

MATRYCA LOGICZNA POWIĄZAŃ DIAGNOZY OBSZARU I LUDNOŚCI, ANALIZY SWOT ORAZ CELÓW I WSKAŹNIKÓW.

Zidentyfikowane problemy/wyzwania społeczno-ekonomiczne	Cel ogólny	Cele szczegółowe	Planowane przedsięwzięcia	Produkty	Rezultaty	Oddziaływanie	Czynniki zewnętrzne mające wpływ na realizację działań i osiągnięcie wskaźników
Potrzeba rozwoju drobnych usług związanych z napływem nowych mieszkańców (mikroprzedsiębiorczość), pozwalających na realizację potrzeb lokalnych społeczności. Niska ocena lokalnego rynku pracy przez mieszkańców – 6 na 10 respondentów uważa, że obszar LGD nie jest dobrym miejscem do pracy lub prowadzenia własnej działalności, a ponad 2/3 wskazuje obszar zatrudnienia jako najbardziej deficytowy w lokalnej polityce rozwojowej. Niska atrakcyjność lokalnego rynku pracy na tle metropolii (Kraków, Warszawa) przyciągających absolwentów i młodych ludzi.	Cel ogólny 1. Rozwój i promowanie przedsiębior.	Cel szczegółowy 1.1 Rozwój istniejących i wsparcie dla nowych działalności gospodarczych wykorzystujących lokalne zasoby i zaspokajających potrzeby lokalnych społeczności	Kompleksowe wsparcie i dotacje dla nowych działalności gospodarczych wykorzystujących lokalne zasoby i zaspokajających potrzeby lokalnych społeczności	32 operacji polegających na utworzeniu nowego przedsiębiorstwa wykorzyst. lokalne zasoby i zaspokajającego potrzeby lokalnych społ.	42 utworzonych miejsc pracy w przedsiębiorstwach wykorzystujących lokalne zasoby i zaspokajających potrzeby lokalnych społeczności	20% mieszkańców zgadzających się, że obszar LGD to dobre miejsce do pracy i prowadzenia działalności gospodarczej	Stopniowe zwiększanie dywersyfikacji działalności rolniczej w kierunku np. agroturystyki lub gospodarstw ekologicznych. Odpływ młodych ludzi do dużych ośrodków miejskich i zagranicę. Poprawa koniunktury gospodarczej w kraju i UE – wzrost nakładów na inwestycje – poszukiwanie nowych lokalizacji pod rozwój działalności gospodarczej. Wpływ kryzysów politycznych (konflikt na Ukrainie, kryzys migracyjny w Europie, wprowadzenie embarga na polskie produkty w Rosji) na kondycję lokalnych przedsiębiorstw. Dostępność funduszy zewnętrznych (Europejski Fundusz Społeczny, Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego, Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich) na działania wspierające zakładanie działalności gospodarczej, tworzenie nowych miejsc pracy, wprowadzanie innowacji (produktowych procesowych, organizacyjnych), podnoszenie lub aktualizację kwalifikacji. Szansa na szybkie połączenie z autostradą A4 poprzez przebudowę tzw. sądeczanki na trasie Brzesko – Nowy Sącz (trasa
Wysoka dynamika przyrostu podmiotów gospodarczych w latach 2009-2014 – wzrost na terenie LGD o 26%, to więcej niż średnia dla kraju (10%) i województwa (13,6%). Silna pozycja LGD w branży budowlanej w regionie – 2,5 razy więcej podmiotów		Cel szczegółowy 1.2 Podnoszenie kompetencji przydatnych na lokalnym	Zwiększenie dostępu do bezpłatnej informacji pomocnej w zakładaniu, prowadzeniu i rozwijaniu	1 mobilny punkt informacyjny na terenie LGD świadczący usługi informacyjne i doradcze dla przedsiębiorców i	190 klientów korzystających z mobilnego punktu informacyjnego		

w tej sekcji PKD w stosunku dla średniej regionalnej i krajowej. Postrzeganie obszaru LGD jako zagłębia firm specjalizujących się w pracach remontowo-budowlanych na terenie m.in. Nowego Sącza, Warszawy i Krakowa Zainteresowanie wśród mieszkańców wsparciem w zakresie różnicowania zatrudnienia oraz zakładania działalności gospodarczej i rozwijania przedsiębiorczości (źródło: warsztat strategiczny). Brak jednego, wspólnego i efektywnego systemu informacji i promocji o środkach zewnętrznych na rozwój przedsiębiorczości – młodzi ludzie mają pomysły, ale potrzebują informacji o źródłach funduszy na ich realizację i pomocy w dobrym opracowaniu wniosków. Małe szanse na zdobycie doświadczenia zawodowego – skromna i mało atrakcyjna oferta staży, praktyk, wolontariatu w firmach, instytucjach publicznych i organizacjach pozarządowych.		ryнку pracy i wzmacnianie lokalnych przedsiębiorstw i osób zainteresowanych założeniem działalności gospodarczej poprzez kompleksowe wsparcie informacyjne i szkoleniowo – doradcze.	działalności gospodarczej Podniesienie poziomu lub nabycie kompetencji przydatnych na lokalnym rynku pracy	osób zainteresowanych podjęciem działalności 240 godzin szkoleniowych zrealizowanych w ramach wsparcia rozwoju kompetencji przydatnych na lokalnym rynku pracy	20 osoby przeszkolone w tym min. 5 osób z grup defaworyzowanych objętych ww. wsparciem 18 osób oceniających szkolenia jako adekwatne do oczekiwań zawodowych		uwzględniona w rządowym Programie Budowy Dróg Krajowych do 2023 r.), oraz budowę nowego połączenia kolejowego Kraków – Nowy Sącz, możliwość poszukiwania pracy poza miejscem zamieszkania. Konkurencja o środki UE ze strony innych samorządów i LGD (system konkursowy – brak gwarancji otrzymania środków zewnętrznych). Wsparcie finansowe dla powstawania spółdzielni socjalnych i promowanie ekonomii społecznej. Działania na rzecz wzrostu efektywności produkcji rolnej np. wspieranie powstawania spółdzielni i grup producenckich.
Niski poziom wskaźnika przedsiębiorczości (liczba podmiotów gospodarczych na 1000 mieszkańców) - LGD Korona Sądecka (67,2), Polska (107,1) województwo małopolskie (105,9);		Cel szczegółowy 1.3 Budowanie i upowszechnienie postaw proprzedsiębiorczych na	Włączanie dzieci i młodzieży w projekty wzmacniające kompetencje przedsiębiorcze.	3 inicjatywy podejmowane przez LGD w zakresie promowania przedsiębiorczości i	60 dzieci i młodzieży uczestniczących w inicjatywach podejmowanych przez LGD w zakresie		

Bardzo wysokie bezrobocie wśród młodych ludzi (aż 52% bezrobotnych to osoby do 35 roku życia). Brak jednego, aktualnego i integrującego obszar LGD narzędzia gromadzącego i udostępniającego informację o ofercie lokalnych firm. Brak pomysłów na wykorzystanie i zagospodarowanie potencjału i doświadczenia przedsiębiorców w promowaniu przedsiębiorczości w szkołach (np. cykliczne spotkania / doradztwo edukacyjno-zawodowe).		bazie inicjatyw oddolnych.			promowania przedsiębior.	
			Zwiększenie dostępu do informacji o przedsiębiorczości i jej promocja w tym poprzez uruchomienie platformy internetowej.	8 inicjatyw objętych grantem na promowanie przedsiębiorczość i	480 odbiorców inicjatyw objętych grantem na promowanie przedsiębior.	
Wysoki wskaźnik bezrobocia - na obszarze LGD Korona Sąddecka (8,6), średnia dla kraju (7,5), województwo małopolskie (6,6), powiat nowosądecki (8,3). Niekorzystna struktura bezrobotnych, duży odsetek osób bezrobotnych wśród grup szczególnie wrażliwych na rynku pracy.		Cel szczegółowy 1.4. Promowanie oraz wsparcie dla tworzenia podmiotów ekonomii społecznej.	Poszerzanie kompetencji z zakresu zakładania i funkcjonowania podmiotów Ekonomii Społecznej – (Akademia Ekonomii Społecznej Korony Sąddeckiej) - promowanie idei i mechanizmów	5 inicjatyw promujących ekonomię społeczną na terenie LGD	160 odbiorców inicjatyw promujących ekonomię społeczną na terenie LGD	
			Wymiana doświadczeń oraz budowanie partnerstw w obszarze ekonomii społecznej	2 wizyty studyjne pozwalające na wymianę doświadczeń w obszarze ekonomii społecznej	10 osób, które nabyły nowe kompetencje i doświadczenie w obszarze ekonomii społecznej w	

Stosunkowo wysoki odsetek ludności korzystającej z pomocy społecznej (15,8%) – średnia dla kraju (8,3%), dla województwa (6,3%). Relatywnie wysoka liczba rodzin otrzymujących zasiłki rodzinne. Brak doświadczeń i prowadzonych działań z zakresu ekonomii społecznej. Brak na terenie LGD miejsca, z którego mogliby korzystać lokalni producenci, mieszkańcy, grupy nieformalne np. KGW, turyści w celu przetworzenia produktów rolnych (brak inkubatora kuchennego) Potrzeba zapewnienia stabilności finansowania i funkcjonowania podmiotów ekonomii społecznej, w tym organizacji pozarządowych m.in. poprzez stworzenie miejsca spotkań a także wzmocnienie kompetencyjne organizacji pozarządowych przyczyniające się do prowadzenia odpłatnej działalności statutowej. Potrzeba uniezależnienia się podmiotów ekonomii społecznej, w tym organizacji pozarządowych od publicznych źródeł finansowania.					wyniku wizyt studyjnych		
				1 spółdzielnia socjalna powstała w ramach wspierania podmiotów ekonomii społecznej	5 miejsc pracy powstałych w ramach spółdzielni socjalnych na terenie LGD		
				1 projekt współpracy międzynarodowej ; 5 LGD uczestniczących w projektach współpracy międzynarodowej	1 projekt skierowany do następujących grup docelowych: członkowie LGD, osoby zainteresowane włączeniem się w Ekonomię Społeczną i tworzenie podmiotów ekonomii społecznej		
			Wsparcie aktywności poprzez utworzenie i udostępnienie lokalnym przetwórcom infrastruktury służącej przetwarzaniu produktów rolnych	1 centrum przetwórstwa lokalnego	11 podmiotów korzystających z infrastruktury służącej przetwarzaniu produktów rolnych		

			Wsparcie podmiotów ekonomii społecznej (organizacji pozarządowych)	1 centrum organizacji pozarządowych ; 4 inicjatywy służące rozwojowi podmiotów ekonomii społecznej	5 podmiotów korzystających z centrum organizacji pozarządowych; 120 osób uczestniczących w inicjatywach służących rozwojowi podmiotów ekonomii społecznej		
Niewykorzystany potencjał i brak zagospodarowania zbiorników wodnych na terenie LGD pod cele rekreacyjne i sportowe; Brak wyraźnego centrum ruchu turystycznego, głównego, rozpoznawalnego i wypromowanego produktu turystycznego. Baza gastronomiczna – niewielka, mało urozmaicona. Niewystarczająca informacja o lokalach gastronomicznych na portalach informacyjnych i serwisach społecznościowych. Powstawanie nowych obiektów sportowo-rekreacyjnych (m. in. siłownia zewnętrzna w gminie Chelmiec, place zabaw w gminie Kamionka Wielka, scena widowiskowa w Królowej Górnej, centrum lekkoatletyczne w Binczarowej, obiekty turystyczno-rekreacyjne w Wyskitnej), przy równoczesnych potrzebach zgłaszanych przez mieszkańców w tym obszarze – konieczność lepszej promocji i informacji	Cel ogólny 2. Rozwój turystyki, kultury i rekreacji na obszarze LGD	Cel szczegółowy 2.1. Rozbudowa oferty turystyki aktywnej i rekreacji bazującej na lokalnych potencjałach przyczyniająca się do utrzymania lub utworzenie miejsc pracy.	Budowa lub modernizacja istniejącej bazy i infrastruktury bazującej na lokalnych potencjałach, sprzyjającej aktywnemu wypoczynkowi mieszkańców i turystów.	18 nowych lub zmodernizowanych obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej bazującej na lokalnych potencjałach	10000 osób /podmiotów korzystających z wybudowanych /zmodernizowanych obiektów bazujących na lokalnych potenc. sprzyjających aktywnemu wypoczynkowi Wzrost o 10000 l. osób korzystających z obiektów infrastruktury turystycznej i rekreacyjnej bazującej na lokalnych potenc. 9 utworzonych lub utrzymanych miejsca pracy w wyniku rozbudowy lub	37% mieszkańców obszaru LGD zadowolonych z rozwoju sportu i rekreacji	Zainteresowanie w społeczeństwie wypoczynkiem aktywnym, rekreacją i uprawianiem sportów. Wzrost zainteresowania i świadomości w zakresie naturalnych, ekologicznych produktów. Możliwość pozyskania środków zewnętrznych na rozwój turystyki, rekreacji i kultury (fundusze UE – Program Operacyjny Województwa Małopolskiego, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich, fundusze szwajcarskie, fundusze norweskie, Fundusz Rozwoju Kultury Fizycznej). Moda na lokalność, odrywanie tradycji, lokalnego dziedzictwa, produktów lokalnych. Moda na tzw. turystykę „3xE” – połączenie rozrywki, doświadczenia i edukacji. Popularyzacja turystyki weekendowej wśród Polaków. Współpraca podmiotów publicznych, prywatnych i społecznych na rzecz aktywizacji turystycznej i kulturalnej, np. w ramach partnerstw terytorialnych, lokalnych grup działania, lokalnych organizacji turystycznych.

oraz stałej rozbudowy infrastruktury na terenie poszczególnych miejscowości LGD. Niewielka liczba (80) podmiotów gospodarczych w sekcji I – Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (1,7% wszystkich zarejestrowanych podmiotów gospodarczych w sekcjach PKD). Stosunkowo niewielka liczba miejsc noclegowych (430 miejsc noclegowych w 22 obiektach). Oczekiwania ponad ¼ badanych mieszkańców z terenu LGD wsparcia dla tworzenia szlaków turystycznych i historycznych (w tym szlaków rowerowych), wspierania agroturystyki (18%) oraz imprez i wydarzeń lokalnych (17%). Słaba rozpoznawalność gmin z terenu LGD jako ośrodka turystycznego w skali regionalnej i ponadregionalnej, lub postrzeganie jej jako mało atrakcyjnej. Potrzeba lepszej promocji i współpracy w zakresie oferty turystycznej. Dostęp do klienta lokalnego rynku turystycznego - korzystne położenie względem innych, atrakcyjnych turystycznie miejscowości w powiecie i regionie. Potrzeba działań mających na celu przejęcie części ruchu turystycznego z sąsiednich obszarów lub wspólne budowanie turystycznej marki.					modernizacji istniejącej bazy i infrastruktury bazującej na lokal. potenc., sprzyjającej aktywnemu wypoczynkowi mieszkańców i turystów.		Tworzenie i rozwój konkurencyjnych regionów turystycznych opartych na podobnych walorach przyrodniczych (obszary leśne, podgórskie) i turystyce aktywnej w najbliższym otoczeniu LGD (Krynica Górską, Muszyną, Szczawnicą, Krościenko nad Dunajcem, Klimkówką). Plany szybkiego połączenia z autostradą A4 poprzez przebudowę tzw. sądeczanki na trasie Brzesko – Nowy Sącz (trasa uwzględniona w rządowym Programie Budowy Dróg Krajowych do 2023 r.).
			Kreowanie nowych produktów turystycznych na bazie lokalnych potencjałów	5 powstałych /poszerzonych/ wypromowanych produktów turystycznych bazujących na lokalnych potencjałach	4000 osób i/lub podmiotów (turyści, odwiedzający, mieszkańcy) korzystających z powstałych /poszerzonych/ wypromowanych produktów turystycznych bazujących na lokalnych potencjałach		
			Poszerzanie oferty rekreacyjnej na terenie LGD bazującej na lokalnych potencjałach	5 inicjatyw poszerzających ofertę rekreacyjną na terenie LGD bazującą na lokalnych potencjałach/ 1 zrealizowany projekt współpracy; 3	550 osób uczestniczących w inicjatywach poszerzających ofertę rekreacyjną bazującą na lokalnych potencjałach, 1 projekt skierowany do		

				LGD uczestniczących w projektach współpracy; 1wybudowany lub dostosowany do potrzeb mieszkańców obiekt rekreacyjny	następujących grup docelowych: mieszkańcy obszaru LGD, turyści; 250 osób korzystających z wybudowanych lub dostosowanych do potrzeb mieszkańców obiektów rekreacyjnych		
Bardzo duże zaangażowanie mieszkańców w działalność zespołów artystycznych oraz klubów (kół) zainteresowań - liczba członków zespołów artystycznych na 1000 mieszkańców wyniosła 26 (Polska: 7, województwo małopolskie: 9, powiat nowosądecki: 22), liczba członków kół zainteresowań w przeliczeniu na 1000 mieszkańców wynosiła 18 osób (Polska: 11, województwo małopolskie: 11, powiat nowosądecki: 11). Potrzeba stałego podnoszenia jakości i atrakcyjności np. poprzez zakup strojów, instrumentów, udział w przeglądach i festiwalach, ale także tworzenie nowoczesnego zaplecza w postaci infrastruktury kulturalnej. Mało urozmaicona oferta wydarzeń kulturalnych, organizowanie wydarzeń		Cel szczegółowy 2.2 Zwiększenie dostępności do kultury mieszkańców LGD oraz budowanie marki kulturalnej obszaru	Rozbudowa lub dostosowanie istniejącej infrastruktury kulturalnej obszaru do potrzeb mieszkańców.	2 wybudowane lub dostosowane do potrzeb mieszkańców ogólnodostępne obiekty kulturalne	1000 osób/podmiotów korzystających z wybudowanych lub dostosowanych do potrzeb mieszkańców ogólnodostępnych obiektów kulturalnych 3000 uczestników inicjatyw kulturalnych dostępnych dla mieszkańców obszaru objętych wsparciem w ramach grantu	34% mieszkańców obszaru LGD zadowolonych z rozwoju kultury	

głównie o tematyce ludowej, nawiązującej do tradycji Sądeckiej, co w dotychczasowej formule nie spełnia oczekiwań wszystkich grup mieszkańców, potrzeba zdywersyfikowania oferty lub odświeżenia i unowocześnienia przekazu np. poprzez etnoinspiracje w różnych nurtach muzycznych, artystycznych itp.			Wypracowanie i rozbudowa oferty kulturalnej z myślą o mieszkańcach z różnych grup wiekowych.	35 podmiotów działających w sferze kultury, które otrzymały wsparcie w ramach realizacji LSR; 2 inicjatywy kulturalne promujące obszar LGD	9265 uczestników inicjatyw kulturalnych dostępnych dla mieszkańców obszaru		
Słaba i mało widoczna współpraca podmiotów z obszaru turystyki w celu wzajemnej promocji i informacji; Słaba promocja oferty turystycznej poza LGD. Stosunkowo zróżnicowana oferta turystyczna: m.in. ścieżki przyrodnicze, 2 stacje narciarskie, Ośrodek Hipoterapii. Doświadczenie w realizacji projektów partnerskich za pośrednictwem LGD w perspektywie 2007-2013.		Cel szczegółowy 2.3 Wykreowanie wizerunku partnerskich LGD z Grupy Wyszehradzkiej jako miejsc atrakcyjnych kulturowo i turystycznie poprzez organizację przedsięwzięć kulturalno-promocyjnych oraz utworzenie Centrum Produktu Turystycznego i Kulturowego	Zwiększenie świadomości mieszkańców i turystów w zakresie potencjałów wewnętrznych obszarów partnerskich LGD poprzez promocję lokalnych zasobów turystycznych i kulturowych, połączoną z utworzeniem centrum produktu turystycznego i kulturowego	8 zorganizowanych przedsięwzięć kulturalno-promocyjnych w ramach projektu współpracy	5000 uczestników przedsięwzięć kulturalno-promocyjnych w ramach projektu współpracy	24% mieszkańców obszaru LGD zadowolonych z rozwoju turystyki	
			Poprawa oferty turystycznej i kulturowej obszaru partnerskich LGD poprzez realizację przed. kulturalno - promocyjnych bazujących na	1 utworzone centrum produktu turystycznego i kulturowego ; 1 forum dialogu i współpracy twórców lokal.	600 osób, którym udzielono informacji w Centrum Produktu Turystycznego i Kulturowego; 1 projekt współpracy skierowany do następujących grup docelowych: mieszkańcy obszaru LGD, turyści; 10 osób objętych forum dialogu i		
				20 prod. turys. i kultur., wypromowanych w ramach projektu wspól; 1 projekt współpr.miejszyna			

			sąsiedzkim, międzyreg. transgranicznym położeniu partnerskich LGD.	rodowej; 4 LGD uczyst. w proj.;	współpracy twórców lokal.		
--	--	--	--	------------------------------------	------------------------------	--	--

Stosunkowo duża aktywność mieszkańców i wysoki poziom odpowiedzialności za sprawy lokalne – wyraźnie wyższy poziom frekwencji w wyborach do wszystkich szczebli administracji samorządowej i państwowej niż średnia krajowa i wojewódzka. Stosunkowo niski odsetek zadowolonych mieszkańców obszaru LGD z rozwoju oferty czasu wolnego – 26 % (słabo wypromowana oferta, częściowo nieatrakcyjna i niedopasowana do potrzeb wszystkich grup wiekowych ze szczególnym uwzględnieniem dzieci i młodzieży oraz seniorów). Brak pomysłu na integrację nowych mieszkańców w kontekście procesów suburbanizacyjnych – jak wykorzystać potencjał nowych mieszkańców dla dobra lokalnej społeczności. Stosunkowo niska średnia ocena rozwoju gmin z obszaru LGD w aspekcie ochrony środowiska – 3,1/5 (ocena na skali – badania PAPI mieszkańców LGD) na tle innych analizowanych sfer polityki rozwojowej Małe zainteresowanie promowaniem i sprzedażą zdrowej, proekologicznej żywności – targi śniadaniowe, produkty naturalne np. Biesiada u Bartnika.	Cel ogólny 3. Rozwój wysokiej jakości przestrzeni do życia	Cel szczegółowy 3.1 Kreowanie atrakcyjnej oferty czasu wolnego wzmacniającej rozwój lokalnej społeczności – (rozwijanie pasji, kompetencji i zainteresowań)	Rozwój oferty zajęć pozalekcyjnych dla dzieci i młodzieży.	22 inicjatyw, które zostały objęte wsparciem w ramach grantów na organizację czasu wolnego (w tym 14 na rzecz dzieci i młodzież)	1086 dzieci i młodzieży/ seniorów uczestniczących w ramach inicjatyw, które zostały objęte wsparciem w ramach grantów na organizację czasu wolnego	30% mieszkańców zadowolonych z rozwoju oferty czasu wolnego	Moda na ekologię, wzrost świadomości proekologicznej u mieszkańców – działania antysmogowe i ograniczające niską emisję. Moda na zdrowy tryb życia, popularyzacja aktywności fizycznej np. jazda rowerem, zajęcia fitness, pływanie itp. Ubożenie części społeczeństwa i związane z tym próby oszczędności w ogrzewaniu kosztem jakości spalanych paliw – korzystanie z niskiej jakości miałów węglowych, spalanie śmieci itp. Możliwość pozyskania środków zewnętrznych na rozwój turystyki, rekreacji i kultury (fundusze UE – Program Operacyjny Województwa Małopolskiego, Program Rozwoju Obszarów Wiejskich, fundusze szwajcarskie, fundusze norweskie, Fundusz Rozwoju Kultury Fizycznej) Zmiany w prawie krajobrazowym – nowe kompetencje dla samorządów lokalnych w zakresie kształtowania ładu przestrzennego i estetyki przestrzeni publicznej np. eliminacja reklam wielkoformatowych itp. Dostępność funduszy i wzrost świadomości w zakresie rewitalizacji przestrzeni (powolne odchodzenie od rewitalizacji pomijającej aspekt społeczny i gospodarczy) Migracja edukacyjna i zarobkowa mieszkańców. Unifikacja, globalizacja i standaryzacja przestrzeni publicznej – zatracanie lokalności.
			Zwiększenie dostępności do oferty rozwojowej dla seniorów.	5 inicjatyw wspierających postawy pro środowiskowe /prozdrowotne	775 osób, u których wzrosła świadomość pro środowiskowe /prozdrowotne		
			Wzmacnianie postaw proekologicznych i prozdrowotnych wśród mieszkańców			1 kampania promująca postawy proekologiczne; 1 warsztat wyjazdowy o tematyce ekologicznej	

Bardzo wysoka ocena obszaru LGD jako miejsca do życia (da zamieszkiwania) – uznało tak ponad 75% respondentów. Nadal niewystarczająca ilość zagospodarowanych przestrzeni publicznych (skwery, place, miejsca spotkań – ławki, etc.), pozwalających na spędzanie czasu wolnego mieszkańcom, ale także pozwalających na budowanie kapitału społecznego, wzajemnych relacji, jak również podnoszących walory estetyczne przestrzeni LGD np. otoczenie kapliczek, miejsc pamięci, okolice obiektów użyteczności publicznej itp.		Cel szczegółowy 3.2 Zagospodarowanie przestrzeni publicznej służące zachowaniu dziedzictwa i wzmocnieniu więzi społecznych	Zagospodarowanie przestrzeni publicznych ważnych dla lokalnych społeczności - świadczących o tożsamości miejsca.	4 zagospodarowane przestrzenie ważne społecznie	4000 użytkowników korzystających z zagospodarowanych na nowo przestrzeni ważnych społecznie	Korzystanie z katalogowych rozwiązań – przestrzeń publiczna w większości miejscowości kształtowana jest w oparciu o te same wzorce – brak lokalnych specyfik i wyróżników. Moda na mieszkanie poza ścisłym centrum miast – osiedlanie się w mniejszych miejscowościach, budowa domów jednorodzinnych, chęć mieszkania bliżej przyrody. Postępująca suburbanizacja – przeznaczania kolejnych działek rolnych na zabudowę jednorodzinną. Wzrost aktywności różnego typu grup nacisku – organizowania się społeczeństwa wokół różnego typu kwestii istotnych z punktu widzenia małych społeczności (np.
--	--	---	---	--	--	--

Niska rozpoznawalność marki LGD Korona Sądecka Niski poziom wiedzy o działaniach podejmowanych przez LGD i dostępnych formach wsparcia oraz interwencji Duży poziom aktywności lokalnej mieszkańców obszaru LGD. Potrzeba współdecydowania o kierunkach rozwoju lokalnych społeczności		Cel szczegółowy 3.3 Budowanie marki LGD „KORONA SĄDECKA”	Włączenie społeczności lokalnej w proces realizacji LSR	99 spotkań informacyjno-konsultacyjnych z mieszkańcami; 125 osobodni szkoleń dla Rady, Zarządu i pracowników biura; liczba podmiotów którym udzielono indywidualnego doradztwa – 120	1485 osób uczestniczących w spotkaniach informacyjno-konsultacyjnych; 1188 osób zadowolonych ze spotkań przeprowadzonych przez LG ; 60 osób które otrzymały wsparcie po uprzednim udzieleniu indywidualnego doradztwa w biurze LGD		nowe inwestycje, ochrona środow., bezpieczeństwo, społeczeństwo obywatelskie). Roszczeniowość społeczeństwa – postawa oczekiwania, że państwo/samorząd rozwiąże wszystkie problemy, bierność. Dostępność funduszy zewnętrznych (Europejski Fundusz Społeczny, Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego, Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich) na działania doradcze i wspomagające realizację LSR Wzrost aktywności różnego typu grup nacisku – organizowania się społeczeństwa wokół różnego typu kwestii istotnych z punktu widzenia małych społeczności (np. nowe inwestycje, ochrona środowiska, bezpieczeństwo, społeczeństwo obywatelskie).
			„Nic o nas bez nas” – opracowanie koncepcji Smart Villages	5 opracowanych koncepcji Smart Villages	50 osób/podmiotów uczestniczących w opracowaniu koncepcji SV		