rajd Przygodowy Izba Żeglugi Śródlądowej Bunkier w Nowogrodzie Twierdza Osowiec – Fort II Szlak bartny Szlak żydowski Szlak kuchni regionalnej Żupa solna w Goniądzu Noc Świętojańska na Narwi Plener fotograficzny nad Narwią Królewskie polowanie Festiwal Filmów Przyrodniczych im. Braci	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samorządy lokalne</li> <li>Instytucje kultury</li> <li>Organizacje pozarządowe</li> <li>Branża turystyczna – podmioty prywatne</li> </ul>

Działanie	Opis	Realizatorzy
	Wagów Wyprawy wędkarskie Impreza wędkarsko-kulinarna Unikatowe gospodarstwo agroturystyczne	
1.3. Wdrożenie Księgi Jakości Króla Stefana Batorego	Działanie dotyczy opracowania i implementowania zasad polityki jakości stosowanej na Szlaku Batorego, w odniesieniu do elementów zagospodarowania i atrakcji turystycznych	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podmiot zarządzający Szlakiem</li> </ul>
1.4. Stworzenie klastra (platformy współpracy trójsektorowej) na rzecz rozwoju Szlaku	Działanie dotyczy zbudowania partnerstwa na rzecz rozwoju Szlaku	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samorządy lokalne</li> <li>• Instytucje kultury</li> <li>• Organizacje pozarządowe</li> <li>• Branża turystyczna – podmioty prywatne</li> </ul>

## Obszar nr 2 – Przestrzeń turystyczna

Obszar koncentruje się wokół zagadnień optymalnego zagospodarowania Szlaku w niezbędną infrastrukturę turystyczną i paraturystyczną, zapewnienia dostępności Szlaku, przy uwzględnieniu zasad zrównoważonego rozwoju oraz regulacji prawnych dotyczących obszarów chronionych.

Działania dotyczące obszaru nr 2 zostały przedstawione w tabeli poniżej.

Działanie	Opis	Realizatorzy
2.1. Budowa portów jachtowych, przystani wodnych i stanic kajakowych	Działanie dotyczy zagospodarowania Szlaku w podstawową infrastrukturę obsługi turystów wodnych, zgodnie z przyjętymi w koncepcji produktowej standardami i wytycznymi: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Porty (mariny) w ważnych węzłach komunikacyjnych umożliwiających rozpoczęcie / zakończenie podróży</li> <li>• Przystanie w pobliżu ognisk atrakcji</li> <li>• Stacje kajakowe – rozmieszczone w odległości średniego dziennego dystansu kajakowego</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samorządy lokalne</li> <li>• Przedsiębiorcy – podmioty prywatne</li> </ul>
2.2. Rozwój bazy noclegowej i gastronomicznej	Działanie dotyczy budowy bazy o różnych standardzie, dostosowanej do potrzeb turysty wodnego, odwołującej się do regionalnego charakteru obszaru projektowego, świadczącej usługi wysokiej jakości	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Branża turystyczna – podmioty prywatne</li> </ul>
2.3. Budowa oferty zintegrowanego transportu	Działanie dotyczy z jednej strony lobbowania na rzecz dostosowywania rozkładów jazdy komunikacji publicznej do potrzeb ruchu turystycznej, a z drugiej tworzenia oferty transportu kombinowanego	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Samorządy lokalne</li> <li>• Branża turystyczna – podmioty prywatne</li> </ul>

Działanie	Opis	Realizatorzy
2.4. Rozwój sieci wypożyczalni sprzętu sportowego (przede wszystkim wodnego)	Działanie dotyczy zbudowania sieci współpracujących ze sobą wypożyczalni sprzętu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Branża turystyczna – podmioty prywatne</li> </ul>
2.5. Stworzenie Floty Stefa Batorego	Działanie dotyczy stworzenia (w tym zakupu) jednolitej pod względem wizerunkowym, funkcjonującej zgodnie z wytycznymi koncepcji produktowej, floty jednostek pływających po rzekach tworzących Szlak (m.in. statków spacerowych, kajaków, canoe, jachtów, etc. oraz houseboatów mogących pełnić rolę pływających punktów obsługi turystów wodnych).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Branża turystyczna – podmioty prywatne</li> <li>• Samorządy lokalne</li> </ul>
2.6. Utrzymywanie głębokości tranzytowej	Działanie dotyczy podjęcia prac pogłębiających i systematycznych zabiegów konserwatorskich zmierzających do zwiększenia i utrzymania głębokości tranzytowej poszczególnych odcinków kwalifikowanych jako śródlądowe drogi wodne. Wraz z utrzymaniem głębokości należy również utrzymywać odpowiednią szerokość szlaku żeglownego. Działania takie są konieczne na większości Szlaku (punktem newralgicznym jest odcinek leżący w Biebrzańskim Parku Narodowym, gdyż nie będzie tam można prowadzić żadnych prac).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionalny Zarząd Gospodarki Wodnej w Warszawie</li> </ul>
2.7. Udostępnienie Biebrzańskiego Parku Narodowego turystom wodnym	Oddzielne przepisy regulujące poruszanie się turystów po Szlaku w granicach Biebrzańskiego Parku Narodowego powodują, że odcinek ten nie jest dostępny dla jednostek napędzanych silnikiem. Zachodzi więc tutaj konieczności wypracowania innej metody pokonania pewnego dystansu w obrębie Szlaku przez motorowodniaków. W grę wchodzi zastępczy transport samochodowy dla jednostek pływających, a także możliwość zastąpienia łodzi motorowych innymi, dozwolonymi jednostkami pływającymi na czas pokonania terenów należących do Parku.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biebrzański Park Narodowy</li> </ul>

### Obszar nr 3 – Wsparcie marketingowe

Działanie ma na celu stworzenie wizerunku Szlaku Wodnego im. Króla Stefana Batorego jako unikalnego produktu turystycznego. Będzie to profesjonalnie przygotowany szlak wodny, zagospodarowany z uwzględnieniem potrzeb i oczekiwań turysty wodnego, dzięki czemu stanie się markowym produktem turystycznym. Ma on być postrzegany jako oś łącząca wiele kultur i tradycji, a także zabytków i cennych przyrodniczo miejsc. Z racji swojej długości, a także różnorodności atrakcji, będzie mógł być określony mianem szlaku narodowego.

Zbudowanie marki Szlaku zakłada podejmowanie wielu różnorodnych działań promocyjnych i informacyjnych. Ich zestawienie zaprezentowano poniżej.

Działanie	Opis	Realizatorzy
3.1. Wykreowanie logo promocyjnego Szlaku	Działanie dotyczy po pierwsze stworzenia logo Szlaku i opracowania Księgi Identyfikacji Wizualnej zawierającej wytyczne co do jego stosowania oraz wdrażania powstałego systemu.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podmiot zarządzający</li> <li>Samorządy regionalne i lokalne</li> <li>Branża turystyczna – podmioty prywatne</li> <li>Organizacje pozarządowe</li> </ul>
3.2. Stworzenie portalu Szlaku Batorego	Działanie dotyczy stworzenia serwisu internetowego poświęconego Szlakowi Batorego. Serwis taki powinien funkcjonować na zasadzie platformy informacji przestrzennej – interaktywnej mapy on-line. Mapa obrazująca przebieg Szlaku na tle regionu, posiadałaby kolejne warstwy danych – lokalizację i rodzaj zabytków, obszarów chronionych, punktów usługowych, bazę noclegową i gastronomiczną.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podmiot zarządzający</li> </ul>
3.3. Publikacja materiałów promocyjno-informacyjnych	Działanie dotyczy opracowania i wydawania materiałów promocyjnych o Szlaku oraz jego najbliższym otoczeniu. Materiały te powinny być przedstawione w różnej formie, w zależności od preferencji poszczególnych grup odbiorców. Ważne będą zarówno materiały ogólnoinformacyjne (foldery, ulotki, mapki poglądowe), jak i te adresowane do konkretnych odbiorców, zawierające bardziej specjalistyczną, sprofilowaną wiedzę. Celem publikacji ogólnych będzie zachęcenie turystów poprzez ukazanie różnorodności atrakcji na Szlaku. Adresowane będą one do osób nie znających jeszcze Szlaku Batorego. Wydawnictwa bardziej szczegółowe kierowane będą do węższych grup odbiorców, zainteresowanych konkretnymi zagadnieniami związanymi ze Szlakiem.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samorządy regionalne i lokalne</li> <li>MROT / PROT</li> <li>LOT-y</li> </ul>
3.4. Wydanie multimedialnego przewodnika po Szlaku (NAVIGO)	Działanie dotyczy wydania nowoczesnego przewodnika po Szlaku Batorego	<ul style="list-style-type: none"> <li>Instytucja zarządzająca</li> <li>Samorządy regionalne i lokalne</li> </ul>
3.5. Oznakowanie Szlaku	Działanie dotyczy wdrożenia jednolitego systemu oznakowania Szlaku, przy wykorzystaniu systemu identyfikacji wizualnej (zgodnie z wytycznymi koncepcji produktowej).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samorządy regionalne i lokalne</li> <li>MROT / PROT</li> </ul>
3.6. Oznakowanie śródlądowych dróg wodnych	Działanie dotyczy oznakowania dróg wodnych zgodnie z wytycznymi organów za nie odpowiedzialnych.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Regionalny Zarząd Gospodarki Wodnej w Warszawie</li> </ul>

Działanie	Opis	Realizatorzy
3.7. Udział w targach i imprezach branży turystycznej i wodniackiej	Obecność przedstawicieli samorządów jednostek terytorialnych, przez które biegnie Szlak, a także osób zajmujących się turystyką na ogólnopolskich lub europejskich imprezach pozwoli na efektywną promocję Szlaku. Spotkania takie stworzą okazję do nawiązania bezpośredniego kontaktu z szerokim kręgiem instytucji i firm potencjalnie zainteresowanych rozpoczęciem współpracy. Ponadto Szlak powinien być eksponowany na stoiskach regionalnych województw mazowieckiego i podlaskiego podczas wszystkich imprez targowych, w których biorą one udział.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samorządy regionalne i lokalne</li> <li>MROT / PROT</li> <li>LOT-y</li> </ul>
3.8. Wykreowanie dedykowanej imprezy promującej Szlak	Działanie dotyczy opracowania scenariusza cyklicznej imprezy promocyjnej nawiązującej ściśle do Szlaku Batorego. Z uwagi na to, że produkt „Szlak Batorego” ma charakter liniowy wydarzenie to może za każdym razem odbywać się w innej miejscowości na Szlaku. Będzie to jednoczesna promocja różnorodności i bogatej oferty kulturowej Szlaku, a także poszczególnych regionów – gdyż impreza będzie miała każdorazowo inny charakter, nawiązując do lokalnych tradycji.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samorządy regionalne i lokalne</li> <li>MROT / PROT</li> <li>LOT-y</li> </ul>

#### Obszar nr 4 – Rozwój zasobów ludzkich

Działania w tym obszarze będą się koncentrowały z jednej strony na podnoszeniu jakości usług na Szlaku, a z drugiej na aktywizowaniu społeczności lokalnych. Zostały one przedstawione w poniższym zestawieniu.

Działanie	Opis	Realizatorzy
4.1. Organizowanie szkoleń dla kadr obsługi ruchu turystycznego	Działanie dotyczy organizowania szkoleń zawodowych dla kadr obsługujących turystów, czyli pracowników branży hotelarskiej i gastronomicznej, gestorów atrakcji turystycznych, portów i marin, mających na celu podnoszenie ich wiedzy i kwalifikacji.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samorządy regionalne i lokalne</li> </ul>
4.2. Organizowanie spotkań i warsztatów dotyczących możliwości rozwoju Szlaku	Działanie dotyczy organizowania wszelkiego rodzaju spotkań, warsztatów, mających na celu aktywizowanie społeczności lokalnych, kreowanie nowych pomysłów na produkty turystyczne, stanowiących forum wymiany doświadczeń i informacji. Ważnym elementem tych spotkań powinna być tematyka rozwoju Szlaku poza granice Polski (Białoruś, Litwa). Część spotkań winna przyjmować charakter spotkań	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samorządy regionalne i lokalne</li> </ul>



Działanie	Opis	Realizatorzy
	międzynarodowych.	
4.3. Organizowanie szkoleń dedykowanych informatorom pracującym w punktach informacji turystycznej	Działanie ma na celu organizowanie szkoleń i spotkań dedykowanych pracownikom punktów informacji turystycznej położonych na terenie obszaru projektowego, służących przekazywaniu im pełnych informacji nt. oferty Szlaku.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samorządy i lokalne regionalne</li> </ul>

## 1.2. ZARZĄDZANIE SZLAKIEM.

Z uwagi na wielość działań, a także szeroki, ponadregionalny zakres podmiotów zaangażowanych w realizację Strategii, musi zostać wyznaczony organ zarządzający Szlakiem, który będzie jednocześnie koordynował wszystkie podejmowane na obszarze projektowym działania.

### Propozycja nr 1

Pierwszą możliwością w tym zakresie jest powierzenie pełnienia funkcji zarządzającego Szlakiem powołanej do życia 16 lipca 2008 roku w Warszawie Radzie Programowej projektu turystyczno-rekreacyjnego: „Szlak Wodny Wisła – Narew – Biebrza - Kanał Augustowski”. W jej skład wchodzi:

- Marszałek Sejmu RP
- Marszałkowie Województw: mazowieckiego, podlaskiego
- Wojewoda Mazowiecki
- Prezydent m.st. Warszawy, Ostrołęki i Łomży
- Burmistrzowie: Serocka, Pułtuska, Augustowa, Różana, Nowogrodu, Goniądza, Dzielnicy Targówek m.st. Warszawy, Dzielnicy Żoliborz m.st. Warszawy, Dzielnicy Białołęka m.st. Warszawy
- Wójtowie: Gminy Nieporęt, Gminy Augustów, Gminy Zbójna, Gminy Płaska, Prezes Krajowego Zarządu Gospodarki Wodnej w Warszawie
- Dyrektorzy Regionalnego Zarządu Gospodarki Wodnej w Warszawie, Biebrzańskiego Parku Narodowego, Urzędu Żeglugi Śródlądowej w Warszawie
- Prezesi Zarządów: Polskiej Agencji Rozwoju Turystyki, Stowarzyszenia Dorzecza Wisły "Wisła", Związku Miast Nadwiślańskich, Stowarzyszenia "Unia Wodna"
- Sekretarz Generalny Krajowej Izby Gospodarczej
- Prezes Zarządu "Hydroprojekt" Sp. z o.o

Zadaniem Rady Programowej jest przygotowanie zakresu projektu oraz procedur i zasad dotyczących jego realizacji.

Wybór Rady Programowej na koordynatora Szlaku nie jest jednak najlepszym rozwiązaniem. Po pierwsze Rada nie skupia wszystkich gmin obszaru projektowego. Po drugie – stanowi swoistego rodzaju forum wymiany doświadczeń i informacji, nie posiada natomiast żadnej władzy w stosunku do swoich członków, w związku z czym nie ma żadnego wpływu na ich decyzje. Ponadto nie może ubiegać się o żadną formę dofinansowania swoich działań. Z powodu wyżej wymienionych argumentów takie rozwiązanie nie jest rekomendowane.

## Propozycja nr 2

Drugą możliwością w zakresie zarządzania Szlakiem jest powierzenie tej funkcji Regionalnym Organizacjom Turystycznym: Mazowieckiej i Podlaskiej, które w dużej części finansowane są z budżetu województwa i – co ważne – skupiają zarówno samorządy lokalne (niestety większość miast i gmin obszaru projektowego nie należy do ROT-ów), jak i organizacje pozarządowe oraz podmioty branży turystycznej czy też instytucje kultury. Zakres działalności ROT-ów jest bardzo szeroki. W ich kompetencjach znajduje się m.in. wspieranie budowy i rozwoju nowych produktów turystycznych czy też promocja. Jako organizacje pozarządowe ROTy mogą ubiegać się o środki z Unii Europejskiej na realizację działań inwestycyjnych i miękkich. Problem jednak tutaj polega przede wszystkim na tym, iż nie można dopuścić do sytuacji, kiedy większość ich działań koncentruje się na jednej wybranej tematyce. Rola ROT-ów wykracza szeroko poza zakres rozwijania jednego produktu turystycznego, nawet tak ważnego i dużego, jak Szlak Batorego. Ponadto, powierzenie roli zarządzającego Szlakiem dwóm ROT-om nie rozwiązuje problemu sztucznego, administracyjnego podziału. ROT-y jak najbardziej powinny się angażować w rozwój Szlaku i jego promocję, natomiast trudno oczekiwać, iż przejmą na siebie rolę menedżerów.

## Propozycja nr 3

Rozwiązanie optymalne musi spełniać 3 kluczowe warunki:

- 1) podmiot obejmujący zasięgiem swojego działania cały obszar projektowy,
- 2) podmiot uprawniony do ubiegania się o środki unijne,
- 3) podmiot skupiający 3 sektory: samorządowy, branżowy i pozarządowy.

Jedyną możliwością, zgodną z ww. postawionymi założeniami, jest powołanie do życia Lokalnej Organizacji Turystycznej Stefana Batorego.

LOT-y działają w oparciu o ustawę z dnia 25 czerwca 1999 roku o Polskiej Organizacji Turystycznej oraz ustawę z dnia 7 kwietnia 1989 roku Prawo o stowarzyszeniach. W związku z powyższym LOT-y są z punktu widzenia formy prawnej stowarzyszeniami, ale z uwagi na przepisy ustawy o POT, występują tutaj pewne odstępstwa od ogólnych zasad tworzenia stowarzyszeń.

- LOT-y mogą skupiać jako członków zwyczajnych, a nie tylko wspierających, osoby prawne, które uczestniczą w stowarzyszeniach poprzez swoje organy; w związku z tym ich członkami mogą być:
  - przedstawiciele samorządu terytorialnego (gminy, powiaty),
  - przedstawiciele lokalnej branży turystycznej (hotelarze, biura podróży, restauratorzy, zarządcy atrakcji turystycznych),
  - inne podmioty zainteresowane rozwojem turystyki,
- LOT-y mogą prowadzić działalność gospodarczą w rozmiarach służących realizacji ich celów i w przedmiocie określonym w ich statutach; statut musi ściśle określać przedmiot działalności stowarzyszenia, zgodny z Polską Klasyfikacją Działalności,
- nadzór nad LOT-ami sprawuje minister właściwy ds. turystyki.

Do podstawowych zadań LOT-ów należy:

- integracja społeczności lokalnej, głównie jednostek samorządu lokalnego i branży turystycznej,
- tworzenie i rozwój produktów turystycznych wokół lokalnych atrakcji turystycznych,
- utrzymywanie i prowadzenie lokalnych punktów informacji turystycznej.

Założenie LOT-u wymaga podjęcia następujących działań:

- 1) Osoby w liczbie co najmniej 15 (w tym dowolna liczba osób prawnych) pragnące założyć LOT organizują Zebranie Założycielskie, podczas którego uchwalają Statut i wybierają Komitet Założycielski. Osoby te stanowią najwyższą władzę stowarzyszenia LOT - Walne Zebranie Członków.
- 2) Zawierana jest umowa (najmu, dzierżawy, użyczenia, etc.) dająca tytuł do dysponowania lokalem, w którym będzie się mieściła tymczasowa, a później docelowa, siedziba LOT.
- 3) Komitet Założycielski składa do Krajowego Rejestru Sądowego wnioski o rejestrację nowopowstałego stowarzyszenia LOT. Wnosi jednocześnie stosowną opłatę (uiszczana w znakach sądowych nabywanych w kasie sądu, w którym składany jest wniosek).
- 4) Po upływie 3-5 tygodni, Sąd Rejonowy, w którym zlokalizowany jest właściwy wydział Krajowego Rejestru Sądowego, wydaje postanowienie o rejestracji LOT. Stowarzyszenie uzyskuje osobowość prawną.
- 5) Komitet Założycielski zwołuje Nadzwyczajne Walne Zebranie Członków, na którym wybrane zostają władze LOT - Zarząd i Komisja Rewizyjna. Określona zostaje również siedziba stowarzyszenia.

Podstawowe zadania LOT oraz szeroki zakres członkostwa powodują, iż LOT doskonale może spełniać funkcję menedżera / podmiotu zarządzającego Szlakiem. Wartością dodaną takiego rozwiązania jest również to, że LOT-y są zobligowane do współpracy z ROT-em i POT-em, co zwiększa ich siłę przetargową. Dodatkowo warto tutaj podkreślić, iż LOT-y mogą samodzielnie występować o dofinansowanie projektów ze środków zewnętrznych, w tym środków unijnych. Ważne jest ponadto, iż są one uprawnione do prowadzenia działalności gospodarczej, w związku z tym mogą pełnić rolę organizatora turystyki.

Do najważniejszych zadań LOT Stefana Batorego powinno należeć:

- Integrowanie i koordynowanie wszelkich działań realizowanych na Szlaku Batorego. W tym celu pierwszym krokiem w działalności LOT powinno być przygotowanie szczegółowych planów operacyjnych dotyczących realizacji poszczególnych działań, w tym działań inwestycyjnych. Monitorowanie realizacji planów.
  - Przy czym należy tutaj podkreślić, iż założeniem jest, że działania inwestycyjne związane z budową portów, marin, stanic będą realizowane indywidualnie przez samorządy lokalne.
- Wdrażanie systemu identyfikacji wizualnej oraz czuwanie nad właściwym stosowaniem logo Szlaku.
- Oznakowanie Szlaku Batorego oraz utrzymywanie oznakowania.
- Realizacja polityki jakości – opracowanie zasad (Księgi Jakości Stefana Batorego), określenie systemu certyfikacji obiektów i atrakcji spełniających założenia polityki jakości, kontrolowanie przestrzegania wdrożonych zasad.
- Aktywizowanie społeczności lokalnej.
- Promowanie Szlaku – stworzenie portalu www, publikacja wydawnictw, organizowanie imprez (rekomenduje się tutaj bardzo ścisłą współpracę z ROT-ami i Urzędami Marszałkowskimi, wpisywanie promocji Szlaku w zadania promocyjne tych instytucji).
- Doradztwo dla przedsiębiorców, samorządów lokalnych w zakresie działań do realizacji.
- Stała współpraca z Urzędami Marszałkowskimi obu województw oraz Radą Programową Szlaku.

## 2. ŹRÓDŁA FINANSOWANIA.

Podstawowym elementem wdrożenia Strategii rozwoju produktu turystycznego Szlak Wodny Króla Stefana Batorego jest zapewnienie źródeł finansowania poszczególnych działań. W czasie kryzysu gospodarczego wiele jednostek samorządu terytorialnego, instytucji publicznych jak i firm prywatnych musi dokonać niezbędnych cięć w wydatkach budżetowych, które nieuchronnie ograniczają zadania inwestycyjne. W tej sytuacji, niezwykle ważnym źródłem finansowania potencjalnych działań są fundusze pochodzące z programów operacyjnych Unii Europejskiej oraz inne fundusze finansowane z programów pomocy publicznej. W tym przypadku beneficjenci wnoszą wkład własny odpowiadający jedynie części kosztów kwalifikowanych projektu, a w niektórych przypadkach Unia Europejska dofinansowuje nawet do 100% wartości projektu.

W niniejszym rozdziale w formule tabelarycznej przedstawione zostały poszczególne programy operacyjne oraz konkretne działania w ramach tychże programów skorelowane z obszarami i działaniami wyszczególnionymi w Strategii. Koncepcja została stworzona w taki sposób, aby z jednej strony zakres zadań do realizacji odpowiadał potrzebom zidentyfikowanym w czasie prowadzenia analizy, a z drugiej był skorelowany z dostępnymi w obecnym okresie budżetowym Unii Europejskiej środkami finansowymi.

W tabeli określone zostały konkretne programy (z podaniem priorytetów i działań), z których można sfinansować realizację Strategii, maksymalny poziom dofinansowania, typ beneficjentów oraz – tam, gdzie na dzień opracowywania dokumentu było to możliwe – terminy naboru wniosków.

Tabela została podzielona na poszczególne Programy Operacyjne, z których można sfinansować konkretne działania zaplanowane w Strategii. Są to:

- 1) Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego 2007-2013
- 2) Regionalny Program Operacyjny Województwa Podlaskiego 2007-2013
- 3) Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007-2013
- 4) Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007-2013
- 5) Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2007-2013
- 6) Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007-2013
- 7) Program Operacyjny Rozwój Polski Wschodniej (dot. tylko woj. podlaskiego, projekty konkursowe)
- 8) Programy Operacyjne Europejskiej Współpracy Terytorialna

**Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego 2007-2013**

<b>Program</b>	<b>Działanie</b>	<b>Max. poziom dofinan.</b>	<b>Beneficjenci</b>	<b>Rozpoczęcie naboru</b>	<b>Działanie wg obszarów koncentracji działań</b>
Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego 2007-2012	Priorytet I - Tworzenie warunków dla rozwoju potencjału innowacyjnego i przedsiębiorczości na Mazowszu, Działanie 1.5 Rozwój przedsiębiorczości	60%	Przedsiębiorcy	Termin naboru będzie znany po ogłoszeniu nowego harmonogramu w grudniu 2009 r.	Działanie 2.1, 2.2 oraz 2.4
Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego 2007-2013	Priorytet I. Wspieranie powiązań kooperacyjnych o znaczeniu regionalnym, 1.6 Wspieranie powiązań kooperacyjnych o znaczeniu regionalnym	60%	Osoba prawna prowadząca powiązanie kooperacyjne (przedsiębiorstwo, jednostki naukowo-badawcze, szkoły wyższe, fundacje, stowarzyszenia)	Konkurs otwarty do wyczerpania alokacji na 2009 r.	Działanie 1.4
Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego 2007-2013	Priorytet III. Regionalny system transportowy, 3.2. Regionalny transport publiczny	85%	Jednostki samorządu terytorialnego oraz ich związki i stowarzyszenia, jednostki organizacyjne posiadające osobowość prawną, podmioty wykonujące usługi publiczne i inne	Do końca roku nie jest przewidziane otwarcie naboru. Termin nowego naboru będzie znany po ogłoszeniu nowego harmonogramu w grudniu 2009 r.	Działanie 2.3
Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego 2007-2013	Priorytet IV. Środowisko, zapobieganie zagrożeniom i energetyka, 4.4. Ochrona przyrody, zagrożenia, systemy monitoringu	85%	Jednostki samorządu terytorialnego oraz ich związki i stowarzyszenia, jednostki organizacyjne posiadające osobowość prawną, podmioty wykonujące usługi publiczne i inne	Do końca 2009 r. zostanie ogłoszony nowy harmonogram, w którym zawarty zostanie termin kolejnego naboru.	Działanie 2.6 oraz 3.6

<b>Program</b>	<b>Działanie</b>	<b>Max. poziom dofinan.</b>	<b>Beneficjenci</b>	<b>Rozpoczęcie naboru</b>	<b>Działanie wg obszarów koncentracji działań</b>
Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego 2007-2013	Priorytet VI. Wykorzystanie walorów naturalnych i kulturowych dla rozwoju turystyki i rekreacji, 6.1. Kultura	85%	Jednostki samorządu terytorialnego oraz ich związki i stowarzyszenia, jednostki organizacyjne posiadające osobowość prawną, instytucje kultury, organizacje pozarządowe i inne	Do końca 2009 r. zostanie ogłoszony nowy harmonogram, w którym zawarty zostanie termin kolejnego naboru.	Działania obszarów 1-3
Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego 2007-2013	Priorytet VI. Wykorzystanie walorów naturalnych i kulturowych dla rozwoju turystyki i rekreacji, 6.2. Turystyka	85%	Jednostki samorządu terytorialnego oraz ich związki i stowarzyszenia, jednostki organizacyjne posiadające osobowość prawną, instytucje kultury, organizacje pozarządowe, przedsiębiorstwa sektora turystyki i inne	Do końca 2009 r. zostanie ogłoszony nowy harmonogram, w którym zawarty zostanie termin kolejnego naboru.	Działania obszarów 1-3

**Regionalny Program Operacyjny Województwa Podlaskiego 2007-2013**

<b>Program</b>	<b>Działanie</b>	<b>Max. poziom dofinan.</b>	<b>Beneficjenci</b>	<b>Rozpoczęcie naboru</b>	<b>Działanie wg obszarów koncentracji działań</b>
Regionalny Program Operacyjny Województwa Podlaskiego 2007-2013	Oś priorytetowa II: Rozwój infrastruktury transportowej, Działanie 2.3 Rozwój transportu publicznego	85%	Jst oraz ich związki, Jednostki organizacyjne JST posiadające osobowość prawną i inne podmioty	Kolejny termin naboru nie został ogłoszony	Działanie 2.3
Regionalny Program Operacyjny Województwa Podlaskiego 2007-2013	Oś priorytetowa III Rozwój turystyki i kultury, Działanie 3.1 Rozwój atrakcyjności turystycznej regionu	95%	Jst oraz ich związki, Jednostki organizacyjne JST posiadające osobowość prawną, organizacje pozarządowe i inne podmioty	2009 r. listopad - grudzień	Działania obszarów 1-3
Regionalny Program Operacyjny Województwa Podlaskiego 2007-2013	Oś priorytetowa III Rozwój turystyki i kultury, Działanie 3.2 Wsparcie inwestycyjne przedsiębiorstw z branży turystycznej, Poddziałanie 3.2.1. Mikroprzedsiębiorstwa oraz Poddziałanie 3.2.2. Małe i średnie przedsiębiorstwa	70%	Mikroprzedsiębiorcy oraz mali i średni przedsiębiorcy	2009 r. wrzesień - październik	Działania 2.1, 2.2 oraz 2.4

**Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007-2013**

<b>Program</b>	<b>Działanie</b>	<b>Max. poziom dofinan.</b>	<b>Beneficjenci</b>	<b>Rozpoczęcie naboru</b>	<b>Działanie wg obszarów koncentracji działań</b>
Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007-2014	Działanie 2.1 Rozwój kadr nowoczesnej gospodarki Poddziałanie 2.1.1 Rozwój kapitału ludzkiego w przedsiębiorstwach	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Na początku 2010	Działania obszaru 4
Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007-2013	Działanie 5.2 Wzmocnienie potencjału administracji samorządowej Poddziałanie 5.2.1 Modernizacja zarządzania w administracji samorządowej Poddziałanie 5.2.3 Podnoszenie kompetencji kadr służb publicznych	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Do wyczerpania środków	Działania obszaru 4
Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007-2015	Działanie 5.4 Rozwój potencjału trzeciego sektora Poddziałanie 5.4.2 Rozwój dialogu obywatelskiego	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	-	Działania obszaru 4
Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007-2016	Działanie 6.1 Poprawa dostępu do zatrudnienia oraz wspieranie aktywności zawodowej w regionie Poddziałanie 6.1.1 Wsparcie osób pozostających bez zatrudnienia na regionalnym rynku pracy	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Mazowieckie: Dokładna kwota zostanie podana po zatwierdzeniu procedury negocjacji i odwoławczej, Podlaskie: kolejny nabór w 2010 r.	Działania obszaru 4



Program	Działanie	Max. poziom dofinan.	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg obszarów koncentracji działań
Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007-2018	Działanie 6.3 Inicjatywy lokalne na rzecz podnoszenia poziomu aktywności zawodowej na obszarach wiejskich	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Mazowieckie: Termin kolejnego naboru nie jest znany. Nowy harmonogram zostanie ogłoszony w grudniu 2009 r., Podlaskie: kolejny nabór w 2010 r.	Działania obszaru 4
Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007-2019	Działanie 7.2 Przeciwdziałanie wykluczeniu i wzmocnienie sektora ekonomii społecznej Poddziałanie 7.2.1 Aktywizacja zawodowa i społeczna osób zagrożonych wykluczeniem społecznym	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Mazowieckie: Termin kolejnego naboru nie jest znany. Nowy harmonogram zostanie ogłoszony w grudniu 2009 r., Podlaskie: kolejny nabór w 2010 r.	Działania obszaru 4
Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007-2020	Działanie 7.3 Inicjatywy lokalne na rzecz aktywnej integracji	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Mazowieckie: Termin kolejnego naboru nie jest znany. Nowy harmonogram zostanie ogłoszony w grudniu 2009 r., Podlaskie: kolejny nabór w 2010 r.	Działania obszaru 4
Program Operacyjny Kapitał Ludzki 2007-2021	Działanie 8.1 Rozwój pracowników i przedsiębiorstw w regionie Poddziałanie 8.1.1 Wspieranie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw	85%	Wszystkie podmioty – z wyłączeniem osób fizycznych (nie dotyczy osób prowadzących działalność gospodarczą lub oświatową na podstawie przepisów odrębnych)	Mazowieckie: Termin kolejnego naboru nie jest znany. Nowy harmonogram zostanie ogłoszony w grudniu 2009 r., Podlaskie: kolejny nabór w 2010 r.	Działania obszaru 4

**Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007-2013**

<b>Program</b>	<b>Działanie</b>	<b>Max. poziom dofinan.</b>	<b>Beneficjenci</b>	<b>Rozpoczęcie naboru</b>	<b>Działanie wg obszarów koncentracji działań</b>
Program Rozwoju Obszarów Wiejskich 2007-2013	Działanie „Odnowa i rozwój wsi”	75%	osoba prawna - gmina, instytucja kultury, dla której organizatorem jest jednostka samorządu terytorialnego; kościół lub inny związek wyznaniowy; organizacja pozarządowa mająca status organizacji pożytku publicznego (w rozumieniu ustawy z dnia 24 kwietnia 2003 r. o działalności pożytku publicznego i wolontariacie).	Nabór został przeprowadzony we wszystkich województwach w pierwszej połowie 2009 r.	Działania obszaru 2

**Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2007-2013**

Program	Działanie	Max. poziom dofinan.	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg obszarów koncentracji działań
Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2007-2013	Działanie 11.1 Ochrona i zachowanie dziedzictwa kulturowego o znaczeniu ponadregionalnym	85%-100%	Instytucje kultury; jednostki samorządu terytorialnego; kościoły i związki wyznaniowe; organizacje pozarządowe; szkoły artystyczne, uczelnie artystyczne, publiczne uczelnie wyższe inne niż artystyczne.	-	Działania obszaru 1
Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2007-2014	Działanie 11.2. Rozwój oraz poprawa stanu infrastruktury kultury o znaczeniu ponadregionalnym	85%-100%	instytucje kultury; organizacje pozarządowe; kościoły i związki wyznaniowe; archiwa państwowe; jednostki samorządu terytorialnego oraz partnerstwa zawiązane w ramach określonego w działaniu katalogu beneficjentów.	-	Działania obszaru 1
Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko 2007-2014	P III Zarządzanie zasobami i przeciwdziałanie zagrożeniom środowiska, 3.1 Retencjonowanie wody i zapewnienie bezpieczeństwa przeciwpowodziowego	100%	1. Regionalne zarządy gospodarki wodnej, 2. Wojewódzkie zarządy melioracji i urzędzeń wodnych, 3. Jednostki samorządu terytorialnego i ich związki, 4. Podmioty świadczące usługi publiczne w ramach realizacji obowiązków własnych jednostek samorządu terytorialnego, 5. PGL Lasy Państwowe i jego jednostki organizacyjne, 6. Krajowy Zarząd Gospodarki Wodnej.	Wybór projektów w trybie indywidualnym	Działanie 2.6

**Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007-2013**

<b>Program</b>	<b>Działanie</b>	<b>Max. poziom dofinan.</b>	<b>Beneficjenci</b>	<b>Rozpoczęcie naboru</b>	<b>Działanie wg obszarów koncentracji działań</b>
Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007-2013	Działanie 5.1 Wspieranie rozwoju powiązań kooperacyjnych o znaczeniu ponadregionalnym	Do 85%	Osoba prawna prowadząca powiązanie kooperacyjne	Nabór ciągły do wyczerpania alokacji na 2009 rok lub do 30 grudnia 2009.	Obszar 4

**Program Operacyjny Rozwój Polski Wschodniej (dot. tylko woj. podlaskiego, projekty konkursowe)**

Program	Działanie	Max. poziom dofinan.	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg obszarów koncentracji działań
Program Operacyjny Rozwój Polski Wschodniej	PI Nowoczesna gospodarka. D I.4. Promocja i współpraca: komponent promocja. a) klastry	100%	a) przedsiębiorcy, b) jednostki samorządu terytorialnego, c) podmioty działające na rzecz rozwoju gospodarczego, d) jednostki naukowe, e) podmioty działające na rzecz innowacyjności.	Nowy harmonogram – styczeń 2010 r	Działanie 1.4

## Programy Operacyjne Europejskiej Współpracy Terytorialna

Program	Działanie	Max. poziom dofinan.	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg obszarów koncentracji działań
Program Współpracy Transgranicznej Litwa-Polska 2007-2013	Oś priorytetowa 1: Zwiększenie konkurencyjności i produktywności na obszarze wsparcia (Podpriorytet 1.3: Rozwój zrównoważonej turystyki transgranicznej oraz zachowanie kulturowego i historycznego dziedzictwa)	85%	Beneficjenci z obszaru wsparcia (m.in. regionalne i lokalne instytucje, organy zarządzane przez prawo publiczne, stowarzyszenia) objętego programem. W Polsce: Podregiony Białostocko-Suwalski i Etcki jako obszar główny oraz Podregiony Łomżyński i Olsztyński jako obszar przyległy.	Trzeci nabór wniosków: 15.09.2009-15.12.2009	Działania w obszarach 1-4 spójne z założeniami programu
Europejski Instrument Sąsiedztwa i Partnerstwa (EISP). Program Współpracy Transgranicznej Litwa-Polska-Rosja 2007-2013	Priorytet 2: Wspieranie rozwoju społecznego, gospodarczego i przestrzennego, działanie 2.1 Rozwój turystyki	85%	Beneficjenci z obszaru wsparcia. W Polsce: podregiony: Białostocko-suwalski i jako przyległe: Łomżyński, Ciechanowsko-płocki, Ostrołęcko-siedlecki. Kwalifikowalni beneficjenci: m.in. jst oraz ich związki, organizacje pozarządowe, jednostki szkoleniowe, badawcze i placówki oświatowe, uczelnie, organizacje i instytucje rządowe.	Program nie został jeszcze uruchomiony	Działania w obszarach 1-4 spójne z założeniami programu
Europejski Instrument Sąsiedztwa i Partnerstwa (EISP). Program Współpracy Transgranicznej Polska-Białoruś-Ukraina 2007-2013	Priorytet 1. Wzrost konkurencyjności obszaru przygranicznego, Działanie 1.2. Rozwój turystyki	85%	Beneficjenci z obszaru wsparcia. W Polsce: podregion rzeszowsko-tarnobrzeski, krośnieńsko-przemyski, ostrołęcko-siedlecki i łomżyński. Przykładowi beneficjenci: władze regionalne i lokalne, organizacje pozarządowe, euroregiony.	Program zostanie ogłoszony 12 listopada 2009	Działania w obszarach 1-4 spójne z założeniami programu
Program Współpracy Transnarodowej Region Morza Bałtyckiego 2007-13	Priorytet: Promowanie atrakcyjności i konkurencyjności miast i regionów	85%	Beneficjenci z obszaru wsparcia programu (cała Polska) będące władzami publicznymi lub podmiotami publicznymi, których wydatki są uznawane jako wydatki publiczne.	Trzeci nabór wniosków zostanie otwarty jesienią 2009 (dokładna data nie została ogłoszona)	Działania w obszarach 1-4 spójne z założeniami programu

Program	Działanie	Max. poziom dofinan.	Beneficjenci	Rozpoczęcie naboru	Działanie wg obszarów koncentracji działań
Program Współpracy Transnarodowej dla Europy Środkowej 2007-2013	Priorytet 4 – Poprawa konkurencyjności oraz atrakcyjności miast i regionów, P4.2 Uwzględnienie terytorialnych skutków zmian demograficzno-społecznych w rozwoju miejskim i regionalnym,	85%	Partnerzy projektowi muszą pochodzić z obszaru wsparcia programu (cały teren Polski) i mogą to być władze publiczne szczebla krajowego, regionalnego i lokalnego, instytucje o charakterze publicznym lub instytucje prywatne, w tym prywatne firmy.	Nie jest znany dokładny termin otwarcia trzeciego naboru wniosków	Działania w obszarach 1-4 spójne z założeniami programu
Program Współpracy Międzyregionalnej - INTERREG IV C	Priorytet 2 - Środowisko i zapobieganie zagrożeniom (działanie: Dziedzictwo kulturowe oraz krajobraz)	85%	Beneficjenci z obszaru wsparcia programu (cała Polska) będące władzami publicznymi lub podmiotami publicznymi, których wydatki są uznawane jako wydatki publiczne.	Nie jest znany dokładny termin otwarcia trzeciego naboru wniosków	Działania w obszarach 1-4 spójne z założeniami programu

### 3. HARMONOGRAM REALIZACJI.

Określenie harmonogramu realizacji jest zadaniem niezwykle istotnym, pozwala bowiem na zintegrowanie działań oraz ich monitorowanie. Z uwagi na obowiązujący obecnie okres budżetowy UE, harmonogram w zakresie realizacji poszczególnych działań został przedstawiony do roku 2015, uwzględnia on bowiem możliwości aplikowania o środki unijne.

Kluczowe dla rozpoczęcia prac nad wdrażaniem Strategii są następujące tzw. kamienie milowe, które umożliwią implementację według zaplanowanej koncepcji: przyjęcie Strategii przez sejmiki wojewódzkie oraz powołanie do życia LOT-u. Oba wydarzenia powinny mieć miejsce w pierwszym kwartale 2010 roku. W roku 2015 należy dokonać analizy stanu wdrożenia Strategii oraz przygotować jej aktualizację z uwagi na zmieniony status quo.

Harmonogram działań został przedstawiony w poniższej tabeli.

Działanie	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.
<b>KAMIENIE MIŁOWE</b>												
Przyjęcie Strategii												
Powołanie do życia LOT												
Aktualizacja Strategii												
<b>PRODUKT TURYSTYCZNY</b>												
1.1. Tworzenie spakietowanej oferty turystycznej na Szlaku	działanie ciągłe, uzależnione od stopnia rozwoju infrastruktury szlaku											
1.2. Rewitalizacja istniejących oraz tworzenie nowych ognisk atrakcji na Szlaku	działanie ciągłe											
1.3. Wdrożenie Księgi Jakości Króla Stefana Batorego												
1.4. Stworzenie klastra (platformy współpracy trójsektorowej) na rzecz rozwoju Szlaku												
<b>PRZESTRZEŃ TURYSTYCZNA</b>												
2.1. Budowa portów jachtowych, przystani wodnych i stanic kajakowych												
2.2. Rozwój bazy noclegowej i gastronomicznej	działanie ciągłe, uzależnione od stopnia rozwoju infrastruktury szlaku i popytu turystycznego											
2.3. Budowa oferty zintegrowanego transportu												
2.4. Rozwój sieci wypożyczalni sprzętu sportowego (przede wszystkim wodnego)												
2.5. Stworzenie Floty Stefa Batorego												
2.6. Utrzymywanie głębokości tranzytowej	działanie cykliczne, w zależności od wytycznych i potrzeb (minimalnie raz w roku)											
2.7. Udostępnienie												



Działanie	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.
Biebrzańskiego Parku Narodowego turystom wodnym												
<b>WSPARCIE MARKETINGOWE</b>												
3.1. Wykreowanie logo promocyjnego Szlaku												
3.2. Stworzenie portalu Szlaku Batorego												
3.3. Publikacja materiałów promocyjno-informacyjnych												
3.4. Wydanie multimedialnego przewodnika po Szlaku												
3.5. Oznakowanie Szlaku												
3.6. Oznakowanie śródlądowych dróg wodnych												
3.7. Udział w targach i imprezach branży turystycznej i wodniackiej												
3.8. Wykreowanie dedykowanej imprezy promującej Szlak												
<b>ROZWÓJ ZASOBÓW LUDZKICH</b>												
4.1. Organizowanie szkoleń dla kadr obsługi ruchu turystycznego												
4.2. Organizowanie spotkań i warsztatów dotyczących możliwości rozwoju Szlaku												
4.3. Organizowanie szkoleń dedykowanych informatorom pracującym w punktach informacji turystycznej												

## 4. MONITORING WDROŻENIA.

Stopień wdrożenia Strategii należy na bieżąco monitorować. W formule tabelarycznej podano wskaźniki realizacji, w podziale na:

- Wskaźniki produktu (output indicators) – wskaźniki odnoszące się do działalności. Liczone są w jednostkach materialnych lub monetarnych (np. długość zbudowanej drogi, ilość firm, które uzyskały pomoc, etc.).
- Wskaźniki rezultatu (result indicators) – wskaźniki odpowiadające bezpośrednim i natychmiastowym efektom wynikającym ze Strategii. Dostarczają one informacji o zmianach np. zachowania, pojemności lub wykonania, dotyczących bezpośrednich beneficjentów. Takie wskaźniki mogą przybierać formę wskaźników materialnych (skrócenie czasu podróży, liczba skutecznie przeszkolonych, liczba wypadków drogowych, etc.) lub finansowych (zwiększenie się środków finansowych sektora prywatnego, zmniejszenie kosztów transportu).
- Wskaźniki oddziaływania (impact indicators) – wskaźniki odnoszące się do konsekwencji danego projektu wykraczających poza natychmiastowe efekty dla bezpośrednich beneficjentów (np. wpływ projektu na sytuację społeczno-gospodarczą w pewnym okresie od zakończenia jego realizacji).

Działanie	Wskaźniki produktu	Wskaźniki rezultatu	Wskaźniki oddziaływania
<b>PRODUKT TURYSTYCZNY</b>			
1.1. Tworzenie spakietowanej oferty turystycznej na Szlaku	Poziom współpracy samorządów i sektora prywatnego Liczba ofert produktów lokalnych organizatorów turystyki	Wzrost usług kompleksowych	Rozwój branży turystycznej
1.2. Rewitalizacja istniejących oraz tworzenie nowych ognisk atrakcji na Szlaku	Liczba atrakcji na Szlaku Ilość elementów charakterystycznych tylko dla Szlaku Batorego	Poprawa oferty turystycznej regionu Wzrost zainteresowania turystów Wzrost wydatków turystycznych	Wzrost dochodów gmin Wzrost PKB regionów
1.3. Wdrożenie Księgi Jakości Króla Stefana Batorego	Liczba podmiotów, które uzyskają certyfikat	Poprawa jakości usług Tworzenie wizerunku Szlaku Wyróżnienie Szlaku na tle innych	Wykształcenie standardów Wzrost konkurencyjności Szlaku Batorego
1.4. Stworzenie klastra (platformy współpracy trójsektorowej) na rzecz rozwoju Szlaku	Liczba podmiotów podejmujących ze sobą współpracę	Ilość realizowanych w partnerstwie projektów	Stopień wdrożenia strategii
<b>PRZESTRZEŃ TURYSTYCZNA</b>			
2.1. Budowa portów jachtowych, przystani wodnych i stanic kajakowych	Ilość wybudowanych obiektów Częstotliwość występowania na Szlaku	Wzrost liczby miejsc pracy przy obsłudze turystów Powstanie zaplecza infrastruktury wodnej	Poprawa oferty turystycznej regionu % turystów korzystających z infrastruktury Szlaku
2.2. Rozwój bazy noclegowej i gastronomicznej	Liczba nowopowstałych obiektów Poprawa standardu	Wzrost liczby miejsc pracy przy obsłudze turystów	Poprawa oferty turystycznej regionu % turystów

Działanie	Wskaźniki produktu	Wskaźniki rezultatu	Wskaźniki oddziaływania
	świadczonych usług	Wzrost zainteresowania turystów regionem Wzrost wydatków turystów	korzystających z infrastruktury Szlaku
2.3. Budowa oferty zintegrowanego transportu	Liczba połączeń PKP i PKS do miejscowości leżących przy Szlaku Liczba prywatnych przewoźników Długość zmodernizowanych dróg	Łatwość dotarcia do celu Sprawniejszy i szybszy transport Komfort podróżowania	Większa ilość turystów Poprawa konkurencyjności oferty turystycznej regionu % turystów deklarujących oceniających dostępność Szlaku jako wysoką
2.4. Rozwój sieci wypożyczalni sprzętu sportowego (przede wszystkim wodnego)	Liczba i lokalizacja wypożyczalni Zróżnicowanie oferowanego sprzętu	Wzrost liczby miejsc pracy przy obsłudze turystów Popularyzacja turystyki wodnej Wzrost zainteresowania turystyką aktywną Wzrost wydatków turystów	Poprawa konkurencyjności oferty turystycznej regionu Zwiększenie konkurencyjności regionu
2.5. Stworzenie Floty Batorego	Ilość i różnorodność statków Częstotliwość kursowania	Wzrost zainteresowania Szlakiem Większa liczba turystów	Rozwój branży związanej z turystyką wodną
2.6. Utrzymywanie głębokości tranzytowej	Długość Szlaku spełniającego kryteria klas dróg śródlądowych	Wzrost liczby turystów wodnych Wzrost wydatków turystycznych	Wzrost znaczenia turystyki wodnej w rozwoju turystyki w regionach
2.7. Udostępnienie Biebrzańskiego Parku Narodowego turystom wodnym	Pełna dostępność BPN dla turystów na Szlaku	Wzrost liczby turystów wodnych w BPN Wzrost wydatków turystycznych	Wzrost znaczenia BPN dla rozwoju Szlaku
<b>WSPARCIE MARKETINGOWE</b>			
3.1. Wykreowanie logo promocyjnego Szlaku	Liczba nośników, na których stosowane jest logo	Wzrost rozpoznawalności Szlaku % podmiotów stosujących system identyfikacji wizualnej Szlaku	Logo Szlaku kojarzone przez % ankietowanych turystów na Szlaku
3.2. Stworzenie portalu Szlaku Batorego	Ilość, jakość i stopień zaawansowania treści	Liczba odwiedzin portalu	% turystów deklarujących znajomość oferty Szlaku
3.3. Publikacja materiałów promocyjno-informacyjnych	Liczba i rodzaj opracowanych materiałów Zagęszczenie sieci dystrybucji	Wzrost zainteresowania Szlakiem Wzrost wiedzy o Szlaku	% turystów deklarujących znajomość oferty Szlaku
3.4. Wydanie multimedialnego przewodnika po Szlaku	Wydanie przewodnika Ilość korzystających z przewodnika turystów	Wzrost zainteresowania Szlakiem Wzrost wiedzy o Szlaku	% turystów deklarujących znajomość oferty Szlaku
3.5. Oznakowanie Szlaku Batorego	Liczba oznakowanych atrakcji, obiektów noclegowych i gastronomicznych oraz zabytków na Szlaku	Poprawa bezpośredniej informacji o infrastrukturze na Szlaku	Pozytywna ocena dostępności informacji turystycznej przez dany % ankietowanych turystów
3.6. Oznakowanie szlaku	Stan oznakowania	Ułatwiona nawigacja na	Pozytywna ocena

<b>Działanie</b>	<b>Wskaźniki produktu</b>	<b>Wskaźniki rezultatu</b>	<b>Wskaźniki oddziaływania</b>
żeglownego	technicznego szlaku	Szlaku	dostępności informacji przez dany % ankietowanych turystów
3.7. Udział w targach i imprezach branży turystycznej i wodniackiej	Ilość wydarzeń, na których prezentowany jest Szlak Batorego	Wzrost zainteresowania Szlakiem – liczba osób odwiedzających stoiska, na których promowany jest Szlak	% turystów deklarujących znajomość oferty Szlaku Rozwój branży turystycznej – wzrost dochodów branży
3.8. Wykreowanie dedykowanej imprezy promującej Szlak	Ilość podmiotów uczestniczących w przygotowaniu i organizacji imprezy	Ilość edycji imprezy	Ilość turystów odwiedzających Szlak w trakcie trwania imprezy
<b>ROZWÓJ ZASOBÓW LUDZKICH</b>			
4.1. Organizowanie szkoleń dla kadr obsługi ruchu turystycznego	Liczba przeprowadzonych szkoleń Ilość uzyskanych certyfikatów Ilość zdanych egzaminów potwierdzających nabyte kwalifikacje	Wzrost kompetencji zawodowych uczestników szkoleń	Poprawa jakości usług turystycznych Wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw zatrudniających przeszkolone kadry
4.2. Organizowanie spotkań i warsztatów dotyczących możliwości rozwoju Szlaku	Liczba zorganizowanych spotkań Liczba zainteresowanych uczestników	Rozbudowa oferty Szlaku Wzrost świadomości korzyści ze Szlaku Batorego	% interesariuszy rynku turystycznego (samorządów, NGO, branży turystycznej) aktywnie zaangażowanych we wdrażanie strategii
4.3. Organizowanie szkoleń dedykowanych informatorom pracującym w punktach informacji turystycznej	Liczba przeprowadzonych szkoleń Ilość uzyskanych certyfikatów Ilość zdanych egzaminów potwierdzających nabyte kwalifikacje	Wzrost kompetencji zawodowych uczestników szkoleń Rozwój współpracy pomiędzy jednostkami IT	Podniesienie jakości usług świadczonych w punktach IT Określony % turystów pojawia się na Szlaku dzięki informacjom uzyskanym w punktach IT