

Sprawozdanie końcowe

Dotacja: E3/2683 Status: Przyjęte

Data utworzenia: 2016-05-30 21:00:46

Data złożenia: 2016-07-21 05:42:01

Data przyjęcia: 2016-07-21 11:54:48

Nazwa organizacji: Stowarzyszenie Rozwoju Turystyki w Gminie Kościelisko

Część merytoryczna

Projekt

1. Meritum projektu

Gmina Kościelisko to urokliwe miejsce na mapie Polski, będące jednak w cieniu sąsiednich miejscowości. Aby z niego wyjść, grupa społeczników skupiona w lokalnym Stowarzyszeniu, postanowiła przygotować i wdrożyć Strategię, która angażować będzie różne środowiska lokalne, w tym przedsiębiorców, administracje i organizacje pozarządowe. Chcieli wspólnie wyznaczyć cel i opracować drogę do jego realizacji. Zaangażowali do tego kwaterodawców, restauratorów, działaczy społecznych, animatorów sportu, pracowników administracji i instytucji kultury, przedstawicieli branży reklamowej oraz radnych gminnych. Wspólnie, udało im się tego dokonać. Dzięki wykonaniu dużej ilości pracy, przy wsparciu ekspertów, powstała Strategia budowania i promocji marki turystycznej gminy Kościelisko. Droga do tego nie była wcale łatwa i prosta. Wymagała dużego zaangażowania. Przeprowadzono dwa szkolenia, na których uczestnicy poznali podstawy teoretyczne pracy, która ich czeka. Następnie, podczas 7 spotkań roboczych, wspólnie opracowywano temat po temacie. Uczestnicy mieli także możliwość korzystania z eksperckiej wiedzy profesjonalistów, zaangażowanych w realizację projektu.

To wszystko doprowadziło w ostateczności, to przyjęcia uchwałą Rady Gminy Kościelisko Strategii budowania i promocji marki turystycznej gminy Kościelisko i podpisania między sektorowego partnerstwa na rzecz jej realizacji.

Urząd Gminy Kościelisko był partnerem w realizacji tego projektu. Dzięki tej współpracy, korzystaliśmy z zasobów lokalowych Urzędu i instytucji mu podległych, chociażby na potrzeby przeprowadzenia spotkań czy szkoleń. Partner pełnił także istotną funkcję w polityce informacyjnej projektu, zamieszczając informacje na jego temat na swoich stronach internetowych.

Dzięki projektowi, udało nam się przeprowadzić wewnętrzny audyt w Stowarzyszeniu, dzięki któremu możemy poprawić naszą strukturę i obowiązujące procedury. Natomiast zakup dóbr, w tym nagłośnienia i namiotu wystawowego, niezwykle pomógł w umocnieniu organizacji i w budowaniu jej wizerunku wśród mieszkańców Gminy Kościelisko oraz turystów.

2. Podsumowanie działań

2A.

- Spotkanie inauguracyjne,
- Pierwsze szkolenie zespołu roboczego,

- Drugie szkolenie zespołu roboczego,
- Pierwsze spotkanie zespołu roboczego,
- Drugie spotkanie zespołu roboczego,
- Trzecie spotkanie zespołu roboczego,
- Czwarte spotkanie zespołu roboczego,
- Piąte spotkanie zespołu roboczego,
- Szóste spotkanie zespołu roboczego.

2B.

Część projektu, po sprawozdaniu okresowym, rozpoczyna się od przeprowadzenia siódmego spotkania zespołu roboczego, już ostatniego, na którym zostały dopracowane wnioski zespołu roboczego. Po zebraniu wszystkich materiałów, które wypracował zespół roboczy, zostały one przesłane do ekspertów, aby rozpoczęli pracę nad przygotowaniem swoich wniosków i końcowego efektu Strategii. Na tym etapie korzystaliśmy z pomocy dwójki ekspertów:

Sylwii Dudek-Mańkowskiej - Adiunkt w Zakładzie Geografii Miast i Organizacji Przestrzennej na Wydziale Geografii i Studiów Regionalnych UW. Specjalizuje się w badaniu przemian społecznych w miastach oraz kształtowaniu marek miejskich. Jest autorką kilkudziesięciu publikacji naukowych;

oraz Tymoteusza Mroza - Specjalizuje się w marketingu produktów i usług od ponad 10 lat. Był związany m. in. z Polskim Związkiem Snowboardu, Red Bull Polska, agencją interaktywną Artegence, czy grupą Nosalowy Dwór. W latach 2004-2007 współtworzył markę Snowage.com, organizującą jedne z pierwszych na polskim rynku zagranicznych wyjazdów szkoleniowych na snowboard i freeski. Od 2007 roku prowadzi w Zakopanem agencję INFOGRAM, wydając Zakopiański Informator Infogram i obsługując klientów w zakresie zadań marketingu.

Współpracował przy tworzeniu strategii promocji marki Zakopane na lata 2012-2020. W 2015 zainicjował powstanie Lokalnej Organizacji Made in Zakopane, której jest prezesem.

Po przygotowaniu wniosków ekspertów, projekt został przygotowany pod kątem redaktorskim, edytorskim i graficznym i został poddany szerokim konsultacjom społecznym. Odbyło się 7 spotkań konsultacyjnych, w których wzięło udział 26 osób. Konsultacje prowadzone były również w formie online. Zostało wypełnionych 46 ankiet pełnych oraz 102 niepełne. Z przeprowadzonych konsultacji przygotowany został raport zawierający wnioski i uwagi. Zostały one poddane analizie przez zespół roboczy to tego zadania. Po zakończonych pracach, powstał ostateczny projekt Strategii, który został przekazany pod obrady Rady Gminy Kościelisko i przyjęty na specjalnie zwołanej Sesji Rady Gminy.

Przeprowadzono również szkolenie dla zespołu monitorującego, którego zadanie będzie polegać na systematycznym sprawdzaniu czy i w jakim stopniu realizowane są założenia strategii. W jego skład weszli zarówno członkowie Stowarzyszenia jak i urzędnik, a także osoby zaangażowane w pracę nad projektem, nie będące członkami Stowarzyszenia. Podczas szkolenia wypracowane zostało, przez zespół wraz z trenerem, narzędzie, na podstawie którego będzie dokonywana analiza stopnia wdrażania Strategii. Dzięki takiemu narzędziu, każdy monitoring będzie prowadzony według tych samych standardów, dzięki czemu będzie można odnosić się zarówno do sytuacji wyjściowej, jak i monitoringów poprzedzających.

Partnerem w projekcie był Urząd Gminy, który wywiązywał się ze swojej partnerskiej roli. Zapewniał na potrzeby projektu sale, wrzucał informacje na stronę, a poprzez wyznaczonych pracowników uczestniczył w pracach projektowych podobnie jak pozostali uczestnicy.

3. Osiągnięte rezultaty

Podsumowanie rezultatów ilościowych

- 1 strona internetowa: www.turystykakoscielisko.pl,
- 44 uczestników spotkania inauguracyjnego,
- 19 uczestników pierwszego szkolenia,
- 19 uczestników drugiego szkolenia,
- 6-18 uczestników każdego ze spotkań roboczych,
- 26 uczestników spotkań konsultacyjnych,
- 46 w pełni wypełnionych ankiet konsultacyjnych,
- 102 niepełnych ankiet konsultacyjnych,
- 6 osób przeszkolonych do zespołu monitorującego,
- powstanie Strategii budowy i promocji Marki Kościelisko.

Posty na Facebooku docierały do osób w liczbie od 847 do 3019. Filmiki były wyświetlone w liczbie 843 i 4100.

W okresie od ostatniego sprawozdania (wcześniej nie było narzędzia do analizy ruchu na stronie internetowej), strona Stowarzyszenie osiągnęła następujące wyniki: 3936 sesji, 2146 użytkowników, 12883 odsłon i średni czas trwania sesji 2 min. 55 sek.

Podsumowanie rezultatów jakościowych

Udało nam się stworzyć Strategię budowy i promocji Marki Kościelisko. Stworzona została ona w sposób partycypacyjny. Całą pracę przygotowawczą i twórczą wykonali mieszkańcy Gminy, przedstawiciele różnych środowisk. Ekspertki dopracowali te materiały merytorycznie, dzięki czemu powstał kompletny dokument. Udało się tematem Marki i wspólnego działania zainteresować innych. Urząd Gminy rozpoczął prace nad systemem współpracy pomiędzy przedsiębiorcami i Gminą.

Mamy dokument, który na najbliższe lata wyznacza kierunek, w którym powinniśmy iść. Mamy zespół, który realizację tej strategii będzie ewaluował.

Podczas uroczystej Sesji kończącej projekt, podpisane zostało Partnerstwo na rzecz realizacji zapisów Strategii. Zostało ono podpisane przez 25 osób/podmiotów, przedstawicieli administracji, przedsiębiorców i ngo.

W procesie konsultacji społecznych zaangażowało się poprzez różne kanały (zarówno spotkania, jak i ankiety papierowe i online) udział wzięło 174 osoby.

W zakresie tworzenia strategii w turystyce, budowania marki turystycznej, prowadzenia diagnozy i konsultacji społecznych przeszkolonych zostało 23 osoby, natomiast z zakresu monitoringu polityk publicznych - 6 osób, dzięki czemu wzrosły ich kompetencje.

Nasza współpraca z Urzędem Gminy nie jest jednostkowym aspektem. Stowarzyszenie współpracowało już z nimi wcześniej i nadal ma zamiar współpracować.

Trwałość rezultatów

Powstała Strategia została przyjęta uchwałą Rady Gminy Kościelisko, dzięki czemu jest prawnie obowiązującym dokumentem. Powołany zespół ds. monitorowania będzie systematycznie sprawdzał, czy i w jakim stopniu realizowane są założenia Strategii, a także wydawać będzie dalsze rekomendacje.

Informacja o projekcie będzie dalej upowszechniana, poprzez dostępność materiałów na stronie internetowej Stowarzyszenia.

4. Dokumentacja

- <https://www.facebook.com/Koscieliskodlabiegaczy/posts/909563579091721>
- <https://youtu.be/QUuFjMrjMDM>
- <https://www.facebook.com/Koscieliskodlabiegaczy/posts/951193391595406>
- <https://www.facebook.com/Koscieliskodlabiegaczy/videos/957582217623190/>
- <https://www.facebook.com/Koscieliskodlabiegaczy/videos/984665128248232/>
- <https://www.facebook.com/GminaKoscielisko/posts/580111328829897>
- http://dziennik.podhale.pl/aktualnosci/koscielisko-bedzie-miec-swoja-marke_10357.html
- <http://24tp.pl/?mod=news&strona=1&id=32872>
- <http://krakow.tvp.pl/25607905/markowe-koscielisko-podhale-walczy-o-turystow>
- <http://turystykakoscielisko.pl/marka-koscielisko/123.html>
- <http://turystykakoscielisko.pl/marka-koscielisko/167.html>
- <http://turystykakoscielisko.pl/marka-koscielisko/145.html>
- <http://turystykakoscielisko.pl/marka-koscielisko/168.html>
- <http://turystykakoscielisko.pl/marka-koscielisko/173.html>
- <http://turystykakoscielisko.pl/marka-koscielisko/174.html>
- <http://turystykakoscielisko.pl/marka-koscielisko/179.html>
- <http://turystykakoscielisko.pl/marka-koscielisko/186.html>
- <http://turystykakoscielisko.pl/marka-koscielisko/187.html>
- <http://turystykakoscielisko.pl/marka-koscielisko/189.html>

Rozwój instytucjonalny

1. Podsumowanie działań (jeśli dotyczy)

Rozwój instytucjonalny był najczęściej zmienianą częścią w projekcie. W miarę pojawiających się oszczędności, proporcjonalnie zwiększany był budżet na rozwój instytucjonalny. W Stowarzyszeniu odbyło się kilka spotkań, podczas których rozmawiano na temat potrzeb Stowarzyszenia. Ostatecznie przedstawiony projekt rozwoju jest bardzo przemyślanym projektem.

2. Osiągnięte rezultaty (jeśli dotyczy)

Przeprowadzony został wewnętrzny audyt w Stowarzyszeniu, dzięki któremu wykazane zostały błędy i niedociągnięcia w strukturze organizacyjnej Stowarzyszenia. Zakupiono dwa windery, dwa rollupy oraz namiot, które pomogą Stowarzyszeniu na uzyskanie lepszej identyfikacji wizualnej podczas organizowanych imprez. Wizytówki i papier firmowy również służyć będzie lepszej identyfikacji wizualnej. To był problem, z który Stowarzyszenie się borykało. Przygotowano i wydrukowano folder o Stowarzyszeniu, dzięki któremu łatwiej dociera ono do osób zainteresowanych działalnością Stowarzyszenia. Zrealizowano dwa filmiki promujące, które spotkały się z bardzo dobrym odbiorem.

Zagadnienia przekrojowe

Działania Stowarzyszenia w granicach prawa. Sposób prowadzenia projektu był w pełni przejrzysty. Sprawozdanie okresowe zostało zamieszczone na stronie internetowej Stowarzyszenia. Działania w projekcie uwzględniały współpracę różnych środowisk i sektorów i były prowadzone w sposób partycypacyjny.

Pozostałe informacje

Czy złożyliście Państwo ankietę końcową dotyczącą kondycji organizacji pod adresem: <https://ankieta.batory.org.pl/>?

Tak

Załączniki:

(2016-05-31 23:44:45) Plan Działań.pdf

Skrót SHA-1: 631d76cdd92777cf800a77c5c39829642eaa5fcc.

(2016-05-31 23:44:29) Strategia budowania i promocji marki turystycznej gminy Kościelisko.pdf

Skrót SHA-1: 4283ecd817c2abe0d1eab4ab0081f72ecfda878b.

Część finansowa

Przyznana dotacja (wg umowy)	109 348,00
Przyznana dodatkowa dotacja na wkład własny	0,00

Dotychczas przekazane środki	98 000,00
Procent wykorzystania otrzymanych środków	86,04 %

Zestawienie wydatków w odniesieniu do planowanego budżetu (koszty całkowite) w PLN

1. Lp	2. Budżet	3. Planowane kwoty w budżecie	4. Kwoty rozliczone w poprzednich sprawozdaniach	5. Kwoty wykazane w obecnym sprawozdaniu	6. Procent wykorzystania planowanego budżetu
Projekt - koszty bezpośrednie					
	RAZEM:	91 151,50	26 414,88	39 734,85	72,57 %
1	koordynacja, monitorowanie, ewaluacja: wynagrodzenie koordynatora projektu - 334 godzin x 50 zł = 16700 zł + 1995,63 (wyrównanie do brutto brutto) = 18695,63 zł wynagrodzenie osoby ds. ewaluacji - 70 godzin x 50 zł = 3500 zł + 361,20 (wyrównanie do brutto brutto) = 3861,20 zł	22 556,83	7 071,28	15 453,61	99,86 %
2	informacja i promocja: prowadzenie profilu na Facebooku - 12 miesięcy x 100 zł = 1200 zł; ogłoszenia w prasie - 3 x 900 zł = 2700 zł; korespondencja masowa: wynagrodzenie grafika - 700 zł + druk materiałów - 600 zł + wysyłka - 400 zł = 1700 zł infografiki: wynagrodzenie grafika - 1550 zł + druk materiałów - 700 zł + wysyłka - 450 zł = 2700 zł	8 300,00	2 399,94	3 890,00	75,78 %
3	spotkanie inauguracyjne: wynajem sali - 3 godz x 300 zł = 900 zł wynagrodzenie prowadzącego - 3 godz x 100 zł = 300 zł napoje, poczęstunek - 100 osób x 7 zł = 700 zł	1 900,00	1 900,00	0,00	100,00 %
4	przeszkolenie członków zespołu roboczego: wynagrodzenie trenera - 16 h x 200 zł = 3200 zwrot kosztów dojazdu trenera - 192,24 zł catering - 1950 zł	5 342,24	5 342,24	0,00	100,00 %
5	spotkania zespołu roboczego (minimum 5): wynagrodzenie moderatora - 20 godzin x 100 zł = 2000 zł catering - 296 zł	2 296,00	1 996,00	300,00	100,00 %
6	konsultacje ze specjalistami: wynagrodzenie specjalistów 47 godzin x 250 zł = 11750 zł zwroty kosztów dojazdu na spotkania konsultacyjne - 4002,17 zł	15 752,17	7 705,42	4 748,00	79,06 %
7	przygotowanie projektów Strategii i Planu Działań: wynagrodzenie redaktorów - 2 osoby x 30 godzin x 100 zł = 6000 zł	6 000,00	0,00	3 000,00	50,00 %

1. Lp	2. Budżet	3. Planowane kwoty w budżecie	4. Kwoty rozliczone w poprzednich sprawozdaniach	5. Kwoty wykazane w obecnym sprawozdaniu	6. Procent wykorzystania planowanego budżetu
8	konsultacje projektów Strategii i Planu Działań (w tym: wynajem sali, poczęstunek, druk ankiet): 4855,26 zł wynagrodzenie specjalisty ds. konsultacji społecznych - 7000 zł wynagrodzenie ankieterów - 5 osób x 20 godzin x 30 zł = 3000 zł	14 855,26	0,00	7 026,00	47,30 %
9	sporządzenie ostatecznej wersji Strategii i Planu Działań: wynagrodzenie redaktorów - 2 osoby x 15 godzin x 100 zł = 3000 zł korekta - 1 usługa - 1400 zł opracowanie graficzne - 1 usługa - 900 zł	5 300,00	0,00	3 415,00	64,43 %
10	wyłonienie i przeszkolenie zespołu monitorującego: wynagrodzenie trenera - 16 h x 200 zł = 3200 zwrot kosztów dojazdu trenera - ok 230 km x 4 x 0.8358 zł = ok 769 zł catering - 6 os x 40 zł x 2 = 480 zł	4 449,00	0,00	1 902,24	42,76 %
11	Sesja Rady Gminy: poczęstunek - 2400 zł fotograf - 2000 zł	4 400,00	0,00	0,00	0,00 %
Rozwój instytucjonalny - koszty bezpośrednie					
	RAZEM:	22 772,50	4 652,50	18 085,95	99,85 %
1	Wykonanie materiałów promocyjnych: folder, wizytówki, papier firmowy + 2 windery, 2 roll-upy, namiot wystawowy	5 620,00	0,00	5 561,96	98,97 %
2	Zakup sprzętu nagłaśniającego	4 500,00	0,00	4 523,99	100,53 %
3	Obsługa i prowadzenie strony internetowej Stowarzyszenia (5 miesięcy x 300 zł = 1500 zł) oraz prowadzenie kampanii internetowych (1000 zł)	2 500,00	0,00	2 500,00	100,00 %
4	Modernizacja strony internetowej + roczny hosting	2 152,50	2 152,50	0,00	100,00 %
5	Wykonanie filmu promocyjnego	5 000,00	2 500,00	2 500,00	100,00 %
6	Przeprowadzenie audytu wewnętrznego	3 000,00	0,00	3 000,00	100,00 %
Koszty administracyjne - koszty pośrednie					
	RAZEM:	7 574,00	3 928,70	2 297,86	82,21 %
1	Telefon, internet, usługi pocztowe: 14 miesięcy x 250 zł = 3500 zł Materiały biurowe (papier, tonery itp.): 14 miesięcy x 41 zł = 5740 zł	4 074,00	1 928,70	797,86	66,93 %
2	Obsługa księgową: 14 miesięcy x 250 zł = 3500 zł	3 500,00	2 000,00	1 500,00	100,00 %
	SUMA:	121 498,00	34 996,08	60 118,66	78,29 %
			95 114,74		

Źródła finansowania			
Rodzaj źródła	Rozliczone w poprzednich sprawozdaniach	Wykazane w obecnym sprawozdaniu	Suma
dotacja	34 996,08	49 318,66	84 314,74
wkład własny finansowy	0,00	4 800,00	4 800,00
wkład własny rzeczowy	0,00	6 000,00	6 000,00
	34 996,08	60 118,66	95 114,74

Sprawozdanie końcowe

Kwota odsetek Proszę o wpisanie sumy odsetek narosłych na wydzielonym rachunku bankowym od momentu przelania pierwszej raty do momentu złożenia sprawozdania końcowego.	40,85
---	-------

Procent wkładu własnego	11,35 %	Min. 10%
--------------------------------	---------	-------------

Procent wkładu własnego finansowego	5,05 %	Min. 5%
Procent rozwoju instytucjonalnego	25.58 %	
Procent kosztów pośrednich	7,00 %	Max. 20%
Koszty poniesione z dotacji	84 314,74	

Do zwrotu	13 726,11
------------------	-----------

Rozliczenie dodatkowej dotacji na wkład własny	0,00
---	------

Nazwa Partnera	Koszty Partnera pokryte z dotacji
Urząd Gminy Kościelisko	0,00

Wyjaśnienia do budżetu

Rozwój instytucjonalny - poz. 7 - data zapłaty jest wcześniejsza niż data wystawienia dokumentu, ponieważ zapłata nastąpiła na podstawie faktury proforma.

Załączniki:

(2016-07-21 05:41:53) Lista_dokumentow_ksiegowych-11_końcowe_popr2.xlsx

Skrót SHA-1: f25a08eae329c087f0d0ae6486f2db89cca2ba84.

Oświadczam(y), że w sprawozdaniach złożonych w Internetowym Systemie Wniosków:

- wszystkie przedstawione informacje i załączone dokumenty są rzetelne i prawdziwe oraz że nie zatajono jakichkolwiek informacji mogących mieć wpływ na zatwierdzenie sprawozdań;
- wszystkie przedstawione dane i informacje finansowe odzwierciedlają wydatki poniesione wyłącznie w celu realizacji zatwierdzonych działań oraz że są one zapłacone i ujęte w ewidencji księgowej.

Imię, nazwisko i funkcja osoby upoważnionej do reprezentowania Grantobiorcy

Podpis

Data

Imię, nazwisko i funkcja osoby upoważnionej do reprezentowania Grantobiorcy

Podpis

Data

Komentarz prowadzącego

Sprawozdanie po poprawkach zaakceptowane. Ostatnia rata zostanie przekazana Państwu po przysłaniu sprawozdania w wersji papierowej (informacje na temat tego, co należy wydrukować, prześlę w mailu).

Pozdrawiam,
Zuzanna Cichowska