

**Uchwała nr VIII/83/2024
Rady Miejskiej w Miłomłynie
z dnia 18 grudnia 2024 r.**

w sprawie przyjęcia „Koncepcji Smart Village Bagieńsko, Miłomłyn”

Na podstawie art. 18 ust. 2 pkt 6 ustawy z dnia 8 marca 1990 roku o samorządzie gminnym (tj. Dz. U. z 2024 r. poz. 1465), w związku z ustawą z dnia 20 lutego 2015 r. o wspieraniu rozwoju obszarów wiejskich z udziałem środków Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 (Dz. U. z 2023 r. poz. 2298), Rada Miejska w Miłomłynie uchwala co następuje:

§ 1

Przyjmuje się „Koncepcję Smart Village Bagieńsko, Miłomłyn”, stanowiącą załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Wykonanie uchwały powierza się Burmistrzowi Miasta i Gminy Miłomłyn.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

PRZEWODNICZĄCY
Rady Miejskiej

Andrzej Krzykowski

Uzasadnienie
do uchwały nr VIII/83/2024
Rady Miejskiej w Miłomłynie
z dnia 18 grudnia 2024 r.
w sprawie przyjęcia „Koncepcji Smart Village Bagieńsko, Miłomłyn”

Smart village (inteligenta wieś) to koncepcja, która inspirowała do zmian i wdrażania konkretnych rozwiązań w celu poprawy jakości, poziomu życia oraz zrównoważonego rozwoju na obszarach wiejskich. Inteligentna wieś to taka, która wykorzystuje nowoczesne technologie i rozwiązania oraz potencjał mieszkańców, poprawiając jakość życia całej społeczności. Koncepcja Smart Village oparta jest na potrzebach i potencjale miejscowości Miłomłyn i Bagieńsko. Ma ona bardzo istotne znaczenie dla rozwoju obszarów wiejskich, zarówno ze względu na nowe możliwości tworzenia miejsc pracy, jak i z punktu widzenia jakości życia na wsi.

Promowanie inteligentnych wsi i oferowanie im wsparcia jest istotnym elementem programowania funduszy unijnych, zwłaszcza Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich. Smart Village to nowy instrument rozwoju lokalnych społeczności na obszarach wiejskich w ramach podejścia LEADER. W planowanych naborach wniosków premiowane będą projekty, które wpisują się w założenia koncepcji Smart Village. Koncepcja Smart Village dla miejscowości Miłomłyn i Bagieńsko adresowana jest do szerokiego kręgu odbiorców: mieszkańców, lokalnych producentów, przedsiębiorców, lokalnych stowarzyszeń, samorządu i innych instytucji publicznych. Jej cele to: promocja terytorium (gminy) jako miejsca atrakcyjnego dla mieszkańców i turystów, podniesienie życia mieszkańców oraz wzrost poziomu atrakcyjności turystycznej gminy. Realizowane mają być one poprzez 88 działań, których organizatorami powinny być podmioty ze sfery publicznej, pozarządowej oraz przedsiębiorców.

PRZEWODNICZĄCY
Rady Miejskiej

Andrzej Krzykowski

Fundacja Lisie Bagno

KONCEPCJA SMART VILLAGE

Bagieńsko, Miłomłyn GMINA MIŁOMŁYN



Autor zdjęcia: P. Sotnik

Październik 2023 roku



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”.
Instytucja Zarządzająca PROW 2014-2020 - Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Koncepcja Smart Village 2030 opracowana przez
Fundację Lisie Bagno, współfinansowana jest ze środków Unii Europejskiej w ramach działania 19 Wsparcie dla rozwoju lokalnego w
ramach inicjatywy LEADER, poddziałanie 19.2 Wsparcie na wdrażanie operacji w ramach strategii rozwoju lokalnego kierowanego przez
społeczność” objętego Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich w latach 2014-2020

PRZEWODNICZĄCY
Rady Miejskiej

Andrzej Krzykowski

ZESPÓŁ EKSPERTÓW:

mgr Beata Bednarczyk
dr hab. Wojciech Kozłowski, profesor Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego
dr hab. Andrzej Kucner
dr inż. Jacek Michałak
dr Anna Rutkowska

GRANTODAWCA:

Stowarzyszenie Łączy Nas Kanał Elbląski Lokalna Grupa Działania

GRANTOBIORCA:

Fundacja Lisie Bagno

PARTNERZY REALIZACJI KONCEPCJI SMART VILLAGE:

1. Gmina Miłomłyn
2. Fundacja Lisie Bagno
3. Stowarzyszenie Na Rzecz Przyszłości Miłomłyna
4. MVNO-GSM.PL Rozwiązania innowacyjne Jacek Krajza

UCZESTNICY PROCESU OPRACOWANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE

1. Lech Chmielewski
2. Teresa Godek
3. Tomasz Kasprzak
4. Jacek Krajza
5. Agnieszka Lisewska
6. Sebastian Lisewski
7. Małgorzata Pierzchała
8. Alicja Stankiewicz
9. Tadeusz Stelmach

Spis treści

WPROWADZENIE	4
1. OPIS PROCESU OPRACOWANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE	4
2. INNOWACYJNOŚĆ OPRACOWANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE.....	5
3. CZĘŚĆ ANALITYCZNA	6
3.1.CHARAKTERYSTYKA MIEJSCOWOŚCI OBJĘTYCH KONCEPCJĄ	6
3.1.1. Opis miejscowości	6
3.1.2. Rys historyczny	7
3.1.3. Sytuacja społeczno-demograficzna gminy Miłomłyn i miasta Miłomłyn	8
3.1.4. Sytuacja gospodarcza gminy Miłomłyn i miasta Miłomłyn.....	10
3.1.5. Potencjał turystyczno-rekreacyjny gminy Miłomłyn, miasta Miłomłyn i miejscowości Bagieńsko.....	14
3.2. UPROSZCZONA ANALIZA SWOT OBSZARU OBJĘTEGO KONCEPCJĄ I WNIOSKI ...	20
3.3. BADANIA POTRZEB MIESZKAŃCÓW	22
3.4. ANALIZA TRENDÓW STEEP I WYBRANYCH TRENDÓW TURYSTYCZNYCH.....	22
4. CZĘŚĆ ROZWOJOWA.....	30
4.1. MISJA I WIZJA ROZWOJU SPOŁECZNOŚCI	30
4.2. OPIS CELÓW I ZADAŃ KONCEPCJI SMART VILLAGE	31
4.3. OPIS PLANOWANYCH WSKAŹNIKÓW	Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.
4.4. LISTA PROJEKTÓW - SZACOWANE KOSZTY REALIZACJI I MOŻLIWE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA	38
4.5. HARMONOGRAM REALIZACJI ZADAŃ.....	42
4.6. PLAN WŁĄCZENIA SPOŁECZNOŚCI W REALIZACJĘ OPRACOWANEJ KONCEPCJI..	44
5. PRZEWIDZIANE KORZYŚCI DLA LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI	45
BIBLLIOGRAFIA.....	46
PARTNERZY KONCEPCJI SMART VILLAGE - SYGNATARIUSZE LISTU INTENCYJNEGO.	47
Załącznik NR 1. ZADANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE (INTELIĞENTNYCH WSI) BAGIEŃSKA I MIŁOMŁYNA	48

WPROWADZENIE

1. OPIS PROCESU OPRACOWANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE

Koncepcja została opracowana we współpracy zespołu ekspertów oraz mieszkańców Miłomłyna i Bagieńska. Proces tworzenia rozwiązania zaplanowano w trzech etapach połączonych spotkaniami warsztatowymi z mieszkańcami Miłomłyna i Bagieńska. Poprzedziło go wcześniejsze podpisanie umów grantobiorcy z grantodawcą, Stowarzyszeniem Łączy Nas Kanał Elbląski Lokalna Grupa Działania w Elblągu, 5 maja 2023 roku w Miłomłynie, a następnie 19 czerwca 2023 roku w Bagieńsku z zespołem ekspertów. Plan spotkań i współpracy ze społecznością został przygotowany zgodnie z postanowieniami zawartej umowy.

Pierwszy warsztat odbył się 19 czerwca 2023 roku w Bagieńsku. Uczestniczyło w nim 11 osób reprezentujących mieszkańców miejscowości, grantobiorcę i zespół ekspertów. Celem warsztatu było przedstawienie założeń programu Smart Village, wspólne przeprowadzenie analizy SWOT sytuacji społeczności i miejscowości. W dalszej części przeprowadzono analizę potrzeb i problemów mieszkańców oraz opracowano mapę interesariuszy, działających w otoczeniu. Po zakończonym warsztacie zespół ekspertów zwiedził miejscowość celem zebrania informacji o aktualnej sytuacji społeczno-gospodarczej i sposobie użytkowania istniejącej infrastruktury we wsi.

Po spotkaniu zespół ekspercki uporządkował i opracował zebrane dane. Przygotowano wnioski z analizy SWOT. Przeprowadzono *badania gabinetowe*, przygotowano opis miejscowości oraz przeprowadzono analizę sytuacji społeczno-demograficznej i gospodarczej. Przeprowadzono analizę istniejącej infrastruktury turystycznej i jej wykorzystania.

W sierpniu 2023 roku przeprowadzono badania ankietowe wśród mieszkańców miejscowości. Opracowano i udostępniono e-ankietę przygotowaną na platformie Google Forms. Jej celem było pozyskanie opinii mieszkańców na temat ich potrzeb w obszarze społecznym, kulturowym, turystycznym, klimatycznym, środowiskowym, technologicznym, a także ocena preferencji mieszkańców względem proponowanych celów działań i rozwiązań. Wyniki ankiety włączono do opracowania i uwzględniono w koncepcji.

Drugi warsztat z mieszkańcami zorganizowano 28 sierpnia 2023 roku w formie spotkania online na platformie Google Meet. Spotkanie było poświęcone prezentacji wniosków z pierwszego warsztatu i analizy SWOT oraz prezentacji wyników e-ankiety. W drugiej części spotkania zespół ekspertów wspólnie z mieszkańcami przeprowadził analizę zmian w zakresie działalności gospodarczej wsi, turystyki oraz preferencji i potrzeb samych mieszkańców. Na tej podstawie określono misję społeczności i określono możliwy obraz przyszłości miejscowości Miłomłyn i Bagieńsko oraz społeczności (wizja). W trzeciej części warsztatu określono ogólne cele koncepcji, wynikające z nich cele szczegółowe oraz zadania i wskaźniki pozwalające monitorować późniejszą ich realizację. W pracach nad bieżącym dokumentowaniem wyników warsztatu wykorzystano tablicę wirtualną Miro, udostępnianą uczestnikom spotkania. Wcześniej zostały na niej przygotowane narzędzia niezbędne do przeprowadzenia zaplanowanych zadań.

Wyniki drugiego warsztatu zostały następnie przeanalizowane i opracowane przez zespół ekspertów. Dodatkowo przygotowano analizę trendów społeczno-demograficznych, technologicznych, ekonomicznych, środowiskowych oraz politycznych. Uzupełniono ją analizą wybranych trendów turystycznych. Obie analizy mają charakter kontekstowy i uwzględniają specyfikę, potrzeby oraz procesy dziejące się aktualnie w obszarach wiejskich. Ich rolą jest wskazanie uwarunkowań i możliwych kierunków dalszego rozwoju.

Trzeci etap konsultacji z mieszkańcami przeprowadzono pod koniec września 2023 roku. Jej przedmiotem była wstępnie opracowana koncepcja Smart Village. Jej roboczą wersję w wersji elektronicznej przekazano grantobiorcy w celu upowszechnienia wśród mieszkańców, zapoznania się z jej założeniami, dokonania niezbędnych zmian, uzupełnień oraz przeprowadzenia weryfikacji. Po zwrocie w połowie października 2023 roku opracowanie ponownie sprawdzono i przygotowano jego wersję ostateczną. Dokument zawierający koncepcję przekazano grantobiorcy podczas roboczego spotkania w dniu 27 października 2023 roku w Miłomłynie.

5. INNOWACYJNOŚĆ OPRACOWANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE

W opracowaniu koncepcji *smart village* uwzględniono kilka, poniżej opisanych kluczowych aspektów.

1. Uwzględnienie priorytetów programu. Podczas opracowywania koncepcji Smart Village uwzględniono kilka czynników i uwarunkowań. Pierwszym są priorytety programu Smart Village:

- koncentracja na problemach i potrzebach defaworyzowanych grup społecznych, młodzieży oraz osób senioralnych w celu ograniczania negatywnych skutków starzenia się społeczeństwa oraz depopulacji wsi;
- promowanie rozwiązań przeciwdziałających negatywnym skutkom zmian klimatu służących ograniczaniu emisji gazów cieplarnianych, ograniczaniu potrzeb energetycznych, oszczędzaniu zasobów, w tym szczególnie wody;
- podejmowania działań służących ochronie środowiska naturalnego, ograniczaniu antropopresji i działaniu na rzecz bioróżnorodności i regeneracji;
- wykorzystaniu nowych technologii na rzecz poprawy jakości życia społeczności wsi i małych miasteczek.

2. Analiza trendów i innowacji. Tłem rozwiązań zawartych w koncepcji Smart Village są trendy i sygnały zmian (innowacje) wskazujące możliwe i pożądane kierunki rozwoju, ważne z punktu widzenia potrzeb i problemów wiejskich społeczności. Analiza trendów włączona do pierwszej części koncepcji wskazuje na możliwe kierunki zmian i ułatwia wskazywanie celów i zadań. Dostarcza także wiedzy o dobrych praktykach oraz wskazuje na istniejące wzorce rozwiązań i działania.

3. Aktywna partycypacja mieszkańców. W stworzeniu ostatecznej wersji koncepcji Smart Village regularny i aktywny udział brali reprezentanci lokalnych społeczności. Byli źródłem istotnych informacji na temat jakości życia mieszkańców, dostarczali wiedzy o problemach i potrzebach, wskazywali cele i zadania, określali swoją rolę w ich realizacji oraz weryfikowali i oceniali opracowaną koncepcję.

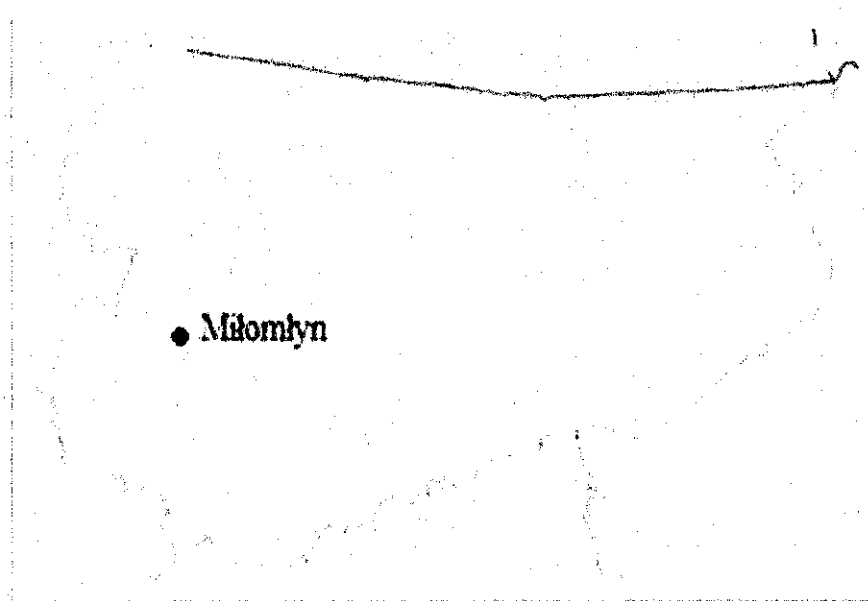
3. CZĘŚĆ ANALITYCZNA

3.1. CHARAKTERYSTYKA MIEJSCOWOŚCI OBJĘTYCH KONCEPCJĄ

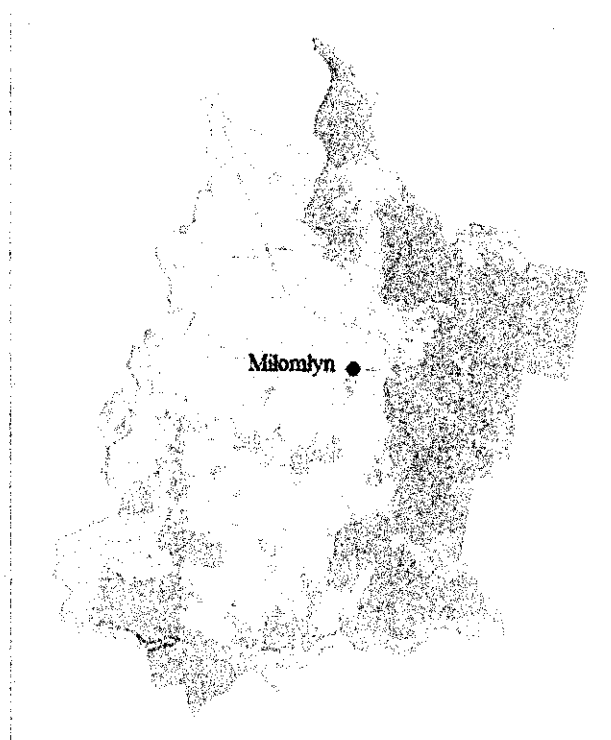
3.1.1. Opis miejscowości

Miłomłyn (niem. *Liebemühl*, prus. *Liwasmaluns*) to miasto położone w województwie warmińsko-mazurskim, w powiecie ostródzkim. W latach 1975-1998 miejscowość administracyjnie należała do województwa olsztyńskiego. Miejscowość położona jest na Powiślu, we wschodniej części Pojezierza Iławskiego, nad Kanalem Elbląskim. Miasto jest oddalone o 14 km na północny zachód od Ostródy. Jest siedzibą gminy miejsko-wiejskiej Miłomłyn. Identyfikator GPS to (19.8381, 53.7643).

Rys. 1. Położenie miasta Miłomłyn na mapie województwa warmińsko-mazurskiego



Rys. 2. Położenie miasta Miłomłyn na mapie gminy Miłomłyn



Z miejscowością związanych jest kilka znanych osób:

- **Stanisław Andrzej Gorczyca** (ur. 1958) – samorządowiec, wójt gminy Miłomłyn, Burmistrz Miasta i Gminy Miłomłyn, wykładowca akademicki, polityk, poseł na Sejm IV i V kadencji oraz X kadencji, senator VII i VIII kadencji;
- **Jan Henneberger** (również Hans Henneberger) (1563–1601) - urodzony w Miłomłynie niemiecki artysta malarz;
- **Elżbieta Pawluć** (ur. 1975) – malarka amator;
- **Danuta Siedzikówna** (1928–1946) – pseudonim Inka, sanitariuszka 4. szwadronu 5. Wileńskiej Brygady AK, w 1946 roku w 1. szwadronie Brygady działającym na Pomorzu; na przełomie 1945/1946 pod nazwiskiem Danuty Obuchowicz podjęła pracę w Nadleśnictwie Miłomłyn; aresztowana 20 lipca 1946 roku przez UB; skazana na śmierć i rozstrzelana 28 sierpnia 1946 roku;
- **Wojciech Zbanyszek** (1909–1990) – podoficer Wojska Polskiego II RP, Kawaler Orderu Virtuti Militari, działacz sportowy, członek Polskiego Związku Jeździeckiego.

Bagieńsko to wieś śródlęsna w Polsce położona w województwie warmińsko-mazurskim, w powiecie ostródzkim, w gminie Miłomłyn, około 3 km na południowy-wschód od Miłomłyna. W latach 1975-1998 miejscowość administracyjnie należała do województwa olsztyńskiego.

3.1.2. Rys historyczny

Na przestrzeni stuleci pojawiały się liczne wersje nazwy miejscowości mającej staropruskie korzenie: Lybenmühle, Liebemühle, Liebemohle, Liwemühle. Nazwa w dosłownym tłumaczeniu oznaczała Młyn nad Liwą. Ostatecznie przyjęła się przekształcona wersja Liebemühle, którą Polacy przetłumaczyli jako Miłomłyn. Nazwa miejscowości spotykana jest już w źródłach z XV wieku. Pierwsze wzmianki dotyczące Miłomłyna pochodzą z 1315 roku. Na przełomie XIII i XIV wieku obok Liwy - osady pruskiej - wzniesiono warownię krzyżacką, strzegącą przejścia między jeziorami. Na początku XIV wieku Zakon Krzyżacki zbudował zamek i młyn. Wokół zamku rozwijało się osiedle targowe - Liwemühle. Po 1310 roku zaczęto osiedlać kolonistów niemieckich, sprowadzanych głównie z Turynii i Saksonii. W 1335 roku komtur dzierzgoński Hartung von Sonnenborn nadał Miłomłynowi herb i przywilej lokacyjny na prawie chełmińskim. W czasach krzyżackich miejscowość należała do komturstwa dzierzgońskiego. Od połowy XIV wieku Miłomłyn posiadał władze miejskie i sąd miejski. Zamek pełnił funkcję siedziby prokuratora podległej komturstwu w Dzierzgoniu. W latach 1466-1525 miasto pozostawało w rękach Zakonu Krzyżackiego. Od 1525 do 1657 roku Miłomłyn należał do Prus Książęcych.

W 1552 roku starostwo w Miłomłynie trafiło w ręce Albrechta Finck von Finckensteina, który otrzymał je w zastaw w zamian za udzieloną pruskiemu księciu pożyczkę. Do przełomu XVI i XVII wieku Miłomłyn był miastem niemieckim. W drugiej połowie XIX wieku do miejscowości przybyła nieliczna grupa kupców żydowskich. Od czasów reformacji do połowy XIX stulecia Miłomłyn był miastem protestanckim. W 1628 roku miasto zniszczyli Szwedzi, a w 1710 roku kolejne spustoszenia poczyniła epidemia dżumy szalejąca w Prusach w latach 1709-1711. Miasto na przestrzeni stuleci padało kilkakrotnie ofiarą pożarów: 1414, 1591, 1633, 1700. Kolejny pożar strawił miasto na początku XIX wieku. W 1808 roku zabudowano obszar nowego rynku, a w 1824 roku postawiono ratusz. W 1801 roku miasto liczyło 141 domów, a w 1856 roku liczba ta wzrosła do 175. W 1807 i 1813 roku Miłomłyn zajmowały kolejno wojska francuskie, a następnie pruskie i rosyjskie. Prawdopodobnie już w XVI wieku w mieście działała szkoła. W ciągu kolejnych stuleci miała charakter świecko-kościelny ze względu na fakt, iż podlegała kontroli miejscowego pastora. Pod koniec XIX wieku została przekształcona w szkołę powszechną. W latach 1818-1945 należał do wschodniopruskiego powiatu ostródzkiego. Do rozwoju miejscowości w XIX w. przyczyniła się budowa Kanału Elbląskiego w latach 1844-1860 oraz doprowadzenie kolei (trasa Ostróda-Elbląg) w roku 1893. Linia kolejowa została rozebrana w 1945 roku i wywieziona do ZSRR. Druga linia kolejowa, zbudowana w 1903 roku, o numerze 257, łączyła Ostródę i Morąg. W tym czasie Miłomłyn stał się węzłem dróg wodnych i kolejowych oraz ośrodkiem handlu drewnem. W 1855 roku wybrukowano ulice. Na przełomie XIX i XX wieku zbudowano w Miłomłynie tartak oraz stocznię naprawy statków pływających po kanale.

W mieście istniała czynna cegielnia oraz znany w okolicy browar Mierau. W 1888 roku zdecydowano się na oświetlenie Miłomłyna lampami gazowymi. W plebiscycie 11 lipca 1920 roku mieszkańcy Miłomłyna opowiedzieli się za przynależnością miasta do Prus Wschodnich.

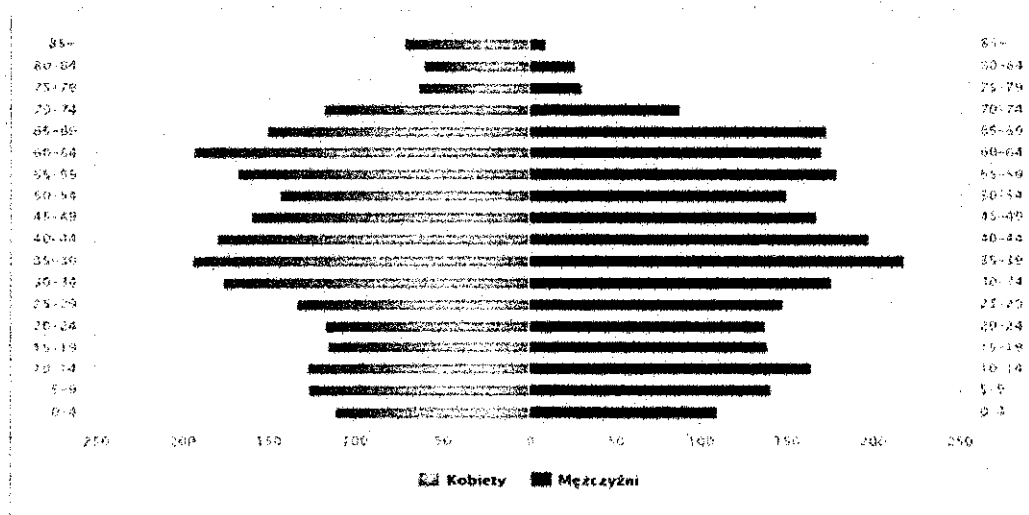
W 1939 roku miejscowość zamieszkiwało 2.439 osób. W 1945 roku do Miłomłyna wycofała się jedna z trzech grup kompanii piechoty garnizonu czerwonych koszar, broniących Ostródy przed Armią Czerwoną, a dokładnie odcinka Kajkowo-Bukwałd. Grupą tą, która liczyła 50-60 żołnierzy, dowodził Bruno Kowalik. Żołnierze przedzierali się przez lasy miejscowości Piławki pod ostrzałem artylerii, a gdy już dotarli do samego Miłomłyna, zostali ewakuowani ciężarówką do Moraga. Po dużych zniszczeniach z 1945 roku, spowodowanych przez wojska Armii Czerwonej i obejmujących 90% całego miasta, Miłomłyn stracił prawa miejskie. W latach 1954-1972 wieś należała i była siedzibą władz gromady Miłomłyn. W latach 1945-1998 Miłomłyn administracyjnie należał do województwa olsztyńskiego.

W 2016 roku Miłomłyn wraz z sołectwami Bagieńsko i Tarda w gminie Miłomłyn uzyskał [na mocy Rozporządzenia Rady Ministrów z 17 maja 2016 roku w sprawie nadania statusu obszaru ochrony uzdrowiskowej miastu Miłomłyn oraz sołectwom Bagieńsko i Tarda położonym na obszarze gminy Miłomłyn (Dz.U. z 2016 roku, poz. 756)], status obszaru ochrony uzdrowiskowej („Obszar Ochrony Uzdrowiskowej Miłomłyn”).

3.1.3. Sytuacja społeczno-demograficzna gminy Miłomłyn i miasta Miłomłyn

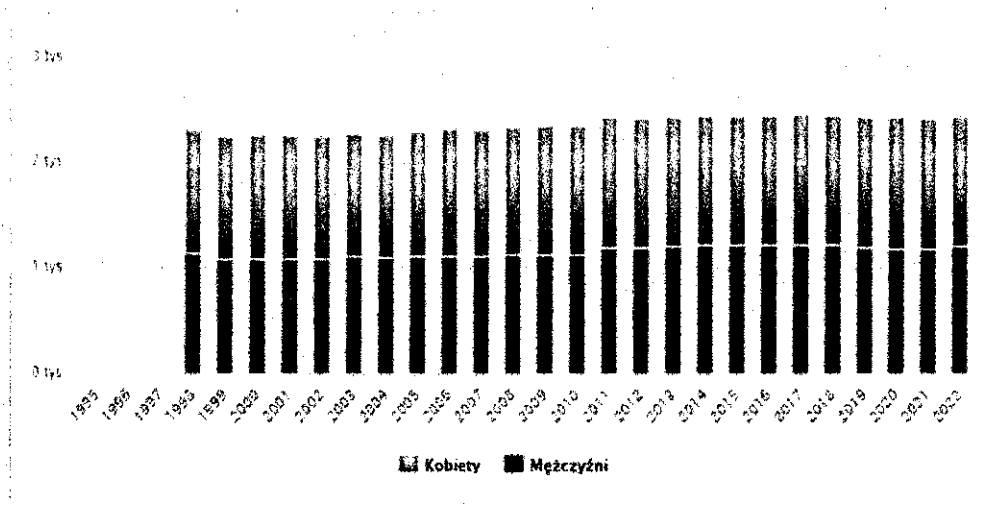
Gmina Miłomłyn liczy 4.804 mieszkańców, z czego 49,9% stanowią kobiety, a 50,1% mężczyźni. W latach 2002-2022 liczba mieszkańców zmalała o 3,7%. Średni wiek mieszkańców wynosi 40,7 lat i jest porównywalny do średniego wieku mieszkańców województwa warmińsko-mazurskiego oraz nieznacznie mniejszy od średniego wieku mieszkańców całej Polski. W Gminie Miłomłyn zawarto w 2021 roku 14 małżeństw (2,9/1000 mieszkańców). Jest to znacznie mniej od wartości dla województwa warmińsko-mazurskiego i dla Polski. W tym samym okresie odnotowano 1,9 rozwodów na 1000 mieszkańców, 28,1% stanu wolnego, 51,3% żyje w małżeństwie, 8,8% jest po rozwodzie, a 8,8% to wdowy/wdowcy. Gmina Miłomłyn ma ujemny przyrost naturalny (-46), co odpowiada -9,52 na 1000 mieszkańców gminy Miłomłyn. W 2021 roku urodziło się 32 dzieci, w tym 37,5% dziewczynek i 62,5% chłopców. Średnia waga noworodków to 3 386 gramów. Współczynnik dynamiki demograficznej, czyli stosunek liczby urodzeń żywych do liczby zgonów wynosi 0,59 i jest nieznacznie mniejszy od średniej dla województwa oraz znacznie mniejszy dla całego kraju. W 2021 roku 28,3% zgonów w gminie Miłomłyn spowodowanych było chorobami układu krążenia, przyczyną 21,5% zgonów były nowotwory, a 5,6% zgonów spowodowanych było chorobami układu oddechowego. Na 1000 ludności gminy Miłomłyn przypada 16,14 zgonów. Jest to znacznie więcej od wartości średniej dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz znacznie więcej dla kraju. W 2021 roku zarejestrowano 71 zameldowań w ruchu wewnętrznym oraz 69 wymeldowań, saldo migracji wewnętrznych wynosi 2. W tym samym roku 3 osoby zameldowały się z zagranicy oraz zarejestrowano 0 wymeldowań za granicę (saldo migracji zagranicznych wynosi 3). 60,2% mieszkańców jest w wieku produkcyjnym, 19,4% w wieku przedprodukcyjnym, a 20,4% jest w wieku poprodukcyjnym.

Rys. 3. Piramida wieku mieszkańców gminy Miłomłyn w 2021 roku

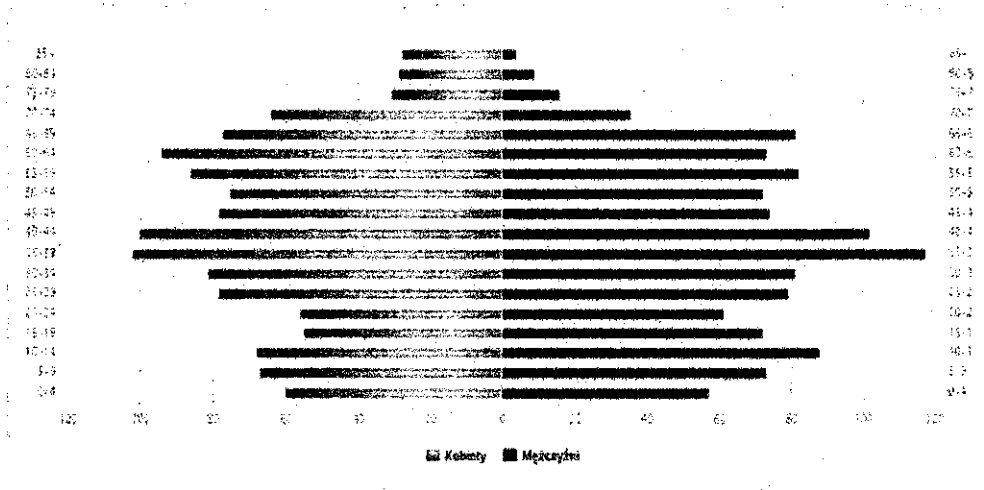


Miłomłyn jest małym miastem z liczbą mieszkańców wynoszącą 2 426, z czego 50,4% stanowią kobiety, a 49,6% mężczyźni. W latach 2002-2022 liczba mieszkańców wzrosła o 8,3%. Średni wiek mieszkańców wynosi 39,9 lat i jest nieznacznie mniejszy od średniego wieku mieszkańców województwa warmińsko-mazurskiego oraz nieznacznie mniejszy od średniego wieku mieszkańców całej Polski. Mieszkańcy Miłomłyna zawarli w 2021 roku 4 małżeństwa, co odpowiada 1,7 małżeństwom na 1000 mieszkańców. Jest to znacznie mniej od wartości dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz znacznie mniej od wartości dla Polski. W tym samym okresie odnotowano 1,9 rozwodów przypadających na 1000 mieszkańców. Jest to znacznie więcej od wartości dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz znacznie więcej od wartości dla kraju. 28,0% mieszkańców Miłomłyna jest stanu wolnego, 51,3% żyje w małżeństwie, 8,8% mieszkańców jest po rozwodzie, a 9,0% to wdowy/wdowcy. Miłomłyn ma ujemny przyrost naturalny wynoszący -23. Odpowiada to przyrostowi naturalnemu -9,52 na 1000 mieszkańców Miłomłyna. W 2021 roku urodziło się 20 dzieci, w tym 35,0% dziewczynek i 65,0% chłopców. Średnia waga noworodków to 3 386 gramów. Współczynnik dynamiki demograficznej, czyli stosunek liczby urodzeń żywych do liczby zgonów wynosi 0,59 i jest nieznacznie mniejszy od średniej dla województwa oraz znacznie mniejszy od współczynnika dla całego kraju. W 2021 roku 28,3% zgonów w Miłomłynie spowodowanych było chorobami układu krążenia, 21,5% zgonów nowotworami, a 5,6% zgonów chorobami układu oddechowego. Na 1000 ludności Miłomłyna przypada 17,8 zgonów. Jest to znacznie więcej od wartości średniej dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz znacznie więcej niż dane kraju. W 2021 roku zarejestrowano 45 zameldowań w ruchu wewnętrznym oraz 32 wymeldowania, w wyniku czego saldo migracji wewnętrznych wynosi dla Miłomłyna 13. W tym samym roku 0 osób zameldowało się z zagranicy i 0 wymeldowań za granicę (saldo migracji zagranicznych wynosi 0). 60,2% mieszkańców Miłomłyna jest w wieku produkcyjnym, 20,4% w wieku przedprodukcyjnym, a 19,4% w wieku poprodukcyjnym.

Rys. 4. Populacja miasta Miłomłyn w latach 1995-2022



Rys. 5. Piramida wieku mieszkańców miasta Miłomłyn w 2021 roku

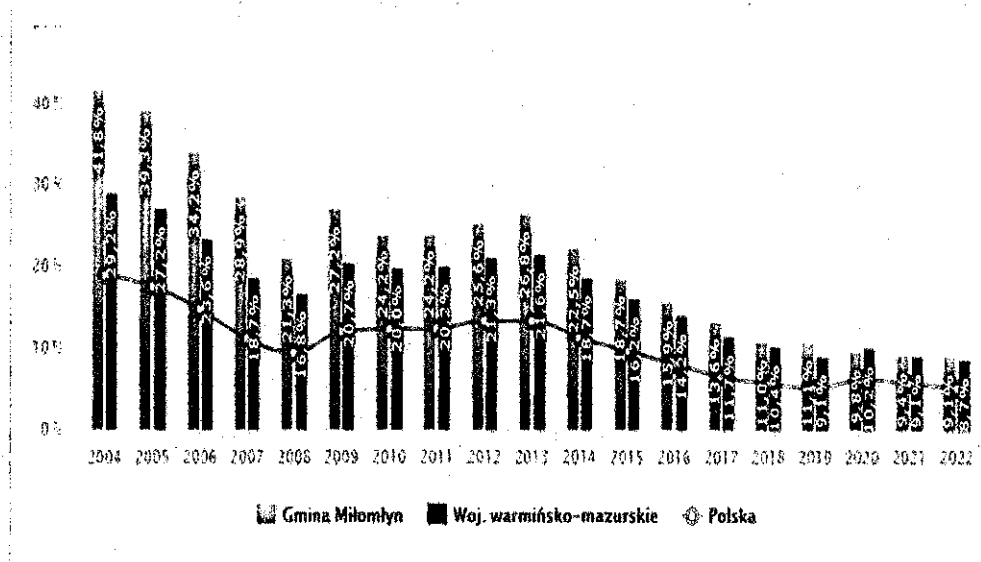


W Miłomłynie 598 mieszkańców jest w wieku potencjalnej nauki (3-24 lata) (w tym 275 kobiet oraz 322 mężczyzn). Według Narodowego Spisu Powszechnego z 2021 roku 15,9% ludności posiada wykształcenie wyższe, 2,9% wykształcenie policealne, 11,3% średnie ogólnokształcące, a 19,6% średnie zawodowe. Wykształceniem zasadniczym zawodowym legitymuje się 23,1% mieszkańców Miłomłyna, gimnazjalnym 4,0%, natomiast 19,3% podstawowym ukończonym. 3,8% mieszkańców zakończyło edukację przed ukończeniem szkoły podstawowej. W porównaniu do całego województwa warmińsko-mazurskiego mieszkańcy Miłomłyna mają niższy poziom wykształcenia. Wśród kobiet mieszkających w Miłomłynie największy odsetek ma wykształcenie podstawowe ukończone (20,5%) oraz wyższe (19,3%). Mężczyźni najczęściej mają wykształcenie zasadnicze zawodowe (29,5%) oraz średnie zawodowe (20,4%). 18,5% mieszkańców Miłomłyna w wieku potencjalnej nauki (3-24 lata) zalicza się do przedziału 3-6 lat - wychowanie przedszkolne (20,8% wśród dziewczyn i 16,6% wśród chłopów). Na tysiąc dzieci w wieku przedszkolnym 568 uczęszcza do placówek wychowania przedszkolnego. Na jedno miejsce w placówce wychowania przedszkolnego w 2018 roku przypadało 1,32 dzieci w wieku przedszkolnym. W 2021 roku w Miłomłynie jest jedna szkoła podstawowa, w której w 16 oddziałach uczyło się 322 uczniów (139 kobiet oraz 183 mężczyzn). Dla porównania w 2008 roku w Miłomłynie placówkę miała jedna szkoła podstawowa, w której w 12 oddziałach uczyło się 190 uczniów (90 kobiet oraz 100 mężczyzn). W grupie wiekowej 3-24 lata na poziomie podstawowym (7-12 lat) kształcą się 29,7% ludności (28,8% wśród dziewczyn i 30,4% wśród chłopów). Na 1 oddział w szkołach podstawowych przypada 20,1 uczniów. Współczynnik skolaryzacji brutto (stosunek wszystkich osób uczących się w szkołach podstawowych do osób w wieku 7-12 lat) wynosi 132,51. W grupie wiekowej 3-24 lata na poziomie ponadgimnazjalnym (16-18 lat) kształcą się 16,7% mieszkańców (14,6% wśród dziewczyn i 18,4% wśród chłopów). W przedziale wiekowym odpowiadającym edukacji w szkołach wyższych (19-24 lat) znajduje się 19,7% mieszkańców Miłomłyna w wieku potencjalnej nauki (20,4% kobiet i 19,0% mężczyzn).

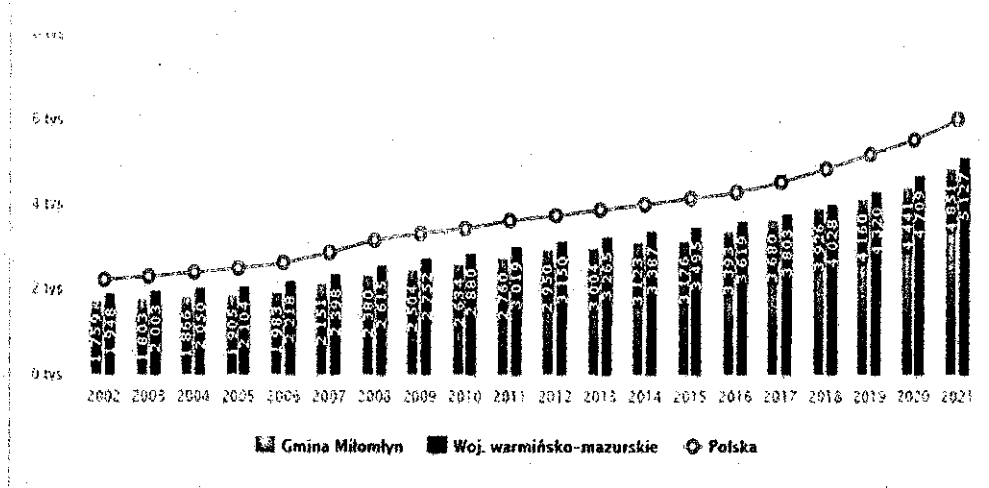
3.1.4. Sytuacja gospodarcza gminy Miłomłyn i miasta Miłomłyn

W gminie Miłomłyn na 1000 mieszkańców pracują 94 osoby. 44,2% wszystkich pracujących ogółem stanowią kobiety, a 55,8% mężczyźni. Bezrobocie rejestrowane w gminie Miłomłyn wynosiło w 2022 roku 9,1% (9,1% wśród kobiet i 9,1% wśród mężczyzn). W 2021 roku przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w gminie Miłomłyn wynosiło 4 851,18 PLN, co odpowiada 80,80% przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w Polsce. Wśród aktywnych zawodowo mieszkańców gminy Miłomłyn 349 osób wyjeżdża do pracy do innych gmin, a 140 pracujących przyjeżdża do pracy spoza gminy - tak więc saldo przyjazdów i wyjazdów do pracy wynosi -209. 11,2% aktywnych zawodowo mieszkańców gminy Miłomłyn pracuje w sektorze rolniczym (rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo), 44,9% w przemyśle i budownictwie, a 14,5% w sektorze usługowym (handel, naprawa pojazdów, transport, zakwaterowanie i gastronomia, informacja i komunikacja) oraz 1,1% pracuje w sektorze finansowym (działalność finansowa i ubezpieczeniowa, obsługa rynku nieruchomości).

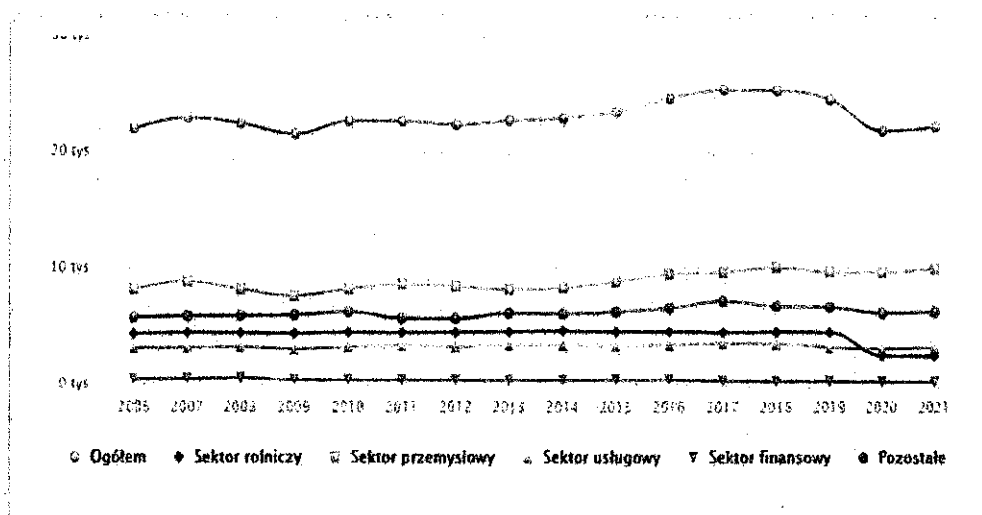
Rys. 6. Szacunkowa stopa bezrobocia rejestrowanego w gminie Miłomłyn w latach 2004-2022



Rys. 7. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w gminie Miłomłyn w latach 2002-2021



Rys. 8. Liczba pracujących według sektorów ekonomicznych w gminie Miłomłyn w latach 2006-2021



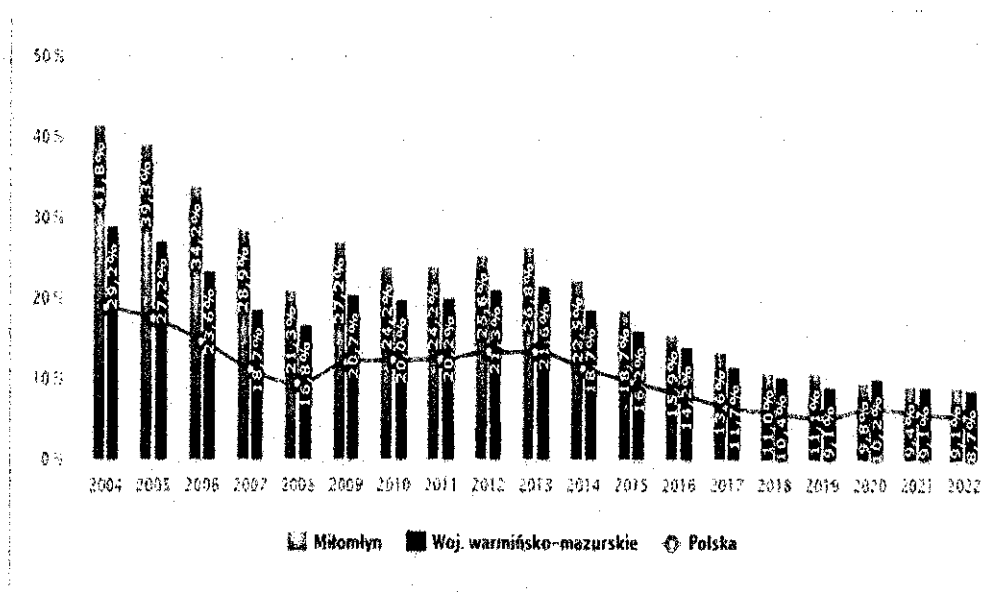
W gminie Miłomłyn w 2022 roku w rejestrze REGON zarejestrowane były 433 podmioty gospodarki narodowej, z czego 352 stanowiły osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą. W tymże roku zarejestrowano 46 nowych podmiotów, a 25 podmiotów zostało wyrejestrowanych. Na przestrzeni lat 2009-2022 najczęściej (48) podmiotów zarejestrowano w 2010 roku, a najmniej (23) w 2021 roku. W tym samym okresie najczęściej (43) podmiotów wykreślono z rejestru REGON w 2009 roku, najmniej (16) podmiotów wyrejestrowano natomiast w 2020 roku. Według danych z rejestru REGON wśród podmiotów posiadających osobowość prawną w gminie Miłomłyn najczęściej (15) jest stanowiących spółki handlowe z ograniczoną odpowiedzialnością. Analizując rejestr pod kątem liczby zatrudnionych pracowników można stwierdzić, że najczęściej (420) jest mikro-przedsiębiorstw, zatrudniających 0-9 pracowników. 8,8% (38) podmiotów jako rodzaj działalności deklarowało rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo, jako przemysł i budownictwo swój rodzaj działalności deklarowało 33,7% (146) podmiotów, a 57,5% (249) podmiotów w rejestrze zakwalifikowana jest jako pozostała działalność. Wśród osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą w gminie Miłomłyn najczęściej deklarowanymi rodzajami przeważającej działalności są budownictwo (24,7%) oraz handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle (18,5%).

W gminie istnieje dobrze rozwinięta baza do rozwoju przemysłu drzewnego - surowcowo i techniczna. Lasy zajmują 6 523 ha, co wynosi około 40,5% powierzchni gminy. Przestrzennie przeważają lasy gospodarcze. Wśród typów siedliskowych przeważają siedliska borowe, przy czym największą powierzchnię zajmuje bór świeży. Struktura drzewostanu jest typowa dla województwa, dominuje sosna osiągając przy tym bardzo dobre parametry techniczne.

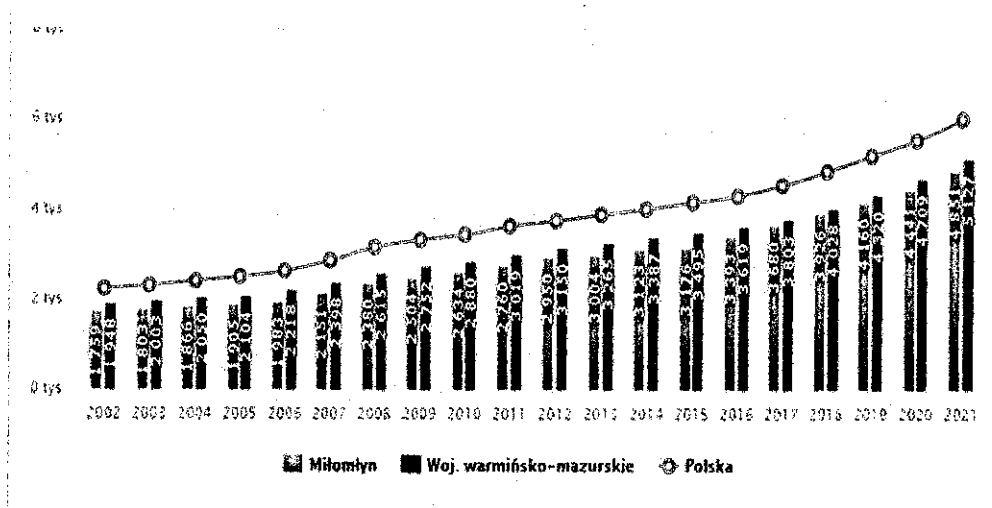
W porównaniu do całego województwa warmińsko-mazurskiego mieszkańcy gminy Miłomłyn mają niższy poziom wykształcenia. Wśród kobiet mieszkających w gminie Miłomłyn największy odsetek ma wykształcenie podstawowe ukończone (20,5%) oraz wyższe (19,3%). Mężczyźni najczęściej mają wykształcenie zasadnicze zawodowe (29,5%) oraz średnie zawodowe (20,4%). 17,8% mieszkańców gminy Miłomłyn w wieku potencjalnej nauki (3-24 lata) zalicza się do przedziału 3-6 lat - wychowanie przedszkolne (18,9% wśród dziewczyn i 16,9% wśród chłopców). Na tysiąc dzieci w wieku przedszkolnym 571 uczęszcza do placówek wychowania przedszkolnego. Na jedno miejsce w placówce wychowania przedszkolnego w 2018 roku przypadało 2,20 dzieci w wieku przedszkolnym. W 2021 roku w gminie Miłomłyn placówkę mają 3 szkoły podstawowe, w których w 21 oddziałach uczyło się 364 uczniów (161 kobiet oraz 203 mężczyzn). Dla porównania w 2008 roku w gminie Miłomłyn placówkę miały 3 szkoły podstawowe, w których w 24 oddziałach uczyło się 322 uczniów (153 kobiety oraz 169 mężczyzn). W grupie wiekowej 3-24 lata na poziomie podstawowym (7-12 lat) kształcą się 28,6% ludności (28,7% wśród dziewczyn i 28,6% wśród chłopców). Na 1 oddział w szkołach podstawowych przypada 17,3 uczniów. Współczynnik skolaryzacji brutto (stosunek wszystkich osób uczących się w szkołach podstawowych do osób w wieku 7-12 lat) wynosi 79,13. W grupie wiekowej 3-24 lata na poziomie ponadgimnazjalnym (16-18 lat) kształcą się 17,2% mieszkańców (16,9% wśród dziewczyn i 17,4% wśród chłopców). W przedziale wiekowym odpowiadającym edukacji w szkołach wyższych (19-24 lat) znajduje się 21,5% mieszkańców gminy Miłomłyn w wieku potencjalnej nauki (21,5% kobiet i 21,5% mężczyzn).

W mieście Miłomłyn na 1000 mieszkańców pracuje 148 osób. Jest to znacznie mniej od wartości dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz znacznie mniej od wartości dla Polski. 39,7% wszystkich pracujących ogółem stanowią kobiety, a 60,3% mężczyźni. Bezrobocie rejestrowane w Miłomłynie wynosiło w 2022 roku 9,1% (9,1% wśród kobiet i 9,1% wśród mężczyzn). Jest to nieznacznie więcej od stopy bezrobocia rejestrowanego dla województwa warmińsko-mazurskiego oraz znacznie więcej od stopy bezrobocia rejestrowanego dla całej Polski. W 2021 roku przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w Miłomłynie wynosiło 4 851,18 PLN, co odpowiada 80,80% przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w Polsce. Wśród aktywnych zawodowo mieszkańców Miłomłyna 170 osób wyjeżdża do pracy do innych miast, a 110 pracujących przyjeżdża do pracy spoza gminy - tak więc saldo przyjazdów i wyjazdów do pracy wynosi -60. 11,2% aktywnych zawodowo mieszkańców Miłomłyna pracuje w sektorze rolniczym (rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo), 44,9% w przemyśle i budownictwie, a 14,5% w sektorze usługowym (handel, naprawa pojazdów, transport, zakwaterowanie i gastronomia, informacja i komunikacja) oraz 1,1% pracuje w sektorze finansowym (działalność finansowa i ubezpieczeniowa, obsługa rynku nieruchomości).

Rys. 9. Szacunkowa stopa bezrobocia rejestrowanego w Miłomłynie w latach 2004-2022

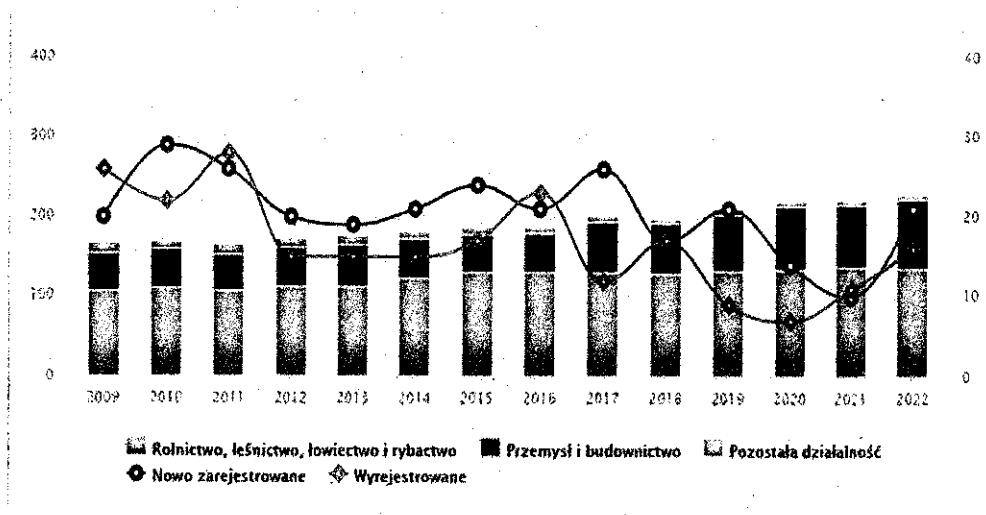


Rys. 10. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w Miłomłynie w latach 2002-2021



W Miłomłynie w 2022 roku w rejestrze REGON zarejestrowanych było 229 podmiotów gospodarki narodowej, z czego 189 stanowiły osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą. W tymże roku zarejestrowano 21 nowych podmiotów, a 16 podmiotów zostało wyrejestrowanych. Na przestrzeni lat 2009-2022 najwięcej (29) podmiotów zarejestrowano w 2010 roku, a najmniej (10) w 2021 roku. W tym samym okresie najwięcej (28) podmiotów wykreślono z rejestru REGON w 2011 roku, najmniej (7) podmiotów wyrejestrowano w 2020 roku. Wśród podmiotów z osobowością prawną najwięcej (8) jest stanowiących spółki handlowe z o.o. Analizując rejestr pod kątem liczby zatrudnionych pracowników można stwierdzić, że najwięcej (221) jest mikroprzedsiębiorstw, zatrudniających 0-9 pracowników. 2,2% (5) podmiotów jako rodzaj działalności deklarowało rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo, jako przemysł i budownictwo swój rodzaj działalności deklarowało 38,0% (87) podmiotów, a 59,8% (137) podmiotów zakwalifikowana jest jako pozostała działalność. Wśród osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą najczęściej deklarowanymi rodzajami działalności są budownictwo (27,0%) oraz handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle (20,1%).

Rys. 11. Podmioty gospodarki narodowej wpisane do rejestru REGON w latach 2009-2022

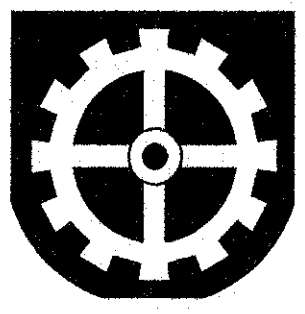


Miasto posiada przygotowane tereny pod zabudowę jednorodzinną i rekreacyjną. Dysponuje obecnie 0,4435 ha przeznaczonych w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego na cele mieszkaniowe jednorodzinne oraz usługowe. Jest to teren położony pomiędzy ulicą Połną i Kolejową w Miłomłynie. Dodatkowo terenem pod tego typu inwestycje jest również nieruchomość gruntowa położona w centrum Miłomłyna, bezpośrednio przy ul. Twardej, głównej drodze wjazdowej do Miłomłyna. Działka stanowi część byłego torowiska. Terenem przygotowanym pod inwestycje rekreacyjne - port jachtowy jest nieruchomość o powierzchni 3,1779 ha położona bezpośrednio przy Kanale Elbląskim w Miłomłynie.

3.1.5. Potencjał turystyczno-rekreacyjny gminy Miłomłyn, miasta Miłomłyn i miejscowości Bagieńsko

Gmina Miłomłyn charakteryzuje się dogodnym położeniem. Przez gminę przebiega droga ekspresowa S7, miasto posiada obwodnicę, do miasta powiatowego Ostródy i stacji kolejowej można się dostać w 10 minut drogą ekspresową, 50 minut drogą krajową do miasta wojewódzkiego Olsztyna oraz drogą ekspresową 1,5 godziny do Gdańska i portu lotniczego.

Rys. 12. Herb gminy Miłomłyn



Gmina posiada swój wyjątkowy uzdrowiskowy klimat. Miasto i gmina wchodzi w skład obszaru funkcjonalnego „Zielonych Płuc Polski”. Teren gminy charakteryzuje się dużym zróżnicowaniem zasobów środowiska przyrodniczego o zachowanych naturalnych krajobrazach. Szata roślinna gminy podobnie jak szata roślinna województwa należy do najbardziej interesującej na terenach nizinnych. Wpływ na to może mieć między innymi urozmaicona rzeźba terenu, wpływ północnego klimatu, różnorodność gleb, bogactwo wód i torfowisk oraz stosunkowo niewielkie przekształcenia ekosystemów. Bogaty świat roślinny gminy stwarza doskonałe warunki do bytowania na tym terenie licznych gatunków zwierząt, między innymi: jelenie, sarny, dziki, lisy, zające oraz borsuki, tchórze, kuny, jeże, wiewiórki a także myszy, krety, ryjówki, nornice. Z licznych gatunków ptaków występują tu: orły bieliki, orliki, sikory, dzięcioły, pętlacze, kowaliki, sowy, puchacze, wilgi i inne. Ponadto na terenie gminy zamieszkują płazy i gady. Duża powierzchnia wód powierzchniowych powoduje występowanie ryb uznawanych za pospolite, takie jak: sieja, sielawa, szczupak, okoń, leszcz, sandacz, jazgarz, krap, karp, karaś, węgorz, kleń, jaź, miętus, płoć, ukleja, ciernik itp., ale także szczególnie cenne gatunki wędrowne, czyli ryby łososiowate (troć, pstrąg potokowy, łosoś). Wpływ na to ma występowanie relatywnie czystych wód w rzekach oraz szybki ich nurt. Na terenie miasta i gminy Miłomłyn znajdują się dwa rezerваты: Rzeki Drwęca i Jeziora Drwęckiego oraz Jeziora Iłgi.

Na terenie gminy znajdują się liczne zabytki dziedzictwa kulturowego, m.in. zespół pałacowo-parkowy w Karnitach, zabytkowe obiekty sakralne, stanowiska archeologiczne oraz wieża obronna z XIV wieku. Na obszarze Miłomłyna znajduje się 23 zabytkowych obiektów wpisanych do rejestru zabytków:

- budynek gimnazjum z 1867 roku;
- dawny cmentarz ewangelicki wpisany do wojewódzkiego rejestru zabytków;
- dawny folwark Przejazd (dwór wybudowany w XIX wieku, położony przy śluzie Miłomłyn);
- domy z XVIII i XIX wieku (zabudowa małomiasteczkowa) przy ul. Kościelnej, Rynkowej i Twardej;
- dwór z XIX wieku (przy śluzie Miłomłyn);
- dzwonnica z 1341 roku w stylu gotyckim, będąca pozostałością po poprzednim gotyckim kościele rozebranym około 1898 roku;
- fragment gotyckiego muru północnej nawy rozebranego kościoła;
- kaplica ewangelicka, obecnie rzymskokatolicka pw. św. Elżbiety (przy ul. Twardej) z lat 1931-1932;
- neogotycka kaplica cmentarna z początku XX wieku;
- neogotycki kościół parafialny pod wezwaniem św. Bartłomieja wzniesiony w latach 1898-1901 (znajdują się w nim: ołtarz główny barokowy, z rzeźbami „Ostatnia Wieczerza”, „Zmartwychwstanie”, „Złożenie do Grobu”, ambona z 1715 roku oraz kropielnica granitowa z XIV-XV wieku);
- pozostałości murów miejskich wzniesionych XIV wieku.

Rys. 13. Kościół parafialny pod wezwaniem św. Bartłomieja



Źródło: autorstwo rysnał

Rys. 14. Dzwonnica



Źródło: autorstwo rysnał

Przez Miłomłyn od 1893 roku do końca drugiej połowy XX wieku przebiegała linia kolejowa z Elbląga do Ostródy. Została rozebrana przez Sowieców. Od 1909 do 1994 roku istniało stałe połączenie kolejowe Morąg-Ostróda (linia nr 257). W 2006 roku ruch zlikwidowano, a torowisko rozebrano.

W 2008 roku gmina Miłomłyn rozpoczęła starania o przyznanie jej statusu uzdrowiska. Uzdrowisko w Miłomłynie miałoby przyjmować pacjentów z chorobami dróg oddechowych, reumatologicznymi i urazami ortopedycznymi. Argumentem za powstaniem uzdrowiska jest obecność cennej borowiny. W 2016 roku Miłomłyn wraz z sołectwami Bagieńsko i Tarda w gminie Miłomłyn uzyskał na mocy Rozporządzenia Rady Ministrów (Dz.U. z 2016 roku, poz. 756) status obszaru ochrony uzdrowiskowej („Obszar Ochrony Uzdrowiskowej Miłomłyn”). Powierzchnia obszaru ochrony uzdrowiskowej wynosi 7.602,06 ha. Podstawowym surowcem leczniczym zlokalizowanym na terenie gminy Miłomłyn jest torf o właściwościach leczniczych. Złoże torfu leczniczego znajduje się na działce 683/1, której odległość od centrum miasta Miłomłyn wynosi około 1,5 km. Samo złoże położone jest w widłach Kanału Elbląskiego i rzeki Korbajny.

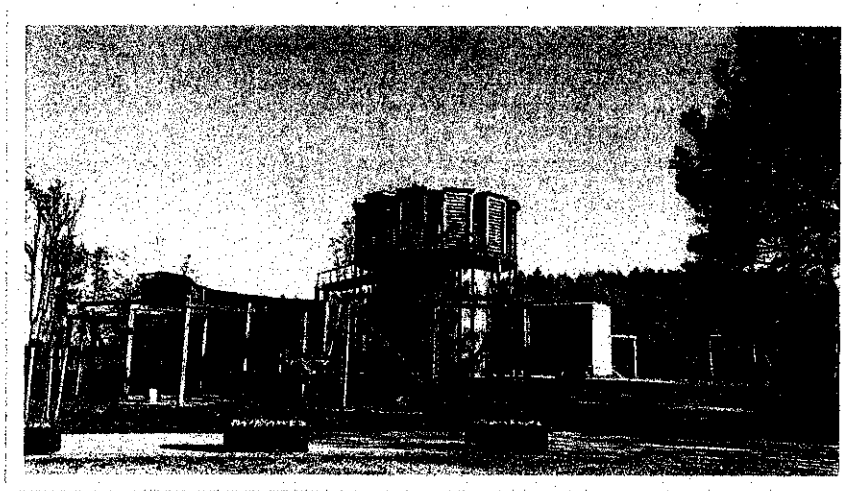
Miłomłyn charakteryzuje się warunkami bioklimatycznymi spełniającymi prawie wszystkie normy klimatyczne, dobrym klimatem akustycznym, śladowym natężeniem pól elektromagnetycznych oraz parametrami sanitarnymi powietrza, które warunkowo można uznać za zgodne z obowiązującymi

normami. Klimat Miłomłyna ma właściwości lecznicze w odniesieniu do chorób układu oddechowego (w tym astmy), chorób narządów ruchu i stanów pourazowych, nadciśnienia tętniczego, chorób neurologicznych. Poprzez zróżnicowane bodźce klimatyczne może także wspomagać leczenie zaburzeń układu termoregulacyjnego. W wyniku analizy potencjalnych lokalizacji obiektów uzdrowiskowych wokół występujących źródeł planowanych na obszarze ochrony uzdrowiskowej, przewiduje się w II etapie wystąpienie do Ministra Zdrowia i Prezesa Rady Ministrów o przyznanie statusu uzdrowiska dla obszaru „Miłomłyn”. W tym celu zamierza się lokalizację następujących obiektów uzdrowiskowych:

1. Zakład Leczniczo-Uzdrowiskowy.
2. Dom Zdrojowy.
3. Urządzenia Lecznictwa Uzdrowiskowego.
4. Centrum Wypoczynku, Sportu i Rekreacji.

Jedną z ważniejszych atrakcji miasta i gminy Miłomłyn jest **tężnia solankowa** w Miłomłynie. Położona jest ona przy ul. Zatokowej nad Jeziorem Ilińskim, w strefie A obszaru ochrony uzdrowiskowej Miłomłyna. Została wybudowana w 2021 roku dzięki wsparciu środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Warmińsko-Mazurskiego na lata 2014-2020.

Rys. 14. Tężnia solankowa w Miłomłynie



Tężnia składa się z centralnej bryły w kształcie walca szerokości 9,93 m i wysokości 10,8 m, który zawiera funkcje techniczne (zbiornik na solankę i system sterowania pompami oraz główne zasilanie energetyczne z rozdzielnią) oraz klatkę schodową prowadzącą na platformę widokową. Centralna wieża jest otoczona konstrukcjami drewnianymi na rzucie pierścienia, które to stanowią główny element tężni wytwarzający aerozol zawiesiny solanki. Teren wewnętrznego dziedzińca został rozdzielony na dwie części. Jedna zbliżona do ścian tężni przeznaczona jest do kąpieli inhalacyjnych. Druga część nieco oddalona od ścian „produkujących aerozol” służy odpoczynkowi i rekreacji. Obok tężni utworzono trasę leczenia spacerowego do terenoterapii poprzez ruch, która prowadzi od drogi publicznej nad brzeg Jeziora Ilińskiego i wejścia do Leśnego Parku Uzdrowiskowego. Teren zostanie oświetlony. Przy tężni funkcjonuje strefa dostępu do bezpłatnego Internetu.

Istotnym walorem miasta jest **Leśny Park Uzdrowiskowy** w Miłomłynie. Zajmuje o prawie 63 ha i zlokalizowany jest w kompleksie leśnym pomiędzy Jeziorem Ilińskim a drogą powiatową z Miłomłyna do Tardy. Do parku można dostać się trzema wejściami: od ul. Zatokowej w Miłomłynie oraz wejściami urządzonymi przy drodze od strony Tardy i Miłomłyna. To atrakcja dla zwolenników rekreacji na świeżym powietrzu oraz potrzebujących terapii poprzez ruch. Leczniczy klimat Miłomłyna służy bowiem osobom z różnymi dolegliwościami: układów oddechowego, neurologicznego, termoregulacyjnego, narządów ruchu i nadciśnienia tętniczego. Park znajduje się w strefie A obszaru ochrony uzdrowiskowej, co gwarantuje najkorzystniejsze warunki dla leczenia klimatycznego. Obecne w powietrzu specyficzne substancje wydzielane przez drzewa łagodzą warunki odczuwalne w niesprzyjających warunkach pogodowych (np. podczas dni gorących, zimnych i wietrznych). Na potrzeby odwiedzających park przygotowano więc niezbędną infrastrukturę, w tym m.in.: parking przy ul. Zatokowej, wiaty inhalacyjne, zadaszenia ze

stołami i ławkami, stojaki na rowery oraz dwie stacje terapeutyczne wyposażone w zestawy urządzeń siłowni plenerowej. W parku ustawiono dodatkowo tablice informacyjne, dzięki którym można poszerzyć swoją wiedzę na temat dziejów Miłomłyna, obszarów ochrony uzdrowiskowej w gminie, miłomłyńskich lasów, czy też poznać legendę o zatopionym kościele. Do parku warto wybrać się więc całymi rodzinami.

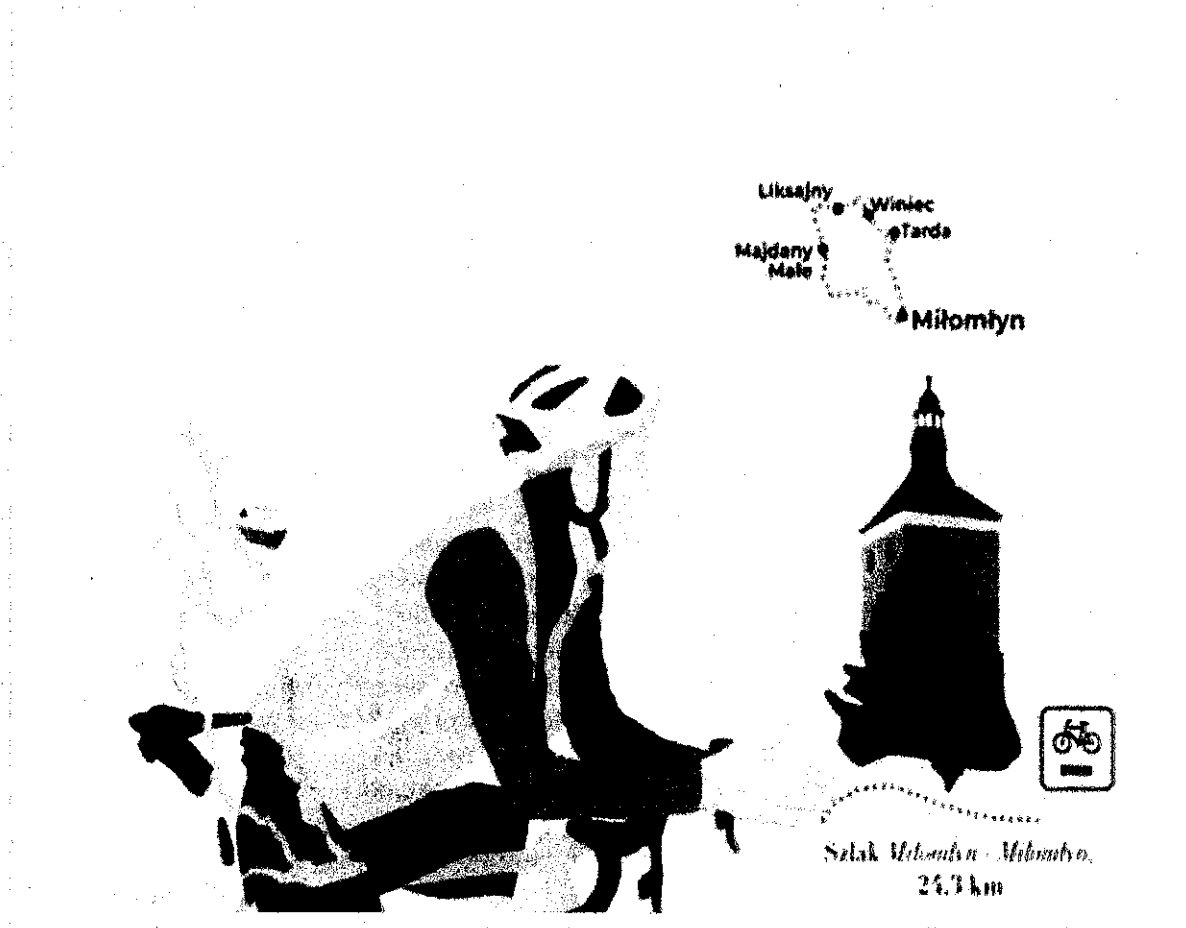
W mieście funkcjonuje Gminna Spółdzielnia Samopomoc Chłopska. Miłomłyn jest również siedzibą Nadleśnictwa Miłomłyn. Na jego terenie działają przedsiębiorstwa: INVESTPLAN sp. z o. o. w Miłomłynie, Bianco, firma Termo sp. z o. o., ANWIM S.A. (stacja paliw), Jan Boliński PPHU Boliński (tartak), Grzegorz Grzybowski (myjnia), Metec sp. z o.o. (produkcja koszy ulicznych, pojemników na odpady), Sonarol s.j. Najda (fabryka styropianu), kilka gospodarstw agroturystycznych oraz Hotel Miłomłyn Zdrój Medical Spa & Vitalit w likwidacji.

W miejscowości działa również Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury i Miejsko-Gminna Biblioteka Publiczna. Organizowane są tu różne imprezy i wydarzenia kulturalne, m.in.: Festiwal Młodych Talentów, Festiwal Muzyki Folkowej FOLKOWO, Wystawa Fotografii PANGEA. W mieście istnieje też zespół „Life Pain”, a w latach 80. działał amatorski zespół śpiewaczy Ale Babki. W Miłomłynie odbywają się cykliczne imprezy i festiwale m.in.: Festiwal Młodych Talentów - maj/czerwiec, Dni Miłomłyna - lipiec/sierpień, Rajd Rowerowy - czerwiec, Gminne Dożynki - wrzesień oraz inne imprezy okolicznościowe (Dni Rodziny, Dzień Seniora, Dzień Strażaka itp. Ważnym wydarzeniem jest Święto Szlaku Kulturowego Kanatu Elbląskiego, podczas którego odtwarzana jest ceremonia wbicia pierwszej łopaty przy śluźie Miłomłyn.

W mieście funkcjonuje klub sportowy LKS Tęcza Miłomłyn. Ponadto młodzież może korzystać od 2012 roku z rozbudowywanego kompleksu sportowego wraz z boiskiem Orlik 2012. W jego skład wchodzi również bieżnia 60 m, pole do pchnięcia kulą, urządzenia rekreacyjne tzw. „siłownia pod chmurką”, plac zabaw. Dodatkowo kompleks wyposażono w trybuny. Na terenie nadleśnictwa znajdują się pomniki przyrody: głaz narzutowy nad jeziorem Gil Wielki i głaz narzutowy w leśnictwie Śródjezierze.

Miłomłyn jest węzłem kilku tras rowerowych:

Rys. 15. Trasa Miłomłyn - Miłomłyn



- **Miłomłyn-Miłomłyn** o długości 24,5 km z czerwonym kolorem oznakowania, trasa okrężna prowadząca drogami o niewielkim natężeniu ruchu samochodowego, głównie drogami leśnymi; prowadzi w niedalekiej odległości od śluzy komorowej Miłomłyn przy której łączą się trzy kanały: Elbląski, Iławski i Ostródzki; rowerzyści na trasie mogą zobaczyć piękną panoramę Miłomłyna, lasy, jeziora; trasa ta prowadzi przez Miłomłyn, Winiec, Tardę, Faltyjanki, Bagieńsko i z powrotem do Miłomłyna;
- **Prusów** o długości 69,3 km, z niebieskim kolorem oznakowania, o zasięgu regionalnym Zalewo - Miłomłyn - Iława; przebieg trasy to: Zalewo - Rąbity - Międzychód - Śliwa - Boreczno - Duba - Mozgowo - Karnity - Dębinka - Miłomłyn - Lubień - Liwa - Zalewo - Gil Mały - Gil Wielki - Wiewiórka - Frednowy - Tynwałd - Jezierzycy - Jażdżówki - Kwiry - Szalkowo - Iława;
- **Kanału Elbląskiego** o długości 84,6 km, z pomarańczowym kolorem oznakowania ze znakiem pochylni, o zasięgu regionalnym Elbląg-Ostróda; jego dotychczasowy przebieg to: Elbląg - Gronowo Górne - Nowina - Janów - Komorowo Żuławskie - Wężina - Dłużyna - Karczewizna - Jelonki - Pochylnia Jelenie - Pochylnia Oleśnica - Pochylnia Kąty - Kąty - Drulity - Dargowo - Marzewo - Karczemka - Małdyty - Wilamowo - Kanał Bartnicki - Miłomłyn - Czarny Rów - Ostróda. Na jego bazie planowana jest rozbudowa trasy Canal Velo z pętlą wokół Jeziora Druzno - Pastek z pętlą pasteczką - Zielonka Pasteczka - Małdyty z trasą do Morąga - Miłomłyn - Ostróda - Iława - Zalewo - Rychliki - Gronowo Elbląskie - Elbląg. Trasa rowerowa na całej długości została zdigitalizowana metodą Street View.
- **Liwa-Liksajny** o długości 19,0 km, z czarnym kolorem oznakowania, łącznikowy biegnie z Liwy przez Wielimowo, Kukłę, Dębinę, Karnity, Bynowo, Majdany Wielkie do Liksajny. Trasa prowadzi w połowie drogami gruntowymi o niewielkim natężeniu ruchu samochodowego, a w połowie asfaltowymi; szlak o niewielkim poziomie trudności.

Na terenie gminy na bazie wysokich walorów przyrodniczych i krajobrazowych powstały liczne ośrodki turystyczne, hotele oraz gospodarstwa agroturystyczne, które corocznie przyciągają wielu turystów. Począwszy od luksusowego Centrum Pałacowo-Konferencyjnego „Osada Danków”, przez zabytkowy Hotel „Zamek” w Karnitach, ośrodki wypoczynkowe w Tardzie, Piławkach i Liksajnach, a skończywszy na coraz liczniejszych gospodarstwach agroturystycznych. Miłomłyn zaprasza do renomowanych obiektów, które oferują wspaniały wypoczynek w zaciszu leśnym, korty tenisowe, saunę, polowania, przejażdżki konne w siodle i zaprzęgach, rejsy statkiem po Kanałach i jeziorach. Do największych ośrodków należą:

- Hotel Zamek Karnity,
- Osada Danków w Wielimowie,
- Ośrodek Szkoleniowy Tarda,
- Przystanek Zajazd Piławki,
- pokoje gościnne w Miłomłynie i kwatery prywatne w Skarpie, Glimach, Liwie, Karnitach, Majdanach Wielkich i Wińcu.

W Miłomłynie działa **Fundacja Lisie Bagno**. Celem jej działalności jest: podejmowanie działań wspomagających rozwój społeczności lokalnych, organizacji pozarządowych, podmiotów gospodarczych, podmiotów sektora publicznego i innych instytucji działających na rzecz rozwoju społeczno-gospodarczego w różnych dziedzinach m.in: przedsiębiorczości, edukacji, usług społecznych, kultury, środowiska przyrodniczego, turystyki, rekreacji; inicjowanie i realizacja działań partnerskich, w tym partnerstwa podmiotów z różnych sektorów, mające na celu zaspakajanie potrzeb społecznych i gospodarczych; wsparcie przedsiębiorczości i rozwoju gospodarczego w postaci: szkoleń, konferencji, misji gospodarczych, wizyt studyjnych, spotkań biznesowych na poziomie krajowym jak i międzynarodowym; przygotowanie, realizacja i wspieranie działań związanych z marketingiem terytorialnym oraz promocją branż i produktów istotnych dla rozwoju na poziomie: lokalnym, regionalnym, krajowym; wspieranie wzrostu innowacyjności i konkurencyjności gospodarki, a w szczególności tworzenie i rozwój inicjatyw nastawionych na zrównoważone wykorzystanie zasobów środowiska przyrodniczego i dziedzictwa kulturowego; tworzenie warunków organizacyjnych i materialnych dla powstawania i rozwijania inicjatyw w zakresie m.in.: przedsiębiorczości, edukacji, usług społecznych, kultury, środowiska przyrodniczego, turystyki, rekreacji, w tym przygotowanie odpowiedniej bazy infrastrukturalnej i wartości prawnych; budowa, zagospodarowanie i modernizacja obiektów i miejsc posiadających wartość użytkową dla realizacji celów

społecznie użytecznych; podejmowanie i wspieranie działań zmierzających do wyrównywania poziomu życia mieszkańców, ze szczególnym wskazaniem osób zagrożonych wykluczeniem społecznym i obszarów o wolniejszym tempie rozwoju w tym m.in.: osób pozostających bez pracy, osób zamieszkujących tereny wiejskie i obszary peryferyjne, niepełnosprawnych, mniejszości, dzieci i młodzieży, osób w wieku podeszłym; wspieranie, dofinansowanie i organizowanie wykładów, kursów, konkursów i szkoleń mających na celu poprawę ogólnego poziomu edukacji społeczeństwa oraz przygotowanie do objęcia nowych stanowisk w życiu zawodowym i społecznym; działania na rzecz międzynarodowej współpracy, integracji europejskiej oraz rozwijanie kontaktów między społecznościami w zakresie m.in.: przedsiębiorczości, edukacji, usług społecznych, kultury, środowiska przyrodniczego, turystyki, rekreacji; przeprowadzanie badań, przygotowywanie raportów, analiz zjawisk: gospodarczych, społecznych, kulturalnych, historycznych i przyrodniczych; przygotowanie dokumentów strategicznych określających kierunki rozwoju społeczno-gospodarczego; promocja i organizacja wolontariatu.

We wsi Bagieńsko znajdują się cztery domostwa zamieszkałe przez pięć osób. Sołtysiem wsi jest Rafał Ptaszkiewicz. We wsi znajduje się siedziba Leśnictwa Bagieńsko. Udostępniane są domki wypoczynkowe (Lisie Bagno, Pokoje w lesie). Przez wieś przebiega czerwona trasa rowerowa Miłomłyn-Miłomłyn o długości 24,5 km. Szlak ten przeznaczony jest na rodzinne wycieczki rowerowe, przebiega on głównie w terenie leśnym, zacienionym, zatem jest doskonałą propozycją na aktywny wypoczynek podczas słonecznego lata. Prowadzi w większości drogami gruntowymi, choć ma spore odcinki asfaltowe, jednakże wyłącznie po mało uczęszczanych drogach lokalnych. Szlak dwukrotnie krzyżuje się z Kanalem Elbląskim - pierwszy raz na skraju Miłomłyna, gdzie pod drogą są jedne z czterech wrót awaryjnych, drugi raz - tuż za mostem nad Kanalem Elbląskim niedaleko Liksajna, gdzie po prawej jest ogromny dąb ustanowiony pomnikiem przyrody. Obok dębu zaś od strony Kanalu Elbląskiego stoi pomnik upamiętniający flisaków i marynarzy z tych terenów, którzy polegli podczas I wojny światowej. Do tego miejsca dochodzi też czarny szlak rowerowy z Liwy. Po drodze można zatrzymać się w okolicy mało znanego Jeziora Korolewskiego, choć nie ma tam niestety możliwości podejścia blisko wody. W Wińcu można skorzystać z wiejskiego kąpieliska, a przed Tardą zobaczyć dawne torowisko nieczynnej linii kolejowej. W Tardzie też można zmienić trasę na czarny szlak prowadzący do Starych Jabłonek albo na drugim końcu wsi skorzystać z niebieskiego szlaku, by dojechać aż do Morąga. Ostatni odcinek prowadzi obok wilczej pułapki z dawnych czasów oraz przez dwie niewielkie wioski - Faltyjanki i Bagieńsko.

We wsi zarejestrowane jest Polskie Stowarzyszenie Diabetyków, Koło Miejsko-Gminne Miłomłyn 14-140 Miłomłyn, Bagieńsko 4.

Według danych Centralnego Rejestru Form Ochrony Przyrody (CRFOP) z dnia 30.06.2017 roku na obszarze wsi Bagieńsko znajdują się 4 formy ochrony przyrody:

- faunistyczny rezerwat przyrody Rzeki Drwęca, typ: faunistyczny, data ustanowienia: 1961-09-19, powierzchnia: 1 344,87 ha,
- obszar chronionego krajobrazu Lasy Taborskie, data ustanowienia: 1998-01-01, powierzchnia: 29 941,7 ha,
- pomnik przyrody „stanowisko żółwia błotnego”, data ustanowienia: 1970-07-16, opis granicy: bezodpływowe bagna śródlądowe; Nadleśnictwo Miłomłyn (1971-2012) Leśnictwo Przemysławów,
- pomnik przyrody - stan: w 2008 roku podczas wichury obłamana została korona drzewa obecnie pień o wysokości 3 m z odroślami, data ustanowienia: 1992-05-01, opis granicy: 150 m od drogi Tarda-Miłomłyn; Nadleśnictwo Miłomłyn (1992-2012) Leśnictwo Ziemaki (okolica leśnego parku uzdrowskiego (1992) Tarda (2012) oddz. 160 a (2012).

Do okolicznych atrakcji należy zaliczyć: plażę miejską nad Jeziorem Ilińskim 3 km, ścieżkę pieszą wokół części Jeziora Ilińsk 3 km, ścieżki spacerowe w okolicach Miłomłyna (Jezioro Srebrne), tętnię solankową Miłomłyn 3 km, Leśny Park Uzdrawiskowy w Miłomłynie - 4 km, trasy rowerowe (Kanału Elbląskiego, czerwona, niebieska, czarna), szlak pieszy Piławki-Ostróda - 3 km, Kanał Elbląski - 4 km, służę komorową w Miłomłynie - km.

3.2. UPROSZCZONA ANALIZA SWOT OBSZARU OBJĘTEGO KONCEPCJĄ I WNIOSKI

Strategia rozwojowa jednostki terytorialnej, włączając w to działania marketingowe, powinna zajmować się problemami możliwymi do rozwiązania przy danych zasobach i umiejętnościach. Generalnie odrzuca się taką strategię, która nie stwarza miejscowości szczególnej przewagi nad jej konkurentami lub przewagi takiej nie wykorzystuje. Sposobem analizy sytuacji rynkowej powinna być analiza SWOT. Stanowi ona jedno z głównych narzędzi planowania strategicznego. Jej istotą jest identyfikacja czynników wewnętrznych (mocnych i słabych stron) oraz zewnętrznych (szans i zagrożeń) miejscowości. Pozwala na skonfrontowanie szans, możliwości oraz ograniczeń istniejących w otoczeniu z własnymi zasobami rozpatrywanymi atutami i słabościami. Przeprowadzając analizę SWOT, poznając atuty i słabości oraz możliwości i zagrożenia stojące przed miejscowością można ocenić szansę powodzenia określonego przedsięwzięcia oraz ryzyko, jakie zostanie podjęte (Marketing w agrobiznesie, marketing produktów żywnościowych, 2001, Figiel S., Kozłowski W., Pilarski S., Wydawnictwo UWM w Olsztynie). Podstawą opracowania analizy SWOT były spotkania warsztatowe z udziałem mieszkańców Miłomłyna i Bagieńska.

Tabela 1. Analiza SWOT

MOCNE STRONY	
1. Atrakcyjne położenie - przy trasie E7, na skrzyżowaniu dróg wodnych. 2. Bogate i czyste środowisko przyrodnicze - liczne walory przyrodnicze, położenie w otoczeniu lasów i zbiorników wodnych. 3. Dobrze rozwinięta infrastruktura drogowa i rowerowa - trasy rowerowe przebiegające przez miejscowość. 4. Bliskie sąsiedztwo Kanału Elbląskiego. 5. Liczne obiekty noclegowe - kwatery agroturystyczne, domki letniskowe, pensjonaty. 6. Prężnie funkcjonujące Koła Gospodyń Wiejskich oraz stowarzyszenia. 7. Dobra współpraca mieszkańców, sołectw, stowarzyszeń. 8. Liczni wytwórcy lokalnych produktów. 9. Nadany na mocy rozporządzenia Rady Ministrów (Dz.U. z 2016 roku, poz. 756) status obszaru ochrony uzdrowskiej („Obszar Ochrony Uzdrawiskowej Miłomłyn”). 10. Wybudowana w 2021 roku, położona przy ul. Zatokowej nad Jeziolem Ilińskim, w strefie A obszaru ochrony uzdrowskiej Miłomłyn tężnia solankowa. 11. Istnienie dobrze urządzonego z licznymi atrakcjami Leśnego Parku Uzdrawiskowego w Miłomłynie. 12. Dobrze rozwinięta baza do rozwoju przemysłu drzewnego. 13. Przygotowane tereny pod zabudowę jednorodzinną i rekreacyjną. 14. Ścieżki dydaktyczne po Bagieńsku i zarastających ciekach wodnych.	
SŁABE STRONY	
MIŁOMŁYN 1. Ograniczone zasoby finansowe niezbędne do rozwoju miejscowości. 2. Niski poziom zaangażowania społeczności lokalnej w pozyskiwanie środków. 3. Słaba reklama istniejących firm i działań lokalnych. 4. Brak współpracy mieszkańców. 5. Niski poziom wsparcia inicjatyw lokalnych przez władze gminy i powiatu. 6. Liczne przykłady nielegalnego wjazdu pojazdów do lasów (quady, motocykle crossowe). Obecność na akwenach szybkich łodzi, motorówek niszczących przyrodę i powodujących emisję hałasu. 7. Niedostatecznie rozwinięta infrastruktura turystyczna. 8. Brak dostatecznie rozwiniętych usług społecznych dedykowanych grupom w niekorzystnej sytuacji. BAGIEŃSKO 1. Ograniczone zasoby finansowe niezbędne do rozwoju miejscowości. 2. Brak komunikacji publicznej - wykluczenie komunikacyjne wsi. 3. Brak jeziora. 4. Brak zaplecza gastronomicznego. 5. Brak oferty na niepogodę, brak oferty całorocznej. 6. Słaby zasięg Internetu.	

SZANSE
1. Możliwość korzystania z funduszy europejskich na rozwój lokalny. 2. Moda na korzystanie z oferty agroturystycznej oraz tzw. praco-wakacje (wocation); praca + odpoczynek. 3. Środki budżetowe na budowę/modernizację publicznych dróg lokalnych. 4. Moda na pobyt w miejscowościach o czystym powietrzu z bogatym zasobem przyrodniczym. 5. Transformacja gospodarki w kierunku OZE. 6. Moda na lokalne produkty tradycyjne. 7. Nowe technologie, np. zdalny monitoring by uspokoić ruch na Kanale Elbląskim. 8. Rozwój turystyki motorowej, kamperowej, motocyklowej, rowerowej i biwakowej. 9. Rozwój 5G, Internetu Rzeczy (IoT). 10. Rozwój turystyki zdrowotnej i weekendowej.
ZAGROŻENIA
1. Konkurencja ze strony innych miejscowości. 2. Niestabilne otoczenie prawne w kontekście realizacji zadań własnych przez samorząd. Zmiany przepisów prawa skutkujące spadkiem dochodów własnych gminy. 3. Wyludnianie się obszarów wiejskich i starzenie się społeczeństwa. 4. Malejąca siła nabywczą dochodów (utrzymujący się wysoki poziom inflacji i stóp procentowych). 5. Niestabilność rynków rolnych, ze względu na ich specyfikę. 6. Pogarszająca się dochodowość upraw i hodowli. 7. Niekorzystne zmiany uwarunkowań prawnych w zakresie OZE, w tym fotowoltaiki. 8. Zmiany klimatyczne ograniczające rozwój przyrody. 9. Brak wpływu na przepustowość i stan techniczny Kanalu Elbląskiego i śluz. 10. Klęski żywiołowe. 11. Niekorzystna dla turystyki zmiana przepisów prawnych dotyczących wodnych akwenów. 12. Wykluczenie biznesowe.

Źródło: opracowanie własne na podstawie spotkań warsztatowych z mieszkańcami.

Przeprowadzona analiza SWOT wskazuje, że siłę rozwojową miejscowości Miłomłyn i Bagieńsko, w odniesieniu do jej działań smartowskich, stanowią następujące zasoby:

1. Istniejące dziedzictwo historyczne i kulturowe.
2. Bogactwo przyrody - różnorodne walory przyrodnicze sprzyjające rozwojowi turystyki i agroturystyki. Liczne walory turystyczne i lokalizacja blisko drogi szybkiego ruchu. Posiadany status obszaru ochrony uzdrowiskowej.
3. Wzrastający poziom aktywizacji społeczności lokalnej - spora grupa zainteresowanych i zaangażowanych osób.
4. Wysoki poziom kapitału ludzkiego - różnorodność wiedzy, doświadczeń w biznesie. Znajomość tworzenia biznesplanów oraz wcześniejsze korzystanie z funduszy przez KE LGD.
5. Wysoki poziom zainteresowania koncepcją SV - mieszkańcy, biznes oraz lokalna władza.

Do barier ograniczający potencjał rozwojowy zaliczono natomiast:

1. Istniejące konflikty interpersonalne wewnątrz (podgrupy oraz negatywne nastawienie niektórych osób). Brak lidera.
2. Brak wiodącego zespołu, który „pociągnąłby” projekt SV, podzielonych ról.
3. Niedostateczne działania promujące miejscowości - brak widoczności w mediach.
4. Niedostatecznie rozwinięta infrastruktura turystyczna

3.3. BADANIA POTRZEB MIESZKAŃCÓW

Warunkiem opracowania strategii rozwoju i koncepcji Smart Village jest identyfikacja potrzeb, dlatego też spotkania warsztatowe z mieszkańcami poszczególnych miejscowości ukierunkowane były m.in. na określenie preferencji, oczekiwań i szeroko rozumianych potrzeb społeczności lokalnej. Na podstawie zdefiniowanych podczas warsztatów problemów można stwierdzić, że kluczowe potrzeby mieszkańców dotyczą zarówno sfery turystycznej, jak i życia mieszkańców. Są one następujące:

- rewitalizacja i zaadaptowana dla turystów domostwa, wraz z przygotowaniem małej infrastruktury skansenu zachowującego stare narzędzia i obiekty gospodarcze;
- stworzenie różnorodnej, lokalnej oferty kulturalno-rozrywkowej (np.: nauka gry na instrumentach muzycznych, robótki ręczne, grupy teatralne, kabarety wiejskie, animator kultury);
- poprawa oferty z zakresu ochrony zdrowia i komunikacji publicznej;
- budowa obiektów z zakresu infrastruktury sportowej oraz miejsc niezbędnych do integracji społecznej;
- utworzenie lokalnych serwisów rowerowych z przeznaczaniem dla mieszkańców i turystów korzystających z tras rowerowych.

W celu diagnozy potrzeb mieszkańców Miłomłyna i Bagieńskiego przeprowadzono dodatkowo badania ankietowe. Celem ankiety było pozyskanie opinii mieszkańców na temat działań w obszarze społecznym, kulturowym, turystycznym, klimatycznym, środowiskowym, technologicznym, a także ocena preferencji mieszkańców względem proponowanych celów działań i rozwiązań. Niestety do 21 września 2023 roku zaledwie 6 kwestionariuszy wywiadu zostały wypełnione przez członków społeczności lokalnej Miłomłyna i Bagieńska. W tej sytuacji niezasadne stało się dokonanie stosowanych analiz, pozwalających dogłębnie poznać potrzeby społeczne.

3.4. ANALIZA TRENDÓW STEEP I WYBRANYCH TRENDÓW TURYSTYCZNYCH

Trendy są kierunkami i tendencjami zmian widocznymi w potrzebach i zachowaniach ludzi. Wpływają na wskazywane i wybierane cele rozwoju, podejmowane decyzje oraz prowadzone działania. Trendy występują we wszystkich istotnych dziedzinach życia: procesach społecznych i kulturowych, procesach gospodarczych, zjawiskach demograficznych, procesach technologicznych, zjawiskach komunikacji, sposobach rządzenia i zarządzania. Trendy różnią się charakterem, zasięgiem i siłą oddziaływania oraz trwałością. Najtrwalsze są megatrendy. Okres ich oddziaływania nierzadko przekracza dekadę, najczęściej widoczne są w procesach demograficznych, środowiskowych i ekonomicznych, często mają charakter mieszany i występują w kilku dziedzinach. Krótszy okres (5-10 lat) mają makrotrendy, zazwyczaj występują w odrębnych obszarach. Ich znajomość warto wykorzystać w planowaniu rozwoju. Krótkotrwały charakter oraz ograniczony zasięg mają mikrotrendy. Pojawiają się na kilka lat i są dobrze widoczne w zachowaniach ludzi, następnie mogą zanikać lub ulegać przekształceniu. Trendy nie są krótkotrwałymi, sezonowymi modami.

Analiza trendów opracowana dla poszczególnych koncepcji Smart Village ma charakter kontekstowy i została powiązana z głównymi założeniami i priorytetami programu. Jego twórcy wskazali na potrzebę koncentracji w środowiskach wiejskich na grupach defaworyzowanych (młodzież, seniorzy), depopulacji wsi i małych miast, zmianach klimatycznych i środowiskowych oraz wykorzystaniu technologii na rzecz poprawy jakości życia. Cele programu zakładają budowę partnerstw na rzecz zwiększania potencjału wsi oraz tworzenie lokalnych sieci w celu sprawniejszej realizacji oczekiwanych efektów. Znajomość trendów ułatwia planowanie oraz ocenę zmian, pozwala lepiej rozumieć motywy i charakter zachowań społeczności, a także określać możliwe kierunki przyszłego rozwoju. Trendy mogą inspirować podejmowane działania, określać ich charakter i cel, wskazywać możliwe korzyści lub wskazywać ograniczenia lub zagrożenia.

W opracowywanej koncepcji Smart Village analiza trendów jest częścią analizy SWOT oraz analizy kontekstowej sytuacji i działań grantobiorców, rozpoznania ich otoczenia i interesariuszy. Trendy ułatwiają uzasadnianie planowanych, postulowanych i wprowadzanych zmian, wskazują ich szerszy kontekst i możliwe następstwa. W celu ułatwienia orientacji wśród wielu trendów, w dalszej części zostały one uporządkowane w formie analizy STEEP: trendy społeczne i demograficzne, technologiczne, środowiskowe,

ekonomiczne i polityczne. Każdy z trendów krótko scharakteryzowano, wskazując na jego kluczowy wyróżnik i rolę w odniesieniu do lokalnej społeczności oraz sytuacji wsi. W koncepcji Smart Village analiza trendów służy inspirowaniu współautorów, wskazywaniu aktualnie dokonujących się zmian oraz tego jakie czynniki wpłyną na przyszły obraz wsi i wiejskich społeczności.

A. TRENDY SPOŁECZNE I DEMOGRAFICZNE

1. Starzejące się społeczeństwo. Trend demograficzny polegający na trwałej tendencji zmian populacyjnych, zmianie struktury wiekowej mieszkańców wsi i małych miasteczek, wzroście liczebności grupy 65+, wynikających z tego zmian w zakresie potrzeb i wyzwań społecznych. Środowisko społeczne wsi wymaga aktywizacji, podtrzymywania i budowania relacji, przeciwdziałania osamotnieniu i izolacji najstarszych członków społeczności.

2. Depopulacja wsi i miasteczek. Jest trendem demograficznym, który aktualnie i w nadchodzących latach obejmie społeczności wiejskie i małych miast, polega na stopniowym wyludnianiu się obszarów wiejskich. Wynika z czynników ekonomicznych, społecznych i kulturowych. W Europie zachodniej występuje od wielu lat i prowadzi do zaostrzania się negatywnych konsekwencji starzenia się społeczeństwa. Jest konsekwencją równoczesnego procesu urbanizacji. Zapobieganie skutkom depopulacji jest celem przedsięwzięć rewitalizujących i aktywizujących. Występowanie zjawiska depopulacji obszarów wiejskich jest uzasadnieniem działań na rzecz poprawy jakości życia mieszkańców tych terenów.

3. Rozwój usług społecznych (telemedycyna, opieka domowa, usługi mobilne). Wieś jest miejscem, w którym dostępność usług społecznych jest jednym z wyznaczników jakości życia. Nowe technologie ułatwiają wspieranie wiejskich społeczności w podstawowym zakresie usług, lecz słaba dostępność sieci i usług komunikacyjnych oraz wykluczenie cyfrowe społeczności może być barierą w ich wykorzystaniu.

4. Wieś jako drugie miejsce zamieszkania. Wieś pozostaje atrakcyjnym miejscem osiedlania się pod względem ekonomicznym oraz krajobrazowym. Wieś może się stać czasowym miejscem zamieszkiwania na zmianę z miastem, co może być okazją do łączenia różnych, elastycznych form zatrudnienia, prowadzenia działalności gospodarczej, wykorzystywania sezonowości.

5. Paradygmat lokalności i hiperlokalności. Lokalność rozumiana jako relacje z najbliższym otoczeniem i społecznością są alternatywą globalizacji i jej efektów. W różnych dziedzinach życia lokalność jest traktowana jako atrakcyjna alternatywa masowo produkowanych dóbr, produktów sieciowych pochodzących z dalekowschodniej produkcji. Z lokalnością pozytywnie łączą się również preferencje pokoleniowe, lokalne wyroby i miejsca ich powstawania. Atrakcyjne miejsca położone w najbliższej okolicy są uznawane za warte odwiedzenia, poznawania, rozwoju, wspierania, wykorzystania. Hiperlokalne rozwiązania w zakresie produkcji i sprzedaży żywności, partnerstwa na rzecz gastronomii, współpracy, tworzenia oferty turystycznej i kulturalnej, wyrobów rękodzieła są czynnikiem aktywizującym, integrującym i wskazującym nowe możliwości rozwoju. Wsie stają się miejscem rozwoju lokalnej sztuki, teatru, muzyki, powstawania wiejskich scen oraz imprez kulturalnych.

6. Wieś w mediach społecznościowych. Trend odnoszący się do nowych kanałów komunikacji w budowaniu wizerunku wsi i wiejskich społeczności, budowania relacji społecznościowych, profilowania działań ulokowanych we wsiach i miejscowych społecznościach, budowania relacji z konsumentami, turystami, odbiorcami usług. Media społecznościowe są kanałem komunikacji w zakresie dostępnych i nowo tworzonych usług i ofert. Umożliwiają promocję unikalnych miejsc i rozwiązań, integrację działań, wyszukiwanie nowych grup odbiorców, użytkowników i uczestników przedsięwzięć.

B. TRENDY TECHNOLOGICZNE

1. Konektywizm. Jest megatrendem wynikającym z powstawania świata wielu równoległych połączeń gwarantujących możliwości zaspokajania potrzeb, komunikowania się, wielorakich działań, dla których dostępność rozwiązań sieciowych i obecność w sieci staje się kluczowa. Nasycanie się miast i wsi oraz sukcesywny rozwój infrastruktury komunikacyjnej zrównuje możliwości mieszkańców różnych miejsc. Działania na rzecz rozwoju infrastruktury komunikacyjnej są jednym ze sposobów integracji oraz wyrównywania szans rozwoju.

2. Ekonomia platform (cyfrowa). Ogólnodostępne rozwiązania cyfrowe dają możliwość prowadzenia działalności gospodarczej bez potrzeby inwestowania we własne serwery, strony, sklepy. Otwarte

platformy (Allegro, Arbnb, Booking.com, Etsy, Olx) stwarzają możliwość elastycznego działania i budowania własnego biznesu z użyciem łatwo dostępnych zintegrowanych i funkcjonalnych narzędzi.

3. Manifestacje nowych technologii (AI, AR, MR, ER, VR, automatyzacja, Big Data, Smart Data). Nowe technologie wirtualne, algorytmizacja i automatyzacja są czynnikiem rozwoju nowych usług i możliwości działania. Generują nowe doświadczenia użytkowników, pozwalają ograniczać lub eliminować bariery wynikające z odległości, dają możliwość świadomego wybierania, oceny, gromadzenia wielu różnorodnych danych w krótkim czasie, z dużego obszaru i przy znacznie ograniczonych kosztach (np. gromadzenie danych o ruchu turystycznym na podstawie danych z urządzeń użytkowników, zbieranych w miejscach wypoczynku lub aktywności).

4. Rolnictwo precyzyjne. Kierunek zmian polegający na wykorzystaniu w rolnictwie szeregu technologii komunikacyjnych oraz Big Data danych gromadzonych dzięki technologiom satelitarnym, czujnikom, chipom, serwisom pogodowym, pozwalających precyzyjnie oceniać zachodzące procesy związane z uprawą roślin i hodowlą zwierząt. Ich efektem są zautomatyzowane rozwiązania ułatwiające nawożenie, nawadnianie, karmienie, pojenie, monitorowanie stanu zdrowia zwierząt. Efektem jest ograniczenie zużycia środków produkcji, optymalizacja procesów produkcji, efektywne zarządzanie transportem, automatyzowanie rutynowych czynności związanych z uprawą i hodowlą.

5. Rolnictwo wspierane technologiami (GMO, uprawy wertykalne, uprawa z wykorzystaniem zamkniętego obiegu wody, laboratoryjna hodowla mięsa, OZE) - kierunek zmian służący stworzeniu rolnictwa zrównoważonego, ograniczającego ślad wodny i węglowy, wykorzystanie środków ochrony roślin, zapewniającego ciągły system wegetacji roślin, wykorzystujący odnawialne źródła energii, sztuczne, energooszczędne oświetlenie.

C. TRENDY ŚRODOWISKOWE

1. Zmiany klimatyczne. Megatrend odnoszący się do szeregu działań o podłożu prawnym, politycznym, społecznym i gospodarczym, którego celem jest przeciwdziałanie negatywnym zmianom klimatycznym wynikającym ze stale ogrzewającej się atmosfery planety. Efektem megatrendu jest podejmowanie i integrowanie działań służących ograniczeniu antropopresji, emisji gazów cieplarnianych, ograniczaniu wykorzystania zasobów. Megatrend ma swoje manifestacje we wszystkich kluczowych dziedzinach działania człowieka. W rolnictwie wpłynie na rozwój technologii i rozwiązań przyjaznych środowisku we wszystkich istotnych obszarach działania.

2. Rezyliencja. Trend obejmujący działania służące budowaniu odporności społeczności i miejsc na negatywne skutki zmian klimatu i degradacji środowiska naturalnego, niedostatku wody, przedłużających się okresów suszy, rosnącego ryzyka pożarów, gwałtownych zjawisk atmosferycznych (nawalnych opadów). Rezyliencja wyraża się w wypracowanych i wdrożonych rozwiązaniach, które pozwalają ograniczać konsekwencje wymienionych zjawisk lub im skutecznie zapobiegać.

3. Ekowioski. Trend polegający na tworzeniu niewielkich lokalnych społeczności, w których systemowo wdraża się rozwiązania przyjazne środowisku naturalnemu i tworzeniu zrównoważonych rozwiązań. Ekowioski są wspierane międzynarodową siecią¹ służącą popularyzacji idei, wdrażaniu rozwiązań, ułatwianiu komunikacji, wymiany wiedzy. Są wspierane programami projektowymi Unii Europejskiej.

4. Alternatywne systemy żywienia. Trend odnoszący się do działań na rzecz produkcji żywności wolnej od GMO, tworzonej tradycyjnymi metodami (np. permakultury, mikrogospodarstwa). W uprawie, zbiorze i dystrybucji dąży się ograniczenia strat, skrócenia łańcuchów dostaw, wyeliminowania przemysłowych metod uprawy i hodowli, transparentnych i krótkich łańcuchów dostaw. Jednym z czynników rozwoju trendu jest rosnące znaczenie nawyków żywieniowych eliminujących mięso i wyroby pochodzenia zwierzęcego.

5. Dbłość o środowisko. Megatrend odnoszący się do wszystkich aspektów działalności produkcyjnej i usługowej w warunkach wsi. Trend przejawia się w działaniach na rzecz odtwarzania terenów

¹ (<https://ecovillage.org/>)

podmokłych, zalesionych, w działaniach na rzecz bioróżnorodności i regeneracji, ograniczania negatywnych skutków uprawy roślin i hodowli zwierząt metodami wieloobszarowymi i przemysłowymi.

6. Rolnictwo zrównoważone. Trend, którego celem jest stworzenie zrównoważonego modelu produkcji żywności, zgodnie z agendą SDG 2030 i modelem neutralności 2050. Trend przejawia się w formach produkcji oraz w działaniach neutralizujących jej środowiskowe skutki. W rolnictwie zrównoważonym odchodzi się od wskaźników ekonomii wzrostu na rzecz eliminowania źródeł i sposobów działania obciążających środowisko naturalne.

7. Transformacja energetyczna. Trend stopniowego przechodzenia na odnawialne źródła energii, stanowiące alternatywę paliw ze źródeł kopalnych i emisyjnych. Celem jest wyeliminowanie węgla, gazu ziemnego i innych źródeł energii, których wykorzystanie obciąża środowisko naturalne. Obszary transformacji odnoszą się do energii słonecznej, wiatru, wody oraz innych rozproszonych źródeł, dostępnych w wyniku wdrażanych technologii wytwarzania/pozyskiwania. Transformacja energetyczna jest wspierana działaniami na rzecz zrównoważonego budownictwa, termomodernizacji, ograniczania zapotrzebowania energetycznego w zakresie ciepła i energii elektrycznej.

8. Wiejskie społeczności na rzecz OZE. Trend, którego przejawami są działania wiejskich społeczności zmierzające do tworzenia i udostępniania lokalnych farm energetycznych (fotowoltaicznych, wiatrowych), zakładania upraw roślin na biopaliwa. Działania mają jednocześnie charakter prośrodowiskowy oraz aktywizują lokalną społeczność, dają nowe zajęcia oraz dodatkowe źródła dochodów.

9. Wielofunkcyjne lasy. Trend przejawiający się w zmianie podejścia do gospodarki leśnej. Przejawia się w równoczesnych działaniach wynikających z przyrodniczych, ekonomicznych, społecznych i kulturowych funkcji lasu. Każda z tych funkcji traktowana jest jako równoprawna i służy ograniczaniu gospodarki leśnej w jej dotychczasowej postaci na rzecz rozwiązań służących wykorzystaniu lasu jako miejsca ochrony przyrody, edukacji, rekreacji i turystyki. Z trendem powiązane są działania na rzecz zwiększania powierzchni zalesionych, odtwarzania terenów podmokłych, retencji wody metodami naturalnymi i z wykorzystaniem potencjału terenu.

D. TRENDY EKONOMICZNE

1. Ekonomia cyrkularna. Megatrend obejmujący całą gospodarkę w perspektywie długookresowej w zakresie produkcji dóbr oraz udostępniania usług, polegający na tworzeniu i wdrażaniu kolistych modeli wytwarzania, dystrybucji, możliwie długiego i efektywnego użytkowania, naprawy, współdzielenia zamiast posiadania, recyklingu i wykorzystania jako surowca - „od kołyski do kołyski”. Model 6R - redukcja (*Reduce*), powtórne wykorzystanie (*Reuse*), recykling (*Recycle*), przeprojektowanie (*Redesign*), regeneracja (*Remanufacture*), odzysk (*Recover*) - służy wyeliminowaniu dotychczasowego linearnego sposobu produkcji, użytkowania i eliminowania produktów wyeksploatowanych. Celem jest równoczesne ograniczenie wykorzystania zasobów, wyeliminowanie śmieci oraz dostęp do dóbr umożliwiających racjonalne i równe zaspokajanie potrzeb społeczeństwa.

2. Dywersyfikacja/specjalizacja gospodarki wiejskiej. Trend odnoszący się do różnicowania się sposobów produkcji rolnej, wzroście roli usług, odchodzenia od dominacji monokultur w uprawie roślin oraz hodowli wielkoskalowej. Celem jest ograniczenie negatywnego wpływu na środowisko naturalne wielkoobszarowej produkcji rolnej, promowanie technologii przyjaznych przyrodzie oraz różnicowanie się modeli biznesowych w rolnictwie w kierunku usług, działalności pozarolniczej, nowych ról zawodowych i miejsc pracy.

3. Ekonomia doświadczeń, ekonomia troski. Działania, których celem jest dbałość o własne zdrowie, dobrostan najbliższych. Przejawem są usługi społeczne, zdrowotne, formy aktywizmu społecznego służące dobru społecznemu. Są one alternatywą ekonomii wzrostu, zakładającej, że powodzenie ludzi zależy od wysokiego poziomu konsumpcji, poziomu dochodów i innych wskaźników ekonomicznych.

4. Bezpieczeństwo żywności. Megatrend wynikający z uwarunkowań prawnych i ekonomicznych, polegający na wdrażaniu rozwiązań wymuszających produkcję, dystrybucję, przechowywanie w rygorystycznych warunkach higieny i bezpieczeństwa. Efektem trendu jest nie tylko poprawa

bezpieczeństwa higienicznego, lecz również powszechne wykorzystanie chemicznych substancji konserwujących i przedłużających trwałość, masowe stosowanie opakowań z tworzyw sztucznych.

5. Zdalna praca. Trend wynikający z wykorzystania technologii komunikacyjnych i platform umożliwiających wykonywanie zadań zawodowych w miejscu zamieszkania lub innym dowolnym miejscu z dostępem do Internetu. Systemy pracy hybrydowej ograniczają koszty pracy, poprawiają bezpieczeństwo, pozwalają elastycznie działać, ograniczają skutki wykluczenia komunikacyjnego w terenach podmiejskich i wiejskich, stwarzają nowe lub dodatkowe możliwości zatrudnienia.

6. Ekonomia społeczna. Model działalności służący równoczesnemu osiąganiu celów gospodarczych oraz aktywizowaniu grup wykluczonych społecznie. Efektem trendu są przedsiębiorstwa społeczne, spółdzielnie o charakterze produkcyjnym i usługowym. W warunkach wsi i małych miast spółdzielnie społeczne pozwalają integrować i aktywizować lokalne społeczności oraz dają dodatkowo dochody i pozwalają rozwijać się lokalnym społecznościom.

E. TRENDY POLITYCZNE I ORGANIZACYJNE

1. Lokalne kooperatywy i partnerstwa. Trend odnoszący się do działań integrujących społeczności wokół zadań i potrzeb społeczności. Celem aktywności może być zwiększanie lokalnego kapitału społecznego, aktywizowanie grup wykluczonych, upowszechnianie współpracy zorientowanej na cele społeczne oraz efekty ekonomiczne i turystyczne. Pozwalają społecznościom budować własne oferty wypoczynku, upowszechniać ideę współdziałania, łączyć kompetencje, wymieniać się doświadczeniami.

2. Zarządzanie partycypacyjne (działania oparte na wspólnotach lokalnych). Trend oddolnego wprowadzania zmian i budowania na ich podstawie konsensusu społecznego. Aktorami i promotorami zmian są lokalne grupy i społeczności, aktywiści organizacji pozarządowych i działacze lokalnego samorządu. Zarządzanie oddolne bazuje na potrzebach lokalnej społeczności, wymaga komunikacji i dialogu społecznego, eksponuje rolę konsensusu w podejmowaniu decyzji i w działaniu.

3. Nowe modele zarządzania i komunikacji. Wynikają z dążenia do lokalnego rozwiązywania problemów i podejmowania wyzwań. Angażują lokalne grupy i mieszkańców, pozwalają rozwiązywać problemy w miejscu ich pojawiania się i przy pomocy środków, wyzwalają lokalną sprawczość i ułatwiają pojawianie się lokalnych liderów zmian. Mają związek z przemianami pokoleniowymi, wspierają lokalne inicjatywy.

4. Transparentność systemu żywnościowego. Kierunek zmian polegający na działaniach ujawniających sposoby produkcji, przechowywania, dystrybucji żywności, spełniane standardy i wymagane ujawnienia. Trend daje pozytywny wpływ w sferze możliwości zbytu produktów, budowania relacji z odbiorcami, poprawiania trwałości zatrudnienia w rolnictwie, zwiększania osiąganych efektów i wyników finansowych.

5. Wiejskie huby. Wieś staje się miejscem integracji działań na rzecz zarówno lokalnej społeczności, jak i turystów. Wiejskie organizacje i stowarzyszenia stają się animatorami i promotorami lokalnych zmian, integrują społeczności wokół wspólnych celów, łączą producentów, rozwijają umiejętności i kompetencje mieszkańców, wspierają powstawanie lokalnych produktów, miejsc wymiany, działań kulturalnych, nowych lokalnych usług i inicjatyw, nowych form aktywności.

F. WYBRANE TRENDY TURYSTYCZNE

1. Trendy turystyczne. Stanowią uzupełnienie pierwszej części analizy. Ich wybór został dopasowany do charakteru istniejących rozwiązań turystycznych, wcześniejszych oraz aktualnych lokalnych strategii rozwoju służących zwiększaniu potencjału turystycznego gmin i miejscowości obszaru Kanatu Elbląskiego.

2. Turystyka wiejska. Jest to odrębny sektor usług turystycznych, obejmujący działalność wybranych gospodarstw oraz społeczności wiejskich, łączący miejscowy potencjał krajobrazu i środowiska naturalnego, historii z nowoczesnymi i atrakcyjnymi usługami. Umożliwia rozwój różnorodnych form aktywności, tworzenie miejsc wypoczynku, lokalnych centrów aktywności, szlaków, ścieżek, atrakcji takich jak wakacje w gospodarstwach, festiwale, wędkowanie, polowania, turystykę pieszą, konną,

rowerową, wodną. Rola wiejskiej turystyki znacząco wzrosła podczas oraz po pandemii covid-19, jako formy kojarzonej z wyższym poziomem bezpieczeństwa, dostępnością i atrakcyjnością.

3. Wioski tematyczne. Trend turystyczny polegający na brandingu miejscowości i społeczności oraz tworzeniu spójnej oferty turystycznej bazującej na potencjale lokalnych społeczności, ich preferencjach i umiejętnościach, stwarzających warunki do rozwoju lokalnego dziedzictwa, integrowania społeczności wokół wspólnych celów. Efekty podejmowanych wspólnych działań ułatwiają promocję, docieranie do docelowych grup odbiorców, większe zaangażowanie turystów. Idea wiosek tematycznych bazuje na trendzie storytellingu, czyli tworzenia ofert i usług na bazie spójnej, atrakcyjnej opowieści związanej z miejscem, społecznością lub historycznym motywem².

4. Turystyka edukacyjna. Środowisko wiejskie jest atrakcyjnym miejscem praktycznej i kreatywnej edukacji. Odpowiednio przygotowana oferta związana z działalnością społeczności wiejskiej (formy produkcji, zasoby i historia miejsca, unikalne umiejętności i obiekty) może znaleźć odbiorców wśród szkół, placówek edukacyjnych, instytucji i stowarzyszeń aktywizujących różne grupy społeczne. Edukacja może przybierać formę warsztatową, terenową (geocaching, questy).

5. Gospodarstwa edukacyjne. Kierunek rozwoju działalności gospodarczej nastawionej na wyspecjalizowane usługi jako kompletną i innowacyjną ofertę turystyczną, dającą zatrudnienie mieszkańcom, stanowiącą część modelu biznesowego działalności pozarolniczej, sprzyjającą budowaniu relacji z instytucjami i stowarzyszeniami edukacyjnymi, otwierająca i aktywizująca lokalną społeczność, zwiększającą atrakcyjność wsi dla społeczności miasta.

6. Turystyka cyrkularna. Model działalności turystycznej, stanowiący ścieżkę rozwoju działalności gospodarczej. Oferta jest tworzona z poszanowaniem wymagań środowiska naturalnego, potrzeb i możliwości lokalnej społeczności, szanowania i oszczędzania zasobów. W zależności od możliwości wdrożenia wymagająca stosowania modelu 6R przy budowaniu oferty, obsłudze turystów, sposobach wykorzystania zasobów oraz ich współdzielenia. Turystyka cyrkularna jest trendem mającym silne wsparcie organizacyjne i finansowe instytucji UE.

7. Turystyka zrównoważona, zielona turystyka. Model działalności turystycznej, w którym dążenie do ochrony środowiska naturalnego, możliwie nieinwazyjnego poznawania jego walorów staje się kluczowym celem tworzonej oferty. Może pełnić funkcje edukacyjne, może też być wyróżnikiem oferty kierowanej do turystów oczekujących doświadczeń związanych z bliskością natury, nieskażonego, pierwotnego środowiska, wolności od sieci, Internetu, nastawionych na cyfrowy detoks, kontemplowanie walorów przyrody, wellbeing. Zielona turystyka jest okazją do tworzenia usług bazujących na naturalnych zasobach miejsca, dostępie do nieskażonego środowiska naturalnego, tworzenia oferty terapii wodą, zapachami, dźwiękami natury i wybranych instrumentów (kąpiele w dźwięku, kąpiele leśne).

8. Turystyka doświadczeń. Wyróżnik turystyki, której odbiorcy oczekują możliwości poznawania i przeżywania autentycznych doświadczeń, poznawania miejsc i społeczności w ich autentycznej formie. W turystyce doświadczeń liczą się regionalne produkty, miejscowe rzemiosło, możliwość angażowania się i uczestniczenia turystów w warsztatach, możliwość samodzielnego wykonywania rzeczy, korzystania z atrakcji miejsca, dostęp do miejsc unikalnych, historycznych, poznawania i przeżywania opowieści miejsca.

9. Turystyka aktywna. Sposób spędzania wolnego czasu, poznawania miejsc, przeżywania doświadczeń połączony z możliwością samodzielnego przemieszczania się pieszo, rowerem, motocyklem, kajakiem, jachtem i innymi środkami transportu. Nieodłączną częścią turystyki aktywnej jest wysiłek, potrzeba pokonywania dystansu, przestrzeni jako część doświadczeń. Rosnąca popularność turystyki aktywnej staje się impulsem do tworzenia lokalnych tras i ścieżek rowerowych, budowania spójnych sieci dróg rowerowych, np. rewitalizowania starych, nieczynnych szlaków kolejowych. Inwestowania wymaga infrastruktura pozwalająca turystom sprawnie się przemieszczać, odpoczywać, zaspokajać podstawowe potrzeby. Turystyka aktywna wymaga działań na rzecz uczynienia lokalnych atrakcji, poznania zasobów i miejsc wartych odwiedzenia.

² (<https://wioska-tematyczna.pl/>).

10. Turystyka historyczna. Trwały trend związany z obszarami, miejscami mającymi wartość historyczną i wartymi turystycznego wykorzystania. Turystyka pozwalająca poznawać, odkrywać i przypominać miejsca i ludzi o szczególnym znaczeniu, historyczne wydarzenia, unikalne pamiątki. Jest ofertą atrakcyjną dla świadomych turystów, wybierających miejsca na podstawie posiadanej wiedzy i zainteresowań. Ma potencjał edukacyjny, ale również daje możliwość tworzenia lokalnych partnerstw i kooperacji, np. z grupami rekonstrukcyjnymi, firmami eventowymi, organizowania tematycznych festiwali i innych imprez (inscenizacje bitew, historyczne jarmarki i osady, dawne rzemiosła i wyroby). Turystyka historyczna pozwala wykorzystać do budowania wciągających opowieści i tworzenia z nimi angażujących doświadczeń.

11. Tożsamość i branding miejsc. Trend odnoszący się do szeregu działań nastawionych na tworzenie, popularyzację oraz wykorzystanie rozpoznawalności miejsca i lokalnej społeczności. Branding miejsc jest elementem działań wiosek tematycznych (Aniołowo), przedsięwzięć turystyki historycznej (Grunwald), zielonej turystyki (Kwaśne Jabłko pod Włodowem), turystyki aktywnej (turystyka kajakowa na rzece Krutyni). W trendzie wyraża się świadomość, że miejsce i społeczność jest nośnikiem określonych, rozpoznawalnych wartości i doświadczeń wartych poznania, wykorzystania, powracania. Marką turystyczną mogą być symbole, rzeczy, osoby, miejsca, formy aktywności. Rozpoznawalne marki turystyczne ułatwiają budowanie trwałych relacji z turystami, integrują lokalne społeczności wokół wspólnych celów. Marki nadają miejscom rozpoznawalny i łatwy do zapamiętania charakter, ułatwiają promowanie, inspirują tworzenie i rozwój usług, sprzyjają sieciowaniu miejsc i społeczności wokół celów i zadań, inspirują strategię i plany działania.

12. Turystyka kulinarna i turystyka żywnościowa. Są to dwa pokrewne i trwałe trendy, które w przypadku wiejskich społeczności mają wiele pozytywnych przesłanek ułatwiających rozwój. Turystyka kulinarna bazuje na lokalnych tradycjach kulinarnych, produktach miejscowych i regionalnych, a także wsparciu programów promujących produkty i miejsca ich wytwarzania. Turystyka żywnościowa jest trendem związanym z produkcją na wsi i promocją żywności wysokiej jakości. Może być sposobem promocji regionów, angażuje lokalnych producentów, służy promowaniu unikalnych metod produkcji. Każdy z trendów sprzyja rozwojowi lokalnych usług, promocji producentów i wytwórców, technik.

13. Turystyka dziedzictwa. Popularny trend kulturowy odwołujący się do tożsamości miejsca i lokalności. Wartości związane z dziedzictwem odnoszą się do miejsc, regionów, społeczności i ich kultury. Stanowią łącznik między przeszłością a obecnie żyjącymi ludźmi wybranych obszarów (dziedzictwo Żuław, Mazur, Powiśla) czy wybranych społeczności (Mennonici). Dziedzictwo bywa wyzwaniem dla społeczności, których nie łączy historyczne pokrewieństwo, a jednocześnie stwarza inspirujące możliwości działania (Muzeum Żuławskie)³.

14. Storytelling w turystyce. Jest trendem polegającym na tworzeniu spójnego przekazu, opowieści o miejscu, ludziach i doświadczeniach. W miejsce faktów i danych opowieść wprowadza emocje, przeżycia, staje się ciekawa, angażująca, zapada w pamięć, jest opowieścią o kimś, o jego losach⁴. Częścią dobrze skonstruowanych opowieści jest autentyczność, prawdziwość, poczucie więzi z jej bohaterami. W turystyce opowieści stają się gotowymi narracjami o ludziach i ich losach. Są sposobem pokazywania miejsc, poznawania doświadczeń mieszkańców.

15. Hiperlokalność - trend związany z uznaniem kluczowej roli lokalnego potencjału na poziomie wsi, grupy wiosek, mikroregionu. Kanwą do rozwoju i wspierania hiperlokalności może być produkcja i dystrybucja lokalnej żywności, unikalne usługi gastronomiczne, działania artystyczne, wiejskie aktywizmy, rzemiosło, sztuka. W hiperlokalności wyraża się zarówno uznanie wartości związanych z miejscem życia i pracy, jak również z społecznością. „Sztuka w obejściu” (Jonkowo, Kawkowo, Godki), Warming⁵, Ekotarg w Jezioranach⁶. Lokalne inicjatywy integrują, sprzyjają wymianie doświadczeń, współpracy i promocji (Warnijski Kunszytk⁷).

³ <https://zph.org.pl/>

⁴ <https://polska1.pl/>

⁵ <https://www.facebook.com/warmingtubywa>

⁶ <https://www.facebook.com/ekotargjeziorany>

⁷ <https://szlakswietejwarmii.pl/rusza-konkurs-warnijski-kunszytk/>

16. Worcation (workation, pracowakacje) - trend odnoszący się do form pracy i spędzania wolnego czasu, w których ostra granica między jednym a drugim ulega zatarciu. W warunkach pracy zdalnej i hybrydowej, dostępu do sieci możliwe jest wykonywanie zadań zawodowych poza miejscem pracy i zamieszkania. Worcation to hybryda pracy i wypoczynku, pozwalająca na krótsze i dłuższe wypady poza miejsce zamieszkania, z możliwością elastycznego zarządzania czasem wolnym i pracą. Zwolennicy pracowakacji organizują się i wybierają miejsca pracy i wypoczynku.

3.5. WNIOSKI I REKOMENDACJE

Do kluczowych, mocnych stron miejscowości Miłomłyn i Bagieńsko zaliczyć należy bogactwo przyrody, posiadanie licznych i różnorodnych walorów przyrodniczych sprzyjających rozwojowi turystyki i agroturystyki w różnych formach. Istotne znaczenie będzie miał posiadany status obszaru ochrony uzdrowiskowej i kolejne etapy działań w tym zakresie. Ten stan rzeczy przyczynić się może do rozwoju oferty turystycznej, poprawy infrastruktury w tym zakresie. Sprzyjać temu powinien również wzrastający poziom aktywizacji społeczności lokalnej - istnienie sporej grupy zainteresowanych i zaangażowanych osób w wykorzystaniu do rozwoju koncepcji Smart Village. Do mankamentów (słabości) miejscowości zaliczyć należy ograniczone zasoby finansowe niezbędne do rozwoju miejscowości i realizacji projektów inwestycyjnych. Ten stan rzeczy pogłębia niski poziom zaangażowania społeczności lokalnej w pisanie projektów. Istotnym mankamentem jest też brak wsparcia inicjatyw lokalnych przez władze gminy i powiatu oraz związana z poprzednim faktem niedostatecznie rozwinięta infrastruktura turystyczna, a także niski poziom rozpoznawalności miejscowości w mediach. Na uwagę zasługuje również niski poziom usług społecznych dedykowanych grupom defaworyzowanym. Wyrazem zidentyfikowanych słabości jest brak pomysłów na nowe projekty smart i relatywnie mała liczba mieszkańców zaangażowanych w ich tworzenie. Kluczowym zagrożeniem dla rozwoju analizowanych miejscowości, zgodnie z ideą smart village, są rosnące w siłę konkurencyjną okoliczne miejscowości, co dodatkowo wzmacniane jest przez fakt braku współpracy z nimi. Szansą jest przede wszystkim możliwość realizacji projektów inwestycyjnych ze wsparciem funduszy europejskich oraz wyjście naprzeciw trendom rynkowym. Do trendów mających największy wpływ na rozwój smart Miłomłyna oraz Bagieńska i życie jego mieszkańców zaliczyć należy:

- trendy społeczno-demograficzne: starzejące się społeczeństwo i depopulacja wsi, rozwój usług społecznych;
- trendy technologiczne: konektywizm;
- trendy środowiskowe: rezyliencja, rolnictwo zrównoważone i dbałość o środowisko;
- trendy ekonomiczne: specjalizacja gospodarki wiejskiej i ekonomia troski;
- trendy polityczne i organizacyjne: lokalne kooperatywy i partnerstwa oraz działania oparte na wspólnotach lokalnych i wiejskie huby;
- trendy turystyczne: turystyka kulinarna i żywnościowa, turystyka aktywna, uzdrowiskowa, turystyka historyczna i turystyka dziedzictwa.

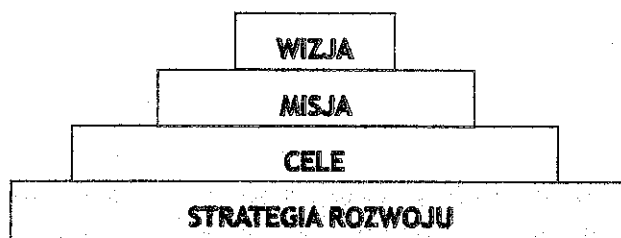
Zdefiniowane problemy, potrzeby i oczekiwania mieszkańców ukierunkowały planowane cele i działania w ramach strategii „Smart Village Miłomłyn i Bagieńsko” na budowaniu kapitału społecznego, poprzez zwiększenie aktywizacji i integracji lokalnej społeczności oraz kreowaniu oferty turystycznej, poprzez wykorzystanie zasobów dziedzictwa historycznego i przyrodniczego (las, wody, powietrze).

4. CZĘŚĆ ROZWOJOWA

4.1. MISJA I WIZJA ROZWOJU SPOŁECZNOŚCI

W odniesieniu do jednostki terytorialnej, w swojej istocie strategia rozwoju jest długofalową koncepcją funkcjonowania miejscowości opartą na realizacji wyznaczonych celów, pełnieniu określonej misji i realizacji wizji. Są to kluczowe elementy zarządzania strategicznego rozwojem, które wyznaczają główne kierunki oraz tempo rozwoju miejscowości i społeczności lokalnej. Elementy te uporządkowane oraz powiązane ze sobą przedmiotowo i czasowo tworzą strukturę strategii rozwoju jednostki terytorialnej.

Rys. 16. Etapy kształtowania strategii



Ukształtowanie wspólnoty lokalnej jest niewątpliwie ceną wartością kapitału intelektualnego. Jej brak skutkuje tym, że trudno jest mówić nie tylko o budowaniu tożsamości jednostki terytorialnej, lecz również jej długofalowym rozwoju. Dlatego też szczególną rolę należy przypisać misji, eksponującej rolę władz samorządowych w procesie rozwoju kapitału społeczności lokalnej. Władze samorządowe, zgodnie z misją, inicjują i realizują przedsięwzięcia, a także wspierają te podejmowane przez różnych aktorów życia społeczno-gospodarczego, w tym m.in. liderów lokalnych, organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, przedsiębiorców, grupy nieformalne mieszkańców. Ponadto władze samorządowe są realizatorem projektów związanych z wypełnianiem zadań własnych, jak też będących efektem uzgodnień i współpracy z innymi jednostkami samorządu terytorialnego. Wszystkie podejmowane inicjatywy w założeniach służą rozwojowi miejscowości, rozpowszechnianiu informacji o jej walorach, ułatwianiu współpracy partnerów lokalnych, a także wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań.

Istotą misji jest określenie docelowego kierunku rozwoju miejscowości oraz identyfikacja nadrzędnych wartości respektowanych i akceptowanych przez społeczność. Misja jest nadrzędnym celem rozwoju miejscowości i stanowi swoiste „motto” oraz jest specyficzną wizytówką dla społeczności lokalnej i gości zewnętrznych. Określenie misji jest pewnego rodzaju oświadczeniem o istocie i zakresie funkcjonowania jednostki. Misja jest „powodem”, dla którego istnieje jednostka terytorialna. Jest ona szeroko zakreśloną definicją podstawowego zakresu jej funkcjonowania.

W świetle powyższego misją Miłomłyna i Bagieńskiego jest:

Miłomłyn i Bagieńsko - to miejscowości przyjazne mieszkańcom i środowisku zaspokajające potrzeby wspólnoty, wspierające lokalną aktywność, dbające o dziedzictwo kulturowe, otwarte na turystów i inwestorów

Będąc kierunkowym zarysem koncepcji funkcjonowania miejscowości, sformułowana dla nich wizja odpowiada na pytanie „*Kim miejscowości Miłomłyn i Bagieńsko chcą być w przyszłości, biorąc pod uwagę kim są dzisiaj?*”.

Dlatego też wizja miejscowości jest inspirującą perspektywą jej rozwoju oraz koncepcją przyszłości z uwzględnieniem potencjału i wartości. Wyznacza przyszłą, projektowaną pozycję miejscowości, jej miejsce w otoczeniu i domenę funkcjonowania oraz pozwala ukształtować warunki sprzyjające rozwojowi lokalnej społeczności. Opisuje, gdzie koncepcyjnie zmierza w sensie najogólniejszym i musi ukierunkowywać emocjonalnie. Wizja określa stan docelowy, do którego dążyć będzie społeczność lokalna i wskazuje kierunek podejmowanych działań, wykorzystując przy tym możliwości płynące z własnych atutów i szans pojawiających się w otoczeniu. Musi być inspirująca, aby była efektywna oraz jasna i ambitna. Będzie się ona często zmieniać wraz ze zmianą władz samorządowych, zmianami otoczenia lub wraz z pojawiającymi się wyzwaniami dla zarządzania.

Wyobrażenia mieszkańców Miłomłyna i Bagieńskiego na temat przyszłego rozwoju tych miejscowości koncentrują się wokół kwestii związanych z infrastrukturą turystyczną i sportowo-rekreacyjną, integracją między pokoleniową oraz ochroną zdrowia i komunikacji publicznej. W przekonaniu autorów strategii „Smart Village” Miłomłyn i Bagieńsko są stanie zaspokoić potrzeby mieszkańców oraz rozwinąć się turystycznie, zagospodarowując zasoby przyrodnicze oraz istniejący i rozbudowujący się potencjał infrastruktury, bazując na dziedzictwie historycznym i lokalnych zasobach, a także na kreatywności i aktywności mieszkańców, włączając lokalną przedsiębiorczość.

W związku z powyższym wizją Miłomłyna i Bagieńskiego jest następująca:

Miłomłyn i Bagieńsko - miejscowości atrakcyjne turystycznie, o wysokim poziomie jakości życia zarówno mieszkańców jak i gości, wykorzystujące nowoczesne technologie do promocji w szeroko rozumianej sieci (kamery online, monitoring powietrza, aktywność w mediach społecznościowych).

4.2. OPIS CELÓW I ZADAŃ KONCEPCJI SMART VILLAGE

W kontekście dążenia do osiągnięcia przyjętej wizji i realizacji misji miejscowości Miłomłyn i Bagieńsko ważne jest określenie celów i podjęcie działań służących pełnemu wykorzystaniu atutów tych jednostek terytorialnych w konfrontacji z szansami rynkowymi. Cele są specyficznymi sformułowaniami oczekiwanych rezultatów w odniesieniu do najważniejszych aspektów funkcjonowania miejscowości. Dobrze określony cel ilościowy posiada następujące cechy:

- obszar realizacji lub poszukiwany atrybut,
- wskaźnik określający postęp w kierunku atrybutu,
- poziom wskaźnika do osiągnięcia lub poprzeczka do pokonania,
- ramy czasowe, w których wskaźnik lub poprzeczka ma być osiągnięta.

Na podstawie analizy SWOT, diagnozy potrzeb mieszkańców, wyznaczonej wizji i misji sformułowano trzy ogólne, jakościowo ujęte cele związane z koncepcją „Smart Village - Miłomłyn i Bagieńsko”, będące odpowiedzią na pytania *Do czego dąży cała społeczność? i Jakie cele i wartości są dla niej najważniejsze?*

Są one następujące:

1. Promocja terytorium (gminy) jako miejsca atrakcyjnego dla mieszkańców i turystów.
2. Podniesienie poziomu życia mieszkańców.
3. Wzrost poziomu atrakcyjności turystycznej gminy.

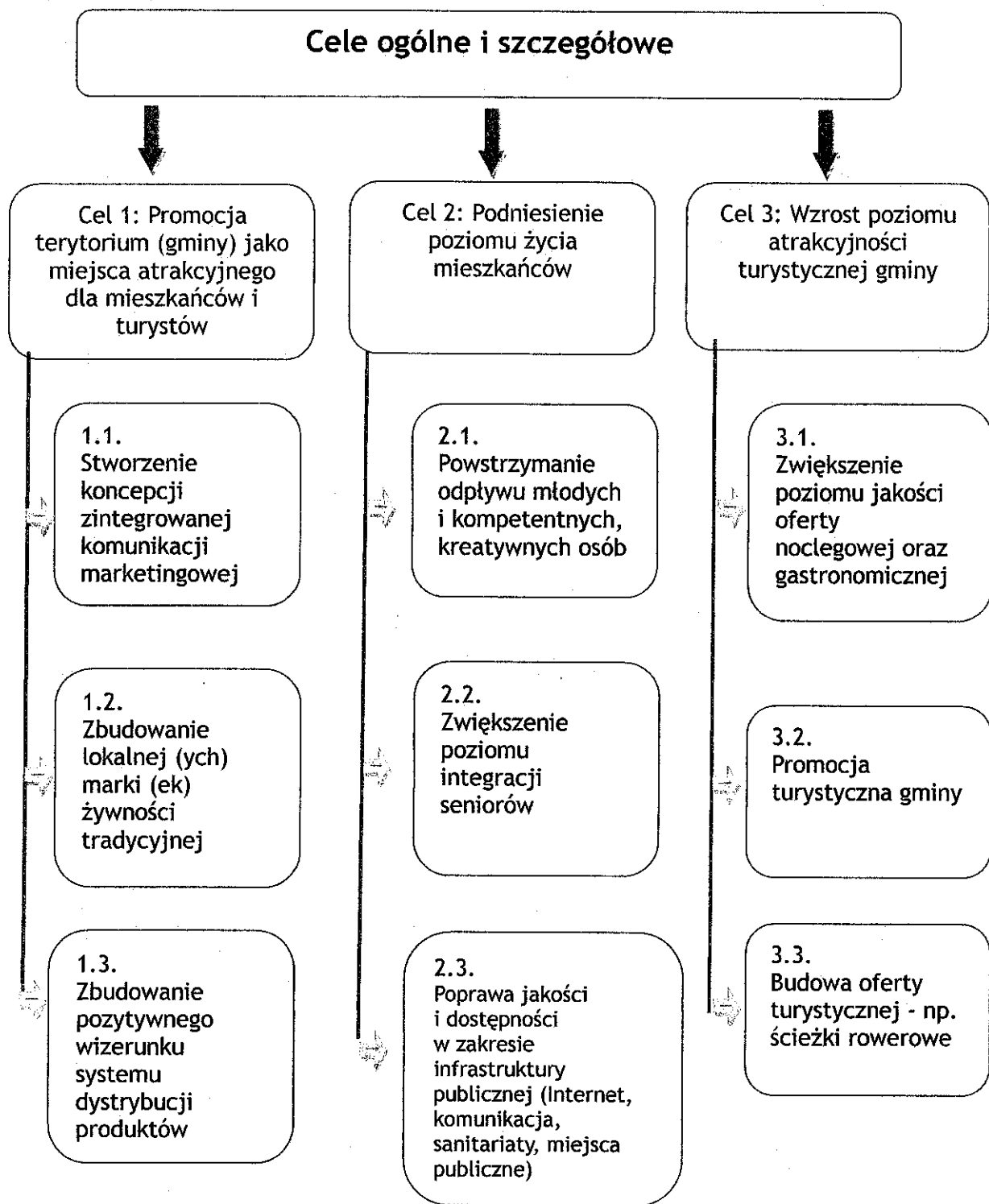
Powyższe cele odnoszą się w pierwszej kolejności do poprawy warunków życia mieszkańców. Miejscowości smart (inteligentne) charakteryzują się zrównoważonym wzrostem gospodarczym w długim okresie, a także stworzeniem warunków umożliwiających wysoką jakość życia dla swoich mieszkańców. Istotnym ich elementem jest konieczność promowania miejscowości jej walorów i oferty, która kierowana jest zarówno do mieszkańców jak i turystów oraz przedsiębiorców. Smart społeczność opiera się na kwalifikacjach i wykształceniu mieszkańców oraz interakcji społecznych związanych z integracją wewnętrzną i zewnętrzną. Uwzględnia konieczność „otwartości” na świat zewnętrzny. Aspekt aktywizacji i integracji lokalnej społeczności można ująć w motcie „Mieszkańcy Mieszkańcom”. Tworzenie i podtrzymywanie dobrych relacji sąsiedzkich należy postrzegać jako fundament harmonijnego życia w poszczególnych miejscowościach. Zaspokojenie tych potrzeb wymaga podjęcia działań ukierunkowanych na szeroko rozumianą integrację społeczną. Istotne jest tworzenie atmosfery zaufania, poczucia bezpieczeństwa, szacunku, przynależności i akceptacji społecznej. Kluczową kwestią jest organizacja regularnych spotkań mieszkańców i wydarzeń integrujących szerokie grono mieszkańców.

Przyjazne warunki współżycia społecznego wymagają podejmowania inicjatyw propagujących prospołeczne postawy i kształtujących poczucie odpowiedzialności mieszkańców za jakość życia w poszczególnych miejscowościach. Ważne są zatem działania zachęcające do otwartości i budowania kontaktów sąsiedzkich. W celu zapobiegania wykluczeniu integracyjnemu należy dążyć do zapewnienia sprawnego przepływu bieżących informacji.

Istotnym kierunkiem rozwoju zarówno Miłomłyna jak i Bagieńska jest turystyka. Miejscowości te posiadają szereg walorów, które wpisują się w trendy związane ze spędzaniem czasu wolnego na łonie natury. Tożsamość turystyczna Miłomłyna jak i Bagieńska powinna więc być budowana w odniesieniu do jej wyróżników przyrodniczych, kulinarnych i żywnościowych, dziedzictwa kulturowego i historycznego oraz form aktywności. Kulinarna i żywnościowa tożsamość bazować powinna na lokalnych tradycjach kulinarnych i produktach miejscowych oraz promocji żywności wysokiej jakości. Wartości związane z dziedzictwem kulturowym odwołują się do tożsamości wynikającej z miejsca i społeczności oraz ich kultury. Natomiast wartości historyczne związane są z atrybutami historycznymi wartymi turystycznego zagospodarowania. Znaczenie turystyki historycznej wynika między innymi z możliwości poznawania, odkrywania i przypominania miejsc i ludzi o szczególnym znaczeniu oraz historycznych wydarzeń. Wartość marki Miłomłyna i Bagieńska związana z aktywnością wynika z możliwości spędzania wolnego czasu, w sąsiedztwie z naturą, poznawania miejsc, przeżywania doświadczeń połączone z samodzielnym przemieszczaniem się pieszo, rowerem, motocyklem, kajakiem, jachtem i innymi środkami transportu.

Powyższym celom odpowiadają określone cele szczegółowe (rys. 16), którym przypisano adekwatne zadania. Zostały one zamieszczone w tabeli 2.

Rys. 17. Cele ogólne i cele szczegółowe strategii smart Miłomłyna i Bagieńska



Źródło: opracowanie własne

Tabela 2. Cele, zadania, działania oraz produkty i rezultaty

Cele szczegółowe	Zadania	Działanie/Produkt/Rezultat
1. Stworzenie koncepcji zintegrowanej komunikacji marketingowej	1.1.1. Stworzenie aplikacji multimedialnej promującej ofertę produktów lokalnych, ofertę noclegową i atrakcyjność miejscowości	1. PROMOCJA TERYTORIUM (GMINY) JAKO MIEJSCA ATRAKCYJNEGO DLA MIESZKAŃCÓW I TURYSTÓW DZIAŁANIA: 1. Inwentaryzacja zasobów żywności lokalnej i oferty noclegowej 2. Przygotowanie treści dotyczących atrakcyjności miejscowości 3. Wybór firmy informatycznej tworzącej aplikacje multimedialne 4. Administrowanie aplikacją mobilną PRODUKT: 1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.2.3. Liczba rozwiniętych sieci Ekomuzeum Krainy Kanatu Elbląskiego; 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych z zakresu cyfryzacji; liczba osób, które pobrały aplikację i je polubiły. REZULTAT: 1.2.2., 1.2.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń z zakresu cyfryzacji ⁸ ; liczba interakcji mobilnych.
		DZIAŁANIA: 1. Przygotowanie projektu badań 2. Zgromadzenie informacji i jej analiza 3. Opracowanie raportu z badań wraz z rekomendacjami PRODUKT: sukcesywny (coroczny) pomiar satysfakcji oferentów jak i mieszkańców oraz turystów. REZULTAT: liczba przeprowadzonych wywiadów z interesariuszami.
		DZIAŁANIA: 1. Opracowanie koncepcji funkcjonowania platformy komunikacyjnej. 2. Utworzenie aplikacji mobilnej z przeznaczeniem do działań komunikacyjnych. 3. Wybór koordynatora działań realizowanych na platformie komunikacyjnej. 4. Wyznaczenie miejsc, w których kolportowane będą ogłoszenia o lokalnych i turystycznych; 1.2.4. Liczba rozwiniętych sieci SV; PRODUKT: 1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.2.4. Liczba rozwiniętych sieci SV; 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych z zakresu cyfryzacji; zbudowana platforma komunikacyjna. REZULTAT: 1.2.2., 1.2.4. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń z zakresu cyfryzacji; liczba użytkowników zbudowanej platformy komunikacyjnej.
		DZIAŁANIA: 1. Identyfikacja potrzeb szkoleniowych. 2. Wybór podmiotu, który przeprowadzi specjalistyczne szkolenia w ustalonym zakresie. 3. Ustalenie harmonogramu, zakresu oraz miejsca, w którym przeprowadzone zostaną szkolenia. 4. Rekrutacja uczestników i organizacja szkoleń PRODUKT: 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych z zakresu cyfryzacji; liczba zorganizowanych szkoleń. REZULTAT: 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń z zakresu cyfryzacji; liczba uczestników szkoleń.
1.2. Zbudowanie lokalnej (ych) marki (ek) żywności tradycyjnej	1.2.1. Organizacja imprez lokalnych (festyny, targi, eventy)	DZIAŁANIA: 1. Powołanie komitetu sprawującego pieczę nad sprawnością przebiegu wydarzeń i podział ról między jego członkami. 2. Wybór miejsca imprez lokalnych i opracowanie koncepcji imprez lokalnych 3. Przygotowanie harmonogramu festynów, targów i eventów i organizacja cotygodniowych targów, festynu oraz eventu 4. Promocja wydarzeń lokalnych w mediach tradycyjnych i nowoczesnych PRODUKT: 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych z organizacji eventów; liczba zorganizowanych imprez lokalnych. REZULTAT: 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba uczestników imprez lokalnych, a także lokalnych oferentów.

⁸ 1.3.2. Liczba osób korzystających z doradztwa, szkoleń, wymiany wiedzy, lub biorących udział w grupach operacyjnych europejskiego partnerstwa innowacyjnego (EPI) wspieranych w ramach WPR, by zwiększyć zrównoważoną efektywność gospodarczą, społeczną, środowiskową, klimatyczną, i w zakresie gospodarowania zasobami

Cele szczegółowe	Zadania	Działanie/Produkt/Rezultat
1.3. Zbudowanie pozytywnego wizerunku systemu dystrybucji produktów lokalnych	1.2.2. Stworzenie księgi identyfikacji wizualnej marek	DZIAŁANIA: - Opracowanie koncepcji i zakresu identyfikacji wizualnej. - Wybór firmy i współpraca z nią w zakresie możliwych do przyjęcia elementów identyfikacji wizualnej. - Wdrożenie przyjętych zasad identyfikacji wizualnej marki PRODUKT: 1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.2.4. Liczba rozwiniętych sieci SV; 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci szlaków kulturowych, w tym Kanatu Elbląskiego; utworzona księga identyfikacji wizualnej marek. REZULTAT: 1.2.2., 1.2.4., 1.2.5. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba korzystających z wizualizacji marki.
	1.3.1. Zaprojektowanie i wydrukowanie katalogów, broszur, ulotek i innych materiałów	DZIAŁANIA: - Wybór agencji reklamowej i współpraca z agencją reklamową w zakresie konceptu materiałów komunikacyjno-promocyjnych - Druk i dystrybucja materiałów komunikacyjno-promocyjnych PRODUKT: 1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; liczba wydanych katalogów, broszur, ulotek itp. REZULTAT: 1.2.2. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; nakład wydrukowanych katalogów, broszur, ulotek itp.
	1.3.2. Stworzenie kalendarza imprez, który zintegruje ofertę lokalną z regionalną	DZIAŁANIA: - Zebranie informacji o możliwych do realizacji imprezach lokalnych - Uzgodnienie z oferentami i organizatorami imprez terminów ich realizacji - Przygotowanie i rozpowszechnianie ogłoszeń o odbywających się imprezach PRODUKT: 1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; corocznie przygotowywany kalendarz imprez. REZULTAT: 1.2.2. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba odwiedzających zaplanowane imprezy.
	1.3.3. Organizacja miejsca wystawowego i sprzedażowego produktów lokalnych	DZIAŁANIA: - Wybór istniejącego lub budowa odrębnego miejsca wystawowego/sprzedażowego. - Wypożyczenie obiektu w infrastrukturę wystawienniczą/sprzedażową - Opracowanie zasad korzystania z miejsca wystawowego i sprzedażowego - Opracowanie i kolportaż materiałów informacyjno-promocyjnych PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; liczba stworzonych miejsc wystawowych i sprzedażowych produktów lokalnych. REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba odwiedzających stworzone miejsca wystawowe i sprzedażowe produktów lokalnych.
2. PODNIESIENIE POZIOMU ŻYCIA MIESZKAŃCÓW		
2.1. Powstrzymanie odpływu młodych i kompetentnych, kreatywnych osób	2.1.1. Włączenie się w działania związane z modyfikacją oferty publicznej	DZIAŁANIA: - Zidentyfikowanie kluczowych potrzeb publicznych - Opracowanie koncepcji wdrożenia nowej oferty publicznej zgodnej z zidentyfikowanymi potrzebami - Wybór zespołu roboczego weryfikującego i uszczegółowiającego koncepcję oraz opracowującego harmonogram wdrożenia oferty publicznej PRODUKT: 1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych, liczba opracowanych ofert publicznych. REZULTAT: 1.2.2. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; zmniejszająca się liczba migracji.
	2.1.2. Propagowanie konieczności zmian i mobilizacja społeczności lokalnej	DZIAŁANIA: - Zidentyfikowanie kluczowych potrzeb w zakresie kapitału społecznego - Opracowanie koncepcji aktywizacji społeczności lokalnej - Stworzenie platformy konsultacyjnej

Cele szczegółowe	Zadania	Działanie/Produkt/Rezultat
2.2. Zwiększenie poziomu integracji seniorów		4. Przygotowanie propozycji rozwiązania problemów lokalnych i działań służących pozyskaniu jej przychylności PRODUKT: 1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; opracowana koncepcja aktywizacji społeczności lokalnej. REZULTAT: 1.2.2. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba osób zaangażowanych w działalność publiczną.
	2.2.1. Organizowanie spotkań dla seniorów	DZIAŁANIE: 1. Przeprowadzenie kreatywnych badań potrzeb i oczekiwań seniorów 2. Stworzenie oferty zajęć aktywizujących seniorów 3. Uruchomienie programu wsparcia seniorów PRODUKT: 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba zorganizowanych spotkań z seniorami. REZULTAT: 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba uczestników spotkań z seniorami.
	2.3.1. Pozyskiwanie funduszy zewnętrznych na programy modyfikujące ofertę publiczną	DZIAŁANIE: 1. Diagnoza potrzeb w zakresie modyfikacji oferty publicznej 2. Monitoring możliwości pozyskania środków zewnętrznych finansujących projekty i złożenie wniosków aplikacyjnych 3. Realizacja projektów PRODUKT: 1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba złożonych wniosków i zrealizowanych projektów. REZULTAT: 1.2.2. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba osób wśród których zwiększył się poziom satysfakcji z bicia mieszkańcem gminy.
	2.3.2. Rozszerzenie oferty transportu publicznego, co spowoduje większą mobilność mieszkańców	DZIAŁANIE: 1. Diagnoza potrzeb transportowych społeczności lokalnych 2. Przygotowanie projektu zmian infrastruktury transportowej - połączenia komunikacyjne 3. Lobbying na rzecz przeciwdziałania wykluczeniu komunikacyjnemu miejscowości PRODUKT: liczba nowych połączeń komunikacyjnych. REZULTAT: liczba osób korzystających z oferty transportu publicznego.
	2.3.3. Przeprowadzenie szkoleń dla seniorów w zakresie elektronicznej komunikacji oraz podstawowych e-usług	DZIAŁANIE: 1. Identyfikacja potrzeb szkoleniowych w przedmiotowym zakresie. 2. Wybór podmiotu, który przeprowadzi specjalistyczne szkolenia w ustalonym zakresie. 3. Ustalenie harmonogramu, zakresu oraz miejsca, w którym przeprowadzone zostaną szkolenia. 4. Rekrutacja uczestników i organizacja szkoleń PRODUKT: 1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba przeprowadzonych szkoleń dla seniorów. REZULTAT: 1.2.2. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba przeprowadzonych szkoleń dla seniorów.
2.3. Poprawa jakości i dostępności w zakresie infrastruktury publicznej (Internet, komunikacja, sanitariaty, miejsca publiczne)	2.3.4. Stworzenie systemu monitoringu jakości powietrza oraz sukcesywnego pomiaru jakości wody	DZIAŁANIE: 1. Rozpisanie przetargu ofertowego na opracowanie koncepcji oraz montaż urządzeń pomiarowych jakości powietrza i wody 2. Przygotowanie wniosków aplikacyjnych celem pozyskania środków na inwestycje 3. Wybór oferty i budowa infrastruktury pomiarowej PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; utworzenie systemu monitoringu jakości powietrza i wody. REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba zastosowań wyników systemu monitoringu jakości powietrza i wody.
	2.3.5. Wdrożenie inteligentnego oświetlenia, Internetu rzeczy	DZIAŁANIE: 1. Diagnoza potrzeb społeczności lokalnych w przedmiotowym zakresie 2. Zebranie ofert dotyczących opracowania koncepcji smartowskich 3. Wybór oferty i budowa infrastruktury technicznej PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; liczba dróg i ulic, na

Cele szczegółowe	Zadania	Działanie/Produkt/Rezultat
		terenie których zainstalowano inteligentne oświetlenie (odsetek punktów oświetleniowych objętych tym systemem). REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba obiektów fizycznych - „rzeczy”, które są wyposażone w czujniki, oprogramowanie i inne technologie w celu łączenia się i wymiany danych z innymi urządzeniami i systemami za pośrednictwem Internetu.
3. WZROST POZIOMU ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ GMINY		
3.1. Zwiększenie poziomu jakości oferty noclegowej oraz gastronomicznej	3.1.1. Modernizacja i rozbudowa pól biwakowych oraz miejsc postoju kamperów wraz z infrastrukturą towarzyszącą	DZIAŁANIA: 1. Opracowanie koncepcji lokalizacji i zagospodarowania miejsc biwakowych i postojowych 2. Budowa infrastruktury biwakowej i postojowej 3. Oznakowanie i promocja utworzonych miejsc PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; liczba powstałych pól namiotowych (biwakowych), miejsc kamperowych oraz liczba korzystających. REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba korzystających z powstałych pól namiotowych (biwakowych), miejsc kamperowych.
	3.1.2. Stworzenie mapy punktów noclegowych i gastronomicznych	DZIAŁANIA: 1. Inwentaryzacja bazy noclegowej i gastronomicznej 2. Przygotowanie wizualizacji istniejącej oferty 3. Wybór firmy, która opracuje mapę punktów noclegowych i gastronomicznych w wersji papierowej i mobilnej PRODUKT: 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba miejsc noclegowych i obiektów gastronomicznych; stworzona mapa punktów noclegowych i gastronomicznych. REZULTAT: 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba osób korzystających z mapy punktów noclegowych i gastronomicznych; poziom obłożenia miejsc noclegowych i gastronomicznych.
	3.1.3. Badanie potrzeb i oczekiwań turystów	DZIAŁANIA: 1. Przygotowanie projektu badań 2. Zgromadzenie informacji i jej analiza, opracowanie raportu z badań wraz z rekomendacjami PRODUKT: 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci szlaków kulturowych, w tym Kanatu Elbląskiego; liczba przeprowadzonych badań potrzeb i oczekiwań turystów. REZULTAT: 1.2.5. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba respondentów, którzy wyrazili swoją opinię w zakresie potrzeb i oczekiwań.
	3.1.4. Pozyskanie środków na budowę infrastruktury turystycznej	DZIAŁANIA: 1. Diagnoza potrzeb w zakresie oferty turystycznej 2. Monitoring źródeł pozyskania środków i złożenie wniosków aplikacyjnych 3. Realizacja projektów PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; liczba złożonych wniosków i zrealizowanych projektów związanych z budową infrastruktury turystycznej. REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba korzystających ze zbudowanej infrastruktury turystycznej.
	3.2.1. Monitoring online miejsc turystycznych; kamery nad kanałem, służami, pochylniami	DZIAŁANIA: 1. Rozpisanie przetargu ofertowego na opracowanie koncepcji oraz montaż urządzeń monitorujących 2. Przygotowanie wniosków aplikacyjnych celem pozyskania środków na inwestycje 3. Wybór oferty i budowa systemu monitoringu PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; liczba zamontowanych kamer w ramach monitoringu. REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba skutecznych interwencji w wyniku monitoringu.
3.2. Promocja turystyczna gminy		

Cele szczegółowe	Zadania	Działanie/Produkt/Rezultat
3.3. Budowa oferty turystycznej - np. ścieżki rowerowe	3.2.2. Stworzenie aplikacji mobilnej i materiałów promocyjnych w wersji drukowanej	DZIAŁANIA: 1. Przygotowanie treści dotyczących atrakcji turystycznych oraz bazy noclegowej i gastronomicznej 2. Wybór firmy informatycznej tworzącej aplikacje multimedialne i administrowanie aplikacją mobilną 3. Wybór agencji reklamowej i współpraca z agencją reklamową w zakresie konceptu materiałów komunikacyjno-promocyjnych 4. Druk i dystrybucja materiałów komunikacyjno-promocyjnych PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; liczba osób, które pobrała aplikację i je polubiła. REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba interakcji mobilnych.
	3.3.1. Organizacja corocznych imprez - np. noc spadających gwiazd, zlot kamperów, Święto Szlaku Kulturowego Kanału Elbląskiego	DZIAŁANIA: 1. Powołanie komitetu organizacyjnego sprawującego pieczę nad sprawnością przebiegu wydarzeń i podział ról między jego członkami. 2. Opracowanie koncepcji i harmonogramu corocznych imprez 3. Przygotowanie i dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych na rzecz poszczególnych wydarzeń lokalnych. PRODUKT: 1.2.4. Liczba rozwiniętych sieci Smart Village; 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci szlaków kulturowych, w tym Kanału Elbląskiego; liczba lokalnych imprez. REZULTAT: 1.2.4., 1.2.5. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba i osób uczestniczących w corocznych lokalnych imprezach.
	3.3.2. Stworzenie lokalnych serwisów rowerowych z przeznaczeniem dla osób korzystających ze ścieżek rowerowych	DZIAŁANIA: 1. Opracowanie dokumentacji projektowej i wykonawczej dotyczącej serwisów rowerowych 2. Zabezpieczenie środków (opracowanie wniosku aplikacyjnego) 3. Wyposażenie punktów serwisowych 4. Uruchomienia, oznakowanie i promocja punktów serwisowych PRODUKT: 1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (punkty serwisowe); liczba stworzonych lokalnych miejsc serwisowych dla rowerów. REZULTAT: 1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury; punktów serwisowych; liczba korzystających z lokalnych miejsc serwisowych dla rowerzystów. ODDZIAŁYWANIE: oceny z ewaluacji użytkowników.
	3.3.3. Badanie potrzeb i oczekiwań turystów	DZIAŁANIA: 1. Przygotowanie projektu badań 2. Zgromadzenie informacji i jej analiza 3. Opracowanie raportu z badań wraz z rekomendacjami PRODUKT: 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci szlaków kulturowych, w tym Kanału Elbląskiego; liczba przeprowadzonych ankiet badawczych potrzeb i oczekiwań turystów. REZULTAT: 1.2.5. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; zwiększające się natężenie ruchu turystycznego - liczba odwiedzających.
	3.3.4. Organizacja warsztatów oraz stworzenie kalendarza tego typu imprez	DZIAŁANIA: 1. Opracowanie scenariusza warsztatów i stworzenie kalendarza warsztatów 2. Pozyskanie zespołu instruktorów i rekrutacja uczestników warsztatów 3. Organizacja warsztatów i pomiar satysfakcji PRODUKT: 1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.2.4. Liczba rozwiniętych sieci Smart Village; 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci szlaków kulturowych, w tym Kanału Elbląskiego; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; coroczne stworzenie kalendarza imprez i warsztatów; liczba zorganizowanych warsztatów. REZULTAT: 1.2.2., 1.2.4., 1.2.5. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba osób korzystających z kalendarza imprez; liczba uczestników warsztatów.

4.3. LISTA PROJEKTÓW - SZACOWANE KOSZTY REALIZACJI I MOŻLIWE ŹRÓDŁA FINANSOWANIA

W poniższej tabeli zestawiono szacunkowe kwoty finansowych na zadania realizowane w ramach realizacji poszczególnych celów ogólnych.

Tabela 3. Koszty i źródła finansowania projektów

Lista projektów	Szacowane koszty realizacji	Źródła finansowania
CEL 1: PROMOCJA TERYTORIUM (GMINY) JAKO MIEJSCA ATRAKCYJNEGO DLA MIESZKAŃCÓW I TURYSTÓW		
Cel 1.1. Stworzenie koncepcji zintegrowanej komunikacji marketingowej		
1.1.1. Stworzenie aplikacji multimedialnej promującej ofertę produktów lokalnych, ofertę noclegową i atrakcyjność miejscowości	80 000 zł	1. 1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD PL (Sieć wytwórców PL 2024); 7* PG (KŚO - KULTURA 2026); 8* PwP (sieć SV 2024, sieć PL 2027) 2. Netto - Sąsiedzka moc 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 4. Fundacja LOTTO „Sportowo Kulturalnie Lokalnie” 5. Fundusz Sołecki
1.1.2. Prowadzenie bieżącego monitoringu potrzeb i oczekiwań interesariuszy	1 000 zł (raz w roku)	1. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 3. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 4. Netto - Sąsiedzka moc 5. Fundusz Sołecki
1.1.3. Budowa platformy komunikacyjnej (mobilnej i tradycyjnej)	200 000 zł	1. 1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD PL (Sieć wytwórców produktów lokalnych 2024); 8* PwP (Sieć SV 2024, Sieć wytwórców produktów lokalnych 2027) 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Ministerstwo Cyfryzacji - Cyfrowe Kluby Seniora 4. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 5. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 6. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 7. Netto - Sąsiedzka moc
1.1.4. Organizacja szkoleń z zakresu wykorzystania technologii cyfrowej	10 000 zł (2 szkolenia)	1. 1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD PL (Sieć wytwórców produktów lokalnych 2024); 7* PG (KŚO - KULTURA 2026); 8* PwP (Sieć SV 2024, Sieć wytwórców produktów lokalnych 2027) 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja PZU z Kulturą 8. Fundusz Sołecki
1.2. Zbudowanie lokalnej (ych) marki (ek) żywności tradycyjnej		
1.2.1. Organizacja imprez lokalnych (festyny, targi, eventy)	100 000 ⁹ zł	1. 1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD (Sieć PL 2024), 7* PG (KŚO - KULTURA 2026); 8* PwP (Sieć EM 2024, Sieć SV 2024); 9* RPP (Sieć Szlak KKE - marka 2025); 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Fundusz Sołecki 4. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 5. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 6. Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje 7. Netto - Sąsiedzka moc 8. Fundacja PZU z Kulturą

⁹ 24 targi (raz w tygodniu w sezonie) = 24 tys. zł, 2 eventy po 10 tys. = 20 tys. zł, 4 festyny po 10 tys. = 40 000 zł.

Lista projektów	Szacowane koszty realizacji	Źródła finansowania
1.2.2. Stworzenie książki identyfikacji wizualnej marek	4 000 zł (za markę)	1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD (Sieć PL 2024); 9* RPP (sieć szlaków kulturowych - marka 2025) - Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich. - Fundusz Sołecki - Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie - Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek - Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie - Netto - Sąsiedzka moc
1.3. Zbudowanie pozytywnego wizerunku systemu dystrybucji produktów lokalnych		
1.3.1. Zaprojektowanie i wydrukowanie katalogów, broszur, ulotek itp.	2 000 zł	1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD PL (produkt lokalny) KŚO (AKADEMIA LIDERA 2024), 7* PG (KŚO - KULTURA 2026) - Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie - Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich
1.3.2. Stworzenie kalendarza imprez, który zintegruje ofertę lokalną z regionalną	500 zł	1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD PL (Sieć produkt lokalny; KŚO (AKADEMIA LIDERA 2024), 7* PG (KŚO - KULTURA 2026) - Fundusz Sołecki - Środki własne
1.3.3. Organizacja miejsca wystawowego i sprzedażowego produktów lokalnych	20 000 zł	1* PS WPR 2023-2027: 5* OK (MIP 2024, 2025, 2026) - Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich - Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie - Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek - Instytut teatralny im. Z. Raszewskiego - PROGRAM OFF POLSKA - Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje - Netto - Sąsiedzka moc - Fundacja PZU z Kulturą - Fundusz Sołecki
CEL 2: PODNIESIENIE POZIOMU ŻYCIA MIESZKAŃCÓW		
2.1. Powstrzymanie odpływu młodych i kompetentnych, kreatywnych osób		
2.1.1. Włączenie się w działania związane z modyfikacją oferty publicznej	500 zł	1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD PL (Sieć produkt lokalny 2024; KŚO - AKADEMIA LIDERA 2024); 7* PG (KŚO - KULTURA 2026) - Fundusz Sołecki - Środki własne
2.1.2. Propagowanie konieczności zmian i mobilizacja społeczności lokalnej	500 zł	1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD PL (Sieć produkt lokalny 2024; KŚO - AKADEMIA LIDERA 2024); 7* PG (KŚO - KULTURA 2026) - Fundusz Sołecki - Środki własne
2.2. Zwiększenie poziomu integracji seniorów		
2.2.1. Organizowanie spotkań dla seniorów	20 000 zł (4 spotkania)	1* PS WPR 2023-2027: 7* PG (KŚO - KULTURA 2026) - Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich - Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie - Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek - Instytut teatralny im. Z. Raszewskiego - PROGRAM OFF POLSKA - Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje - Netto - Sąsiedzka moc - Fundacja PZU z Kulturą - Fundusz Sołecki
2.3. Poprawa jakości i dostępności w zakresie infrastruktury publicznej (Internet, komunikacja, sanitariaty, miejsca publiczne)		
2.3.1. Pozyskiwanie funduszy zewnętrznych na	-	1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD PL (Sieć produkt lokalny; KŚO - AKADEMIA LIDERA 2024); 7* PG (KŚO - KULTURA 2026) - Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich

Lista projektów	Szacowane koszty realizacji	Źródła finansowania
programy modyfikujące ofertę publiczną		3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Instytut teatralny im. Z. Raszewskiego - PROGRAM OFF POLSKA 6. Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje 7. Netto - Sąsiedzka moc 8. Fundacja PZU z Kulturą 9. Fundusz Sotecki
2.3.2. Rozszerzenie oferty transportu publicznego, co spowoduje większą mobilność mieszkańców		1. FE WiM 2. Samorządowe i rządowe środki budżetowe
2.3.3. Przeprowadzenie szkoleń dla seniorów w zakresie elektronicznej komunikacji oraz podstawowych e-usług	20 000 zł (4 szkolenia)	1. 1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD PL (Sieć produkt lokalny 2024, KŚO - AKADEMIA LIDERA 2024); 7* PG (KŚO - KULTURA 2026) 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 4. Fundusz Sotecki
2.3.4. Stworzenie systemu monitoringu jakości powietrza oraz sukcesywnego pomiaru jakości wody	100 000 zł	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK (MIP 2024, 2025, 2026) 2. Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska - Program Moja Woda 3. Fundacja Banku Ochrony Środowiska - Zielona Ławeczka 4. Fundacja Orlen 5. Samorządowe i rządowe środki budżetowe
2.3.5. Wdrożenie inteligentnego oświetlenia, Internetu rzeczy (IoT)	50 000 zł	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK (MIP 2024, 2025, 2026) 2. Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska - Program Moja Woda 3. Fundacja Banku Ochrony Środowiska - Zielona Ławeczka 4. Fundacja Orlen 5. Samorządowe i rządowe środki budżetowe
CEL 3: WZROST POZIOMU ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ GMINY		
3.1. Zwiększenie poziomu jakości oferty noclegowej oraz gastronomicznej		
3.1.1. Modernizacja i rozbudowa pól biwakowych oraz miejsc postoju kamperów wraz z infrastrukturą towarzyszącą	500 000 zł	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK (MIP 2024, 2025, 2026) 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Fundusz Sotecki 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Gmina Miłomłyn
3.1.2. Stworzenie mapy punktów noclegowych i gastronomicznych	5 000 zł	1. 1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD KŚO - ZEGLUGA 2025 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 3. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 4. Gmina Miłomłyn
3.1.3. Badanie potrzeb i oczekiwań turystów	20 000 zł	1. 1* PS WPR 2023-2027: 9* RPP (Szlak KKE - marka 2025) 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich. 3. Fundusz Sotecki 4. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 5. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 6. Netto - Sąsiedzka moc
3.1.4. Pozyskanie środków na budowę infrastruktury turystycznej	800 000 zł	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK (MIP 2024, 2025, 2026) 2. FE WiM PS 2,3,4 3. Netto - Sąsiedzka moc 4. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 5. Fundacja LOTTO „Sportowo Kulturalnie Lokalnie”
3.2. Promocja turystyczna gminy		
3.2.1. Monitoring online miejsc	25 000 zł (5 punktów)	1* PS WPR 2023-2027: 5* OK (MIP 2024, 2025, 2026) 2. Netto - Sąsiedzka moc

Lista projektów	Szacowane koszty realizacji	Źródła finansowania
turystycznych; kamery nad kanałem, śluzami, pochylniami		3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 4. Fundacja LOTTO „Sportowo Kulturalnie Lokalnie”
3.2.2. Stworzenie aplikacji mobilnej i materiałów promocyjnych w wersji drukowanej	80 000 zł	1. 1* PS WPR 2023-2027: 8* PwP (Sieć SV 2024) 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 3. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 4. Gmina Miłomłyn
3.3. Budowa oferty turystycznej - np. ścieżki rowerowe		
3.3.1. Organizacja corocznych imprez - np. noc spadających gwiazd, zlot kamperów	10 000 zł na wydarzenie	1. 1* PS WPR 2023-2027: 8* PwP (sieć SV 2024); 9* RPP (Sieć Szlak KKE - marka 2025) 2. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 3. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 4. Gmina Miłomłyn
3.3.2. Stworzenie lokalnych serwisów rowerowych z przeznaczaniem dla osób korzystających ze ścieżek rowerowych	10 000 zł za sztukę (minimum 4)	1. 1* PS WPR 2023-2027: 5* OK (MIP - 2024, 2025, 2026) 2. Netto - Sąsiedzka moc 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 4. Fundacja LOTTO „Sportowo Kulturalnie Lokalnie”
3.3.3. Badanie potrzeb i oczekiwań turystów	16 000 zł (2 razy w roku)	1. 1* PS WPR 2023-2027: 9* RPP (Szlak KKE - marka 2025) 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Netto - Sąsiedzka moc 6. Fundusz Soleccki
3.3.4. Organizacja warsztatów oraz stworzenie kalendarza tego typu imprez	20 000 zł (4 warsztaty)	1. 1* PS WPR 2023-2027: 6* OW LGD PL (Sieć produkt lokalny 2024; KŚO - AKADEMIA LIDERA 2024); 7* PG (KŚO - KULTURA 2026); 8* PwP (Sieć EM 2024, Sieć SV 2024); 9* RPP (Sieć Szlak KKE - marka 2025) 2. Narodowy Instytut Wolności - Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 3. Otwarte konkursy na realizację zadań publicznych - gminne, powiatowe, wojewódzkie 4. Fundacja Wspólnota Pokoleń - Złoty Wiek 5. Narodowe Centrum Kultury - Kultura - Interwencje 6. Netto - Sąsiedzka moc 7. Fundacja PZU z Kulturą 8. Fundusz Soleccki
RAZEM	2 094 500	

Źródło: opracowanie własne

(*) zadanie współfinansowane przez gminę

- 1* - PS WPR - Plan Strategiczny dla Wspólnej Polityki Rolnej na lata 2023-2027 (PS WPR 2023-2027)
- 2* - Fundusze Europejskie dla Warmii i Mazur 2023-2027 w ramach PROJEKTÓW STRATEGICZNYCH Strategii Rozwoju Krainy Kanatu Elbląskiego na lata 2023-2030 (FE WIM PS 1,2,3,4,);
- 3* - Fundusze Europejskie dla Warmii i Mazur 2023-2027 w ramach OŚRODKA WSPIERANIA EKONOMII SPOŁECZNEJ na lata 2023-2030 (FE WIM OWES); Strategii Rozwoju Krainy Kanatu Elbląskiego, Projekt Strategiczny Canal Velo (FEWIM PS CV);
- 4* - LSR OW KE - Lokalna Strategia Rozwoju Obszarów Wiejskich Kanatu Elbląskiego 2023-2029;
- 5* - OK - OPERACJA KLASYCZNA w ramach LSR OW KE 2023-2029 (OK PDG - podejmowanie działalności gospodarczej 2024, 2025, 2026; OK RDG - rozwijanie działalności gospodarczej 2024, 2025, 2026; OK MIP - mała infrastruktura publiczna 2024, 2025, 2026);
- 6* - OW LGD - OPERACJA WŁASNA LGD w ramach LSR OW KE 2023-2029 (OW KE LGD PL - sieć wytwórców produktów lokalnych 2024, OW KE LGD KŚO - kształtowanie świadomości obywatelskiej ŻEGLUGA 2025, OW KE LGD KŚO - AKADEMIA LIDERA 2024, OW KE LGD SzKKE - ROWER - sieć Szlak Kulturowy KE 2026);
- 7* - PG - PROJEKT GRANTOWY w ramach LSR OW KE 2023-2029 (PG - PPP przygotowanie projektu partnerskiego SzKKE 2024 Szwecja), WT KKE 2025, Koncepcje SV 2025; kształtowanie świadomości obywatelskiej KULTURA 2026, ŚRODOWISKO 2027, MŁODZIEŻ 2028);
- 8* - PwP - PROJEKT w PARTNERSTWIE w ramach LSR OW KE 2023-2029 (PwP EM - sieć Ekomuzeum KKE 2024; PwP SV - sieć SV 2024, PwP PL - sieć wytwórców produktów lokalnych 2027);
- 9* - RPP - REGIONALNY PROJEKT PARTNERSKI w ramach w ramach LSR OW KE 2023-2029 (sieć szlaków kulturowych - marka, 2025);
- 10* - MPP - Międzynarodowy projekt Partnerski w ramach LSR OW KE 2023-2029 (MPP - WT KKE 2026)

4.4. HARMONOGRAM REALIZACJI ZADAŃ

Cel/Zadania	Okres realizacji											
	2024			2025			2026			2027		
	I pótr.	II pótr.	I pótr.	I pótr.	II pótr.	I pótr.	I pótr.	II pótr.	I pótr.	I pótr.	II pótr.	II pótr.
CEL 1: PROMOCJA TERYTORIUM (GMINY) JAKO MIEJSCA ATRAKCYJNEGO DLA MIESZKAŃCÓW I TURYSTÓW												
1.1. STWORZENIE KONCEPCJI ZINTEGROWANEJ KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ												
1.1.1. Stworzenie aplikacji multimedialnej promującej ofertę produktów lokalnych, ofertę noclegową i atrakcyjność miejscowości		X						X				
1.1.2. Prowadzenie bieżącego monitoringu potrzeb i oczekiwań interesariuszy	X		X				X		X			X
1.1.3. Budowa platformy komunikacyjnej (mobilnej i tradycyjnej)		XX								X		
1.1.4. Organizacja szkoleń z zakresu wykorzystania technologii cyfrowej		XX		X			X		X			
1.2. ZBUDOWANIE LOKALNEJ (YCH) MARKI (EK) ŻYWNOSCI TRADYCYJNEJ												
1.2.1. Organizacja imprez lokalnych (festyny, targi, eventy)		XXX		X		X		X		X		X
1.2.2. Stworzenie księgi identyfikacji wizualnej marek		X		X		X		X				
1.3. ZBUDOWANIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU SYSTEMU DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW LOKALNYCH												
1.3.1. Zaprojektowanie i wydrukowanie katalogów, broszur, ulotek itp.		X						X				
1.3.2. Stworzenie kalendarza imprez, który zintegruje ofertę lokalną z regionalną		XX				X						
1.3.3. Organizacja miejsca wystawowego i sprzedażowego produktów lokalnych		X			X			X				
CEL 2: PODNIĘSIENIE POZIOMU ŻYCIA MIESZKAŃCÓW												
2.1. POWSTRZYMANIE ODPLYWU MŁODYCH I KOMPETENTNYCH, KREATYWNYCH OSÓB												
2.1.1. Włączenie się w działania związane z modyfikacją oferty publicznej		XX						X				
2.1.2. Propagowanie konieczności zmian i mobilizacja społeczności lokalnej		XX						X				
2.2. ZWIĘKSZENIE POZIOMU INTEGRACJI SENIORÓW												
2.2.1. Organizowanie spotkań dla seniorów								X				
2.3. POPRAWA JAKOŚCI I DOSTĘPNOŚCI W ZAKRESIE INFRASTRUKTURY PUBLICZNEJ												

Cel/Zadania	Okres realizacji									
	2024		2025		2026		2027		2028	
	I półr.	II półr.	I półr.	II półr.	I półr.	II półr.	I półr.	II półr.	I półr.	II półr.
2.3.1. Pozyskiwanie funduszy zewnętrznych na programy modyfikujące ofertę publiczną		XX				X				
2.3.2. Rozszerzenie oferty transportu publicznego, co spowoduje większą mobilność mieszkańców			X							
2.3.3. Przeprowadzenie szkoleń dla seniorów w zakresie elektronicznej komunikacji oraz podstawowych e-usług		XX				X				
2.3.4. Stworzenie systemu monitoringu jakości powietrza oraz sukcesywnego pomiaru jakości wody		X		X		X				
2.3.5. Wdrożenie inteligentnego oświetlenia, Internetu rzeczy		X		X		X				
CEL 3: WZROST POZIOMU ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ GMINY										
3.1. ZWIĘKSZENIE POZIOMU JAKOŚCI OFERTY NOCLEGOWEJ ORAZ GASTRONOMICZNEJ										
3.1.1. Modernizacja i rozbudowa pól biwakowych oraz miejsc postoju kamperów wraz z infrastrukturą towarzyszącą		X		X		X				
3.1.2. Stworzenie mapy punktów noclegowych i gastronomicznych				X						
3.1.3. Badanie potrzeb i oczekiwań turystów				X						
3.1.4. Pozyskanie środków na budowę infrastruktury turystycznej		X								
3.2. PROMOCJA TURYSTYCZNA GMINY										
3.2.1. Monitoring online miejsc turystycznych; kamery nad kanałem, służami, pochylkami		X		X		X				
3.2.2. Stworzenie aplikacji mobilnej i materiałów promocyjnych w wersji drukowanej		X		X		X				
3.3. BUDOWA OFERTY TURYSTYCZNEJ										
3.3.1. Organizacja corocznych imprez - np. noc spadających gwiazd, zlot kamperów		X		X						
3.3.2. Stworzenie lokalnych serwisów rowerowych z przeznaczeniem dla osób korzystających ze ścieżek rowerowych		X		X		X				
3.3.3. Badanie potrzeb i oczekiwań turystów				X						
3.3.4. Organizacja warsztatów oraz stworzenie kalendarza tego typu imprez		XXX		X						

4.5. PLAN WŁĄCZENIA SPOŁECZNOŚCI W REALIZACJĘ OPRACOWANEJ KONCEPCJI

Wdrażanie koncepcji Smart Village powinno mieć charakter oddolny. Skuteczność realizacji poszczególnych zadań zależy zatem od inicjatywy i zaangażowania mieszkańców, a także współpracy z podmiotami i instytucjami publicznymi. Do kluczowych interesariuszy i partnerów mieszkańcy zaliczyli:

- władze gminne i powiatowe,
- Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego,
- rada sołecka,
- Lokalna Grupa Działania,
- drużyny harcerskie,
- szkoła i biblioteka,
- Gminny Ośrodek Kultury
- mieszkańcy,
- lokalne stowarzyszenia,
- kościół,
- Nadleśnictwo Miłomłyn,
- Związek Gmin i Powiatów Kanału Elbląskiego i Pojezierza Iławskiego,
- instytucje świadczące usługi promocyjno-komunikacyjne
- stowarzyszenia turystyczne,
- banki i instytucje finansowe,
- przedsiębiorcy, dostawcy produktów regionalnych,
- turyści,
- media lokalne i regionalne (radio, parys, TV)

Mieszkańcy zostaną włączeni w realizację zadań poprzez: konsultacje społeczne, współpracę przy tworzeniu koncepcji urządzenia miejsca, gromadzenie informacji, materiałów historycznych, przygotowanie oferty warsztatów i planu ich realizacji. Partycypacja mieszkańców będzie się przejawiać w udziale osób zainteresowanych tworzeniem turystycznej oferty miejscowości oraz udziałem mieszkańców, w tym w szczególności ludzi młodych, w działaniach związanych z realizacją poszczególnych zadań realizujących cele szczegółowe.

Tabela 4. Uczestnicy procesu realizacji celów, zadań i działań

Zadania	Uczestnicy/Adresaci
CEL 1: PROMOCJA TERYTORIUM (GMINY) JAKO MIEJSCA ATRAKCYJNEGO DLA MIESZKAŃCÓW I TURYSTÓW	
1.1. STWORZENIE KONCEPCJI ZINTEGROWANEJ KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ	
1.1.1. Stworzenie aplikacji multimedialnej promującej ofertę produktów lokalnych, ofertę noclegową i atrakcyjność miejscowości	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, programiści, KE LGD, Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury, lokalne stowarzyszenia, Związek Gmin i Powiatów Kanału Elbląskiego i Pojezierza Iławskiego
1.1.2. Prowadzenie bieżącego monitoringu potrzeb i oczekiwań interesariuszy	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, programiści, KE LGD, M-GOK, lokalne stowarzyszenia, Związek Gmin i Powiatów Kanału Elbląskiego i Pojezierza Iławskiego, agencje badań rynkowych
1.1.3. Budowa platformy komunikacyjnej (mobilnej i tradycyjnej)	Mieszkańcy, agencje reklamowe, KE LGD, lokalne stowarzyszenia, M-GOK, przedsiębiorcy, dostawcy produktów regionalnych
1.1.4. Organizacja szkoleń z zakresu wykorzystania technologii cyfrowej	Mieszkańcy, firmy szkoleniowe, KE GD
1.2. ZBUDOWANIE LOKALNEJ (YCH) MARKI (EK) ŻYWNOŚCI TRADYCYJNEJ	
1.2.1. Organizacja imprez lokalnych (festyny, targi, eventy)	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KE LGD, M-GOK, lokalne stowarzyszenia, Związek Gmin i Powiatów Kanału Elbląskiego i Pojezierza Iławskiego, agencje reklamowe
1.2.2. Stworzenie książki identyfikacji wizualnej marek	Liderzy lokalni, KE LGD, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne
1.3. ZBUDOWANIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU SYSTEMU DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW LOKALNYCH	
1.3.1. Zaprojektowanie i wydrukowanie katalogów, broszur, ulotek itp.	Urząd Miasta i Gminy, mieszkańcy, Rada Sołecka, Związek Gmin i Powiatów Kanału Elbląskiego i Pojezierza Iławskiego, KE LGD, agencje reklamowe, turyści, media lokalne i regionalne
1.3.2. Stworzenie kalendarza imprez, który integruje ofertę lokalną z regionalną	Lokalni działacze, lokalni producenci i rzemieślnicy, sprzedawcy, KE LGD, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne, Urząd Miasta i Gminy i Rada Sołecka, drużyny harcerskie
1.3.3. Organizacja miejsca wystawowego i sprzedażowego produktów lokalnych	Producenci lokalni, mieszkańcy, lokalne stowarzyszenia, Nadleśnictwo Miłomłyn, stowarzyszenia turystyczne, turyści, KE LGD, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne

Zadania	Uczestnicy/Adresaci
CEL 2: PODNIESIENIE POZIOMU ŻYCIA MIESZKAŃCÓW	
2.1. POWSTRZYMANIE ODPLYWU MŁODYCH I KOMPETENTNYCH, KREATYWNYCH OSÓB	
2.1.1. Włączenie się w działania związane z modyfikacją oferty publicznej	Mieszkańcy, lokalne stowarzyszenia, KE LGD
2.1.2. Propagowanie konieczności zmian i mobilizacja społeczności lokalnej	Mieszkańcy, lokalne stowarzyszenia, KE LGD, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne, Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury, szkoła, biblioteka
2.2. ZWIĘKSZENIE POZIOMU INTEGRACJI SENIORÓW	
2.2.1. Organizowanie spotkań dla seniorów	Mieszkańcy, instruktorzy, liderzy lokalni, wolontariusze, kościół, przedsiębiorcy i dostawcy produktów regionalnych
2.3. POPRAWA JAKOŚCI I DOSTĘPNOŚCI W ZAKRESIE INFRASTRUKTURY PUBLICZNEJ	
2.3.1. Pozyskiwanie funduszy zewnętrznych na programy modyfikujące ofertę publiczną	Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego, władze gminne, rada sołectwa, banki i instytucje finansowe, Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury, szkoła i biblioteka
2.3.2. Rozszerzenie oferty transportu publicznego, co spowoduje większą mobilność mieszkańców	Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego, władze gminne, rada sołectwa, KE LGD, mieszkańcy
2.3.3. Przeprowadzenie szkoleń dla seniorów w zakresie elektronicznej komunikacji oraz podstawowych e-usług	Mieszkańcy, KE LGD, lokalne stowarzyszenia, Urząd Miasta i Gminy, kościół, media lokalne i regionalne, firmy szkoleniowe
2.3.4. Stworzenie systemu monitoringu jakości powietrza oraz sukcesywnego pomiaru jakości wody	Mieszkańcy, KE LGD, rada sołectwa, Urząd Miasta i Gminy, oferenci systemów monitoringowej
2.3.5. Wdrożenie inteligentnego oświetlenia, Internetu rzeczy	Mieszkańcy, KE LGD, rada sołectwa, Urząd Miasta i Gminy, oferenci systemów smart
CEL 3: WZROST POZIOMU ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ GMINY	
3.1. ZWIĘKSZENIE POZIOMU JAKOŚCI OFERTY NOCLEGOWEJ ORAZ GASTRONOMICZNEJ	
3.1.1. Modernizacja i rozbudowa pól biwakowych oraz miejsc postoju kamperów wraz z infrastrukturą towarzyszącą	Mieszkańcy, Urząd Miasta i Gminy, firmy budowlane, projektanci, KE LGD, Związek Gmin i Powiatów Kanalu Elbląskiego i Pojezierza Iławskiego, przedsiębiorcy turystyczni
3.1.2. Stworzenie mapy punktów noclegowych i gastronomicznych	Mieszkańcy, KE LGD, lokalne stowarzyszenia, Urząd Miasta i Gminy, kościół, media lokalne i regionalne, agencje reklamowe i programiści
3.1.3. Badanie potrzeb i oczekiwań turystów	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, programiści, KE LGD, M-GOK, lokalne stowarzyszenia, Związek Gmin i Powiatów Kanalu Elbląskiego i Pojezierza Iławskiego, agencje badań rynkowych
3.1.4. Pozyskanie środków na budowę infrastruktury turystycznej	Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego, władze gminne, rada sołectwa, banki i instytucje finansowe, M-GOK
3.2. PROMOCJA TURYSTYCZNA GMINY	
3.2.1. Monitoring online miejsc turystycznych; kamery nad kanałem, śluzami, pochylniami	Mieszkańcy, KE LGD, rada sołectwa, urząd gminy, oferenci systemów monitoringowej
3.2.2. Stworzenie aplikacji mobilnej i materiałów promocyjnych w wersji drukowanej	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, programiści, LGD, M-GOK, lokalne stowarzyszenia, Związek Gmin i Powiatów Kanalu Elbląskiego i Pojezierza Iławskiego, agencje reklamowe
3.3. BUDOWA OFERTY TURYSTYCZNEJ	
3.3.1. Organizacja corocznych imprez - np. noc spadających gwiazd, zlot kamperów	Mieszkańcy, KE LGD, lokalne stowarzyszenia, Urząd Miasta i Gminy, media lokalne i regionalne, agencje reklamowe i programiści
3.3.2. Stworzenie lokalnych serwisów rowerowych z przeznaczeniem dla osób korzystających ze ścieżek rowerowych	Mieszkańcy, KE LGD, lokalne stowarzyszenia, Urząd Miasta i Gminy, lokalni przedsiębiorcy
3.3.3. Badanie potrzeb i oczekiwań turystów	Mieszkańcy, KE LGD, lokalne stowarzyszenia, Urząd Miasta i Gminy (IT), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, przewoźnicy na Kanale Elbląskim, gestorzy bazy turystyczno-gastronomicznej
3.3.4. Organizacja warsztatów oraz stworzenie kalendarza tego typu imprez	Mieszkańcy, KE LGD, lokalne stowarzyszenia, Urząd Miasta i Gminy (IT), KE LGD, M-GOK

5. PRZEWIDZIANE KORZYŚCI DLA LOKALNEJ SPOŁECZNOŚCI

Proponowane zadania nawiązują do definicji inteligentnych wsi, zgodnie z którą są to obszary i społeczności wiejskie, które wykorzystują swoje obecne mocne strony oraz pojawiające się szanse, w których tradycyjne oraz nowe sieci i usługi są udoskonalane za pomocą technologii cyfrowych, telekomunikacyjnych, innowacji oraz lepszego wykorzystania wiedzy.

Działania i zadania realizowane w ramach koncepcji Smart Village ukierunkowane powinny być na realizację misji i wizji, a szczególności:

- poprawę jakości życia mieszkańców,
- stworzenie klimatu sprzyjającego rozwojowi przedsiębiorczości mieszkańców,
- poprawę atrakcyjności turystycznej Miłomłyna i Bagieńska,
- zwiększenie poziomu integracji społecznej, w tym integracji między pokoleniowej,
- aktywizację społeczności lokalnej w zakresie angażowania się w codzienne życie miejscowości,
- dbanie o zrównoważony rozwój miejscowości.

BIBLIOGRAFIA

Diamenty Krainy Kanału Elbląskiego OBIEKTY PRZYJAZNE ROWERZYSTOM,

<https://krainakanaluelblaskiego.com.pl/pl/p/Diamenty-Krainy-Kanału-Elblaskiego-OPR/68>.

Encyklopedia Warmii i Mazur: <http://encyklopedia.warmia.mazury.pl/index.php/Mi%C5%82om%C5%82yn>

http://encyklopedia.warmia.mazury.pl/images/b/ba/Herb_gminy_Mi%C5%82om%C5%82yn.png

Figiel S., Kozłowski W., Pilarski S. 2001. *Marketing w agrobiznesie*. Tom I: *Marketing towarów rolnych*, Wydawnictwo UWM w Olsztynie

Główny Urząd Statystyczny, <https://stat.gov.pl/podstawowe-dane/>

<https://pracowakacje.pl/>

Kozłowski J., Michalak J., Brodziński Z. 2018. *Zintegrowane narzędzia stymulowania lokalnego rozwoju: Strategia rozwoju i strategia marki Gminy Wydmyny (draft)*.

Kozłowski W., Suwara K. 2022. *Między teraźniejszością a przyszłością. Strategia rozwoju miasta w świetle koncepcji Smart City*. Instytut Badań Gospodarczych, Olsztyn.

Miłomłyn Urząd Miasta i Gminy - *Informacje ogólne - Dlaczego warto tu zainwestować - Invest in Miłomłyn - Urząd Miasta i Gminy Miłomłyn (miłomlyn.pl)*

https://www.milomlyn.pl/asp/pl_start.asp?typ=13&submenu=19&menu=19&strona=1&ref=1&schemat=

https://www.milomlyn.pl/asp/pl_start.asp?typ=14&menu=392&strona=1&sub=95&subsub=166

Miłomłyn Urząd Miasta i Gminy

https://www.milomlyn.pl/asp/pl_start.asp?typ=14&menu=347&strona=1&sub=95&subsub=166

NGO:

<https://rejestr.io/krs/917420/fundacja-lisie-bagno>

Polska w liczbach

https://www.polskawliczbach.pl/gmina_Milomlyn; <https://www.polskawliczbach.pl/Milomlyn>

Rowerem po Krainie Kanału Elbląskiego. Przewodnik po szlakach rowerowych, Elbląg 2021. Urząd Miasta i Gminy Miłomłyn:

https://www.milomlyn.pl/asp/pl_start.asp?typ=13&submenu=19&menu=19&strona=1&ref=1&schemat=

Skurzyński P. 2004. *Warmia, Mazury, Suwalszczyzna*, Wyd. Sport i Turystyka - Muza S.A. Warszawa.

Wikipedia [https://pl.wikipedia.org/wiki/Mi%C5%82om%C5%82yn#/media/Plik:Mi%C5%82om%C5%82yn_-_ko%C5%9Bci%C3%B3%C5%82_pw._%C5%9Bw._Bart%C5%82omieja_\(XIX_w.\)-panoramio.jpg](https://pl.wikipedia.org/wiki/Mi%C5%82om%C5%82yn#/media/Plik:Mi%C5%82om%C5%82yn_-_ko%C5%9Bci%C3%B3%C5%82_pw._%C5%9Bw._Bart%C5%82omieja_(XIX_w.)-panoramio.jpg)

[https://pl.wikipedia.org/wiki/Mi%C5%82om%C5%82yn#/media/Plik:Mi%C5%82om%C5%82yn_-_wie%C5%BCa_dzwonnicza_\(1280_r.\)-panoramio.jpg](https://pl.wikipedia.org/wiki/Mi%C5%82om%C5%82yn#/media/Plik:Mi%C5%82om%C5%82yn_-_wie%C5%BCa_dzwonnicza_(1280_r.)-panoramio.jpg)

PARTNERZY KONCEPCJI SMART VILLAGE - SYGNATARIUSZE LISTU INTENCYJNEGO

**PARTNERZY KONCEPCJI SMART VILLAGE - SYGNATARIUSZE LISTU INTENCYJNEGO w sprawie
zawiązania PARTNERSTWA na rzecz WDRAŻANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE (INTELIGENTNEJ
WSI) Bagieńsko, Miłomłyn, GMINA MIŁOMŁYN:**

1. Gmina Miłomłyn
2. Rada Sołecka Bagieńsko
3. Fundacja Lisie Bagno
4. MVNO-GSM.PL Rozwiązania innowacyjne Jacek Krajza

Koncepcja Smart Village Bagieńsko, Miłomłyn została przyjęta uchwałami Zebrań Wiejskich:

1. Sołectwa Bagieńsko - UCHWAŁA NR 4/2024 z dnia 17 listopada 2024 roku w sprawie przyjęcia KONCEPCJI SMART VILLAGE (INTELIGENTNEJ WSI) Bagieńsko, Miłomłyn
2. Radę Miasta i Gminy Miłomłyn - UCHWAŁA NR VIII/83/2024 z dnia 18 grudnia 2024 roku w sprawie przyjęcia KONCEPCJI SMART VILLAGE (INTELIGENTNEJ WSI) Bagieńsko, Miłomłyn
3. Stowarzyszenie Na Rzecz Przyszłości Miłomłyna
4. MVNO-GSM.PL Rozwiązania innowacyjne Jacek Krajza

PODPISY PARTNERÓW KONCEPCJI SMART VILLAGE BAGIEŃSKO I MIŁOMŁYN

1. Gmina Miłomłyn
2. Rada Sołecka Bagieńsko
3. Stowarzyszenie Na Rzecz Przyszłości Miłomłyna
4. MVNO-GSM.PL Rozwiązania innowacyjne Jacek Krajza
(podpisy PARTNERÓW KONCEPCJI SMART VILLAGE)

.....
(podpisy grantobiorcy)

Bagieńsko, 27 października 2023 roku

Załącznik NR 1. ZADANIA KONCEPCJI SMART VILLAGE (INTELEKTUJĄCYCH WSI) BAGIEŃSKO I MIŁOMŁYN

Lp.	CELE i ZADANIA	Wskaźniki produktu			Wskaźniki rezultatu			Budżet		Odpowiedzialny partner	Termin realizacji	Źródło finansowania
		Nazwa	Liczba	Miano	Nazwa	Liczba	Miano	PLN				
CEL 1.	PROMOCJA TERYTORIUM (GMINY) JAKO MIEJSCA ATRAKCYJNEGO DLA MIESZKAŃCÓW I TURYSTÓW											
1.1.	STWORZENIE KONCEPCJI ZINTEGROWANEJ KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ											
1.1.1.	STWORZENIE APLIKACJI MULTIMEDIALNEJ PROMUJĄCEJ OFERTĘ PRODUKTÓW LOKALNYCH, OFERTĘ NOCLEGOWĄ I ATRAKCYJNOŚĆ MIEJSCOWOŚCI	1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.2.3. Liczba rozwiniętych sieci EMi KKE 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych z zakresu cyfryzacji; liczba osób, które pobrały aplikację i je pobrały	2	sieci	1.2.2., 1.2.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń z zakresu cyfryzacji ¹⁰ ; liczba interakcji mobilnych.	2	sieci	80 000	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, programiści, KE LGD, Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury, lokalne stowarzyszenia, Związek Gmin i Powiatów Kanału Elbińskiego i Pojezierza Iławskiego	2024, 2024, 2026, 2027	6* OW LGD PL KKE; 7* PG KŚO kultura; 8* PwP EM, SV, PL;	
1.1.2.	PROWADZENIE BIEŻĄCEGO MONITORINGU POTRZEB I OCZEKIWAŃ INTERESARZYSZY	Sukcesywny (coroczny) pomiar satysfakcji oferentów jak i mieszkańców oraz turystów.	1	ankieta	Liczba przeprowadzonych wykładów z interesariuszami.	40	badan	1 000	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, programiści, KE LGD, M-GOK, lokalne stowarzyszenia, Związek Gmin i Powiatów Kanału Elbińskiego i Pojezierza Iławskiego, agencje badan rynkowych	2024-2029	Inne źródła	
1.1.3.	BUDOWA PLATFORMY KOMUNIKACYJNEJ (MOBILNEJ I TRADYCYJNEJ)	1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.2.4. Liczba rozwiniętych sieci SV; 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych z zakresu cyfryzacji; zbudowana platforma komunikacyjna.	2	sieci	1.2.2., 1.2.4. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń z zakresu cyfryzacji; liczba użytkowników zbudowanej platformy komunikacyjnej.	200	osób	200 000	Mieszkańcy, agencje reklamowe, KE LGD, lokalne stowarzyszenia, M-GOK, przedsiębiorcy, dostawcy produktów regionalnych	2024, 2024, 2024, 2027	6* OW LGD PL KKE; 8* PwP EM, SV, PL;	
1.1.4.	ORGANIZACJA SZKOLEŃ Z ZAKRESU WYKORZYSTANIA TECHNOLOGII CYFROWEJ	1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych z zakresu cyfryzacji; liczba zorganizowanych szkoleń.	2	moduły	1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń z zakresu cyfryzacji; liczba uczestników szkoleń.	100	osób	10 000	Mieszkańcy, firmy szkoleniowe, KE GD	2024, 2024, 2026, 2027	6* OW LGD PL KKE; 7* PG KŚO kultura; 8* PwP EM, SV, PL;	
1.2.	ZBUDOWANIE LOKALNEJ (YCH) MARKI (EK) ŻYWNOSCI TRADYCYJNEJ											
1.2.1.	ORGANIZACJA IMPREZ LOKALNYCH (FESTYNY, TARGI, EVENTY)	1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych z zakresu cyfryzacji; liczba zorganizowanych szkoleń.	2	moduły	1.2.2., 1.2.4., 1.2.5. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba korzystających z wizualizacji marki.	100	osób	100 000	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KE LGD, M-GOK, lokalne stowarzyszenia, Związek Gmin i Powiatów Kanału Elbińskiego i Pojezierza Iławskiego, agencje reklamowe	2024, 2024, 2024, 2025, 2027	6* OW LGD PL KKE; 8* PwP EM, SV, PL; 9* RPP SzKKE marka	

10 1.3.2. Liczba osób korzystających z doradztwa, szkoleń, wymiany wiedzy, lub biorących udział w grupach operacyjnych europejskiego partnerstwa innowacyjnego (EPI) wspieranych w ramach WPR, by zwiększyć zrównoważoną efektywność gospodarczą, społeczną, środowiskową, klimatyczną, i w zakresie gospodarowania zasobami

1.2.2.	STWORZENIE KSIĘGI IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ MAREK	1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.2.4. Liczba rozwiniętych sieci SV; 1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci szlaków kulturowych, w tym Kanału Elbląskiego; utworzona księga identyfikacji wizualnej marek.	3	sieci	Liczba uczestników wspólnych imprez lokalnych (rocznie)	1	znak	4 000	Mieszkańcy, producenci lokalni, przedsiębiorcy, KE LGD, M-GOK, lokalne stowarzyszenia, Związek Gmin i Powiatów Kanału Elbląskiego i Pojezierza Iławskiego, agencje reklamowe	2024 2025 2026	6* OW LGD PL KKE; 9* RPP SzKKE marka
1.3.	ZBUDOWANIE POZYTYWNEGO WIZERUNKU SYSTEMU DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW LOKALNYCH										
1.3.1.	ZAPROJEKTOWANIE I WYDRUKOWANIE KATALOGÓW, BROSZUR, ULOTEK ITP.	1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; liczba wydanych katalogów, broszur, ulotek itp.	1	sieć	1.2.2. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; nakład wydrukowanych katalogów, broszur, ulotek itp.	100	egz.	2 000	Urząd Miasta i Gminy, mieszkańcy, Rada Sołectwa, Związek Gmin i Powiatów Kanału Elbląskiego i Pojezierza Iławskiego, KE LGD, agencje reklamowe, turyści, media lokalne i regionalne	2024, 2025, 2026	6* OW LGD PL KKE, LEADER; 7* PG KSO kultura;
1.3.2.	STWORZENIE KALENDARZA IMPREZ, KTÓRY ZINTEGRUJE OFERTĘ LOKALNĄ Z REGIONALNĄ	1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; corocznie przygotowywany kalendarz imprez.	1	sieć	1.2.2. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki korzystającym ze szkoleń; liczba odwiedzających zaplanowane imprezy.	10	osób	500	Lokalni działacze, producenci i rzemieślnicy, sprzedawcy, KE LGD, mieszkańcy, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne, Urząd Miasta i Gminy i Rada Sołectwa, drużyny harcerskie	2024, 2025, 2026	6* OW LGD PL KKE, LEADER; 7* PG KSO kultura;
1.3.3.	ORGANIZACJA MIEJSCA WYSTAWOWEGO I SPRZEDAŻOWEGO PRODUKTÓW LOKALNYCH	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; liczba stworzonych miejsc wystawowych i sprzedażowych produktów lokalnych.	1	szt.	1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki stworzone miejsca wystawowe i sprzedażowe produktów lokalnych.	200	osób	20 000	Producenci lokalni, mieszkańcy, lokalne stowarzyszenia, Nadleśnictwo Miłomłyn, stowarzyszenia turystyczne, turyści, KE LGD, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne	2024, 2025, 2026	5* OK MIP
Cel 2	PODNIESIENIE POZIOMU ŻYCIA MIESZKAŃCÓW										
2.1.	POWSTRZYMANIE ODPLYWU MŁODYCH I KOMPETENTNYCH, KREATYWNYCH OSÓB										
2.1.1.	WŁĄCZENIE SIĘ W DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z MODYFIKACJĄ OFERTY PUBLICZNEJ	1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych, liczba opracowanych ofert publicznych.	1	moduł	1.2.2. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki korzystającym ze szkoleń; zmniejszająca się liczba migracji.	10	osób	500	Mieszkańcy, lokalne stowarzyszenia, KE LGD	2026, 2028	6* OW LGD PL KKE, LEADER; 7* PG KSO KULTURA
2.1.2.	PROPAGOWANIE KONIECZNOŚCI ZMIAN I MOBILIZACJA SPOŁECZNOŚCI LOKALNEJ	1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; opracowana koncepcja aktywizacji społeczności lokalnej.	1	moduł	1.2.2. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki korzystającym ze szkoleń; zmniejszająca się liczba migracji.	10	osób	500	Mieszkańcy, lokalne stowarzyszenia, KE LGD, instytucje świadczące usługi komunikacyjno-promocyjne, Miejsko-Gminny Ośrodek Kultury, szkoła, biblioteka	2024, 2024, 2026	6* OW LGD Sieć PL, KSO LIDER; 7* PG KSO KULTURA
2.2.	ZWIĘKSZENIE POZIOMU INTEGRACJI SENIORÓW										
2.2.1.	ORGANIZOWANIE SPOTKAŃ DLA SENIORÓW	1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba zorganizowanych spotkań z seniorami.	4	moduł	1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba uczestników spotkań z seniorami.	200	osób	20 000	Mieszkańcy, instruktorzy, liderzy lokalni, wolontariusze, kościoły, przedsiębiorcy i dostawcy produktów regionalnych	2024, 2025, 2026	7* PG KSO KULTURA

2.3. POPRAWA JAKOŚCI I DOSTĘPNOŚCI W ZAKRESIE INFRASTRUKTURY PUBLICZNEJ									
2.3.1.	POZYSKIWIANIE FUNDUSZY ZEWNĘTRZNYCH NA PROGRAMY MODYFIKUJĄCE OFERTĘ PUBLICZNĄ	1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba złożonych wniosków i zrealizowanych projektów.	1	moduł	1.2.2. Odszetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba osób wśród których zwiększył się poziom satysfakcji z bycia mieszkańcem gminy.	5	osób	0	6* OW LGD Sieć PL, KŚO LIDER; 7* PG KŚO KULTURA
2.3.2.	ROZSZERZENIE OFERTY TRANSPORTU PUBLICZNEGO, CO SPOWODUJE WIĘKSZĄ MOBILNOŚĆ MIESZKAŃCÓW	liczba nowych połączeń komunikacyjnych.	1	szt.	liczba osób korzystających z oferty transportu publicznego.	200	osób	0	inne źródła
2.3.3.	PRZEPROWADZENIE SZKOLEŃ DLA SENIORÓW W ZAKRESIE ELEKTRONICZNEJ KOMUNIKACJI ORAZ PODSTAWOWYCH E-USŁUG	1.2.2. Liczba rozwiniętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba przeprowadzonych szkoleń dla seniorów.	4	moduł	1.2.2. Odszetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; liczba przeprowadzonych szkoleń dla seniorów.	200	osób	20 000	6* OW LGD Sieć PL, KŚO LIDER; 7* PG KŚO KULTURA
2.3.4.	STWORZENIE SYSTEMU MONITORINGU JAKOŚCI POWIETRZA ORAZ SUKCESYWNEGO POMIARU JAKOŚCI WODY	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; utworzenie systemu monitoringu jakości powietrza i wody.	1	szt.	1.1.3. Odszetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba zastosowań wyników systemu monitoringu jakości powietrza i wody.	2000	osób	100 000	5* OK MIP
2.3.5.	WDROŻENIE INTELIGENTNEGO OŚWIETLENIA, INTERNETU RZECZY	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; liczba dróg i ulic, na terenie których zainstalowano inteligentne oświetlenie (odsetek punktów oświetleniowych objętych tym systemem)	1	szt.	1.1.3. Odszetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba obiektów fizycznych - „rzeczy”, które są wyposażone w czujniki, oprogramowanie i inne technologie w celu łączenia się i wymiany danych z innymi urządzeniami i systemami za pośrednictwem Internetu.	2000	osób	50 000	5* OK MIP
Cel 3. WZROST POZIOMU ATRAKCYJNOŚCI TURYSTYCZNEJ GMINY									
3.1. ZWIĘKSZENIE POZIOMU JAKOŚCI OFERTY NOCLEGOWEJ ORAZ GASTRONOMICZNEJ									
3.1.1.	MODERNIZACJA I ROZBUDOWA PÓŁ BIWAKOWYCH ORAZ MIEJSC POSTOJU KAMPERÓW WRAZ Z INFRASTRUKTURĄ TOWARZYSZĄCĄ	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; liczba powstałych pól namiotowych (biwakowych), miejsc kamperowych oraz liczba korzystających.	1	szt.	1.1.3. Odszetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba korzystających z powstałych pól namiotowych (biwakowych), miejsc kamperowych.	100	osób	500 000	5* OK MIP
3.1.2.	STWORZENIE MAPY PUNKTÓW NOCLEGOWYCH I GASTRONOMICZNYCH	1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba miejsc noclegowych i obiektów gastronomicznych; stworzona mapa punktów noclegowych i gastronomicznych.	1	szt.	1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba osób korzystających z mapy punktów noclegowych i gastronomicznych; poziom obłożenia miejsc noclegowych i gastronomicznych.	50	osób	5 000	6* OW LGD KŚO ŻEGLUGA
3.1.3.	BADANIE POTRZEB I OCZEKIWAŃ TURYSTÓW	1.2.5. Liczba rozwiniętych sieci szlaków kulturowych, w tym Kanalu Elbląskiego; liczba przeprowadzonych badań potrzeb i oczekiwań turystów.	1	sieć	1.2.5. Odszetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba respondentów, którzy wyrazili swoją opinię w zakresie potrzeb i oczekiwań.	200	osób	20 000	9* RPP SZKKE marka

KONCEPCJA SMART VILLAGE MIEJSCOWOŚCI BAGIEŃSKO I MIŁOMLYN, GMINA MIŁOMLYN, 2023

3.1.4.	POZYSKANIE ŚRODKÓW NA BUDOWĘ INFRASTRUKTURY TURYSTYCZNEJ	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; liczba złożonych wniosków i zrealizowanych projektów związanych z budową infrastruktury turystycznej.	1	szt.	1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba korzystających ze zbudowanej infrastruktury turystycznej.	800	osób	800 000	Samorząd Województwa Warmińsko-Mazurskiego, władze gminne, rada sołectwa, banki i instytucje finansowe, M-GOK	2024, 2025, 2026	5* OK MIP
3.2.	PROMOCJA TURYSTYCZNA GMINY										
3.2.1.	MONITORING ONLINE MIEJSC TURYSTYCZNYCH; KAMERY NAD KANAŁEM, ŚLĄZAMI, POCHYLNIAMI	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; liczba zamontowanych kamer w ramach monitoringu.	5	szt.	1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba skutecznych interwencji w wyniku monitoringu.	800	osób	25 000	Mieszkańcy, KE LGD, rada sołectwa, urząd gminy, oferenci systemów monitoringowej	2024, 2025, 2026	5* OK MIP
3.2.2.	STWORZENIE APLIKACJI MOBILNEJ I MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH W WERSJI DRUKOWANEJ	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna; liczba osób, które pobrała aplikację i je polubiła.	5	szt.	1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba interakcji mobilnych.	100	osób	80 000	Mieszkańcy, KE LGD, rada sołectwa, urząd gminy, oferenci systemów monitoringowej	2024, 2025, 2026	5* OK MIP
3.3.	BUDOWA OFERTY TURYSTYCZNEJ										
3.3.1.	ORGANIZACJA COROCZNYCH IMPREZ - NP, NOC SPADAJĄCYCH GWIAZD, ZŁOT KAMPERÓW	1.2.4. Liczba rozwinętych sieci Smart Village; 1.2.5. Liczba rozwinętych sieci szlaków kulturowych, w tym Kanale Elbląskiego; liczba lokalnych imprez.	2	sieci	1.2.4., 1.2.5. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; liczba i osób uczestniczących w corocznych lokalnych imprezach.	500	osób	10 000	Mieszkańcy, KE LGD, lokalne stowarzyszenia, Urząd Miasta i Gminy, media lokalne i regionalne, agencje reklamowe i programiści	2024, 2025	8* PwP EM, SV, PL; 9* RPP SzKKE marka
3.3.2.	STWORZENIE LOKALNYCH SERWISÓW ROWEROWYCH Z PRZEZNACZENIEM DLA OSÓB KORZYSTAJĄCYCH ZE ŚCIEŻEK ROWEROWYCH	1.1.3. Nowa lub odnowiona infrastruktura turystyczna, społeczna, rekreacyjna lub kulturalna (punkty serwisowe); liczba stworzonych lokalnych miejsc serwisowych dla rowerów.	1	szt.	1.1.3. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury; punktów serwisowych; liczba korzystających z lokalnych miejsc serwisowych dla rowerzystów.	100	osób	10 000	Mieszkańcy, KE LGD, lokalne stowarzyszenia, Urząd Miasta i Gminy (IT), przewoźnicy na Kanale Elbląskim, gestorzy bazy turystyczno-gastronomicznej	2024, 2025, 2026	5* OK MIP
3.3.3.	BADANIE POTRZEB I OCZEKIWAŃ TURYSTÓW	1.2.5. Liczba rozwinętych sieci szlaków kulturowych, w tym Kanale Elbląskiego; liczba przeprowadzonych ankiet badawczych potrzeb i oczekiwań turystów.	2	Badania/rok	1.2.5. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; zwiększające się natężenie ruchu turystycznego - liczba odwiedzających.	400	osób	16 000	Mieszkańcy, KE LGD, lokalne stowarzyszenia, Urząd Miasta i Gminy (IT), Uniwersytet W-M, przewoźnicy na Kanale Elbląskim, gestorzy bazy turystyczno-gastronomicznej	2025	9* RPP SzKKE marka
3.3.4.	ORGANIZACJA WARSZTATÓW ORAZ STWORZENIE KALENDARZA TEGO TYPU IMPREZ	1.2.2. Liczba rozwinętych sieci wytwórców produktów lokalnych i turystycznych; 1.2.4. Liczba rozwinętych sieci SV; 1.2.5. Liczba rozwinętych sieci szlaków kulturowych, w tym Kanale Elbląskiego; 1.3.2. Liczba osób korzystających ze szkoleń; coroczne stworzenie kalendarza imprez i warsztatów; liczba zorganizowanych warsztatów.	4	moduł	1.2.2., 1.2.4., 1.2.5. Odsetek ludności wiejskiej korzystającej z lepszego dostępu do usług i infrastruktury dzięki wsparciu WPR; 1.3.2. Liczba przeprowadzonych modułów szkoleniowych; liczba osób korzystających z kalendarza imprez; liczba uczestników warsztatów.	80	osób	20 000	Mieszkańcy, KE LGD, NGO, UMIG (IT), KE LGD, M-GOK, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, przewoźnicy na Kanale Elbląskim, gestorzy bazy turystyczno-gastronomicznej	2024, 2024, 2025, 2026	6* OW LGD Sieć PL; KŚO LIDER; 7* PG KŚO KULTURA 8* PwP EM, SV, PL; 9* RPP SzKKE marka
2 094 500											

Bagieńsko, 27 października 2023 roku