



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Mój region w Europie

*Ewaluacja działań informacyjno-
promocyjnych realizowanych w ramach
RPO WK-P oraz nowego portalu
o funduszach – www.mojregion.eu*

Raport końcowy



Warszawa, czerwiec 2011

*Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego
na lata 2007-2013 oraz ze środków budżetu województwa kujawsko-pomorskiego.*

Zamawiający, Wykonawca i termin realizacji badania

Badanie zostało przeprowadzone na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego przez firmę Dyspersja (www.dyspersja.com), w okresie od marca do czerwca 2011 roku. Badania ankietowe potencjalnych beneficjentów, beneficjentów oraz mieszkańców regionu przeprowadzono w kwietniu i maju 2011 roku.

Autorzy Raportu: Anna Chrościcka, Tomasz Płachecki, Jadwiga Przewłocka.

Ekspert w zakresie kampanii promocyjnych: Wojciech Zadrozniak

Zastosowane skróty

CATI	Telefoniczny wywiad kwestionariuszowy wspomagany komputerowo (ang. <i>Computer Assisted Telephone Interview</i>)
CAWI	Wywiad kwestionariuszowy prowadzony przez Internet (ang. <i>Computer Assisted Web Interview</i>)
FGI	Zogniskowany wywiad grupowy (ang. <i>Focused Group Interview</i>)
IDI	Indywidualny wywiad pogłębiony (ang. <i>Individual In-Depth Interview</i>)
JST	Jednostki samorządu terytorialnego
RPO WK-P	Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego
RPO WSL	Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego

Streszczenie

Poziom poinformowania mieszkańców województwa kujawsko-pomorskim o tym, że w regionie są prowadzone inicjatywy współfinansowane z funduszy Unii Europejskiej, można uznać za satysfakcjonujący. Z faktu, że takie przedsięwzięcia są realizowane, zdaje sobie sprawę 80% mieszkańców. Grupami, w których poziom wiedzy odbiega na niekorzyść od tego wyniku, są osoby słabiej wykształcone, młodzież, a także osoby w wieku emerytalnym. Mieszkańcy, którzy wiedzieli, że w województwie są prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy unijnych, identyfikowali średnio 11 z 19 rodzajów inicjatyw realizowanych w ramach RPO WK-P, odczytywanych im podczas badania.

Znajomość nazwy Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego (RPO WK-P) jest znacznie mniej powszechna, niż świadomość prowadzenia w województwie przedsięwzięć dotowanych ze środków unijnych. Nazwę Programu potrafi podać samodzielnie zaledwie co setny mieszkaniec regionu, jakkolwiek trzech na dziesięciu po jej usłyszeniu ma wrażenie, że już się z nią zetknęli. Jeżeli przyjąć, że promocja Programu ma przede wszystkim stanowić wkład w promocję Funduszy Europejskich, niska znajomość nazwy RPO WK-P nie wydaje się szczególnie problematyczna. Jednak *Plan komunikacji RPO WK-P* określa promowanie marki Programu jako sprawę „kluczową”¹. Jeżeli zapis ten ma pozostać w mocy, konieczne jest podjęcie znacznie bardziej intensywnych działań służących promowaniu marki RPO WK-P. Należy jednak rozważyć, czy jest to celowe, biorąc pod uwagę, że intensywna promocja marki RPO WK-P, obok marki Funduszy Europejskich, wymagałaby znacznych dodatkowych nakładów.

Działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WK-P, kierowane do opinii publicznej, służą nie tylko przekazaniu jej informacji o realizowanych przedsięwzięciach, lecz również przedstawieniu korzyści wynikających z wykorzystania środków unijnych². Spośród mieszkańców regionu, którzy wiedzą o realizowaniu w województwie kujawsko-pomorskim inicjatyw finansowanych z funduszy Unii Europejskiej, ponad połowa (55%) uważa, że takie przedsięwzięcia zdecydowanie korzystnie wpływają na rozwój województwa. Kolejne dwie piąte (41%) ocenia ten wpływ jako raczej korzystny. Udało się zatem przewyżnić wskazany w *Planie komunikacji RPO WK-P* problem niskiego poziomu zrozumienia „bezpośredniego związku pomiędzy Funduszami Europejskimi a rozwojem społeczno-gospodarczym regionu”³.

Pozytywne efekty wykorzystywania funduszy unijnych mieszkańcy zauważają coraz częściej również z perspektywy prywatnej. Co trzeci (32%) spośród mieszkańców województwa, którzy wiedzą o przedsięwzięciach prowadzonych w regionie przy wsparciu z funduszy unijnych, postrzega wpływ takich inicjatyw na swoje życie jako zdecydowanie korzystny, a co drugi (51%) jako raczej korzystny. Opinie o wpływie funduszy Unii Europejskiej na jakość życia w województwie kujawsko-pomorskim są zazwyczaj oparte na wiedzy o konkretnych inicjatywach, zrealizowanych ze środków unijnych.

Większe różnice opinii występują w kwestii prawidłowości wykorzystywania środków. Co drugi (48%) spośród mieszkańców regionu świadomych, że w województwie kujawsko-pomorskim są prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy unijnych, uważa, że środki na realizację tych przedsięwzięć są w większości wydawane odpowiednio, a co dziesiąty (10%), że są w całości wydawane we właściwy sposób. W przybliżeniu co czwarty (26%) sądzi jednak, że połowa funduszy jest marnowana (opinie jeszcze bardziej krytyczne są mało powszechne).

¹ Porównaj: *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2010-2013*, Toruń 2008, s. 11.

² Porównaj: *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013*, Toruń 2008, s. 9.

³ Porównaj: *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013*, Toruń 2008, s. 12.

Podstawą opinii blisko trzech piątych mieszkańców regionu, według których środki unijne w województwie kujawsko-pomorskim są wydawane w odpowiedni sposób, jest silna marka Funduszy Europejskich. Przez tę część opinii publicznej są one kojarzone nie tylko z pulą pieniędzy, lecz także z wysokimi standardami finansowanych przedsięwzięć. Akcentowanie w działaniach promocyjnych dotyczących RPO WK-P, że wykorzystywanie środków jest starannie nadzorowane, może sprzyjać polepszeniu wizerunku Funduszy Europejskich wśród pozostałej części mieszkańców województwa.

Mediami, za których wykorzystywaniem na dużą skalę przemawia możliwość dotarcia do wielu odbiorców, są telewizja i prasa. Jakość informacji zamieszczanych dotychczas w tych mediach jest generalnie – w ocenie odbiorców – zadowalająca, ale nie bardzo wysoka. Przedstawione wyniki wskazują, że współpraca z mediami oraz opracowywanie materiałów zamawianych, które są emitowane w telewizji regionalnej, są szczególnie istotnymi obszarami działań służących promocji RPO WK-P. Telewizja (w odróżnieniu zwłaszcza od Internetu) jest przy tym medium stosunkowo uniwersalnym, dającym możliwość dotarcia również do osób słabiej wykształconych i starszych, a także mniej aktywnych w poszukiwaniu informacji.

Współpraca Urzędu Marszałkowskiego z dziennikarzami, w zakresie przekazywania informacji na temat RPO WK-P, jest prowadzona na wysokim poziomie. Informacje dotyczące tego programu są przygotowywane przez służby prasowe Urzędu Marszałkowskiego w profesjonalny sposób. Szczególnie istotną zaletą materiałów przekazywanych dziennikarzom, które niejednokrotnie dotyczą skomplikowanej tematyki, jest przystępny język. Również organizacja konferencji prasowych oraz innych wydarzeń, do których relacjonowania zapraszani są dziennikarze, nie budzi z ich strony zastrzeżeń.

Wśród źródeł, z których mieszkańcy regionu chcieliby się dowiadywać o funduszach unijnych, na trzecim miejscu (po telewizji i prasie) znalazł się Internet, preferowany szczególnie przez osoby młode i lepiej wykształcone. Wysoki odsetek mieszkańców województwa zainteresowanych uzyskiwaniem informacji z Internetu przemawia za szerszą promocją prowadzonego przez Urząd Marszałkowski portalu www.mojregion.eu. Informacje zamieszczone w tym portalu zostały przez mieszkańców ocenione stosunkowo wysoko. Analiza portalu www.mojregion.eu wskazuje jednak, że promocja tego serwisu powinna zostać poprzedzona jego przebudową i wzbogaceniem o większą liczbę materiałów skierowanych do mieszkańców regionu.

Urząd Marszałkowski informuje mieszkańców województwa o RPO WK-P nie tylko współpracując z dziennikarzami i administrując serwisem internetowym, ale także prowadząc kampanie promocyjne. Istotnym elementem tych kampanii jest opracowywanie i dystrybucja materiałów informacyjnych oraz organizowanie imprez plenerowych. Zogniskowany wywiad grupowy z mieszkańcami województwa wykorzystano jako okazję do bardziej szczegółowego zbadania spotu reklamowego RPO WK-P, przygotowanego na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego. Pomimo niewielkich zastrzeżeń, ogólna jakość spotu jest wysoka. O pozytywnym odbiorze spotu przez grupę docelową, do której jest kierowany, przesądza dobór występujących w nim osób oraz wrażenie autentyczności ich wypowiedzi. W filmie oprócz urzędników samorządowych, o przedsięwzięciach finansowanych z funduszy unijnych mówią również – zdaniem odbiorców bardziej spontanicznie – przedstawiciele beneficjentów oraz mieszkańcy województwa. Właściwym rozwiązaniem było także przedstawienie inwestycji zrealizowanych w wielu różnych miastach regionu, ponieważ tematem, który dla mieszkańców jest najbardziej interesujący, są przedsięwzięcia realizowane w zamieszkiwanej przez nich miejscowości. Z kolei cykl imprez dotyczących projektów rewitalizacyjnych, zrealizowany w 2010 roku, zasługuje na pozytywną ocenę przede wszystkim ze względu na skuteczne powiązanie festynów z relacjami w mediach.

Sposób prowadzenia przez Urząd Marszałkowski działań promocyjnych dotyczących RPO WK-P, skierowanych do mieszkańców regionu, jest generalnie odpowiedni. Natomiast poprawy wymaga przede wszystkim przekazywanie informacji na temat możliwości uzyskiwania finansowania z RPO WK-P instytucjom zainteresowanym ubieganiem się o dotację.

O możliwości ubiegania się o wsparcie w ramach RPO WK-P wie nieco ponad jedna piąta (22%) potencjalnych beneficjentów⁴ tego programu (odsetek ten wzrasta do 27% po wykluczeniu instytucji, które nie poszukiwały informacji na temat RPO WK-P ze względu na brak zainteresowania dofinansowaniem ze środków unijnych). Dwie trzecie (66%) potencjalnych beneficjentów w ogóle nie zetknęło się z nazwą RPO WK-P, część z nich wręcz nie zdaje sobie sprawy, że w województwie kujawsko-pomorskim są prowadzone przedsięwzięcia finansowane ze środków unijnych. Wiele instytucji potencjalnie zainteresowanych ubieganiem się o wsparcie nie otrzymało zatem informacji o takiej możliwości.

Należy podkreślić, że na wynik wśród potencjalnych beneficjentów rozpatrywanych ogółem rzutują przede wszystkim odpowiedzi przedstawicieli firm mikro (które stanowią wśród nich najliczniejszą grupę). Informacja o możliwości ubiegania się o wsparcie w ramach RPO WK-P dotarła tylko do niespełna co piątego (18%) spośród najmniejszych przedsiębiorstw, ale wśród firm małych i średnich oraz innych instytucji odsetek potencjalnych beneficjentów zdających sobie sprawę z możliwości aplikowania jest znacznie wyższy i wynosi, odpowiednio, 40% i 46%. Wśród jednostek samorządu terytorialnego nie ma żadnej, która nie wiedziałaby o szansie uzyskania środków w ramach RPO WK-P.

Dwie piąte (40%) beneficjentów⁵ RPO WK-P odczuwało deficyt informacji potrzebnych do ubiegania się o finansowanie, realizowania lub rozliczania projektu. Najpowszechniejszym problemem był brak informacji dotyczących kwalifikowalności wydatków, napotkany przez około trzy czwarte spośród beneficjentów, którym brakowało istotnych informacji na temat RPO WK-P.

Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu, wraz z działającym przy nim Punktem Informacyjnym oraz Punktem Konsultacyjnym, za działalność w zakresie udzielania informacji dotyczących RPO WK-P, uzyskał wśród potencjalnych beneficjentów średnią ocenę 4,1 w szkolnej, sześciostopniowej skali ocen. Wśród beneficjentów średnia ocen działalności Urzędu Marszałkowskiego w zakresie udzielania informacji na temat RPO WK-P była jeszcze wyższa: osiągnęła poziom 4,7. Średnia łączna ocena punktów informacyjnych, prowadzonych przez Urząd Marszałkowski w innych miastach regionu, wyniosła 4,2 wśród potencjalnych beneficjentów i 4,4 wśród beneficjentów.

Pomimo średnich ocen zawierających się pomiędzy szkolną „czwórką” a „piątką”, działalność informacyjna Urzędu Marszałkowskiego nie jest oceniana jednoznacznie pozytywnie. Krytyczne opinie części beneficjentów i potencjalnych beneficjentów, dotyczące udzielania informacji na temat RPO WK-P przez Urząd Marszałkowski, nie są bezpodstawne.

Źródłem informacji, które jest niezbędne przy ubieganiu się o dotację z RPO WK-P oraz realizowaniu i rozliczaniu projektu realizowanego w ramach tego programu, jest serwis internetowy, prowadzony przez Urząd Marszałkowski. Obecna jakość użytkowa portalu www.mojregion.eu jest zdecydowanie niezadowalająca (temu zagadnieniu został poświęcony oddzielny raport⁶).

W celu złożenia prawidłowego wniosku, a nawet ustalenia, czy istnieje szansa zdobycia dofinansowania na realizację planowanego przedsięwzięcia, konieczne jest zapoznanie się z różnymi, wzajemnie powiązаныmi dokumentami. Wielość tych dokumentów jest poważną barierą dla instytucji niespecjalizujących się w pozyskiwaniu dotacji z RPO WK-P i nieposiadających dużego doświadczenia w tym zakresie. Częste zmiany zasad przyznawania finansowania w ramach RPO WK-P sprawiają instytucjom zainteresowanym ubieganiem się o dotację dodatkową trudność. Wprowadzane modyfikacje nie zawsze są

⁴ Potencjalnymi beneficjentami są nazywane instytucje uprawnione do ubiegania się o dofinansowanie, które go nie otrzymały, ponieważ nie aplikowały o wsparcie lub aplikowały nieskutecznie.

⁵ Beneficjentami są nazywane instytucje, które uzyskały dofinansowanie.

⁶ Dyspersja: *Ocena portalu www.mojregion.eu*, Warszawa 2011

anonsowane w dziale *Aktualności* portalu www.mojregion.eu, a w nowych dokumentach nie konieczne są wskazywane zmiany w porównaniu z poprzednią wersją.

Część istotnych informacji dotyczących konkursów organizowanych w ramach RPO WK-P Urząd Marszałkowski zbyt późno przekazuje instytucjom zainteresowanym ubieganiem się o dotację. Ponadto, pomiędzy różnymi dokumentami, określającymi zasady ubiegania się o wsparcie w ramach RPO WK-P, występują niespójności, dotyczące choćby kwalifikowalności wydatków.

Prowadzone przez Urząd Marszałkowski Punkty Informacyjne nie zaspokajają w wystarczającym stopniu potrzeb swoich Klientów w zakresie wyjaśniania wątpliwości dotyczących zasad przyznawania dotacji oraz realizowania projektów w ramach RPO WK-P. Problemem jest przede wszystkim praktyka cytowania przez pracowników Punktów Informacyjnych fragmentów dokumentów, zamiast wyjaśniania zgłaszanych przez Klientów wątpliwości. Zdarzają się również przypadki udzielania informacji błędnych. Istotną przyczyną tego problemu jest niewystarczający przepływ informacji pomiędzy komórkami Urzędu Marszałkowskiego odpowiedzialnymi za nabór i ocenę wniosków a pracownikami Punktów Informacyjnych. Ponadto, ranga pracowników Punktów Informacyjnych w strukturze Urzędu Marszałkowskiego nie odpowiada newralgicznej roli, jaka została im powierzona w systemie upowszechniania informacji na temat RPO WK-P. W efekcie wzrost wiedzy i doświadczenia pracownika Urzędu Marszałkowskiego zmniejsza prawdopodobieństwo wykonywania przez niego zadań konsultanta w Punkcie Informacyjnym.

Kolejnym problemem jest niewystarczająca koordynacja działań licznych komórek Urzędu Marszałkowskiego, uczestniczących w prowadzeniu działań promocyjnych związanych z RPO WK-P. Dotyczy to w szczególności współpracy pomiędzy Biurem Pomocy Technicznej RPO a Biurem Promocji Województwa. Doraźnymi skutkami braku wystarczającej koordynacji działań promocyjnych są kolizje terminów organizowanych wydarzeń. Skutkiem dalekosiężnym jest brak realizacji spójnej strategii, która łączyłaby promocję województwa kujawsko-pomorskiego z promocją przedsięwzięć realizowanych w regionie przy wsparciu z funduszy unijnych.

Na podstawie przeprowadzonego badania sformułowano szereg rekomendacji, wskazujących sposoby podniesienia jakości działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WK-P. Zalecono między innymi:

- doprecyzowanie w *Planie komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013* celów działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WK-P oraz podziału kompetencji i zasad współpracy pomiędzy komórkami Urzędu Marszałkowskiego zaangażowanymi w prowadzenie tych działań,
- wykorzystywanie telewizji regionalnej i prasy jako głównych mediów w kampaniach promujących RPO WK-P, skierowanych do ogółu mieszkańców regionu,
- przebudowę portalu www.mojregion.eu, podniesienie jego jakości użytkowej oraz ewentualne rozdzielenie go na serwis skierowany do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów oraz serwis skierowany do mieszkańców województwa,
- opracowanie przewodników przedstawiających możliwości uzyskania dotacji w ramach poszczególnych Osi priorytetowych i Działań RPO WK-P (wyłącznie tych, w ramach których są jeszcze planowane nabory wniosków); takie przewodniki należałoby opracować w pierwszej kolejności dla przedsiębiorców, ponieważ są grupą, dla której informacje na temat RPO WK-P są mniej dostępne, niż dla pozostałych potencjalnych beneficjentów tego programu,
- odpowiednio wcześnie⁷ podawanie do publicznej wiadomości pełnych informacji dotyczących konkursów, w ramach których przyznawane jest dofinansowanie,

⁷ W zależności od rodzaju projektów, których dotyczy organizowany konkurs. Najdłuższy, przynajmniej półroczny, odstęp pomiędzy przekazaniem do wiadomości publicznej kompletu informacji a zakończeniem naboru wniosków (prowadzonego w trybie zamkniętym) jest potrzebny w przypadku projektów budowlanych.

w tym informacji na temat zakresu przedsięwzięć, które mają szansę na uzyskanie wsparcia oraz informacji na temat sposobu oceny wniosków,

- przeprowadzenie analizy zmierzającej do zidentyfikowania niespójności pomiędzy różnymi dokumentami określającymi zasady uzyskiwania dotacji lub realizowania projektów w ramach RPO WK-P (wskazane są konsultacje w tym zakresie z przedstawicielami firm doradczych, których spostrzeżenia mogą stanowić cenne źródło wiedzy dla pracowników Urzędu Marszałkowskiego),
- usunięcie zidentyfikowanych rozbieżności poprzez modyfikację dokumentów lub poprzez przygotowanie rozstrzygnięć usuwających wątpliwości dotyczące interpretacji zapisów, które obecnie nie są jednoznaczne; udostępnienie zmodyfikowanych dokumentów i sporządzonych wyjaśnień (między innymi) w portalu www.mojregion.eu,
- udrożnienie przepływu informacji pomiędzy komórkami, które odpowiadają za nabór i ocenę wniosków, a Punktami Informacyjnymi,
- zwiększenie kontroli jakości usług Punktów Informacyjnych, poprzez merytoryczną analizę (losowo wybranych) odpowiedzi przesłanych przez ich pracowników klientom,
- powiązanie poziomu wynagrodzeń zatrudnionych w Punktach Informacyjnych konsultantów z jakością ich pracy (poprzez wprowadzenie systemu premiowego).

Sformułowane wnioski opierają się na interpretacji danych uzyskanych przy zastosowaniu szerokiego wachlarza różnorodnych metod badawczych. W ramach ewaluacji zrealizowano badania ankietowe z mieszkańcami województwa (1500 wywiadów), a także z potencjalnymi beneficjentami (300) i beneficjentami RPO WK-P (374). Badanie ankietowe przeprowadzono również z pracownikami Urzędu Marszałkowskiego (30) zaangażowanymi w prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących tego programu. Przeprowadzono także wywiady jakościowe z 31 odbiorcami informacji na temat RPO WK-P oraz z osobami zaangażowanymi w upowszechnianie informacji na temat tego programu. Do badania portalu www.mojregion.eu wykorzystano testy użyteczności, połączone z rejestracją spojrzeń (*eye tracking*). Punkty informacyjne zostały zbadane metodą *Tajemniczy klient*. Elementem badania była także analiza danych zastanych.

Ewaluacja została przeprowadzona, na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu, przez firmę Dyspersja (www.dyspersja.com), w okresie od marca do czerwca 2011 roku.

Summary

Residents of the Kujawsko-Pomorskie voivodship possess a satisfactory level of knowledge in regards to the initiatives co-financed from the EU funds. The fact that such projects are implemented realizes 80% of the region's residents. Individuals with lower education, youth, and residents of the retirement age are slightly less than other inhabitants are aware actions taken in the region. By average, the residents of voivodship identified 11 out of 19 types of endeavors realized within the framework of this program, when read to them aloud during the survey.

Recognition of the brand of *Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego* (RPO WK-P; *Regional Operational Programme for Kujawsko-Pomorskie Voivodeship*) is significantly lower. Only 1 in 100 can name it on her/his own. However, 3 in 10 claim to recognize it upon hearing.

These results do not yield one particular interpretative reading. If we assume that the program's promotion is the base of the EU Funds promotion, the low recognition of the RPO WK-P brand does not appear problematic. However, *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013* (*The RPO WK-P Communications Plan for the years 2007-2013*) describes such promotion as "key"⁸. If this holds, then it is necessary to take a far more intensive approach to the promotion of the RPO WK-P brand. This said, it is important to revisit this aim taking into consideration that an intensive promotion of the RPO WK-P brand, next to the EU Funds' brand, requires significant additional funding.

Informational and promotional efforts in regards to the RPO WK-P directed at the public serve not only the purpose of informing it about the undertaken endeavors, but also to present benefits of using EU funding.

Among those residents of the Kujawsko-Pomorskie voivodship who are aware of the initiatives realized in the voivodship that are funded from the EU funds, over half (55%) thinks such initiatives have a positive impact on the region's development. Moreover, 2/5 (41%) finds this influence rather beneficial. Hence, identified in *Plan komunikacji RPO WK-P* (*The RPO WK-P Communications Plan*), problem that there is a low level of understanding of "the interconnected relationship between EU Funds and the social-economic growth of the region"⁹ has been overcome.

The region's residents notice, also on a private level, positive effects of using the EU funding more and more often. 1 in 3 of residents (32%) of the Kujawsko-Pomorskie voivodship who are aware of the initiatives realized in the voivodship that are funded from the EU finds the influence of such initiative on her/his life as definitively beneficiary, and every other (51%)—rather beneficiary. Opinions in regards to the impact of the EU funds on the quality of life in the region are, by and large, based on the familiarity with concrete initiatives realized from the EU funds.

There are larger differences in opinion in matters regarding the correct distribution of the said funding. Every other (48%) of the region's residents, who is aware of the endeavors undertaken in the Kujawsko-Pomorskie voivodship and funded by EU, finds that the funding for the realization of such endeavors is by and large spent adequately; 1 in 10 (10%) finds that the funding is spent in an entirely pertinent way. However, approximately 1 in 4 (26%) believes that half of the funding is wasted (more critical opinions are rare).

The basis for the sentiment of nearly 3/5 of the region's residents, who believe that the EU funding is spent in a satisfactory way, is the EU Funds' strong brand. This sector of the public recognizes these funds not only in terms of a monetary package, but also in

⁸ Compare: *RPO WK-P Communications Plan for the years 2007-2013*, Torun, 2008, p. 11.

⁹ Compare: *RPO WK-P Communications Plan for the years 2007-2013*, Torun, 2008, p. 12.

terms of high standards and the monitoring of their execution. Therefore, promotional activities around RPO WK-P ought to highlight that the granting and using of funds is thoroughly monitored. This will probably improve the image of EU Funds in the eyes of the remaining residents of the region.

The media, simultaneously, preferred by the residents, and supported by their large-scale reach to a variety of viewers, are TV and print. The quality of information placed in these kinds of media, in the opinion of residents, is satisfactory but not high. The presented results show that cooperation with the media and preparation of commissioned materials to be shown on regional television are a particularly important area of strategies used to promote RPO WK-P. Television (esp. unlike the Internet) is a universally accessible medium that can provide an opportunity to reach people with lower education and the elderly, and those less active in information search.

The cooperation between Urząd Marszałkowski (from now on referred to as the Marshal's Office) and journalists in regards to the sharing of information on RPO WK-P is on a high level. Information on RPO WK-P is passed to journalists by the media arm of Marshal's Office, and it is presented in a professional manner. Of particular note, when it comes to the above materials that often regard rather complicated matters, is accessible language. Moreover, press conferences and other events that offer opportunity of coverage for journalists are carried out professionally.

The third medium of choice that the region's residents would like to use to learn about the EU Funds is the Internet. It is especially preferred by young people and those with better education. A high percentage of the voivodship's residents interested in accessing information online speaks to the need for a wider promotion on the www.mojregion.eu website, run by the Marshal's Office. Information included on their pages was evaluated relatively high by the residents. However, a close analysis shows that the promotion of the service should have come after a website redesign that would include enriching it with a larger number of materials addressed to residents.

Apart from a continuous cooperation with journalists and running the internet service, the Marshal's Office informs the voivodship residents about RPO WK-P through promotional campaigns. Preparing and distributing informational materials and organizing outdoor events are crucial elements of such campaigns.

Focused group interview with residents of the voivodship was used as an opportunity to carry out a detailed review of the advertising spot of RPO WK-P commissioned by the Marshal's Office. Against minor criticism, the quality of the spot is very high.

Selection of persons included in an advertising spot, as well as the impression of authenticity of their speech are key features that decide if the spot is received by the target group in a positive way. In the spot, except local government representatives, beneficiaries and region's residents also speak about the endeavors financed by EU funding. The latter, in the opinion of the viewers, come across as more spontaneous. In addition, it was the right approach to present investments undertaken in many different cities and towns of the region because the residents find endeavors undertaken in the place of their residence as the most interesting topic. Moreover, a series of events focusing on the revitalization projects realized in 2010 deserves a positive recognition mostly thanks to their ability to combine outdoor events with coverage from media.

The Marshal Office's strategy of promotional efforts in regards to RPO WK-P addressed to the region's residents is, in general, fitting. However, improvements are called for in the area of sharing information in regards to opportunities for funding from RPO WK-P with institutions interested in applying for financial support.

1/5 of potential beneficiaries¹⁰ of the program that is 22% is actually aware of the opportunities for support through RPO WK-P (the percentage increases to 27% after

¹⁰ Potential Beneficiaries, here, are defined as the institutions that are eligible to apply for funding, however have not received it either because they didn't apply for it, or applied but were rejected.

excluding institutions that didn't research information in regards to RPO WK_P due to their lack of interest in funding from EU). 2/3 of potential beneficiaries (66%) has either never come across the name RPO WK-P, or claims not to even know that there are endeavors in the Kujawsko-Pomorskie voivodship funded from EU funds. Hence, many institutions that are potentially interested in applying for funding have not received information about such opportunities.

It is important to note that the result found among potential beneficiaries is shaped by the response from micro-firms, which among potential beneficiaries form the strongest group. Information that there are forms of support available through RPO WK-P has reached hardly 1 in 5 among the smallest businesses (18%), however, among the small and medium size firms and other institutions the percentage of potential beneficiaries who are aware of the opportunity to apply is much higher and reaches, respectively, 40% and 46%. Among the representatives of local governments, there is not a single one that is not aware of the opportunities for funding within the framework of RPO WK-P.

2/5 of beneficiaries (40%)¹¹ noted on the lack of information necessary to apply for funding of, realization of, or final reporting on the project. The most common problem was the lack of information in regards to qualification of expenses, i.e. if they can be financed, one that about 3/4 of beneficiaries, who needed additional information on the RPO WK-P, had to face.

When it comes to providing information, potential beneficiaries find the Marshal's Office in Torun in conjunction with the Information and Consulting Points at 4,1 on the scale to 6 (scale reminiscent of school-grading system). Average grading of the Marshal's Office's endeavors in regards to sharing of information on RPO WK-P was found, by beneficiaries, even higher (reaching 4,7). Combined average grade of the Information Points under the Marshal's Office in other towns of the region, was 4,2 among the potential beneficiaries and 4,4 among the beneficiaries.

Although the average grading ranges between 4 and 5, the Marshal's Office's information-sharing efforts are not regarded unanimously as positive. The criticism coming from a section of beneficiaries and potential beneficiaries in regards to the Marshal's Office's information-sharing efforts are not baseless.

The source of information that is essential when it comes to application for funding under RPO WK-P, realization and final reporting under this program is the website www.mojregion.eu, run by the Marshal's Office. The current usage quality of the portal www.mojregion.eu is not satisfactory (a separate report is devoted to this topic¹²).

In order to submit a correctly filled application, or even just to figure out if it is possible to receive funding for the realization of a given endeavor, it is necessary to familiarize oneself with a variety of interconnected documents. The amount of documents forms a serious obstacle for institutions that do not specialize in gaining funding from RPO WK-P and having little experience in these regards. Moreover, the frequent changes in the funding rules under the RPO WK-P framework compound an additional difficulty for the institutions interested in applying for it. The updates and modifications are not always announced in the News section of the www.mojregion.eu, moreover, the changes are not necessarily highlighted in regards to the previous versions.

A section of important information in regards to contests organized through the RPO WK-P is passed from the Marshal's Office to interested organizations in an untimely fashion. Furthermore, there are discrepancies between the various documents that outline the rules for applying for support under RPO WK-P, for example, the qualification of expenses.

Run by the Marshal's Office Information Points do not meet in a satisfactory way the needs of beneficiaries when it comes to explaining matters related to the rules of funding

¹¹ Beneficiaries, here, are defined as the institutions that have received funding.

¹² Dyspersja: *Evaluation of the www.mojregion.eu Website*, Warszawa, 2011.

distribution and project realization under RPO WK-P. The matter resides predominately in the practice of the Point's employees quoting specific documents instead of explaining them to clients. There were also instances of providing wrong information. The source of this problem lays in inadequate information flow between the various units of the Marshal's Office that are responsible for the intake and evaluation of applications and the employees of Information Points. Within the structure of Marshal's Office, the Information Points' employees are ascribed a position that fails to reflect the central role that was given them in the popularization of information on RPO WK-P. As the result, increased knowledge and experience of the Marshal's Office's employee decreases the probability that s/he will work in the consulting capacity in the Information Point.

Another problem is the inadequate coordination of activities undertaken by the various units of Marshal's Office that participate in the running of the promotional efforts of RPO WK-P. This is especially apparent in the cooperation between RPO WK-P's Biuro Pomocy Technicznej (RPO WK-P's Technical Assistance Office) and Biuro Promocji Województwa (Voivodship PR Office). The immediate effects of poor cooperation of promotional efforts include event-scheduling conflicts. Long-term effects include the lack of implementation of a coherent strategy that would connect the promotion of the Kujawsko-Pomorskie voivodship with the promotion of endeavors undertaken in the region thanks to EU funding.

Based on the completed survey, a number of recommendations have been identified. These point to strategies for improving the informational and promotional efforts around the RPO WK-P. The said recommendations include:

- Setting in the RPO WK-P Communications Plan for the years 2007-2011 a stricter collection of aims for the informational and promotional efforts in regards to RPO WK-P, as well as a division of duties and rules of cooperation between the various units of Marshal's Office that are engaged in these efforts.
- Using of regional television and press as the leading mediums in the campaign promoting RPO WK-P that is directed to the entirety of the region's residents.
- Redesigning of the www.mojregion.eu website, increase the quality, and possible division into a service addressed to potential beneficiaries and beneficiaries, as well as a general service aimed at the general region's residents.
- Preparing of guidebooks aimed at the potential beneficiaries. Such guidebooks ought to provide information in regards to the funding possibilities within the frameworks of various Priorities and Measures under RPO WK-P (include those that are planned to be opened); such guidebooks ought to be prepared first and foremost with business in mind. This sector finds information in regards to RPO WK-P less readily available than other potential beneficiaries of the program.
- Announcing in a timely fashion¹³ to the public the information in regards to the contests under which funding is dispersed. This includes information in regards to the scope of the endeavors that have chances to receive support and information in regards to the way applications are evaluated.
- Carrying out an analysis that aims to identify the discrepancies between the various documents that set the rules of funding—the receiving of and realization of projects under RPO WK-P (advised are consultations in this area with representatives of consulting firms whose observations may provide a valuable addition to the perspective of the employee's of the Marshal's Office).
- Removing of the identified discrepancies through a modification of documents or through preparing solutions that address any doubts in regards to the interpretation of rules and regulations, which at this stage are not clear; making

¹³ Depending on the type of projects that a given competition is concerned with. The longest, that is at least 6 months between the public announcement of the complete information and the closing of application intake time, is needed for constructions' projects.

the modified documents and completed explanations available (among others) on the website www.mojregion.eu.

- Improving the flow of information between the units that are responsible for intake and evaluation of application, and the Information Points.
- Increasing in control of quality of service in the Information Points by methodology analysis of (randomly selected) answers provided by the Points' employees to customers.
- Tying the level of employee compensation in the Information Points with the quality of the consultant's work (through an introduction of a bonus system).

The outlined conclusions were drawn based on the interpretation of the data gained through an application of a wide variety of different research methods. For the purposes of this evaluation, surveys were conducted with the voivodship's residents (1500 interviews), with potential beneficiaries (300 interviews), and with beneficiaries of RPO WK-P (374 interviews).

Furthermore, a survey was conducted with the employees of Marshal's Office who are involved in the informational and promotional efforts around RPO WK-P (30 interviews). Moreover, qualitative research was carried out with 30 recipients of the information on RPO WK-P and persons involved in the popularization of information on the program. For the evaluation of the www.mojregion.eu website, usability tests were used, as well as eye tracking methods. The Information Points were surveyed using the Mystery Client method. Finally, an analysis of the secondary data.

Evaluation was carried out to meet the order of Kujawsko-Pomorskie Voivodship Marshal's Office in Torun by Dyspersja company (www.dyspersja.com) in the period March-June 2011.

Spis treści

Streszczenie	3
Summary	8
Spis treści	13
1 Wprowadzenie.....	14
1.1 Przedmiot badania.....	14
1.2 Cel badania i pytania badawcze.....	14
1.3 Metody	17
1.4 Struktura raportu	20
2 Odbiór informacji przez mieszkańców	21
2.1 Wiedza na temat funduszy UE i RPO WK-P.....	21
2.2 Czynniki różnicujące ogólny zasób wiedzy	29
2.3 Opinie na temat funduszy oraz ich wizerunek.....	30
2.4 Źródła informacji.....	36
2.5 Ocena informacji	39
2.6 Zainteresowanie informacjami	42
2.7 Preferowane źródła informacji	44
3 Odbiór informacji przez potencjalnych beneficjentów i beneficjentów	48
3.1 Wiedza na temat funduszy UE i RPO WK-P.....	48
3.2 Opinie na temat funduszy UE oraz ich wizerunek.....	56
3.3 Źródła informacji.....	60
3.4 Nadawcy informacji	65
3.5 Całościowa ocena uzyskanego zasobu informacji	67
3.6 Ocena poszczególnych źródeł.....	75
3.7 Komplementarność źródeł informacji	82
3.8 Zainteresowanie informacjami	83
3.9 Beneficjenci jako nadawcy informacji	85
4 Działania informacyjno-promocyjne prowadzone przez Urząd Marszałkowski	89
4.1 Informowanie mieszkańców	89
4.2 Informowanie (potencjalnych) beneficjentów	96
4.3 Potencjał Urzędu Marszałkowskiego	110
5 Rekomendacje	118

1 Wprowadzenie

1.1 Przedmiot badania

Przedmiotem ewaluacji były działania informacyjne i promocyjne dotyczące Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego (RPO WK-P). RPO WK-P, współfinansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, ma na celu „tworzenie warunków dla poprawy konkurencyjności województwa oraz spójności społeczno-gospodarczej i przestrzennej jego obszaru”¹⁴. Program składa się z ośmiu Osi priorytetowych: 1. *Rozwój infrastruktury technicznej*, 2. *Zachowanie i racjonalne użytkowanie środowiska*, 3. *Rozwój infrastruktury społecznej*, 4. *Rozwój infrastruktury społeczeństwa informacyjnego*, 5. *Wzmocnienie konkurencyjności przedsiębiorstw*, 6. *Wsparcie rozwoju Turystyki*, 7. *Wspieranie przemian w miastach i obszarach wymagających odnowy*, 8. *Pomoc techniczna*.

RPO WK-P jest realizowany poprzez finansowanie projektów prowadzonych przez jednostki samorządu terytorialnego (JST), przedsiębiorstwa (przede wszystkim mikro, małe i średnie) oraz innego typu podmioty (w tym szkoły, uczelnie, jednostki naukowe i badawczo-rozwojowe, organizacje pozarządowe, Kościoły, wspólnoty i spółdzielnie mieszkaniowe). Instytucje, które realizują projekty w ramach RPO WK-P, są zbiorczo nazywane beneficjentami tego programu, natomiast instytucje uprawnione do aplikowania o środki, które ich nie uzyskały (ponieważ nie ubiegały się o nie lub ubiegały się bezskutecznie) – potencjalnymi beneficjentami. W imieniu Zarządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego za realizację programu odpowiada Departament Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu¹⁵, we współpracy z Departamentem Wdrażania RPO.

Jednym z zadań Urzędu Marszałkowskiego, związanych z realizacją RPO WK-P, jest przekazywanie mieszkańcom województwa, potencjalnym beneficjentom i beneficjentom informacji na temat tego programu oraz jego promowanie. Zgodnie z przyjętymi założeniami, w upowszechnianie informacji na temat programu są również zaangażowane instytucje, które realizują dofinansowane projekty, a także partnerzy społeczni oraz media¹⁶.

Informowanie o RPO WK-P mieszkańców województwa ma na celu uświadomienie opinii publicznej roli Unii Europejskiej we wspieraniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych oraz zapewnienie przejrzystości procesu wykorzystywania tych środków¹⁷. Informowanie instytucji uprawnionych do aplikowania o środki z RPO WK-P na temat możliwości uzyskania dofinansowania, a także przekazywanie potencjalnym beneficjentom i beneficjentom informacji potrzebnych do ubiegania się o dotacje oraz do prowadzenia i rozliczania projektów, jest warunkiem właściwego wykorzystania funduszy dostępnych w ramach tego programu.

1.2 Cel badania i pytania badawcze

Głównym celem badania była ocena skuteczności i efektywności działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013 (RPO WK-P) oraz ocena funkcjonalności nowego portalu (www.mojregion.eu) poświęconego Funduszom Europejskim w województwie kujawsko-pomorskim.

¹⁴ *Szczegółowy Opis Osi Priorytetowych RPO WKP 2007-2013*, wersja z 17 marca 2011 roku, s. 6-7.

¹⁵ W dalszej części raportu Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu jest nazywany w skrócie „Urzędem Marszałkowskim”.

¹⁶ Porównaj: *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013*, Toruń 2008, s. 11-12.

¹⁷ Porównaj: *Rozporządzenia Rady (WE) nr 1038/2006 z 11 lipca 2006 r.*, art. 69, p. 1.

Nadrzędny cel badania został osiągnięty poprzez realizację siedmiu celów szczegółowych (oznaczonych poniżej literami A–G), do których przyporządkowano pytania badawcze (oznaczone cyframi 1–21).

A. Analiza aktywności IZ RPO WK-P w podejmowaniu działań informacyjno-promocyjnych, w tym analiza możliwości i ograniczeń prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych

- 1) Na podstawie jakich danych oraz wytycznych IZ podejmuje decyzje dotyczące działań informacyjno-promocyjnych? Czy zasób danych oraz wytycznych, na podstawie których podejmowane są decyzje, jest wystarczający? Jeżeli nie, to jakiego rodzaju danych lub wytycznych brakuje?
- 2) Jaka jest jakość dokumentów wyznaczających przebieg działań informacyjno-promocyjnych koordynowanych przez IZ¹⁸, z perspektywy realizacji tych działań oraz możliwości monitorowania ich efektów? Jeżeli istnieje potrzeba podniesienia jakości dokumentów dotyczących przyszłych działań informacyjno-promocyjnych, to na czym powinny polegać zmiany lub uzupełnienia (w porównaniu z dotychczasowymi planami)?
- 3) Jakiego rodzaju działania / projekty informacyjno-promocyjne dotyczące RPO WK-P były dotychczas prowadzone lub koordynowane przez IZ? Do jakich grup docelowych były kierowane te działania? W jakim stopniu zostały wykorzystane dostępne narzędzia?
- 4) Jakie uwarunkowania (ograniczenia i możliwości) wpływały na aktywność IZ w podejmowaniu działań informacyjno-promocyjnych? Czy zasoby przeznaczone na realizację działań informacyjno-promocyjnych (środki finansowe, zasoby kadrowe, ewentualnie inne istotne zasoby) były adekwatne w stosunku do przeprowadzonych działań? Jeżeli nie, to pod jakim względem dostępne zasoby były nadmierne lub niewystarczające? Czy istnieją działania informacyjno-promocyjne, które nie zostały podjęte ze względu na ograniczone zasoby (pomimo, że zrealizowanie tych działań byłoby przydatne)? Jeżeli tak, to jakie zasoby należałoby wzmocnić, żeby działania te mogły zostać podjęte (pod warunkiem, że potrzeba ich zrealizowania pozostaje aktualna)?

B. Ocena trafności, skuteczności i efektywności działań informacyjno-promocyjnych RPO WK-P według beneficjentów, potencjalnych beneficjentów i mieszkańców województwa

C. Ocena rozpoznawalności marki RPO WK-P

D. Ocena rozpoznawalności hasła *Mój region w Europie*¹⁹

- 5) Jaki jest poziom wiedzy beneficjentów, potencjalnych beneficjentów oraz mieszkańców województwa na temat RPO WK-P?
- 6) Jaki jest poziom zaspokojenia zapotrzebowania poszczególnych grup docelowych na informacje na temat RPO WK-P? Jeżeli istnieją potrzeby, które nie zostały zaspokojone, to jakich przede wszystkim informacji brakuje poszczególnym grupom docelowym?
- 7) Jaki jest wizerunek RPO WK-P wśród mieszkańców, potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów programu? Na ile silna jest marka RPO WK-P? Jakie są ewentualne pozytywne oraz ewentualne negatywne elementy wizerunku RPO WK-P? W jakim stopniu wizerunek RPO WK-P jest zgodny z intencjami IZ jako

¹⁸ Tj. w szczególności *Planu komunikacji RPO WK-P na lata 2010-2013* oraz rocznych *Planów działań informacyjno-promocyjnych RPO WK-P*.

¹⁹ Trzy szczegółowe cele badania, oznaczone literami „B”, „C” i „D”, są ze sobą bezpośrednio związane: podstawą oceny działań informacyjno-promocyjnych jest osiągnięty poziom wiedzy grup docelowych na temat programu, a znajomość marki RPO WK-P oraz znajomość hasła programu są elementami tej wiedzy. Dlatego pytania badawcze (oznaczone numerami od 5 do 11) odnoszące się do tych trzech celów przedstawiono łącznie.

nadawcy informacji na temat tego programu? Czy istnieją czynniki, które obniżają skuteczność upowszechniania pożądanego wizerunku RPO WK-P? Jeżeli tak, to czy istnieją sposoby ograniczenia negatywnego wpływu tych czynników i zwiększenia skuteczności komunikacji? Jakże należałoby podjąć działania?

- 8) Czy mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego postrzegają wdrażanie RPO WK-P jako korzystne dla regionu? Czy mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego postrzegają wdrażanie RPO WK-P jako korzystne dla siebie?
- 9) W jakim stopniu hasło „Mój region w Europie” odpowiada treściom, które ma komunikować? W jakim stopniu hasło jest identyfikowane przez odbiorców jako hasło RPO WK-P? Jaki jest stosunek odbiorców działań informacyjno-promocyjnych do hasła RPO WK-P?
- 10) Jaki był poziom dotarcia z informacjami na temat RPO WK-P do grup docelowych poprzez poszczególne działania informacyjno-promocyjne / przy zastosowaniu poszczególnych instrumentów informacyjno-promocyjnych? Jakiego rodzaju działania informacyjno-promocyjne były najbardziej „widoczne” i skuteczne pod względem dotarcia z informacjami na temat RPO WK-P do grup docelowych?
- 11) Jakże sposoby zdobywania informacji na temat RPO WK-P preferują przedstawiciele poszczególnych grup docelowych? Jakich przedsięwzięć informacyjnych lub promocyjnych oczekują?

E. Ocena nowego portalu o funduszach www.mojregion.eu

- 12) W jakim stopniu zawartość portalu odpowiada zapotrzebowaniu grup docelowych na informacje dotyczące RPO WK-P?
- 13) Jaka jest jakość portalu pod względem wygody jego użytkowania (*usability*), na którą składają się: przejrzystość, łatwość nawigacji, widoczności poszczególnych elementów? W jaki sposób portal jest odbierany pod względem wizualnym / estetycznym?
- 14) Czy portal w obecnej formie jest właściwym narzędziem do osiągnięcia celów, których realizacji ma służyć? Jakże elementy należałoby zmodyfikować, dodać lub ewentualnie usunąć, w celu zwiększenia skuteczności portalu w przekazywaniu informacji na temat RPO WK-P?

F. Ocena udziału grup pośredniczących w upowszechnianiu informacji na temat RPO WK-P

- 15) Jaką rolę odgrywają poszczególne grupy pośredniczące: media, partnerzy społeczni, firmy doradcze oraz sami beneficjenci w upowszechnianiu informacji na temat RPO WK-P?
- 16) Czy IZ w odpowiedni i wystarczający sposób uwzględnia rolę poszczególnych grup pośredniczących w prowadzeniu działań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WK-P? Jaka jest intensywność oraz jakość współpracy pomiędzy IZ a poszczególnymi grupami pośredniczącymi w przekazywaniu informacji na temat RPO WK-P?
- 17) Czy IZ stosuje rozwiązania, które wpływają korzystnie na zaangażowanie grup pośredniczących w upowszechnianie informacji na temat RPO WK-P? Jeżeli tak, to jakie to są rozwiązania?
- 18) Czy występują bariery, które utrudniają upowszechnianie przez grupy pośredniczące informacji na temat RPO WK-P? Jeżeli tak, to jakie to są bariery? Czy możliwe jest ograniczenie negatywnego wpływu tych barier, a jeżeli tak, to jakie działania należałoby w tym celu podjąć?

G. Analiza cech odbiorców działań informacyjno-promocyjnych, które wpływają na przyswajanie przez nich wiedzy na temat RPO WK-P

- 19) Jaki jest poziom zainteresowania informacjami na temat RPO WK-P wśród poszczególnych grup docelowych? Czy poziom zainteresowania wpływa na zasób przyswojonych informacji na temat RPO WK-P, a jeżeli tak, to w jaki sposób?
- 20) Jakie cechy osób lub instytucji, do których kierowane są działania informacyjno-promocyjne dotyczące RPO WK-P, różnicują zasób informacji na temat RPO WK-P przyswojonych przez te osoby lub instytucje?
- 21) Czy przy doborze działań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WK-P w dostatecznym stopniu uwzględniane są różnice pod względem poziomu zainteresowania oraz cech odbiorców, które rzutują na przyswajanie sobie przez nich informacji na temat RPO WK-P? Czy istnieje potrzeba docierania w większym stopniu do osób lub instytucji, które są mniej zainteresowane programem lub mają mniejszy potencjał potrzebny do przyswojenia sobie informacji na jego temat? Jeżeli tak, to jakie rozwiązania należałoby w tym celu zastosować?

Ewaluacja objęła okres od początku wdrażania RPO WK-P do realizacji badania, które zostało przeprowadzone w drugim kwartale 2011 roku.

1.3 Metody

1.3.1 Analiza danych zastanych

Punktem wyjścia do przygotowania szczegółowej koncepcji badania była analiza danych zastanych, która objęła dokumenty programowe związane z wdrażaniem RPO WK-P²⁰ oraz raporty z wcześniejszych badań ewaluacyjnych, poświęconych ocenie działań informacyjno-promocyjnych dotyczących Regionalnych Programów Operacyjnych. Analizą objęte zostały również dokumenty wyznaczające przebieg działań informacyjnych i promocyjnych²¹ oraz sprawozdania z tych działań, a także wybrane dokumenty dotyczące naboru i oceny wniosków o dofinansowanie projektów.

1.3.2 Wywiady jakościowe

Część jakościowa badania obejmowała 17 indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI) oraz zogniskowany wywiad grupowy (FGI) z 8 uczestnikami, uzupełniony wywiadem typu diada.

Wywiady indywidualne przeprowadzono z:

- pracownikami Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu:
 - 3 pracownikami Departamentu Polityki Regionalnej, odpowiedzialnymi za prowadzenie działań informacyjnych lub promocyjnych dotyczących RPO WK-P
 - 2 pracownikami Departamentu Wdrażania RPO WK-P, uczestniczącymi w prowadzeniu działań informacyjnych skierowanych do potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów RPO WK-P
- beneficjentami RPO WK-P:
 - 3 pracownikami dwóch JST

²⁰ W szczególności *Szczegółowy Opis Osi Priorytetowych RPO WKP 2007-2013*.

²¹ *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2010-2013 oraz roczne Plany działań informacyjno-promocyjnych RPO WK-P*.

- 2 pracownikami dwóch MSP
- 2 pracownikami dwóch innych instytucji
- przedstawicielami „grup pośredniczących” – tj. odbiorcami informacji na temat RPO WK-P, których zadania obejmują przekazywanie tych informacji grupom docelowym:
 - 2 pracownikami mediów (dwóch redakcji)
 - 2 przedstawicielami dwóch instytucji będących partnerami społecznymi – członkami Komitetu Monitorującego RPO WK-P
 - 5 pracownikami dwóch firm doradczych, świadczących usługi w zakresie przygotowywania wniosków o dotacje z RPO WK-P oraz prowadzenia dokumentacji projektów.

Uczestnikami wywiadów grupowych byli mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego, nie zajmujący się zawodowo zagadnieniami związanymi z funduszami unijnymi: 5 kobiet oraz 5 mężczyzn, z wykształceniem co najmniej średnim, w wieku od 18 do 60 lat.

1.3.3 Wywiady ankietowe

Metodą wywiadu telefonicznego wspomaganego komputerowo (CATI) przeprowadzono trzy sondaże z najliczniejszymi grupami docelowymi informacji na temat RPO WK-P:

- 1500 mieszkańcami województwa, w wieku powyżej 14 lat,
- 374 przedstawicielami beneficjentów RPO WK-P,
- 300 przedstawicielami potencjalnych beneficjentów RPO WK-P.

Próba mieszkańców miała charakter kwotowy. Struktura próby odzwierciedlała strukturę populacji pod względem łącznego rozkładu płci, grupy wieku (15-29 lat / 30-49 lat / 50 i więcej lat), typu zamieszkiwanej miejscowości (miasto / wieś), oraz pod względem zamieszkiwanej gminy (144 gminy)²².

Badanie beneficjentów miało charakter pełny w warstwie JST (zbadano wszystkie 138 JST, które uzyskały wsparcie w ramach RPO WK-P) i reprezentacyjny, oparty na doborze losowym, w pozostałych warstwach. W warstwie „przedsiębiorstwa” zbadano 201 podmiotów a w warstwie „inne instytucje”²³ 35 podmiotów. Wśród przedsiębiorstw proporcje pomiędzy firmami mikro, małymi oraz średnimi i dużymi odzwierciedlały proporcje występujące w populacji. Próba obejmowała (w każdej warstwie) połowę populacji beneficjentów RPO WK-P. Operat do badania beneficjentów został opracowany na podstawie listy instytucji, które uzyskały dofinansowanie w ramach RPO WK-P, przekazanej przez Urząd Marszałkowski.

Również badanie potencjalnych beneficjentów miało charakter pełny w warstwie JST (zbadano wszystkie 26 JST z województwa kujawsko-pomorskiego, które dotychczas nie uzyskały wsparcia w ramach RPO WK-P) i reprezentacyjny, oparty na doborze losowym, w pozostałych warstwach. Oprócz JST zbadano 100 firm mikro oraz 100 firm małych i średnich oraz 74 inne instytucje. Proporcje pomiędzy firmami małymi i średnimi odpowiadały proporcjom występującym w populacji. Punktem wyjścia do sporządzenia operatu był REGON. W pierwszym kroku z rejestru dobrano podmioty, których typ był zgodny z katalogiem instytucji uprawnionych do ubiegania się o środki w ramach RPO WK-P. W drugim kroku wykluczono instytucje, które uzyskały dofinansowanie z tego programu (tj. beneficjentów RPO WK-P).

²² Warstwowanie ze względu na gminę było niezależne od warstwowania ze względu na pozostałe kryteria.

²³ Kategoria „inne instytucje”, zarówno w badaniu beneficjentów, jak i w badaniu potencjalnych beneficjentów, obejmowała przede wszystkim: organizacje pozarządowe, organizacje pracodawców, spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe, kościoły i związki wyznaniowe.

W próbach beneficjentów i potencjalnych beneficjentów proporcje pomiędzy JST, przedsiębiorstwami oraz innymi instytucjami, a w drugiej z tych prób również proporcje pomiędzy firmami mikro a firmami małymi i średnimi, różniły się od proporcji występujących w populacji. Dobór nieproporcjonalny wynikał z decyzji o przeprowadzeniu badania pełnego wśród JST, ale za jego zastosowaniem przemawiało przede wszystkim dążenie do objęcia badaniem na tyle licznych przedstawicieli poszczególnych grup beneficjentów i potencjalnych beneficjentów, żeby możliwe było rozpatrywanie wyników nie tylko dla całej badanej zbiorowości, lecz także w najważniejszych podgrupach, wyodrębnionych ze względu na typ podmiotu²⁴.

Wyniki zostały przedstawione odrębnie dla JST, przedsiębiorstw (przy czym w przypadku potencjalnych beneficjentów wyniki dla firm mikro oraz dla małych i średnich przedsiębiorstw przedstawiono oddzielnie) oraz innych instytucji. Konsekwencją nieproporcjonalnego doboru próby była konieczność stosowania wag przy analizowaniu wyników na poziomie zbiorowości nadrzędnych, to jest beneficjentów i potencjalnych beneficjentów. Wagi zostały skonstruowane w taki sposób, że po ich zastosowaniu proporcje poszczególnych typów podmiotów w próbach były identyczne jak proporcje w badanych populacjach (w związku z tym wyniki dla ogółu potencjalnych beneficjentów były bardzo zbliżone do wyników uzyskanych w warstwie mikroprzedsiębiorstw, które dominują liczebnie w populacji beneficjentów RPO WK-P). Na wykresach i w tabelach każdorazowo podana została nieważona liczba respondentów, którzy odpowiadali na dane pytanie, oraz rozkłady procentowe lub średnie, które – zawsze, gdy było to potrzebne – zostały obliczone z zastosowaniem wag²⁵.

Badanie ankietowe przeprowadzono również z pracownikami Urzędu Marszałkowskiego, zaangażowanymi w prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WK-P. W badaniu wzięli udział pracownicy: Biura Koordynacji Funduszy Unii Europejskiej (Wydział Koordynacji, DPR), Biura Pomocy Technicznej RPO (Wydział Koordynacji, DPR), Biura Promocji Funduszy Unijnych (Departament Promocji Województwa, Rozwoju Gospodarczego, Turystyki i Współpracy Międzynarodowej), Biura Prasowego (Gabinet Marszałka).

Badanie z tą grupą respondentów zostało przeprowadzone techniką wywiadu internetowego (CAWI). W badaniu uczestniczyło 30 spośród 31 respondentów, do których skierowano ankietę.

Dokładność oszacowań dla poszczególnych grup przedstawia Tabela 1. Podany w niej margines błędu dotyczy sytuacji, w której rozkład odpowiedzi jest najmniej korzystny z perspektywy dokładności oszacowań, przy poziomie ufności 0,95²⁶. Taki poziom ufności przyjęto również przy identyfikowaniu opisanych w raporcie różnic i zależności.

Tabela 1: Dokładność oszacowań na podstawie przeprowadzonych badań ilościowych

Badana grupa	Maksymalny błąd oszacowania frakcji ²⁷
Mieszkańcy województwa	+/- 3%
Potencjalni beneficjenci ogółem	+/- 6%
JST	0% ²⁸
Firmy mikro	+/- 10%

²⁴ Na przykład przeprowadzenie badania potencjalnych beneficjentów na próbie proporcjonalnej doprowadziłoby do jej liczbnego zdominowania przez firmy mikro.

²⁵ Uwaga: prezentowana na wykresie informacja na temat nieważonej liczby respondentów odpowiadających na dane pytanie oraz ważony rozkład odpowiedzi nie wystarczą do poprawnego ustalenia liczby respondentów, którzy udzielili poszczególnych odpowiedzi.

²⁶ Poziomu ufności 0,95 oznacza 95% prawdopodobieństwo, że wynik uzyskany w próbie nie różni się od wyniku, jaki uzyskano by badając całą populację, o więcej, niż podany margines błędu oszacowania.

²⁷ Frakcja oznacza odsetek respondentów, którzy wybrali daną odpowiedź.

²⁸ W tej warstwie przeprowadzono badanie pełne, a zatem uzyskano nie oszacowania, lecz dokładne wyniki.

Firmy małe i średnie	+/- 10%
Inne podmioty	+/- 10%
Beneficjenci ogółem	+/- 4%
JST	0% ²⁹
Firmy	+/- 5%
Inne podmioty	+/- 13%

Źródło: Dysersja, obliczenia własne

1.3.4 Badanie Tajemniczy Klient

W ramach badania *Tajemniczy Klient* do każdego z 6 punktów informacyjnych, prowadzonych przez Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego, skierowano łącznie 12 różnych zapytań, dotyczących RPO WK-P i pochodzących rzekomo od przedstawicieli instytucji zainteresowanych dofinansowaniem z RPO WK-P.

Na każdy z pięciu adresów poczty elektronicznej, dostępnych w portalu www.mojregion.eu³⁰, w dziale z danymi kontaktowymi Punktów Informacyjnych, zostało wysłane jedno zapytanie. Szóste zapytanie zostało przesłane na wszystkich pięć adresów (w celu sprawdzenia koordynacji działań Punktów)³¹. Ponadto do każdego Punktu skierowano jedno zapytanie telefoniczne.

1.3.5 Badanie portalu www.mojregion.eu

Badanie portalu www.mojregion.eu przeprowadzono przy zastosowaniu:

- analizy danych na temat ruchu w portalu, pochodzących z *Google Analytics*,
- testów użyteczności z zastosowaniem *eye trackingu*, w których wzięło udział 15 uczestników będących beneficjentami (8 osób) lub potencjalnymi beneficjentami (7 osób) RPO WK-P,
- audytu eksperckiego portalu www.mojregion.eu oraz analizy dwóch innych portali, poświęconych podobnej tematyce (www.cop.lodzkie.pl oraz www.rpo.lubelskie.pl) w poszukiwaniu wzorcowych rozwiązań.

1.3.6 Ograniczenia w realizacji badania

W związku z przeprowadzeniem badań ankietowych telefonicznie, nie było możliwości przedstawienia biorącym w nich udział respondentom strony internetowej www.mojregion.eu. Skutkuje to obniżeniem wiarygodności wskazań serwisu www.mojregion.eu jako źródła informacji, z którego korzystali oraz, w konsekwencji, wiarygodności ocen tego serwisu. Zarazem, zastosowanie innej techniki realizacji badań ankietowych byłoby nieracjonalne. Biorąc pod uwagę budżet badania nie było możliwości przeprowadzenia ankiet bezpośrednio, a wymagania dotyczące przeprowadzenia sondażu ze znaczną częścią populacji (w przypadku beneficjentów: 50%) przemawiały przeciwko zastosowaniu ankiety internetowej, w przypadku której responsywność jest niższa, niż w badaniach z udziałem ankieterów.

1.4 Struktura raportu

Dwie kolejne części raportu dotyczą poziomu wiedzy mieszkańców regionu (część 2) oraz potencjalnych beneficjentów i beneficjentów RPO WK-P (część 3) o tym programie oraz o wykorzystywaniu środków unijnych w województwie kujawsko-pomorskim, a także

²⁹ W tej warstwie przeprowadzono badanie pełne, a zatem uzyskano nie oszacowania, lecz dokładne wyniki.

³⁰ Na stronie: <http://www.mojregion.eu/punkty-informacyjne/dane-kontaktowe.html> (odsznła 10 maja 2011)

³¹ Adresy zostały umieszczone w sposób widoczny dla wszystkich pięciu adresatów. Założono, że jeżeli Punkty działają w sposób skoordynowany, to na zapytanie zostanie udzielona jedna odpowiedź.

sposobów dowiadywania się o tych zagadnieniach oraz jakości dostępnych informacji. Przedstawiono ponadto wizerunek Funduszy Europejskich wśród grup docelowych działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WK-P. Określono także poziom zainteresowania odbiorców zagadnieniami związanymi z wykorzystywaniem środków unijnych. Omówiono również rolę, jaką w promowaniu programu odgrywają jego beneficjenci.

Czwartą część raportu poświęcono szczegółowej ocenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WK-P, prowadzonych przez Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu. Omówiono także rolę mediów, firm doradczych i partnerów społecznych, będących potencjalnymi lub faktycznymi sojusznikami Urzędu Marszałkowskiego w upowszechnianiu informacji na temat programu. Przedstawiono również elementy potencjału Urzędu Marszałkowskiego, które wpływają na jakość prowadzonych przez tę instytucję działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WK-P.

Ostatnia, piąta część raportu zawiera sformułowane na podstawie wyników badania rekomendacje. W tej części podsumowano najważniejsze problemy, występujące przy prowadzeniu działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WK-P, oraz zaproponowano sposoby ich rozwiązania.

2 Odbiór informacji przez mieszkańców

2.1 Wiedza na temat funduszy UE i RPO WK-P

Zgodnie z *Planem komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013*, poprzez działania informacyjne i promocyjne dotyczące tego programu, odbiorcom ma zostać przekazany w pierwszej kolejności „najprostszy komunikat o istnieniu środków przeznaczonych na rozwój województwa kujawsko-pomorskiego”³². Z faktu, że w województwie kujawsko-pomorskim w ciągu ostatnich czterech lat prowadzono przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej, zdaje sobie sprawę cztery piąte mieszkańców regionu (80%). Blisko co piąty (19%) nie wie, czy realizowano takie inicjatywy, natomiast zaledwie co setny sądzi, że nie były prowadzone (porównaj: Wykres 1).

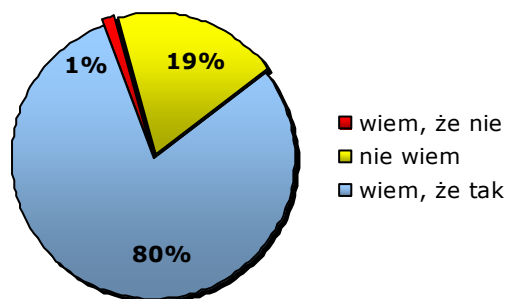
Świadomość prowadzenia w regionie przedsięwzięć finansowanych z Funduszy Europejskich jest związana z wykształceniem oraz wiekiem. Wiedza na ten temat jest najbardziej powszechna wśród mieszkańców województwa z wykształceniem wyższym (wśród których odsetek osób poinformowanych wynosi 94%), najmniej poinformowane są z kolei osoby, które mają wykształcenie gimnazjalne lub niższe (61%). Zróżnicowanie pomiędzy grupami wyodrębnionymi ze względu na wiek polega natomiast na tym, że o wykorzystywaniu w regionie środków unijnych osoby pomiędzy 45. a 54. rokiem życia wiedzą częściej (87%), niż młodzież w wieku od 15 do 24 (76%) lat oraz niż mieszkańcy powyżej 64 roku życia (72%). Istotnych statystycznie różnic pod względem poziomu poinformowania nie stwierdzono natomiast pomiędzy osobami zamieszkującymi miejscowości różniące się wielkością.

Do oceny poziomu wiedzy grup docelowych, którego podwyższeniu służyły działania informacyjne i promocyjne, przydatny jest punkt odniesienia. Dlatego warto wykorzystać fakt, że część wyników przeprowadzonego badania jest porównywalna z wynikami badania na podobny temat, przeprowadzonego w innym województwie. Niektóre wyniki *Ewaluacji działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych w ramach RPO WK-P* można zestawzić z wynikami *Oceny działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego*. Takie porównania pozwalają między innymi stwierdzić, że poziom upowszechnienia wśród mieszkańców regionu wiedzy o tym, że są w nim prowadzone przedsięwzięcia

³² *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2010-2013* oraz roczne *Plany działań informacyjno-promocyjnych RPO WK-P*, s. 5. Cytowany zapis dotyczy działań informacyjnych i promocyjnych skierowanych do potencjalnych beneficjentów, ale uzasadnione wydaje się odniesienie go także do innych grup docelowych.

finansowane z Funduszy Europejskich, w województwie kujawsko-pomorskim jest nieomal taki sam, jak (pół roku wcześniej) w województwie śląskim³³.

Wykres 1: Proszę chwilę się zastanowić i powiedzieć, czy według Pana (Pani) wiedzy w województwie kujawsko-pomorskim w ciągu ostatnich czterech lat były prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej [N=1500]



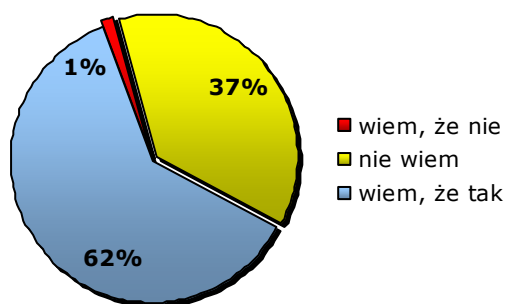
Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, *Dyspersja 2011*

Spośród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, którzy są świadomi, że w zamieszkiwanym przez nich regionie prowadzono przedsięwzięcia dotowane z funduszy unijnych, około trzy piąte (62%) zdaje sobie sprawę również z tego, że część środków z Unii Europejskiej została przeznaczona specjalnie dla tego województwa (porównaj: Wykres 2).

Wśród ogółu mieszkańców regionu osoby, które wiedzą o wyodrębnieniu z Funduszy Europejskich puli dla województwa kujawsko-pomorskiego, stanowią w przybliżeniu połowę (49%). Wynik ten jest lepszy od uzyskano w województwie kujawsko-pomorskim w 2009 roku. Wówczas odsetek mieszkańców województwa, którzy zetknęli się z informacjami dotyczącymi środków unijnych przeznaczonych specjalnie dla regionu, w którym mieszkają, wyniósł 36%³⁴.

Wykres 2: Czy według Pana (Pani) wiedzy część środków z Unii Europejskiej przeznaczono specjalnie dla województwa kujawsko-pomorskiego? [N=1202]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych³⁵.



Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, *Dyspersja 2011*

³³ W województwie śląskim jesienią 2010 roku na pytanie, czy w regionie są realizowane inicjatywy finansowane ze środków unijnych, odpowiedziało twierdząco również 80% respondentów. Porównaj: *Dyspersja: Ocena działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013 w latach 2007-2010*, Warszawa 2010, s. 50.

³⁴ Porównaj: Agrotec: *Ocena dotychczasowych działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych przez IZ RPO WK-P*, Warszawa 2009, s. 44.

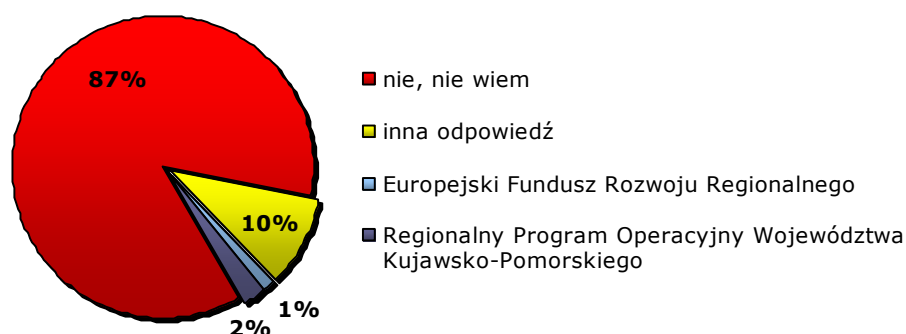
³⁵ Wykresy przedstawiające rozkład odpowiedzi na pytania, które nie były zadawane wszystkim respondentom, zostały opatrzone adnotacją informującą o tym, komu były zadawane.

Znajomość nazwy RPO WK-P jest wśród mieszkańców regionu znacznie mniej powszechna, niż bardziej ogólna wiedza o wykorzystywaniu w regionie środków unijnych, której dotyczyły wcześniejsze pytania.

Wśród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, którzy wiedzą, że region otrzymał pulę pieniędzy wyodrębnionych ze środków przekazanych Polsce przez Unię Europejską, zaledwie co pięćdziesiąty (2%) – a tym samym co setny (1%) spośród wszystkich mieszkańców regionu – jest w stanie samodzielnie podać nazwę RPO WK-P jako programu przeznaczonego specjalnie dla tego województwa. Co setny pytany pomylił się, jako nazwę programu podając nazwę funduszu (EFRR), z którego RPO WK-P jest finansowany. Co dziesiąty (10%) udzielił odpowiedzi całkowicie błędnej, a blisko dziewięć na dziesięć (87%) nie podało żadnej nazwy (porównaj: Wykres 3).

Wykres 3: Czy pamięta Pan (Pani) jak nazywa się program przeznaczony specjalnie dla województwa kujawsko-pomorskiego? [N=743]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o przeznaczeniu części środków unijnych specjalnie dla województwa kujawsko-pomorskiego.



Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Trzech na dziesięć (28%) mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego wprawdzie nie umie podać nazwy RPO WK-P samodzielnie, ale po jej usłyszeniu ma wrażenie, że już się z nią zetknęli³⁶ (porównaj: Wykres 4). Wśród mieszkańców z wykształceniem wyższym znajomość nazwy programu zadeklarowało, po jej usłyszeniu, ponad dwie piąte respondentów (42%), podczas gdy wśród pozostałych grup wyróżnionych ze względu na poziom wykształcenia odsetek takich osób wyniósł od 18% do 28%.

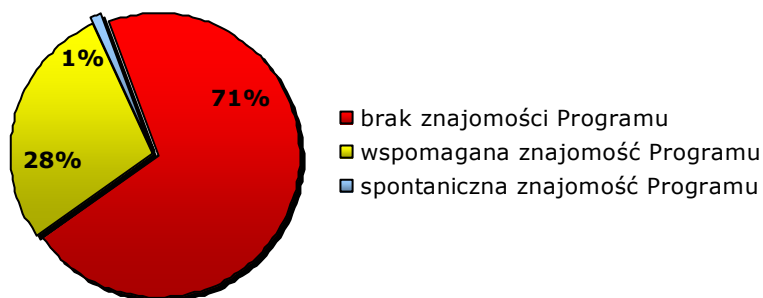
Poziom spontanicznej i wspomaganej znajomości nazwy *Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego* wśród mieszkańców województwa nie zmienił się istotnie od czasu badania przeprowadzonego w 2009 roku, podczas którego znajomość spontaniczną wykazało około 3% respondentów, a znajomość wspomaganą zadeklarowała ponad jedna czwarta badanych (27%)³⁷.

³⁶ Pytanie zadawano wyłącznie osobom, które nie podały nazwy RPO WK-P samodzielnie.

³⁷ Porównaj: PBS DGA: *Ocena potencjału rynkowego marki Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007–2013*, Sopot 2009, s. 21–22.

Wykres 4: Spontaniczna i wspomagana znajomość RPO WK-P [N=1500]

Jako podstawę opocentowania przyjęto wszystkich objętych badaniem mieszkańców regionu. Pytanie o spontaniczną znajomość programu przeznaczonego specjalnie dla województwa kujawsko-pomorskiego zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o wyodrębnieniu ze środków unijnych puli dla tego regionu. Pytanie o wspomaganą znajomość programu zadano wszystkim respondentom oprócz tych, którzy wykazali jego znajomość spontaniczną.



Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Stosunkowo niewielka znajomość nazwy RPO WK-P oznacza, że marka programu jest słaba. Taka sytuacja nie wydaje się szczególnie problematyczna, jeżeli przyjąć, że promocja programu ma przede wszystkim stanowić wkład w promocję Funduszy Europejskich³⁸ (wiedza o wykorzystywaniu w regionie środków unijnych jest szeroko rozpowszechniona). Jednak *Plan komunikacji RPO WK-P* określa promowanie marki programu jako sprawę „kluczową”³⁹. Jeżeli zapis ten ma pozostać w mocy, konieczne jest podjęcie znacznie bardziej intensywnych działań służących promowaniu marki RPO WK-P. Należy jednak rozważyć, czy jest to celowe, biorąc pod uwagę, że intensywna promocja marki RPO WK-P, obok marki Funduszy Europejskich, wymagałaby znacznych dodatkowych nakładów.

Upowszechnianie nazwy RPO WK-P jest o tyle trudne, że nie wynika z niej, do jakiego rodzaju przedsięwzięcia się odnosi. Wśród mieszkańców województwa uczestniczących w zogniskowanym wywiadzie grupowym nazwa *Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego* albo nie budziła żadnych skojarzeń, albo bardzo różnorodne, zarówno w miarę trafne, jak i nie mające nic wspólnego z programem. Ilustruje to fragment wywiadu:

B: Gdyby (...) każdy z państwa zapisał kilka jakichś skojarzeń albo przypuszczeń co to jest ten Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko Pomorskiego...

R7: Może to jest linia kolejowa między Toruniem a Bydgoszczą...

B: Może na razie niech każdy z państwa sam sobie zapisze (...), tak żeby państwo potem mogli powiedzieć, co państwo zanotowali.

R4: Tylko z czym to się je...

R3: No właśnie... (...)

R4: Mi się wydaje, że to jest jakaś instytucja, nie wiem, nadzorująca rozwój, rozdzielająca pieniądze, no nie wiem. (...)

R7: (...) Być może chodzi o stworzenie aglomeracji większej, bo były kiedyś takie zamysły żeby nawet w jakimś sensie połączyć Bydgoszcz z Toruniem, chociażby przez tę linię kolejową.

B: Czyli to byłoby coś co by jakoś łączyło miasta.

³⁸ Porównaj: *Strategia komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach NSS na lata 2007-2013*, rozdział *Jedność w różnorodności*, s. 14.

³⁹ Porównaj: *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2010-2013*, s. 11.

R7: Dokładnie tak mi się wydaje, jak sama nazwa świadczy.

R2: Nie tylko miasta. (...) Może właśnie dla całego województwa. Są też, wiadomo, w każdym województwie jakieś obszary bardziej uprzemysłowione, mniej uprzemysłowione. Może (...) wyrównanie szans w całym województwie dla wszystkich. Nie tylko dla miasta ale również i dla wsi i dla przemysłu i dla edukacji, dla wszystkiego.

B: A pani?

R6: Dla mnie to jakieś skoordynowane inwestycje powiązane pomiędzy miastami, miastami ogólnie w Kujawsko Pomorskim. Jakiś taki sukcesywny plan, że po kolei się zmienia, a to obejmuje wszystko.

R8: Znaczący mi się generalnie program operacyjny kojarzy z pozyskiwaniem funduszy unijnych, bo one tam się chyba jakoś tam poszczególnie nazywają, że jest na przykład kapitał ludzki, program operacyjny, one się tak nazywają, i na pewno to się wiąże z pozyskiwaniem funduszy.

R3: Myślę, że te samą słowa to tak mało mówią, nie? Program operacyjny może być [programem] policji, różne są skojarzenia z programami operacyjnymi. (...)

R2: Jak myślę program operacyjny, mówię aha, no dobra, jak w szpitalu, jest program, to dzisiaj będzie trzustka wycinana, (...) i ile potrzebujemy skalpeli, ile siostr, żeby tutaj przy mnie stały.

[Zogniskowany wywiad grupowy; B – badacz moderujący wywiad; R – respondent]

Być może nazwa programu ze środkami unijnymi byłaby kojarzona jeszcze rzadziej, gdyby tego związku nie sugerowała wcześniejsza część rozmowy, dotycząca przedsięwzięć finansowanych w regionie z funduszy Unii Europejskiej. Jednemu z respondentów w odgadnięciu, co kryje się za nazwą „RPO WK-P”, pomogła z kolei znajomość Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

Jedynym atutem nazwy „RPO WK-P”, zidentyfikowanym poprzez analizę wypowiedzi respondentów, jest czytelne odniesienie do obszaru, na którym realizowany jest program. Aspekt regionalny został zaznaczony na tyle silnie, że część respondentów kojarzyła RPO WK-P z przedsięwzięciami, które służą integracji różnych obszarów województwa w spójną całość. Takie postrzeganie programu jest trafne, biorąc pod uwagę, że w wyniku jego realizacji ma nastąpić między innymi „zmniejszenie różnic w rozwoju społecznym i gospodarczym pomiędzy obszarami, w tym obszarami wiejskimi i miejskimi”⁴⁰.

Nazwa RPO WK-P odnosi się jednoznacznie do konkretnego województwa. Tej zalety jest pozbawione hasło RPO WK-P, które brzmi *Mój region w Europie*. Mocne i słabe strony hasła ujawniła dyskusja mieszkańców Torunia podczas zogniskowanego wywiadu grupowego:

B: Miałbym prośbę, (...) żeby państwo pomyśleli z czym się państwu to hasło kojarzy, co państwo sobie wyobrażają, czego to mogłoby być hasło: „Mój region w Europie”. (...)

R1: Mi się tak skojarzyło (...), że mój region, najciekawsze miejsce w Europie, najciekawsze obiekty. (...)

B: A pan jakie miał skojarzenia z tym hasłem? (...)

R2: Generalnie dla mnie to się nie trzyma ni tego ni tamtego, no bo który region? Jestem we Francji i co, mój region? Jeżeli jest napisane „Mój region w Europie” i w nawiasie Kujawsko-Pomorskie, to w tym momencie wiem, że to jest akurat mój właśnie region. (...)

B: Jakie pan miał skojarzenia?

R3 - Znaczący ja widząc „Mój region”, tak może powiem nieładnie, nie podniecałbym się tym, że on jest najlepszy w Europie, bo wiadomo, że każdy będzie uważał, że jego [region] jest najlepszy. (...) Ale na zasadzie takiej, że to jest jeden region z całej Europy, tak, że on nie jest najwspanialszy, on jest mój region, ja go promuję, on jest dla mnie fajny, ale ja zdaję sobie z tego sprawę, że on nie jest jakiś tam najbardziej super w Europie. (...)

⁴⁰ Szczegółowy Opis Osi Priorytetowych RPO WKP 2007-2013, wersja z 17 marca 2011 roku, s. 7.

B: Rozumiem, że tam mogłoby być, nie wiem...

R3 Łódzkie, Wielkopolskie, cokolwiek innego. Jest to nasz region, tak, my go promujemy, on jest dla nas jakiś ważny.(...) To jest kawałek dość dużego tortu.

B: A pani?

R4 No ja tu widzę globalną wioskę no i zaznaczony właśnie nasz region, Europa bez granic...

B: A tę globalną wioskę jak pani rozumie, bo często się słyszy, a różnie to ludzie rozumieją?

R4: No właśnie, że już jesteśmy tak wciągnięci, że nie istniejemy jako Polska, tylko jako region (...).

B: Pan jakie miał skojarzenia?

R5: Dla mnie „Mój region” to jest taka moja mała ojczyzna. I ten region to najpierw byłoby to moje przedmieście czy nawet blok. Potem oczywiście dalej, gdzie to jak panowie mówili Kujawsko-Pomorskie. Ale to i tak nie w żadnym oderwaniu oczywiście, jesteśmy elementem Polski, a Polska jako państwo jest elementem Europy, tak? I ten mój region, każdy ma swój gdzieś, one się tam tworzą, łączą, rozwijamy się i chciałbym żeby to się też wiązało z wyrównywaniem szans w ogóle w całej Europie. W regionach, w miastach, w województwach, narodach, państwach i w Europie. Także no wiadomo, że przywiązanie najpierw jest, że tak powiem do tego swojego kawałka, ale no też jestem przywiązany do Kujawsko-Pomorskiego. Jestem przywiązany do Polski. Jestem Europejczykiem, ale jestem też obywatelem świata, tak mi się wydaje.

B: A pani?

R6: No ja rozumiem, że to jest jakaś ciekawa miejscowość, okolica, może nie najlepsza ale ma coś innego do pokazania niż inne.

B: A mówiąc o okolicy, myśli pani o jakim obszarze? Ten region, to co?

R6: Ja tam o Toruniu jednak myślę, bo Toruń jest ładny, jest oryginalny i ma co pokazać. No i w ogóle to „w Europie”, no to tak moim zdaniem się rozumie, że tu obowiązują standardy europejskie – sieć hotelarska, restauracje, bary... No to tak rozumiem, że taka trochę i promocja w Europie, znaczy pokazują, że tutaj też mamy te standardy...

B: Czyli wysokie czy niskie, w jakim sensie?

R6: Europejskie, powiedzmy

R3: Nie odbiegające...

R6: No tak prawdę powiedziawszy jak dla nas trochę wysokie, nie?

B: A co pan zapisał, jakie pan miał skojarzenia?

R7: Ja napisałem, że jest współpraca miast bliźniaczych, (...) taka współpraca między Toruniem a Getyną, myśmy się wymieniali kulturalnie, i wycieczki jeździły z tych dwóch miast do siebie (...).

B: A pani jakie miała skojarzenia?

R8: „Mój region w Europie”, takie hasło mi to się skojarzyło z takim hasłem promującym region, który się rozwija w sposób na tyle widoczny, że jest w stanie dorównać pewnym standardom europejskim. (...) jakby mnie ktoś pytał o mój region, to by mi się kojarzył nie tylko Toruń, ale właśnie całe województwo mi się kojarzy z regionem, jak jest telewizja regionalna, tak? (...) „Mój region w Europie”, czyli coś tak małego, że czasem właściwie nie widać całej Polski w Europie, bo gdzieś tam jej nie ma, bo są większe państwa, a mój region jest na tyle w stanie się rozwinąć, że gdzieś tam powiedzmy we Francji czy w Niemczech, czy w Wielkiej Brytanii usłyszą o tym, że w moim regionie jest coś ok.

B: Że jest tak widoczny, że go widać w tej wielkiej Europie?

R8: W tej wielkiej Europie, że on jest w stanie po prostu być partnerem dla innych, jest w stanie być partnerem dla Europy, tak? Niekoniecznie musi patrzeć na Warszawę i na całą Polskę, ale może właściwie wyjść poza tą swoją polskość i współpracować z Europą. Natomiast niekoniecznie musi być napisane, że to musi być Kujawsko Pomorskie, bo gdybym jechała na przykład przez Łódź i byłby billboard i byłoby napisane „Mój region w Europie”, to skojarzyłoby mi się to też właśnie w ten sposób, że Łódź na przykład i region tam wokół Łodzi walczy też właśnie o to żeby być widocznym w Europie. (...)

R3: Wiadomo, że każdy gdzieś tam będzie walczył o swój region, tak? Wiadomo, że nikt z Warszawy nie będzie walczył o Toruń.

R8: No, to jest takie fajne hasło promujące region jakikolwiek, taki rozwojowy właśnie.

B: Część z państwa miała takie skojarzenie, że ten „region” to jest województwo, a część, że ten „region” to jest też coś mniejszego, na przykład osiedle, Toruń.

[Zogniskowany wywiad grupowy; B – badacz moderujący wywiad; R – respondent]

Z przywołanych wypowiedzi wynika, że wadą hasła *Mój region w Europie* jest brak jasnego odniesienia do województwa Kujawsko-Pomorskiego. Wprawdzie dla części odbiorców „region” oznacza województwo, ale inni utożsamiają region z własnym miastem, dzielnicą lub wręcz osiedlem, albo ze wszystkimi tymi „małymi ojczyznami”. Również według osób utożsamiających „region” z województwem, hasło nie koniecznie jest związane z województwem kujawsko-pomorskim, ponieważ pasuje równie dobrze do każdego innego województwa.

Hasło jest silnie nacechowane emocjonalnie. Postawę, którą wywołuje, można najtrafniej określić jako „patriotyczną” (przy czym jest to patriotyzm lokalny lub regionalny). Jej kluczowym elementem jest przywiązanie do określonego obszaru, często (lecz nie zawsze) powiązane z przekonaniem o jego wyjątkowości, a także z postrzeganiem go w opozycji do miejsca lub obszaru „zewnętrznego”.

Zarazem, hasło wyraźnie komunikuje połączenie „regionu” z Europą. To połączenie przez osoby, które zapoznały się z hasłem, było rozumiane jako dorównanie do europejskich standardów. Tak rozumiane hasło odpowiada nadrzędnemu celowi wydatkowania funduszy strukturalnych (a więc również realizowania RPO WK-P), które mają służyć zwiększeniu spójności ekonomicznej i społecznej Unii Europejskiej.

Hasło dobrze koresponduje z ideą programu, z jednym zastrzeżeniem. Problem pojawia się, gdy „mój region” jest utożsamiany przez odbiorców nie z całym województwem, lecz zaledwie z jego fragmentem (na przykład z określoną miejscowością). Wówczas hasło stoi w sprzeczności z terytorialnym zakresem programu, który obejmuje województwo kujawsko-pomorskie. Ryzykowną niejednoznaczność określenia „region” można usunąć poprzedzając obecną treść hasła nazwą województwa, czyli rozwijając je do sloganu „Kujawsko-Pomorskie. Mój region w Europie”⁴¹.

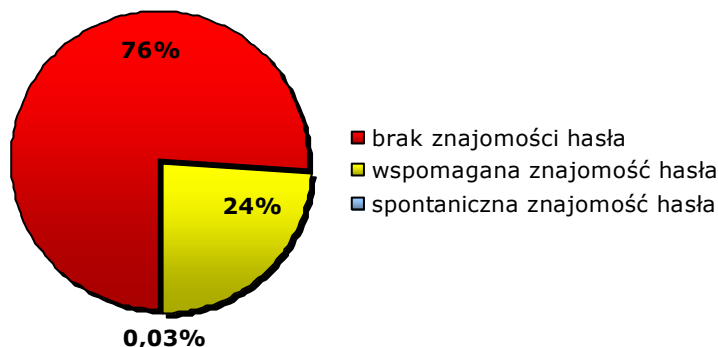
„Mój region w Europie” jako hasło RPO WK-P jest w stanie podać samodzielnie zaledwie co setny spośród mieszkańców województwa, którzy zetknęli się z nazwą tego programu. Wśród ogółu mieszkańców województwa odsetek ten nie osiąga nawet jednego procenta. Natomiast co czwarty mieszkaniec regionu (24%) po usłyszeniu hasła ma wrażenie, że było mu znane – przy czym niekoniecznie jako hasło RPO WK-P (porównaj: Wykres 5). Od roku 2009 poziom spontanicznej znajomości hasła nie uległ zmianie, natomiast poziom jego znajomości wspomaganej nieco się obniżył (z 33%)⁴².

⁴¹ Pod takim hasłem odbyła się już jedna z kampanii promocyjnych, zorganizowanych przez Urząd Marszałkowski w 2010 roku.

⁴² Porównaj: Agrotec: *Ocena dotychczasowych działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych przez IZ RPO WK-P*, Warszawa 2009, s. 44.

Wykres 5: Spontaniczna i wspomagana znajomość hasła *Mój region w Europie* [N=1500]

Jako podstawę opocentowania przyjęto wszystkich objętych badaniem mieszkańców regionu. Pytanie o spontaniczną znajomość hasła RPO WK-P zadano wyłącznie respondentom, którzy znali nazwę tego programu. Pytanie o wspomaganą znajomość hasła zadano wszystkim respondentom oprócz tych, którzy wykazali jego znajomość spontaniczną.



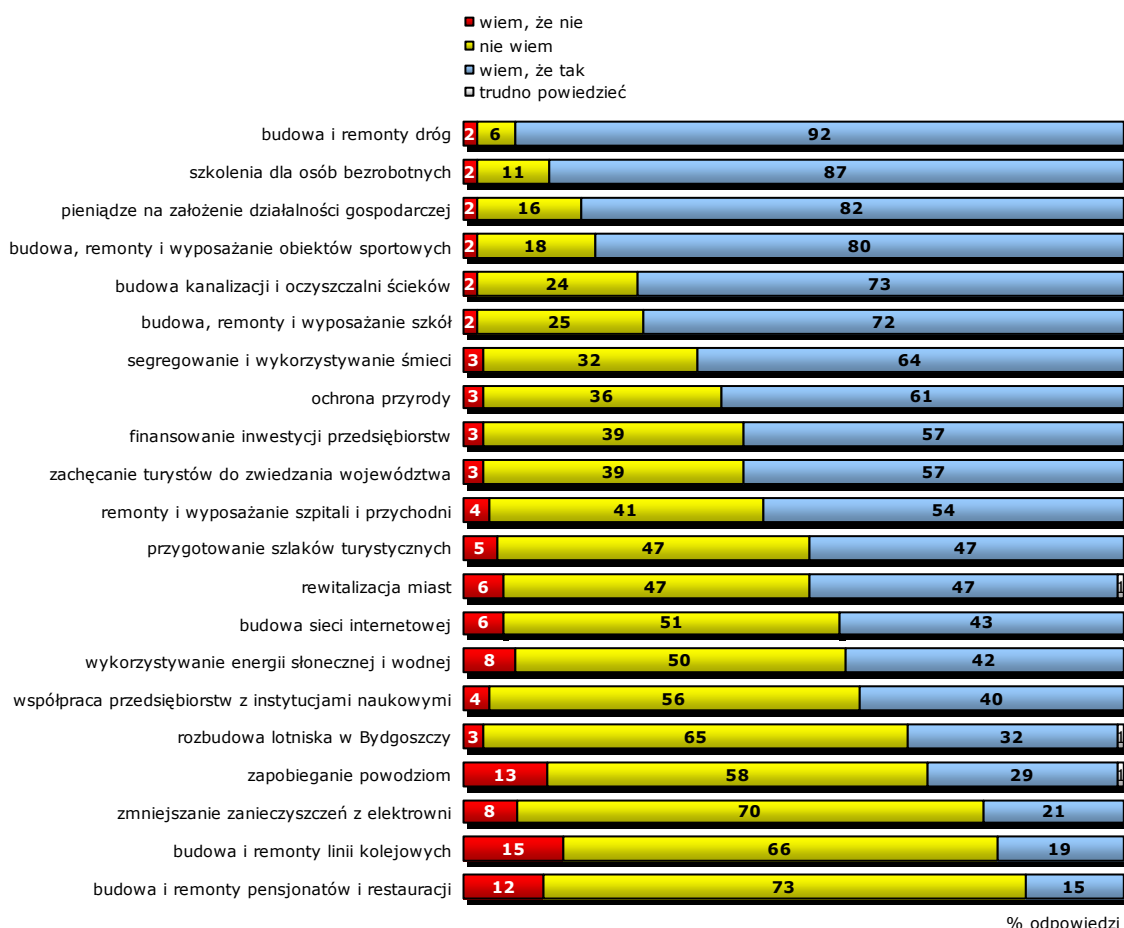
Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, *Dyspersja 2011*

Wiedza o prowadzeniu w regionie inicjatyw finansowanych ze środków unijnych, różni się w zależności od rodzaju tych przedsięwzięć (porównaj: Wykres 6). Cztery rodzaje przedsięwzięć są znane co najmniej czterem piątym spośród tych mieszkańców województwa, którzy zdają sobie sprawę, że w regionie są realizowane inicjatywy dotowane z funduszy Unii Europejskiej. Wśród czterech najlepiej znanych działań znalazły się dwa realizowane w ramach RPO WK-P: budowa i remonty dróg (92%), budowa, remonty i wyposażanie obiektów sportowych (80%) oraz dwa prowadzone w ramach innych programów: szkolenia dla osób bezrobotnych (87%) oraz przekazywanie pieniędzy na założenie działalności gospodarczej (82%). Średnio mieszkańcy znali 11 z 21 odczytywanych przez ankieterów przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych, w tym 9 z 19 prowadzonych w ramach RPO WK-P⁴³.

⁴³ Znajomość poszczególnych rodzajów przedsięwzięć realizowanych w ramach RPO WK-P badano również w 2009 roku, jednak pytano o nie w inny sposób, co uniemożliwia dokonanie porównań. Porównaj: PBS DGA: *Ocena potencjału rynkowego marki Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007–2013*, s. 22, 26.

Wykres 6: Proszę powiedzieć, czy według Pana(i) wiedzy w województwie kujawsko-pomorskim w ciągu ostatnich czterech lat z funduszy Unii Europejskiej są finansowane rodzaje przedsięwzięć, które odczytam? [N=1202]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.



Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

2.2 Czynniki różnicujące ogólny zasób wiedzy

Wyniki badania pokazują, że wiedza o prowadzeniu na terenie województwa kujawsko-pomorskiego przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej jest powszechna (czterech na pięciu mieszkańców jest świadomych tego faktu). Niższy jest poziom poinformowania o tym, że część funduszy została przeznaczona specjalnie dla regionu (wie o tym tylko połowa badanych). Rozpoznawalność nazwy „Regionalny Program Operacyjny WKP” jest niewielka (rozpoznaje ją mniej niż jedna trzecia mieszkańców).

Gdy weźmiemy pod uwagę wszystkie te wskaźniki okaże się, że 18% mieszkańców nie wie ani o przedsięwzięciach, ani o specjalnych funduszach regionalnych, ani nie słyszała nazwy programu, zaś 20% słyszało o wszystkich tych kwestiach.

Na podstawie wszystkich tych zmiennych, a także uwzględniając znajomość spontaniczną nazwy programu oraz znajomość konkretnych przedsięwzięć finansowanych z UE stworzono indeks przyjmujący wartości od 0 do 7⁴⁴. Na podstawie wartości indeksu

⁴⁴ Osobom nie posiadającym żadnej wiedzy ani na temat przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej, które nigdy nie spotkały się z RPO WK-P ani z hasłem tego programu, przypisano wartość 0. Osoby, które miały pełną wiedzę na temat tych przedsięwzięć, a dodatkowo знаły spontanicznie nazwę

wyróżniono pięć segmentów charakteryzujących się zróżnicowaną wiedzą na temat prowadzonych przedsięwzięć. W segmencie pierwszym, liczącym 18% respondentów, znalazły się osoby nie mające żadnej wiedzy z zakresu będącego przedmiotem badania. W segmencie ostatnim, do którego należało 13% badanej grupy, znalazły się osoby, dla których wartość indeksu przekroczyła 5.

Następnie zweryfikowano, jakie zmienne społeczno-demograficzne w największym stopniu różnicują ogólny zasób wiedzy na temat funduszy unijnych w województwie kujawsko-pomorskim. Kluczowe okazało się wykształcenie, istotna jest też płeć i fakt prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Ilustracją tej zależności jest proporcja osób z różnych grup w poszczególnych segmentach. W segmencie charakteryzującym się brakiem jakiegokolwiek wiedzy na temat finansowania w regionie przedsięwzięć z funduszy unijnych, osoby z wykształceniem podstawowym, gimnazjalnym lub zasadniczym zawodowym stanowią aż 53%, natomiast w segmencie charakteryzującym się najwyższym poziomem wiedzy – zaledwie 17%. Z kolei aż 40% najlepiej zorientowanych to osoby z wykształceniem wyższym, podczas gdy w segmencie „nieświadomych” osoby z tytułem licencjata lub magistra stanowią tylko 7%. Podobne, choć już nie tak silne zależności występują w przypadku płci (kobiety stanowią 64% segmentu „nieświadomych” i 47% segmentu najlepiej zorientowanych) oraz posiadania własnej firmy lub gospodarstwa (przedsiębiorcy stanowią 7% wśród nieświadomych i 13% wśród najlepiej zorientowanych).

Większą część zmienności wyników można wyjaśnić⁴⁵ odwołując się do zmiennych behawioralnych: słuchania, czytania bądź oglądania informacyjnych audycji radiowych, programów telewizyjnych lub stron internetowych, a także do aktywności obywatelskiej, mierzonej uczestnictwem w zebraniach dotyczących spraw lokalnych oraz uczestnictwem w wyborach. Segment osób najlepiej zorientowanych aż w 48% składa się z mieszkańców regionu, którzy w ciągu ostatniego roku uczestniczyli w jakimś zebraniu dotyczącym spraw lokalnych (w segmencie „nieświadomych” takie osoby stanowią tylko 14%), a 91% tego segmentu stanowią osoby deklarujące udział w ostatnio przeprowadzonych wyborach samorządowych (segment „nieświadomych” składa się z takich osób tylko w 73%). W segmencie osób najgorzej poinformowanych odsetek respondentów, którzy w tygodniu poprzedzającym badanie nie korzystali z radia, z gazety ani z Internetu, wyniósł 14%, podczas gdy w segmencie osób najlepiej poinformowanych tylko 3%.

2.3 Opinie na temat funduszy oraz ich wizerunek

Jeden z podstawowych komunikatów na temat RPO WK-P, których rozpowszechnianie poprzez działania informacyjno-promocyjne przewidziano w *Planie komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013*, brzmi: „W latach 2007-2013 województwo kujawsko-pomorskie, dzięki Funduszom Europejskim w ramach RPO WK-P ma szansę na rozwój gospodarczy i społeczny”⁴⁶.

Zarazem, w *Planie komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013* zwrócono uwagę na problem niskiego poziom zrozumienia przez opinię publiczną „bezpośredniego związku pomiędzy Funduszami Europejskimi a rozwojem społeczno-gospodarczym regionu”⁴⁷. Przeprowadzone badanie pozwala uznać, że problem ten został przezwyciężony.

Spośród osób, które wiedzą o realizowaniu w województwie kujawsko-pomorskim inicjatyw finansowanych z Funduszy Europejskich, ponad połowa (55%) uważa, że takie przedsięwzięcia wpływają na rozwój regionu zdecydowanie korzystnie. Kolejne dwie piąte

programu, mogły uzyskać 7 punktów (osób takich jednak w próbie nie było, maksymalna wartość indeksu wyniosła 6,81).

⁴⁵ Po włączeniu do modelu regresji wielokrotnej zmiennych behawioralnych procent wyjaśnionej wariancji zwiększa się z 11% (przy zmiennych: wykształcenie, płeć i fakt prowadzenia własnej firmy lub gospodarstwa rolnego) do 17%.

⁴⁶ Porównaj: *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013*, Toruń 2008, s. 5.

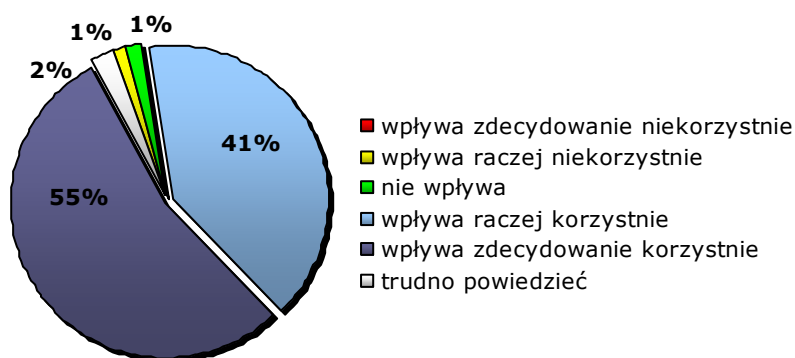
⁴⁷ Porównaj: *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013*, Toruń 2008, s. 12.

(41%) ocenia ten wpływ jako raczej korzystny. Odsetek osób, które mają odmienne poglądy, jest marginalny (porównaj: Wykres 7).

Wykształcenie odbiorców wpływa nie tylko na poziom wiedzy o przedsięwzięciach finansowanych w regionie z funduszy unijnych, ale także na opinie na temat efektów ich wykorzystywania. Udział respondentów przekonanych o zdecydowanie pozytywnym wpływie funduszy unijnych na rozwój województwa, wynosi od dwóch piątych (40%) wśród osób z wykształceniem co najwyżej gimnazjalnym do dwóch trzecich (66%) wśród osób z wykształceniem wyższym. Nie odnotowano natomiast istotnych statystycznie różnic pomiędzy grupami wyodrębnionymi ze względu na wiek lub wielkość zamieszkiwanej miejscowości.

Wykres 7: Czy Pana (Pani) zdaniem prowadzenie przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej wpływa niekorzystnie lub korzystnie na rozwój województwa kujawsko-pomorskiego? [N=1202]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.



Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Dwa pozostałe komunikaty, zapisane w *Planie komunikacji RPO WK-P*, akcentują korzyści, jakie z wdrażania programu odnoszą osobiście mieszkańcy województwa: „Fundusze Europejskie dostępne w ramach RPO WK-P to inwestycja w przyszłość wszystkich mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego” oraz „Inwestycje Funduszy Europejskich w rozwój przedsiębiorstw, tworzenie nowych miejsc pracy, rozwój służby zdrowia, oświaty i nauki oraz infrastruktury przyczyniają się do poprawy jakości życia mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego”.

Obecne przekonania większości mieszkańców województwa są zgodne z treścią zawartą w tych komunikatach. Co trzecia (33%) spośród osób, które wiedzą o przedsięwzięciach prowadzonych w regionie przy wsparciu z funduszy unijnych, postrzega wpływ takich inicjatyw na swoje życie jako zdecydowanie korzystny, a co druga (50%) – jako raczej korzystny (porównaj: Wykres 8).

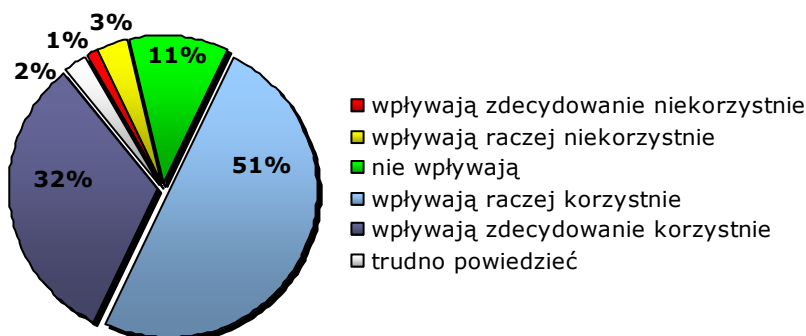
Osoby w wieku od 25 do 34 lat wpływ funduszy unijnych na własne życie oceniają jako zdecydowanie korzystny częściej, niż mieszkańcy województwa, którzy przekroczyli 64 rok życia (odpowiednio: 54% i 41%). Różnice ze względu na poziom wykształcenia są niewielkie, a istotnych statystycznie różnic ze względu na wielkość miejscowości nie odnotowano.

Pozytywny wpływ inicjatyw dotowanych ze środków unijnych na własne życie mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego odczuwają w nieco mniejszym stopniu, niż wpływ na rozwój całego województwa. Jednak również z osobistej perspektywy wpływ przedsięwzięć wspieranych z Funduszy Europejskich przez bardzo niewielu mieszkańców (4%) jest postrzegany jako niekorzystny. Sformułowana w 2009 roku diagnoza, zgodnie z którą wśród mieszkańców przeważają opinie, że fundusze unijne przyniosą korzyści

przede wszystkim województwu i jego władzom, a nie im samym⁴⁸, straciła aktualność. Cztery piąte (82%) mieszkańców, którzy wiedzą o prowadzonych przedsięwzięciach, uważa je za korzystne zarówno dla regionu, jak i dla siebie samych.

Wykres 8: Czy przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej wpływają niekorzystnie lub korzystnie na to, jak się Panu (Pani) żyje w województwie kujawsko-pomorskim? [N=1202]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.

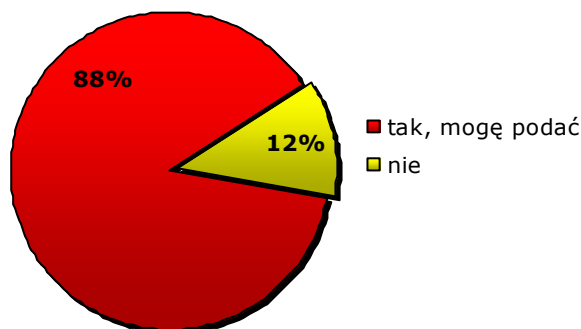


Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Opinie o wpływie Funduszy Europejskich na jakość życia w regionie mają oparcie w wiedzy o konkretnych inicjatywach, zrealizowanych przy wsparciu ze środków unijnych. Prawie dziewięciu na dziesięciu (88%) spośród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, którzy uważają, że dotowane przedsięwzięcia wpływają (w jakikolwiek sposób) na ich życie, jest w stanie poprzeć swoją opinię przykładem konkretnego przedsięwzięcia (porównaj: Wykres 9). Przy tym pogląd, zgodnie z którym wpływ realizowanych inicjatyw jest korzystny, opiera się na znajomości konkretnych przedsięwzięć częściej (90%), niż opinia przeciwna (48%).

Wykres 9: Czy może Pan (Pani) podać jakieś konkretne przedsięwzięcie finansowane z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim, które wpływa niekorzystnie/ korzystnie na to jak się Panu (Pani) żyje? [N=1054]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy stwierdzili, że przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej wpływają na to, jak im się żyje w województwie kujawsko-pomorskim.



Źródło: Badanie mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

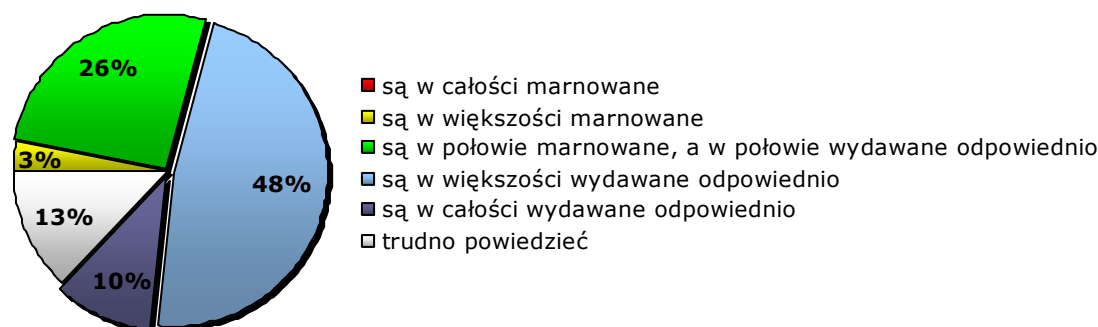
Jako przedsięwzięcia, których wpływ był oceniany jako korzystny, wymieniano na przykład: budowę lub remonty dróg i mostów, inwestycje w kanalizację i oczyszczalnie ścieków, budowę sal gimnastycznych i boisk sportowych, remonty oraz budowę szkół i przedszkoli a także rewitalizację miast. Do grupy przedsięwzięć ocenianych jako niekorzystne, zaliczono przede wszystkim utrudniające komunikację remonty dróg.

⁴⁸ Porównaj: PBS DGA: Ocena potencjału rynkowego marki Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007–2013, Sopot 2009, s. 8.

Istotnym elementem wizerunku Funduszy Europejskich jest przekonanie o racjonalności ich wydatkowania. Co drugi (48%) spośród mieszkańców regionu świadomych, że w województwie kujawsko-pomorskim są prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy unijnych, uważa, że środki na realizację tych przedsięwzięć są w większości wydawane odpowiednio. Co dziesiąty (10%) uważa, że są w całości wydawane we właściwy sposób. W przybliżeniu co czwarty (26%) sądzi jednak, że połowa funduszy jest marnowana. Pogląd, że marnowana jest większość środków unijnych przeznaczonych na przedsięwzięcia realizowane w województwie kujawsko-pomorskim, występuje natomiast sporadycznie (3%) – porównaj: Wykres 10.

Wykres 10: Jak Pan (Pani) sądzi, czy fundusze Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim są marnowane czy wydawane w odpowiedni sposób? [N=1202]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.

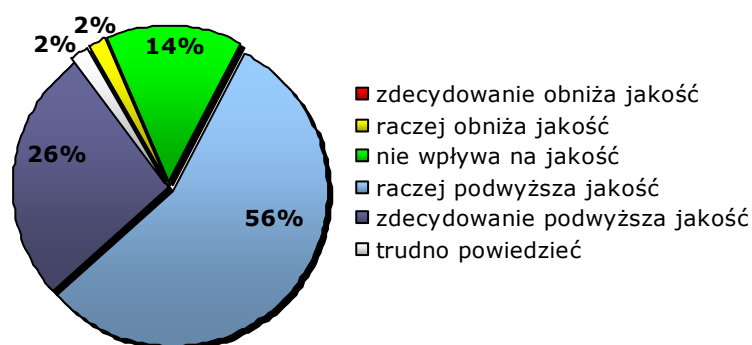


Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Bardziej optymistycznie postrzegany jest wpływ finansowania z funduszy Unii Europejskiej na jakość dotowanych przedsięwzięć. Wyraźnie ponad połowa (56%) spośród mieszkańców województwa, którzy wiedzą o finansowanych inicjatywach, sądzi, że środki unijne raczej podnoszą jakość takich inicjatyw, a około jedna czwarta (26%) uważa tak zdecydowanie. Żadnego wpływu nie dostrzega 14%, a zaledwie co pięćdziesiąty (2%) sądzi, że dotacje raczej obniżają jakość przedsięwzięć, na które są przeznaczane (porównaj: Wykres 11).

Wykres 11: Jak Pan (Pani) sądzi, czy finansowanie z Unii Europejskiej obniża lub podwyższa jakość realizowanych przedsięwzięć, na przykład prac budowlanych? [N=1202]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.



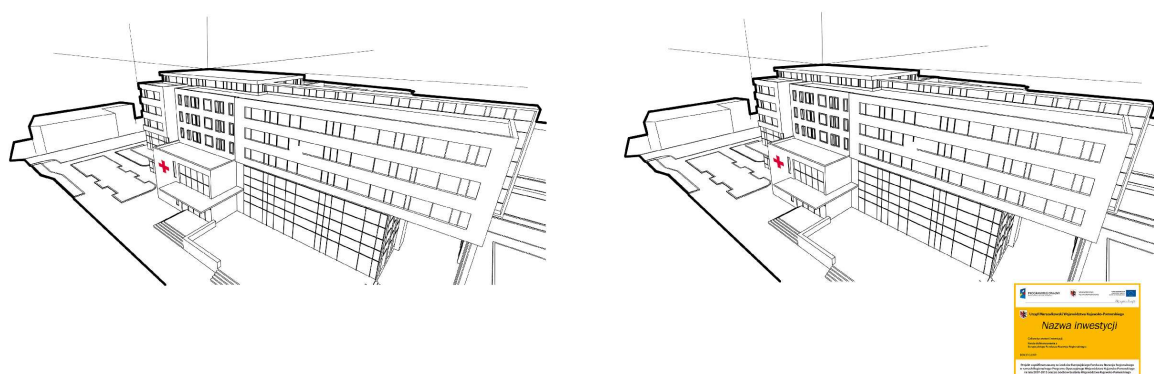
Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Poziom znajomości marki wśród grup docelowych jest tylko najbardziej podstawowym wymiarem jej siły. Siłę marki można oceniać również z innej perspektywy, przyjmując, że marka jest tym mocniejsza, im bardziej odbiorcy są skłonni przypisywać oznaczonym nią produktom lub przedsięwzięciom cechy, których w tych produktach lub przedsięwzięciach nie mogą bezpośrednio dostrzec. Wysoki odsetek respondentów, którzy stwierdzili, że

fundusze unijne są w regionie wydawane odpowiednio, oraz że finansowanie z Unii Europejskiej podnosi jakość dotowanych przedsięwzięć (co przecież są w stanie zweryfikować jedynie w niewielkim zakresie), przemawia za wnioskiem, że marka Funduszy Europejskich w województwie kujawsko-pomorskim jest stosunkowo silna. Zagadnienie to pogłębiono w badaniu jakościowym.

Uczestnikom zogniskowanego wywiadu grupowego zostały zaprezentowane trzy pary plansz. Plansze z każdej pary przedstawiały w identyczny sposób taki sam obiekt, przy czym na jednej planszy widniało oznaczenie mówiące o współfinansowaniu obiektu z funduszy unijnych, a na drugiej nie było takiego oznaczenia. Kolejne pary plansz przedstawiały szpital, ciągnik i drogę.

Rysunek 1: Przykładowa para plansz wykorzystanych podczas zogniskowanego wywiadu grupowego z mieszkańcami województwa kujawsko-pomorskiego



Grafika: Dyspersja

Zadaniem respondentów było dokładniejsze wyobrażenie sobie naszkicowanych obiektów i wskazanie różnic, które przypuszczalnie pomiędzy nimi występują. Część komentarzy ograniczała się do konstatacji, że obiekt oznaczony tablicą informującą o inwestycji został odnowiony lub wyposażony (w przypadku szpitala), zakupiony (w przypadku ciągnika) albo zbudowany lub wyremontowany (w przypadku drogi) dzięki środkom z Unii Europejskiej:

R8: [Oznaczony szpital] jest jakoś lepiej wyposażony, skoro już jest coś takiego [tablica informacyjna], to jest jakaś inwestycja. (...)

R6: Obrotny gospodarz [właściciel ciągnika] był.

R7: Tak, bo pozyskał środki na zakup właśnie unijne. (...)

R7: Po prostu [droga] oznakowana jest prawidłowo i widać, jak środki zostały rozdysponowane, że akurat na konkretnie tę budowę. Niekoniecznie ona musi być lepsza, ale po prostu z tych pieniędzy unijnych wybudowali nam pięćset metrów autostrady.

[Zogniskowany wywiad grupowy; R – respondent]

U części respondentów oznaczenie obiektu znakami graficznymi, którymi są opatrywane obiekty finansowane w ramach RPO WK-P (w tym logiem Unii Europejskiej) powodowało jednak dalej idące pozytywne skojarzenia:

B: Czyli, odpukać, gdyby państwo musieli iść do szpitala na wycięcie migdałków na przykład, to do tego, czy do tego?

[Wszyscy czterej cytowani poniżej respondenci wskazują szpital oznaczony tablicą]

R1: Do tego.

R6: Nie innego.

R4: Tam może byłby doktor House⁴⁹. [śmiech]

R2: Podejrzewam, że szybciej tu przyjmą moją kartę...

[Zogniskowany wywiad grupowy; B – badacz moderujący wywiad; R – respondent]

Dyskusja, do której punkt wyjścia stanowiła para plansz przedstawiających drogę, ujawniła, że finansowanie z funduszy unijnych jest postrzegane nie tylko jako przekazanie środków finansowych, lecz także jako objęcie dotowanego przedsięwzięcia kontrolą, która zwiększa szansę (choć nie gwarantuje), że inwestycja zostanie zrealizowana we właściwy sposób:

R1: No to mi się wydaje, że ta unijna [droga] właśnie będzie lepiej wykonana. (...)

R4: Szybciej może być wykonana, ale to zależy tylko od wykonawcy.

R8: A mi się wydaje, że jak ktoś pisze jakiś taki projekt i chce pieniądze, [to] te inwestycje są lepsze, bo są sprawdzane, idą konkretnie. Ktoś nie może sobie [na założenie] placu zabaw na przykład [wziąć pieniędzy], a przeznaczyć na remont kamienicy. No to ta [respondent wskazuje drogę oznaczoną tablicą] powinna być lepsza, tak, no bo Unia widzi co jest...

R7 - Tylko to też hipotetycznie, bo przecież przy budowie tej autostrady na przykład też kradli ten podkład⁵⁰, nie?

R6 - Tak. (...)

B: To którą [drogą] państwo by woleli jeździć?

R7: Mimo wszystko tą unijną.

R1: Tak.

R7: Zdecydowanie tak.

R3: Przede wszystkim ona będzie, tak?

R7: Lepsza nawierzchnia będzie, nie?

R3: A z tą drugą może być problem.

B: To jeszcze by państwo dopowiedzieli: dlaczego jednak tą unijną? (...)

R6: Znaczą zakładam założenie, że ktoś przypilnował ich [wykonawców].

R7: No dokładnie. Nie da rozkraść i roztrwonić czy [zamienić] na byle jaki materiał.

R8: Ja myślę, że jest jakiś ktoś, kto to założył i to on tak naprawdę bierze odpowiedzialność. (...) Ale czy to się stanie dobrze czy się nie stanie dobrze to już jest kwestia odpowiedzialności. I niekoniecznie musi być tak, że to jest w porządku wykonane. Tylko po prostu ten co wymyślił ten projekt ma problemy [jeżeli droga nie będzie dobrze wykonana].

R3 - A propos właśnie tej afery z tym odpadem, który był wywożony, to kara była taka właśnie dla tej firmy, że została przeniesiona w inny region do robienia drogi. Już w tym regionie nie robi drogi.

[Zogniskowany wywiad grupowy; B – badacz moderujący wywiad; R – respondent]

Opinia prawie trzech piątych mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, zgodnie z którą środki unijne są w zamieszkiwanym przez nich regionie wydawane w odpowiedni sposób, opiera się na marce Funduszy Europejskich. Fundusze są kojarzone nie tylko z pulą pieniędzy, lecz także z kontrolą spełniania przez dotowane przedsięwzięcia odpowiednich standardów. Informowanie w ramach działań promocyjnych dotyczących

⁴⁹ Bohater amerykańskiego medycznego serialu telewizyjnego. Ekscentryczny lekarz, który dzięki swojej ponadprzeciętnej inteligencji diagnozuje i skutecznie leczy nietypowe schorzenia, których inni lekarze nie są w stanie poprawnie rozpoznać.

⁵⁰ Nawiązanie do afery związanej z budową autostrady A1 (na odcinku poza województwem kujawsko-pomorskim). Afera polegała na dokonywaniu przez podwykonawcę kradzieży kruszywa stanowiącego podkład pod budowę autostrady.

RPO WK-P, że wykorzystywanie środków z tego programu jest starannie nadzorowane, może doprowadzić do polepszenia wizerunku Funduszy Europejskich wśród mieszkańców województwa, którzy nie są przekonani o ich odpowiednim wydatkowaniu.

2.4 Źródła informacji

Mieszkańcy, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej, z doniesieniami na ten temat zapoznawali się najczęściej czytając prasę lub oglądając telewizję – każde z tych mediów zostało wskazane przez około trzy czwarte respondentów (odpowiednio: 75% i 74%).

Blisko sześciu na dziesięciu spośród mieszkańców regionu świadomych, że są w nim realizowane inicjatywy wspierane ze środków unijnych, zapamiętało, że z informacjami o takich przedsięwzięciach spotkali się na nośnikach zewnętrznych: tablicach informujących o inwestycji (59%) lub plakatach i billboardach (58%).

Ponad połowa usłyszała informacje w radiu (53%) lub od znajomego, współpracownika, czy członka rodziny (również 53%). Prawie taki sam odsetek deklaruje zetknięcie się z wiadomościami o realizowanych przedsięwzięciach na stronach internetowych (52%), a nieznacznie mniej liczna grupa (48%) napotkała takie informacje w ulotkach lub broszurach. Pozostałe źródła uzyskały zdecydowanie niższe odsetki wskazań, zawierające się w przedziale od 16% do 26% (porównaj: Wykres 12).

Największe różnice pomiędzy grupami wyodrębnionymi ze względu na wykształcenie polegały na:

- częstszym uzyskiwaniu informacji z Internetu przez osoby z wykształceniem wyższym (69%), niż przez pozostałych mieszkańców województwa (w zależności od poziomu wykształcenia: od 34% do 55%),
- częstszym dowiadywaniu się o inwestycjach z tablic informacyjnych przez osoby z wykształceniem wyższym (69%), niż przez osoby nie posiadające tytułu licencjata ani magistra (od 50% do 55%⁵¹),
- rzadszym dowiadywaniu się o realizowanych przedsięwzięciach z Internetu przez osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym (34%), niż przez osoby, które uzyskały wyższe poziomy wykształcenia (od 47% do 69%),
- częstszym czerpaniu informacji z telewizji przez osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym (85%), niż przez pozostałych respondentów (od 67% do 72%⁵²).

Główne różnice pomiędzy grupami wyodrębnionymi ze względu na wiek polegały natomiast na:

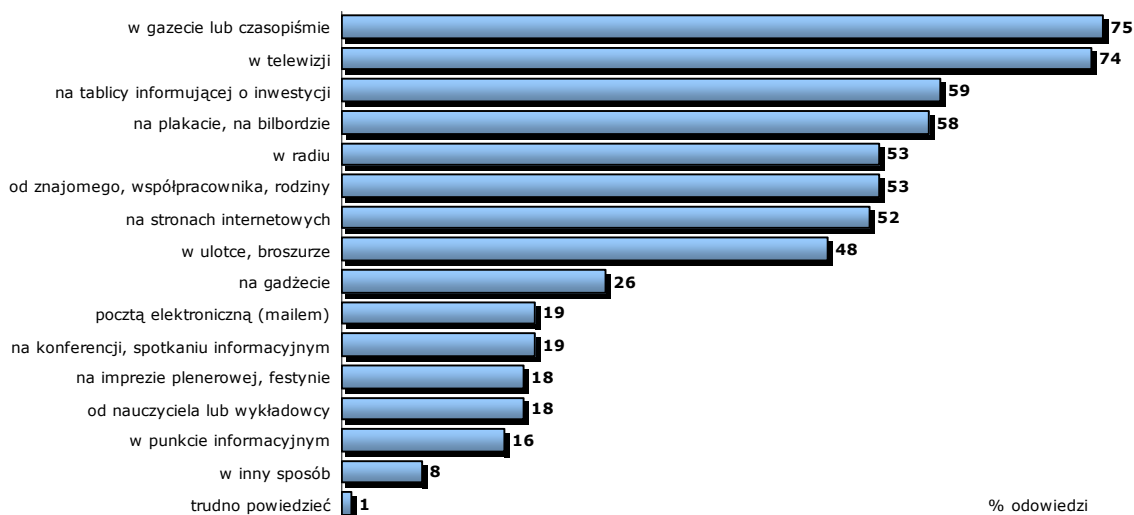
- rzadszym uzyskiwaniu informacji ze stron internetowych przez osoby w wieku 55-64 lata (33%), oraz – zwłaszcza – przez osoby powyżej 64 roku życia (15%), niż przez osoby należące do młodszych grup wieku (od 50% do 72%),
- częstszym uzyskiwaniu przez najmłodszych mieszkańców województwa informacji:
 - od nauczyciela lub wykładowcy (51%) – w porównaniu ze wszystkimi innymi grupami (od 5% do 18%),
 - poprzez ulotki i broszury (64%) – w porównaniu z osobami powyżej 34 roku życia (od 34% do 46%) oraz
 - poprzez gadżety (40%) – również w porównaniu z grupami osób powyżej 34 roku życia (od 17% do 25%).

⁵¹ Z wyjątkiem osób z wykształceniem średnim ogólnym, które pod tym względem nie różniły się istotnie od osób z wykształceniem wyższym.

⁵² Z wyjątkiem osób z wykształceniem średnim zawodowym, nie różniących się pod tym względem istotnie od osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym.

Wykres 12: W jaki sposób zetknął (zetknęła) się Pan (Pani) z informacjami o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim w ciągu ostatnich czterech lat? Można wskazać jedną lub więcej odpowiedzi. [N=1202]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.

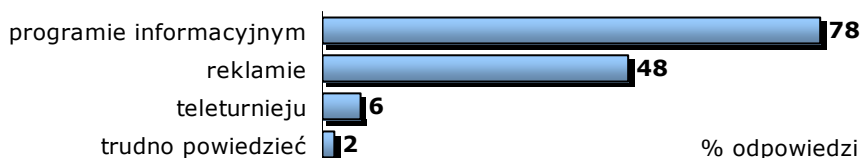


Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Blisko cztery piąte (78%) spośród osób, które zetknęły się w telewizji z wiadomościami na temat prowadzonych w regionie przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych, uzyskało takie informacje w programach informacyjnych, a co druga oglądając reklamy. Znacznie niższy odsetek (6%) respondentów wskazało teleturniej – prawdopodobnie był to program *Europa, Europa*, realizowany przez Urząd Marszałkowski wspólnie z regionalnym ośrodkiem TVP (porównaj: Wykres 13). Wydaje się, że dalsza realizacja teleturnieju w dotychczasowej formule powinna zostać rozważona z uwzględnieniem danych telemetrycznych na temat jego oglądalności.

Wykres 13: Czy informacje na temat przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim, z którymi zetknął (zetknęła) się Pan (Pani) oglądając telewizję, były przedstawione w... Można zaznaczyć jedną lub więcej odpowiedzi. [N=890]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy z informacjami o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim zetknęli się w telewizji.



Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Spółród osób, które z informacjami o realizowanych przedsięwzięciach zetknęły się w Internecie, co piąta (20%) wskazała jako źródło portal www.mojregion.eu, co czwarta (24%) jego poprzedniczkę, czyli stronę www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl i również co czwarta (24%) inną stronę internetową. Około dwie piąte badanych nie było w stanie podać, nawet niedokładnie, adresu strony internetowej, z której zaczerpnęli informacje (porównaj: Wykres 14).

Wykres 14: Czy z informacjami na temat przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim zetknął (zetknęła) się Pan (Pani):... Można wskazać jedną lub więcej odpowiedzi. [N=626]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy z informacjami o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim zetknęli się w Internecie.



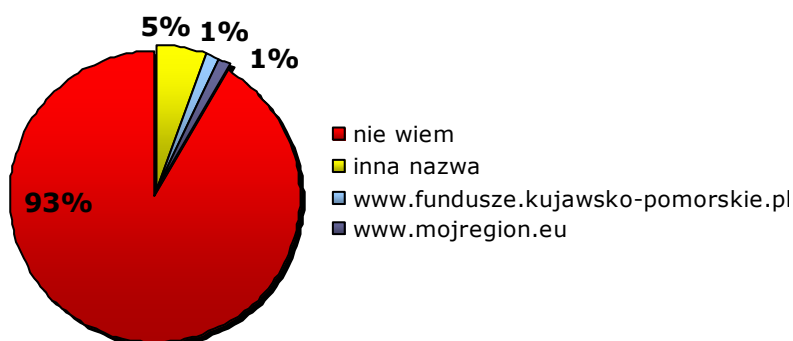
Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Odnosząc liczbę osób, które wskazały portal www.mojregion.eu, do liczby respondentów zdających sobie sprawę z faktu prowadzenie w regionie przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych, można stwierdzić, że z portalu skorzystała w przybliżeniu co dziesiąta (11%) spośród osób świadomych, że takie inicjatywy są realizowane. W przypadku portalu www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl analogiczny odsetek wynosi 12%. Wynik ten należy traktować jako niedokładne oszacowanie, ponieważ część użytkowników stron internetowych nie pamięta, lub nawet nie zna ich adresów⁵³. Badanie było realizowane telefonicznie, a zatem ankieter nie prezentował respondentowi widoku strony.

Prawidłowy adres strony poświęconej funduszom europejskim w województwie kujawsko-pomorskim (www.mojregion.eu) samodzielnie jest w stanie podać zaledwie co setny (1%) spośród mieszkańców województwa wiedzących, że takie fundusze są w regionie wykorzystywane. W przypadku strony www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl wynik jest identyczny (porównaj: Wykres 15). Fakt, że grupa osób pamiętających adresy prowadzonych przez Urząd Marszałkowski serwisów internetowych jest bardzo niewielka, może świadczyć o tym, że podany wcześniej odsetek osób korzystających z tych portali (oszacowany na podstawie deklaracji respondentów) jest zawyżony.

Wykres 15: Czy wie Pan (Pani), jaki jest adres strony internetowej poświęconej funduszom europejskim w województwie kujawsko-pomorskim? Jeżeli tak, to proszę powiedzieć. Można podać jedną lub więcej stron internetowych. [N=1202]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.



Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

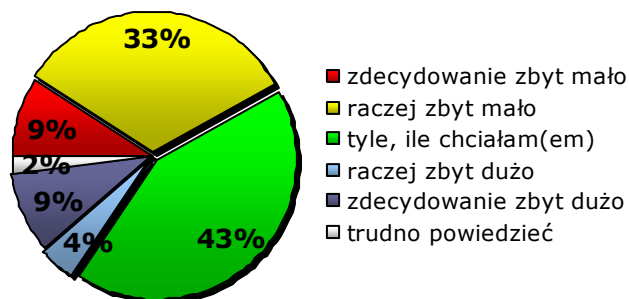
⁵³ Z danych Google Analytics wynika, że blisko połowa odwiedzin portalu www.mojregion.eu jest efektem wyboru linka wyświetlonego przez wyszukiwarkę lub zamieszczonego na innej stronie internetowej.

2.5 Ocena informacji

Wśród mieszkańców regionu zdających sobie sprawę z prowadzenia w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych, ponad dwie piąte (43%) otrzymało na ten temat zasób informacji, który odpowiadał ich zainteresowaniom. Jedna trzecia (33%) uważała jednak, że informacji było zbyt mało. Co dziesiąty (9%) odbiorca miał przeciwnie wrażenie: odczuwał zdecydowany przesyt takimi informacjami. Opinię, że informacji było raczej zbyt dużo, wyraziło niewielu (4%) badanych (porównaj: Wykres 16). Zainteresowanie mieszkańców województwa tematem, którego dotyczą działania informacyjne i promocyjne związane z RPO WK-P, nie jest zatem w pełni zaspokojone.

Wykres 16: Czy informacji o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim, które do Pana (Pani) docierały, było:... [N=1202]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.

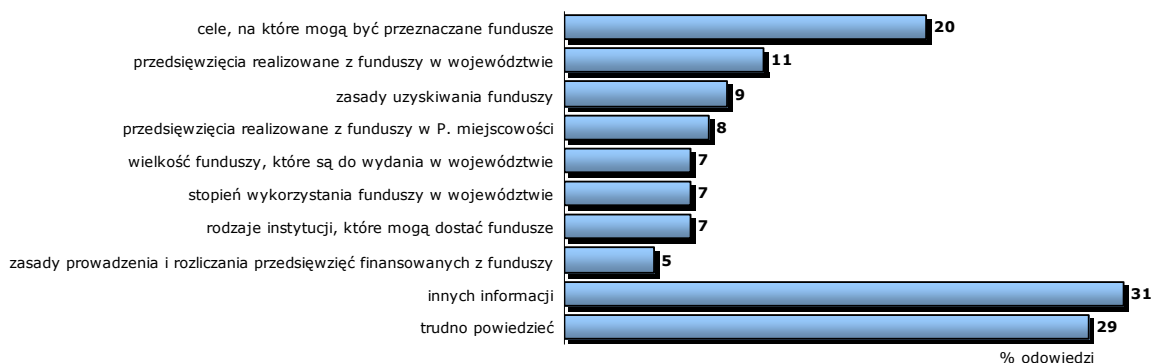


Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Tematem, na który najczęściej brakowało informacji osobom odczuwającym ich deficyt, były cele, na które mogą być przeznaczane fundusze. Zagadnienie to zostało wskazane przez 20% respondentów skarżących się na niedostatek informacji. Żaden inny temat nie uzyskał wyniku wyższego, niż 11%. Trzech na dziesięciu (29%) pytanych nie było w stanie wskazać ani podać żadnego tematu, na który brakowało im informacji, pomimo, że wcześniej twierdzili, że otrzymywali ich zbyt mało (porównaj: Wykres 17) – można przypuszczać, że niewiedza utrudniała im wybranie lub sformułowanie konkretnego tematu.

Wykres 17: Jakich informacji o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim Panu (Pani) brakowało? [N=557]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy stwierdzili, że otrzymywali zbyt mało informacji o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim.



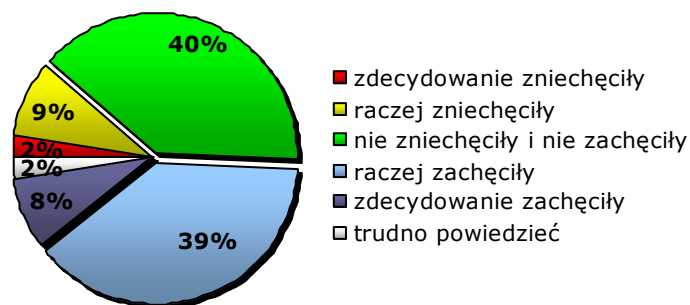
Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Informacje mogą nie tylko zaspokajać, lecz również pobudzać zainteresowanie tematem, którego dotyczą. Taki efekt wystąpił w przypadku około dwóch piątych (39%) odbiorców informacji o tym, że w zamieszkiwanym przez nich województwie prowadzone są przedsięwzięcia finansowane z funduszy unijnych. Podobnie liczne (40%) okazały się osoby, których informacje na ten temat ani nie zachęciły, ani nie zniechęciły do bliższego zainteresowania się prezentowanym w nich zagadnieniem (porównaj: Wykres 18). Wynik ten świadczy o potrzebie poszukiwania sposobów informowania o RPO WK-P i Funduszach Europejskich w sposób bardziej atrakcyjny dla mieszkańców województwa.

Odbiorców, których otrzymane informacje zniechęciły (raczej lub zdecydowanie) do bliższego zainteresowania się przedsięwzięciami finansowanymi z funduszy unijnych, wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym jest więcej, niż wśród osób z wykształceniem wyższym (odpowiednio: 8% i 18%), a wśród osób w wieku 15-24 lata mniej, niż wśród mieszkańców województwa powyżej 34 roku życia.

Wykres 18: Czy informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim zniechęciły lub zachęciły Pana (Panią) do bliższego zainteresowania się tym tematem? [N=1202]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.



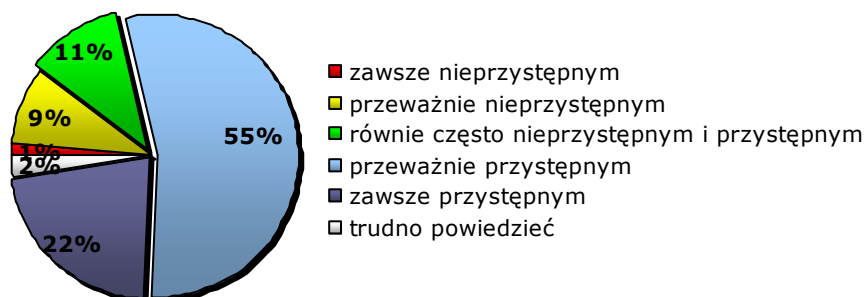
Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Do ponad połowy (55%) odbiorców docierały przeważnie informacje sformułowane przystępnym dla nich językiem, a przeszło co piąty (22%) otrzymywał wyłącznie takie informacje. W przybliżeniu co dziesiąty (11%) odbiorca stykał się również często z informacjami sformułowanymi w przystępny i w nieprzystępny sposób, i również co dziesiąty (9%) z informacjami, które przeważnie były dla niego nieprzystępne (porównaj: Wykres 19).

Poziom zrozumiałości informacji zależy z jednej strony od ich treści, a z drugiej – od kompetencji poznawczych odbiorców. Spośród osób najmłodszych (od 15 do 24 roku życia) blisko dziewięć na dziesięć (87%) oceniło otrzymane informacje jako zawsze lub przeważnie przystępne. Analogiczny odsetek okazał się niższy wśród osób w wieku od 35 do 44 lat (75%), osób pomiędzy 45 a 54 rokiem życia (71%) oraz w wieku co najmniej 65 lat (67%). Może to świadczyć o tym, że okres formalnej edukacji najbardziej sprzyja przyswajaniu nowych informacji, ale zaobserwowana różnica może wynikać również z faktu, że informacje przekazywane młodzieży (na przykład przez nauczycieli) były szczególnie dobrze dopasowane do jej zdolności percepcyjnych. Przewagę informacji nieprzystępnych nad przystępnymi osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym odczuwają częściej, niż te z wykształceniem wyższym lub średnim ogólnym (łącznie odsetek odpowiedzi „zawsze nieprzystępny” i „przeważnie nieprzystępny” wyniósł w tych grupach, odpowiednio: 18%, 9% i 7%).

Wykres 19: Czy informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim, z którymi się Pan (Pani) zetknął (zetknęła), były sformułowane nieprzystępnym czy przystępnym językiem? [N=1202]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.



Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Pomiędzy zrozumiałością informacji a stopniem, w jakim zachęcały do bliższego zainteresowania się tematem prowadzenia w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych, istnieje istotny statystycznie związek⁵⁴. Wśród respondentów, którzy otrzymywali (zawsze lub przeważnie) informacje sformułowane nieprzystępnym językiem, udział osób zniechęconych do poszerzenia swojej wiedzy był ponad pięciokrotnie wyższy (38%), niż wśród respondentów, którzy napotykali (zawsze lub przeważnie) informacje ujęte w przystępny sposób (7%). Zarazem, wśród respondentów, którzy otrzymywali (zawsze lub przeważnie) informacje sformułowane w nieprzystępny sposób, odsetek osób skłonionych do bliższego zainteresowania się prezentowanym tematem był przeszło dwukrotnie niższy (24%), niż wśród mieszkańców województwa, do których docierały (zawsze lub przeważnie) informacje podane językiem, który był dla nich zrozumiały (54%). Stwierdzona zależność sugeruje, że podstawowym sposobem zwiększenia atrakcyjności informacji byłoby ujmowanie ich prostszym językiem, łatwym do zrozumienia dla wszystkich odbiorców, również gorzej wykształconych.

Mieszkańcy województwa za najbardziej interesujące uważają informacje uzyskane podczas konferencji i spotkań informacyjnych, od nauczycieli lub wykładowców, z prowadzonych przez Urząd Marszałkowski stron o funduszach Unii Europejskiej oraz z telewizji. Na skali od 1 „informacje w ogóle nie były interesujące” do 6 „informacje były bardzo interesujące”, wymienione źródła uzyskały średnie oceny od 3,9 do 4,2 (różnice pomiędzy tymi średnimi nie były istotne statystycznie⁵⁵).

W drugiej grupie, ze średnimi ocenami od 3,7 do 3,8 znalazły się imprezy plenerowe, tablice informacyjne, znajomi i współpracownicy, prasa oraz punkty informacyjne. Każde z tych źródeł ustępowało (pod względem stopnia, w jakim pochodzące z niego informacje były uważane za interesujące) jednemu, dwóm lub trzem źródłom z pierwszej grupy.

Do trzeciej grupy zaliczają się: radio, ulotki i broszury, plakaty na tablicach reklamowych (billboardach), strony internetowe inne, niż www.mojregion.eu oraz niż www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl, informacje przesyłane pocztą elektroniczną oraz gadżety. Wymienione źródła uzyskały w większości średnie oceny 3,5 (oprócz gadżetów: 3,3), a każde z nich zostało ocenione niżej niż większość źródeł z pierwszej i drugiej grupy (porównaj: Tabela 2).

⁵⁴ Wartość współczynnika korelacji Pearsona $r=0,31$.

⁵⁵ Rozpatrywano istotność różnic pomiędzy średnimi ocen wystawionych przez osoby korzystające z obu porównywanych źródeł (test dla prób zależnych).

Tabela 2: Średnie oceny poszczególnych źródeł pod względem tego, na ile interesujące były uzyskane poprzez te źródła informacje (na skali od 1 „informacje w ogóle nie były interesujące” do 6 „informacje były bardzo interesujące”)

O ocenę poszczególnych źródeł byli proszeni wyłącznie respondenci, którzy z nich korzystali.

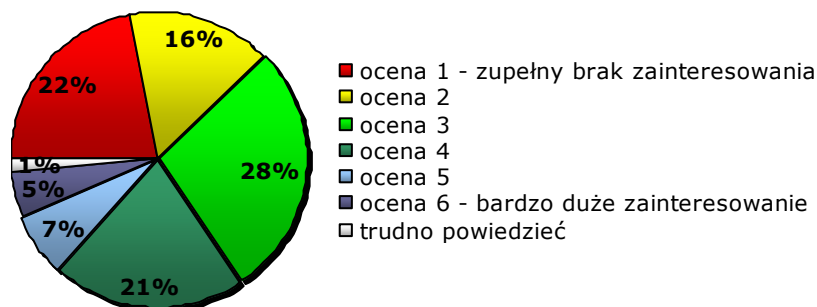
Źródło informacji	Średnia
z konferencji, spotkania informacyjnego [N=225]	4,2
od nauczyciela lub wykładowcy [N=214]	4,1
ze strony www.mojregion.eu [N=126]	4,1
ze strony www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl [N=143]	4,1
z telewizji [N=880]	3,9
z imprezy plenerowej, festynu [N=218]	3,8
z tablicy informującej o inwestycji [N=693]	3,8
od znajomego, współpracownika lub członka rodziny [N=630]	3,8
z gazety lub czasopisma [N=889]	3,7
z punktu informacyjnego [N=186]	3,7
z radia [N=615]	3,5
z ulotki, broszury [N=567]	3,5
z plakatu na tablicy reklamowej (bilbordzie) [N=684]	3,5
ze stron internetowych (innych niż www.mojregion.eu oraz innych niż www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl) [N=390]	3,5
przysyłane pocztą elektroniczną (mailem) [N=211]	3,5
z gadżetu np. koszulki, długopisu [N=309]	3,3

Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

2.6 Zainteresowanie informacjami

Poziom zainteresowania mieszkańców województwa przedsięwzięciami finansowanymi w regionie ze środków unijnych, w ciągu czterech lat poprzedzających moment badania nie był wysoki. Na skali od 1 (zupełny brak zainteresowania) do 6 (bardzo duże zainteresowanie), prawie połowa respondentów wskazała oceny najbliższe środka skali (ocenę „3” – 28%, ocenę „4” – 21%). Oceny z górnej części skali („4” oraz „5” – 12%) były wskazywane przeszło trzykrotnie rzadziej, niż z dolnej („1” oraz „2” – 36%) – porównaj: Wykres 20. Średnia ocena poziomu zainteresowania wyniosła zaledwie 2,9. Można zatem przypuszczać, że mieszkańcy regionu w większości nie są odbiorcami, którzy bez dodatkowych zachęt będą aktywnie poszukiwali informacji na temat przedsięwzięć dotowanych z Funduszy Europejskich – chociaż zarazem oczekują, że takie informacje będą do nich docierały (porównaj: Wykres 21).

Wykres 20: Czy w ciągu ostatnich czterech lat interesował (interesowała) się Pan (Pani) przedsięwzięciami finansowanymi z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim? [N=1500]



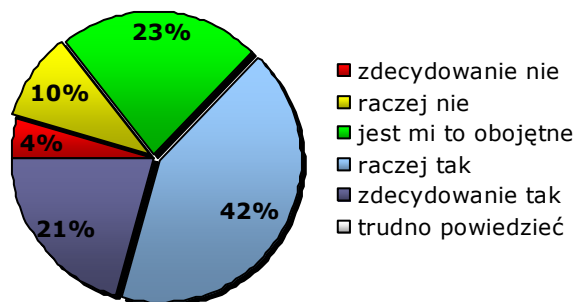
Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Przeprowadzona regresja logistyczna pokazuje, że na poziom zainteresowania informacjami na temat przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych miały wpływ cechy społeczno-demograficzne odbiorców: prowadzenie własnej działalności gospodarczej (w tym gospodarstwa rolnego), odbywanie nauki w szkole lub na uczelni, wykształcenie (im więcej lat nauki tym wyższy poziom zainteresowania), a także wiek (im wyższy, tym większe zainteresowanie).

Choć wpływ tych zmiennych jest istotny statystycznie i silniejszy niż wpływ innych zmiennych demograficznych, to jednak model oparty wyłącznie na nich tylko w niewielkim stopniu pozwala wyjaśnić poziom zainteresowania. Dopiero dodanie do modelu zmiennych behawioralnych, związanych z aktywnością społeczną oraz zainteresowaniem sprawami lokalnymi i społecznymi pozwala lepiej wyjaśnić uzyskane wyniki⁵⁶. Te zmienne to uczestnictwo w zebraniach dotyczących spraw lokalnych oraz słuchanie, czytanie i oglądanie programów, audycji, artykułów informacyjnych. Po uwzględnieniu zmiennych behawioralnych traci na znaczeniu wielkość miejscowości zamieszkania oraz fakt uczenia się lub studiowania. Spośród zmiennych włączonych do modelu w pierwszym kroku, istotne pozostaje prowadzenie działalności gospodarczej – można przypuszczać, że część przedsiębiorców interesuje się funduszami unijnymi poszukując szans rozwoju własnej firmy.

W przyszłości informacje na temat przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych w województwie kujawsko-pomorskim chciałoby uzyskiwać ponad trzy piąte mieszkańców regionu. Około jedna piąta (21%) badanych wyraziła taką chęć zdecydowanie, a dwukrotnie liczniejszą grupę (42%) stanowią osoby „raczej zainteresowane” otrzymywaniem takich informacji. Blisko jednej czwartej (23%) mieszkańców województwa nie zależy na informacjach o prowadzonych w regionie przedsięwzięciach finansowanych ze środków unijnych. Co dziesiąty (10%) raczej nie chciałby otrzymywać takich informacji, a co dwudziesty piąty (4%) zdecydowanie się przed tym wzbrania (porównaj: Wykres 21).

Wykres 21: Czy chciałby (chciałaby) Pan(i), żeby w przyszłości docierały do Pana (Pani) informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim? [N=1500]



Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, *Dyspersja 2011*

Korelacja pomiędzy zainteresowaniem finansowanymi przedsięwzięciami przejawianym w ciągu ostatnich czterech lat a chęcią otrzymywania na ten temat dalszych informacji, jest istotna, jednak stosunkowo słaba⁵⁷. Wśród osób, które są zainteresowane otrzymywaniem informacji o przedsięwzięciach finansowanych ze środków unijnych w województwie kujawsko-pomorskim (wskazania „raczej tak” i „zdecydowanie tak”), średni poziom zainteresowania tym tematem w przeszłości wynosił zaledwie 3,2 na sześciostopniowej skali. Mieszkańcy są pozytywnie nastawieni do otrzymywania tego rodzaju informacji, jednak nie w takim stopniu, by aktywnie się nimi interesować.

⁵⁶ Model wykorzystujący wyłącznie zmienne społeczno-demograficzne wyjaśnia niecałe 4% wariancji wyników, gdy natomiast dodamy do niego zmienne dotyczące udziału w lokalnych zebraniach oraz czytania / słuchania / oglądania audycji lub programów informacyjnych, odsetek wyjaśnionej wariancji wzrasta do 10%.

⁵⁷ Współczynnik korelacji Pearsona $r=0,25$.

Tematem, który jest dla mieszkańców najbardziej interesujący, są ewentualne przedsięwzięcia realizowane, przy wsparciu ze środków unijnych, w zamieszkiwanej przez nich miejscowości. Na skali ocen od 1 (zupełny brak zainteresowania) do 6 (bardzo duże zainteresowanie) temat ten uzyskał średnią 4,4. Na drugim miejscu znalazły się cele, na które mogą zostać przeznaczone fundusze (średnia ocena 4,2), a na trzecim – *ex aequo* – wielkość funduszy, które są do wydania w województwie oraz stopień ich wykorzystania (średnia ocena wynosi w obu przypadkach 3,9). Za mniej interesujące mieszkańcy uznali przede wszystkim zagadnienia związane z możliwościami i zasadami realizowania projektów (które uzyskały średnie oceny 3,6 lub 3,7), ale także przedsięwzięcia realizowane z funduszy w całym województwie (3,4).

Omówione wyniki (przedstawione w Tabeli 3) przemawiają za prowadzeniem kampanii promujących efekty RPO WK-P z uwzględnieniem wymiaru lokalnego. Aspekt lokalny warto uwzględniać zarówno w treści przekazu promocyjnego (wskazane jest prezentowanie wielu przedsięwzięć, zrealizowanych w różnych miejscowościach), jak i przy doborze sposobów promocji (właściwym sposobem może być między innymi prezentowanie projektów zrealizowanych w poszczególnych miejscowościach podczas imprez plenerowych, które są w nich organizowane)⁵⁸.

Tabela 3: Średnie oceny zainteresowania poszczególnymi tematami dotyczącymi prowadzenia przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim (na skali od 1 „zupełny brak zainteresowania” do 6 „bardzo duże zainteresowanie”)

Przy obliczaniu średnich pominięto respondentów, którzy nie byli w stanie ocenić zainteresowania danym tematem.

Tematyka informacji	Średnia
przedsięwzięcia realizowane z funduszy w miejscowości, w której Pan(i) mieszka [N=1490]	4,4
cele, na które mogą być przeznaczone fundusze [N=1492]	4,2
wielkość funduszy, które są do wydania w województwie [N=1459]	3,9
stopień wykorzystania funduszy, które są do wydania w województwie [N=1476]	3,9
rodzaje instytucji, które mogą dostać fundusze [N=1474]	3,7
przedsięwzięcia realizowane z funduszy w całym województwie [N=1483]	3,6
zasady uzyskiwania funduszy przez instytucje, które mogą je dostać [N=1471]	3,6
zasady prowadzenia i rozliczania przedsięwzięć finansowanych z funduszy [N=1461]	3,4

Źródło: Badanie mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

2.7 Preferowane źródła informacji

Osoby, które wyraziły chęć zapoznawania się z wiadomościami na temat przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych w województwie kujawsko-pomorskim, najczęściej chciałyby uzyskiwać takie informacje poprzez telewizję lub prasę. Wymienione media zostały wskazane wśród trzech preferowanych źródeł informacji przez – odpowiednio – 49% oraz 44% respondentów. Trzech na dziesięciu (30%) zainteresowanych wskazało strony internetowe, a w przybliżeniu co czwarty: ulotki i broszury (25%), pocztę elektroniczną (23%) lub radio (również 23%) – porównaj: Wykres 22.

Osoby z wykształceniem wyższym preferowały strony internetowe częściej, niż mieszkańcy województwa z wykształceniem zasadniczym zawodowym (odpowiednio: 38% i 22%), którzy wyróżniali się również niższą, niż większość pozostałych grup, chęcią

⁵⁸ W 2010 roku Urząd Marszałkowski zorganizował dwa cykle takich imprez: poświęcony rewitalizacji oraz bożonarodzeniowy (każdy w 10 miastach), a dwa kolejne (*Weekend europejski* oraz *Europejskie Dni Miejscowości*) współorganizował. RPO WK-P był również promowany podczas innych imprez, nie należących do większych cykli. Porównaj: sprawozdanie z działań w zakresie informacji, promocji i szkoleń dotyczących RPO WK-P za 2010 rok.

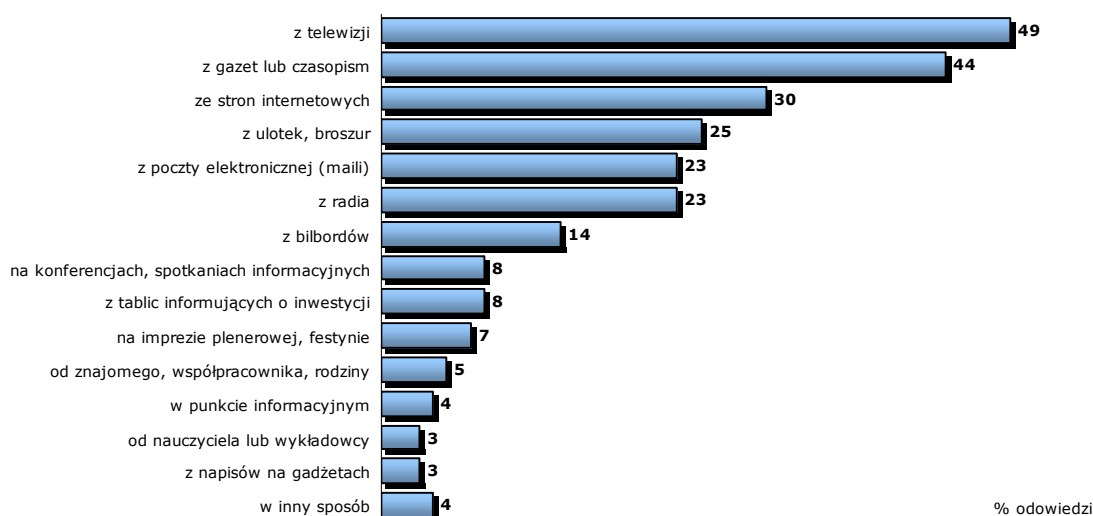
uzyskiwania informacji poprzez pocztę elektroniczną. Absolwenci zasadniczych szkół zawodowych częściej niż inni (z wyjątkiem absolwentów techników) wśród preferowanych źródeł informacji wskazywali natomiast prasę (54%), podczas gdy w pozostałych grupach odsetek wskazań wynosił od 33% do 39%).

Młodzież w wieku od 15 do 24 lat wskazywała strony internetowe (46%) częściej, niż mieszkańcy powyżej 44 roku życia. W poszczególnych grupach wieku, poczynając od 45 roku życia, odsetek osób, które jako źródło informacji preferują strony internetowe, spada dość szybko: wśród osób pomiędzy 45 a 54 rokiem życia wynosi 27%, w kolejnej grupie 20%, a wśród osób, które ukończyły 64 rok życia – zaledwie 3%. Wśród najstarszych mieszkańców regionu odsetek osób, które o przedsięwzięciach finansowanych ze środków unijnych chciałyby się dowiadywać ze stron internetowych, jest niższy, niż wśród wszystkich pozostałych grup wyodrębnionych ze względu na wiek.

Z kolei najmłodsi respondenci (w wieku od 15 do 24 lat) częściej niż większość innych grup chcieliby się dowiadywać o przedsięwzięciach finansowanych z funduszy unijnych od nauczyciela lub wykładowcy (co zrozumiałe biorąc pod uwagę, że większość starszych mieszkańców regionu zakończyła już edukację i nie ma takiej możliwości), częściej również preferowali gadżety reklamowe.

Wykres 22: W jaki sposób najbardziej chciałby (chciałyby) Pan (Pani) uzyskiwać informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim? Można zaznaczyć od jednej do trzech odpowiedzi. [N=949]

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy stwierdzili, że chcieliby, żeby w przyszłości docierały do nich informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim.



Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

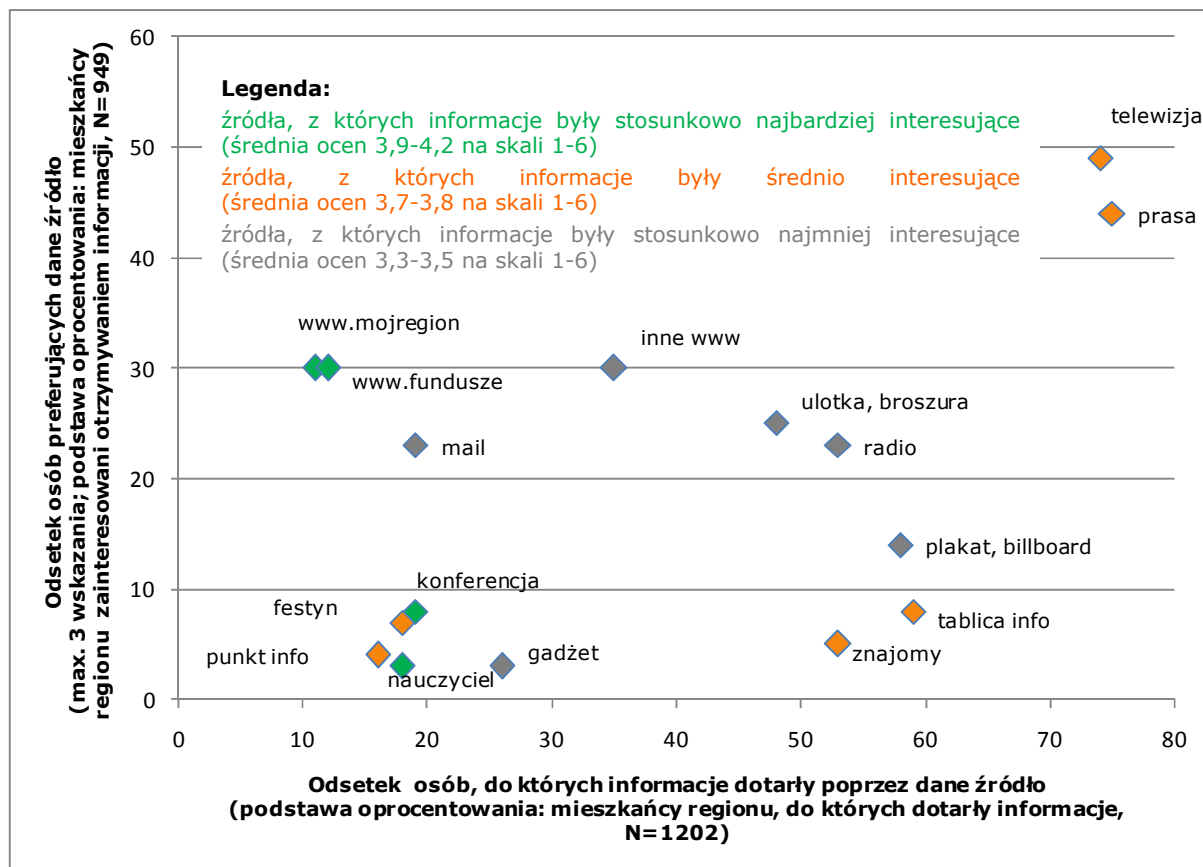
Wykres 23 przedstawia syntezę informacji, zebranych w badaniu ankietowym z mieszkańcami województwa kujawsko-pomorskiego, o poszczególnych źródłach, wykorzystywanych do upowszechniania wiedzy na temat przedsięwzięć finansowanych w regionie ze środków unijnych⁵⁹.

Poszczególne źródła informacji zostały oznaczone punktami. Pozycja punktu w wymiarze horyzontalnym wskazuje, na ile liczna była grupa odbiorców, którzy zetknęli się z informacjami poprzez dane źródło (im większa grupa, tym punkt znajduje się bliżej prawej strony wykresu). Pozycja w wymiarze wertykalnym mówi o tym, przez jak dużą

⁵⁹ Jest to synteza informacji przedstawionych na wykresach: 12 i 21 oraz w Tabeli 2.

grupę dane źródło jest preferowane⁶⁰ (im grupa ta jest większa, tym wyżej umieszczony jest punkt reprezentujący dane źródło). Kolor punktu oznacza jakość informacji z danego źródła, ocenianą na podstawie tego, na ile były interesujące dla odbiorców, którzy czerpali z niego wiedzę na temat przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych w regionie.

Wykres 23: Charakterystyka poszczególnych źródeł informacji na temat finansowanych ze środków unijnych przedsięwzięć prowadzonych w województwie kujawsko-pomorskim⁶¹



Źródło: Badanie ankietowe mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, Dyspersja 2011

Mediami, za których wykorzystywaniem na dużą skalę przemawia możliwość dotarcia do wielu odbiorców oraz preferencje respondentów, są telewizja i prasa. Jakość informacji zamieszczanych dotychczas w tych mediach jest generalnie – w ocenie odbiorców – zadowalająca, ale nie bardzo wysoka (o czym świadczy pomarańczowy kolor punktów na Wykresie 23). Przedstawione wyniki wskazują, że współpraca z mediami oraz opracowywanie materiałów zamawianych, które są emitowane w telewizji regionalnej, są szczególnie istotnymi obszarami działań służących promocji RPO WK-P. Telewizja (w odróżnieniu zwłaszcza od Internetu) jest przy tym medium stosunkowo uniwersalnym, dającym możliwość dotarcia również do osób gorzej wykształconych i starszych, a także mniej aktywnych w poszukiwaniu informacji.

⁶⁰ „Preferowane” oznacza w tym przypadku: wskazanie wśród trzech źródeł, z których respondent najbardziej chciałby uzyskiwać informacje na temat realizowanych w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć współfinansowanych ze środków unijnych.

⁶¹ Na osi „odsetek osób preferujących dane źródło” portalom www.mojregion.eu, www.fundusze.kujawsko-pomorskie.eu oraz innym stronom internetowym przypisano wynik uzyskany przez strony internetowe „ogółem” (ponieważ w pytaniu o preferowane źródła informacji nie podawano adresów konkretnych stron, zakładając, że ich znajomość mogłaby nie być wystarczająca do udzielenia przez respondentów wiarygodnych odpowiedzi).

Zarazem, wysoki odsetek mieszkańców województwa zainteresowanych uzyskiwaniem informacji z Internetu przemawia za szerszą promocją portalu www.mojregion.eu. Informacje zamieszczone w tym portalu zostały przez mieszkańców ocenione stosunkowo wysoko, jednak jego dogłębna analiza⁶² wskazuje, że promocja serwisu powinna zostać poprzedzona jego przebudową i wzbogaceniem o większą liczbę materiałów skierowanych do mieszkańców. Internet jest preferowaną drogą docierania w szczególności do osób lepiej wykształconych oraz młodych (w tym uczniów i studentów), a także do pracowników sektora publicznego i prywatnych przedsiębiorców⁶³.

W upowszechnianie informacji na temat RPO WK-P warto włączać również formy działań informacyjnych i promocyjnych, które wprawdzie docierają do znacznie mniejszej liczby osób, niż media masowe, ale – jak pokazują dotychczasowe doświadczenia – umożliwiają przekazanie informacji w sposób interesujący dla odbiorców. Do takich form zaliczają się przede wszystkim te sposoby informowania, które opierają się na osobistym kontakcie. W przekazywaniu informacji młodzieży sukcesy odnoszą nauczyciele, z kolei osoby bardziej zainteresowane tematem przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych z zainteresowaniem uczestniczą w spotkaniach oraz konferencjach. W roli informatorów nieco niżej ocenieni zostali znajomi, współpracownicy i członkowie rodziny, za to przekazywane przez nich informacje miały znaczny zasięg. Przy dalszej promocji programu wskazana jest zatem także: współpraca ze szkołami, przedstawianie planów inwestycyjnych oraz efektów ich realizacji podczas spotkań z mieszkańcami, a także stymulowanie marketingu szeptanego, na przykład poprzez wykorzystywanie internetowych serwisów społecznościowych (takich jak *Facebook*, w którym użytkownicy docierają do informacji poprzez linki polecane przez swoich znajomych).

Zalecenie prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WK-P, adresowanych do mieszkańców regionu, z wykorzystaniem przede wszystkim wymienionych powyżej sposobów, nie oznacza, że pozostałe nie powinny być w ogóle stosowane. Poniżej przedstawiono zbiór propozycji dotyczących wykorzystania pozostałych form promocji.

Imprezy plenerowe mogą być wykorzystywane do akcentowania pożytków, jakie z wykorzystywania funduszy unijnych odnoszą poszczególne społeczności lokalne oraz stanowić wydarzenie skupiające na RPO WK-P uwagę mediów. Biorąc pod uwagę efektywność kosztową, oprócz organizowania ograniczonej liczby imprez plenerowych dedykowanych RPO WK-P warto (tak jak czyniono to dotychczas) promować program także podczas imprez plenerowych, w przypadku których nie jest tematem wiodącym, poprzez ustawianie i obsługę stanowiska poświęconego RPO WK-P. Być może z myślą o takich działaniach uzasadnione byłoby zainwestowanie w efektowny namiot lub charakterystyczny pojazd, który przyciągałby uwagę uczestników festynów.

Otwieranie finansowanych z RPO WK-P obiektów takich jak hale sportowe czy obserwatoria astronomiczne daje sposobność do organizowania wydarzeń o charakterze publicznym, które nie wymagającym nakładów równie wysokich, co organizacja imprezy plenerowej. W takich sytuacjach warto proponować beneficjentom promowanie obiektu poprzez organizowanie dni otwartych, podczas których będzie dostępny dla szerokiego grona mieszkańców danej miejscowości.

Kampania informująca o portalu www.mojregion.eu powinna obejmować zamieszczanie linków do tego serwisu na innych stronach internetowych, zarówno publicznych (warto skontaktować się w tej sprawie z instytucjami samorządowymi z regionu), jak i komercyjnych (przydatne może być wykupienie reklam między innymi w serwisach internetowych najpopularniejszych mediów regionalnych).

⁶² Pełne wyniki analizy portalu przedstawiono w odrębnym raporcie (*Dyspersja: Ocena portalu www.mojregion.eu*, Warszawa 2011).

⁶³ Porównaj: Czapiński J., Panek T. (red): *Diagnoza społeczna 2009*, s. 291 (raport dostępny 13 czerwca 2011 pod adresem: http://www.diagnoza.com/pliki/raporty/Diagnoza_raport_2009.pdf).

Stosowanie reklamy zewnętrznej może być uzasadnione w szczególnych przypadkach (na przykład do anonsowania imprez plenerowych, które mają się odbyć w danej miejscowości), ale wobec wysokiego nasycenia przestrzeni publicznej plakatami oraz tablicami informującymi o przedsięwzięciach finansowanych ze środków unijnych, reklama na tablicach reklamowych (*billboardach*) powinna być wykorzystywana do promowania RPO WK-P oszczędnie. Lepszym rozwiązaniem może być umieszczanie reklam w miejscach, w których odbiorcy będą mieli z nią bardziej długotrwały kontakt, a zarazem w takich, gdzie nie będzie konkurowała z dużą liczbą innych przekazów reklamowych. Takimi miejscami mogą być instytucje użyteczności publicznej (wywieszenie plakatów można zaproponować na przykład urzędom i ośrodkom opieki zdrowotnej, które realizowały projekty w ramach RPO WK-P), a także dworce i pociągi kolei regionalnych.

Przy emitowaniu materiałów na temat RPO WK-P w lokalnych lub regionalnych rozgłoszeniach radiowych wskazany jest wybór, w pierwszej kolejności, rozgłoszeń o profilu informacyjnym.

Punkty informacyjne powinny, tak jak dotychczas, odpowiadać na pytania wszystkich klientów, w tym mieszkańców województwa nie związanych z instytucjami będącymi potencjalnymi lub faktycznymi beneficjentami RPO WK-P.

Stosowanie broszur przedstawiających przedsięwzięcia zrealizowane w ramach RPO WK-P wydaje się uzasadnione wyłącznie pod warunkiem opracowania materiałów, które będą mogły liczyć na szczególne zainteresowanie odbiorców (przykładem takiej broszury może być mini przewodnik po atrakcjach turystycznych regionu, które zostały odnowione lub utworzone dzięki środkom z programu).

Wśród preferowanych przez mieszkańców regionu sposobów dowiadywania się o przedsięwzięciach finansowanych ze środków unijnych w zamieszkiwanym przez nich województwie stosunkowo wysokie (piąte) miejsce zajęło otrzymywanie informacji pocztą elektroniczną, co przemawia za dalszym prowadzeniem *newslettera* anonsującego informacje zamieszczane w portalu www.mojregion.eu.

Gadżety znalazły się wśród przekazników ocenionych najniżej, a zarazem wśród tych, z których mieszkańcy chcieliby się dowiadywać o funduszach w najmniejszym stopniu. Taki wynik zapewne jest częściowo konsekwencją faktu, że pytania dotyczyły przekazywanych informacji, a część przedmiotów zaliczanych do kategorii gadżetów (na przykład długopisy, koszulki, kubki) może zawierać tylko informacje najbardziej podstawowe, takie jak nazwa programu lub adres portalu poświęconego funduszom unijnym (w odróżnieniu od na przykład kalendarzy, w których można przedstawiać zrealizowane inwestycje). Wydaje się, że gadżety warto wykorzystywać do promocji programu jedynie w bardzo ograniczonym stopniu. Mogą znaleźć dobre zastosowanie na przykład w ramach działań skierowanych do młodzieży, która jest nimi zainteresowana bardziej, niż starsi mieszkańcy województwa.

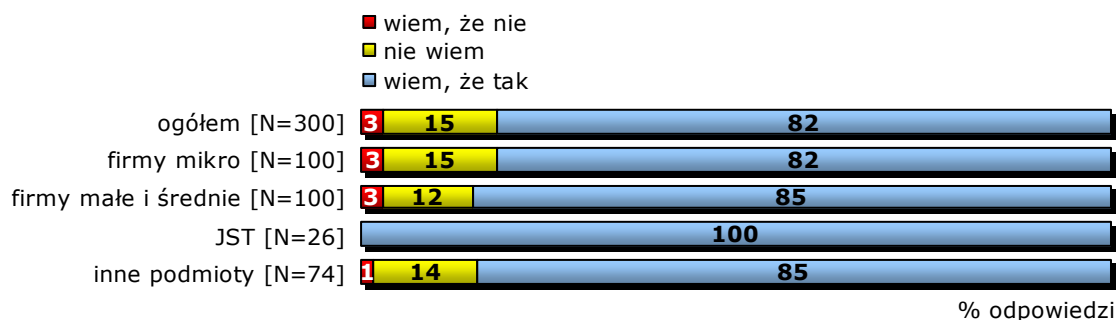
3 Odbiór informacji przez potencjalnych beneficjentów i beneficjentów

3.1 Wiedza na temat funduszy UE i RPO WK-P

3.1.1 Potencjalni beneficjenci

Z faktu prowadzenia w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych zdaje sobie sprawę przeszło ośmiu na dziesięciu (82%) potencjalnych beneficjentów tego programu, w tym wszystkie JST (100%) oraz od 82% do 85% instytucji innego typu (porównaj: Wykres 24).

Wykres 24: Czy według Pana (Pani) wiedzy w województwie kujawsko-pomorskim w ciągu ostatnich czterech lat były prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej?

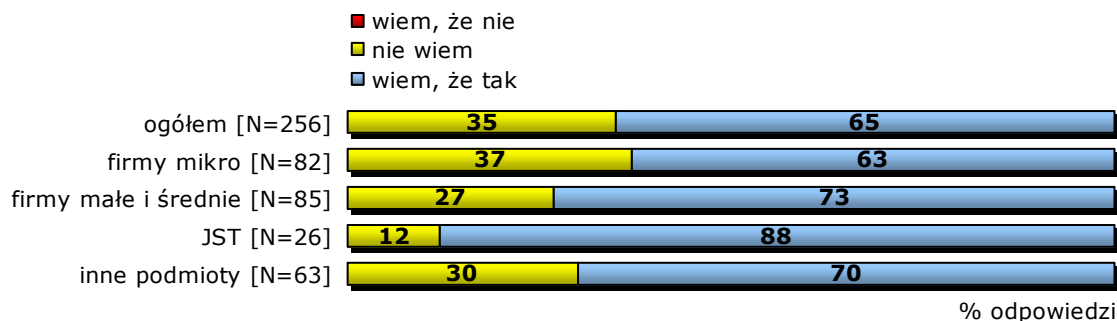


Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Mniej powszechna wśród potencjalnych beneficjentów jest natomiast wiedza o tym, że ze środków Unii Europejskiej wyodrębniono pulę przeznaczoną specjalnie dla województwa kujawsko-pomorskiego. Zdaje sobie z tego sprawę niespełna dwie trzecie (65%) potencjalnych beneficjentów: przeszło sześć na dziesięć (63%) firm mikro, ponad siedem na dziesięć (73%) firm małych i średnich, prawie dziewięć na dziesięć (88%) JST oraz siedem na dziesięć (70%) innych podmiotów (porównaj: Wykres 25).

Wykres 25: Czy według Pana (Pani) wiedzy część środków z Unii Europejskiej przeznaczono specjalnie dla województwa kujawsko-pomorskiego?

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.

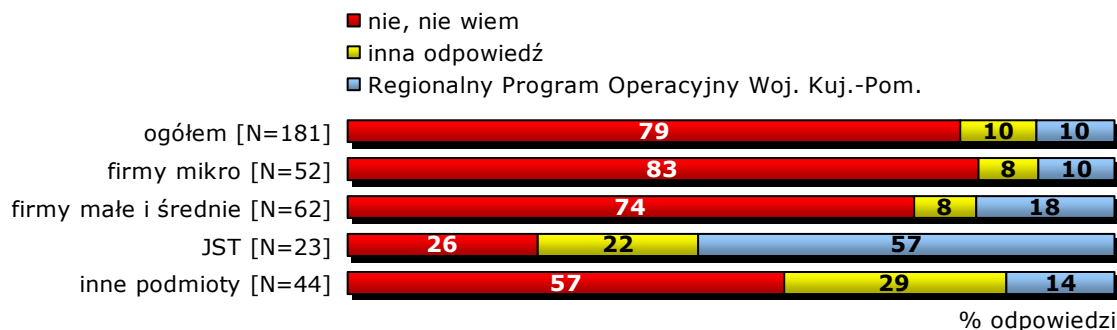


Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Spośród potencjalnych beneficjentów zdających sobie sprawę, że część środków z Unii Europejskiej przeznaczono specjalnie dla województwa kujawsko-pomorskiego, jedynie co dziesiąty (10%) umie samodzielnie podać nazwę RPO WK-P jako programu, w ramach którego środki te są wykorzystywane. Spontaniczna znajomość RPO WK-P jest znacznie wyższa wśród JST (57%), niż wśród potencjalnych beneficjentów innego typu (w zależności od rodzaju instytucji: od 10% do 18%) – porównaj: Wykres 26.

Wykres 26: Czy pamięta Pan (Pani) jak nazywa się program przeznaczony specjalnie dla województwa kujawsko-pomorskiego?

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o przeznaczeniu części środków unijnych specjalnie dla województwa kujawsko-pomorskiego.



Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

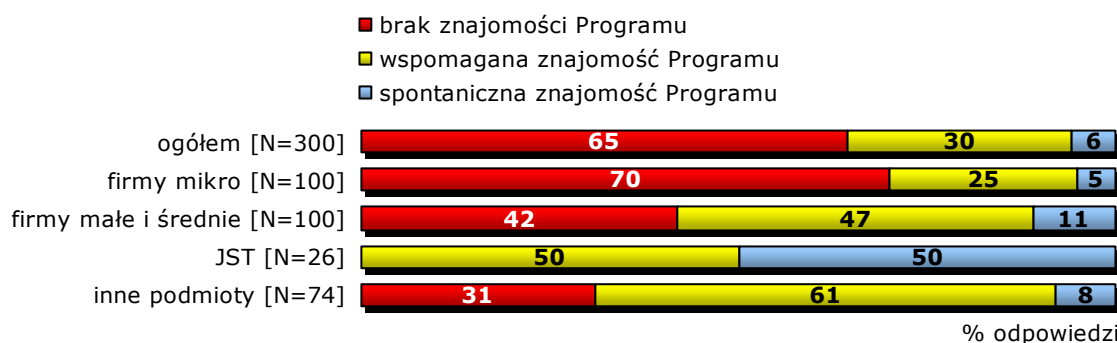
Wśród wszystkich potencjalnych beneficjentów RPO WK-P instytucje, których przedstawiciele są w stanie podać samodzielnie nazwę RPO WK-P, stanowią 6%. Respondenci reprezentujący trzech na dziesięciu (30%) potencjalnych beneficjentów wprawdzie nie są w stanie podać nazwy samodzielnie, ale po jej usłyszeniu przypominają sobie, że spotkali się z nią już wcześniej (porównaj: Wykres 27).

Pod względem znajomości nazwy programu zachodzą znaczne różnice pomiędzy grupami potencjalnych beneficjentów wyodrębnionymi ze względu na rodzaj instytucji. Znajomość nazwy programu wykazali lub zadeklarowali przedstawiciele wszystkich JST (w przypadku połowy była to znajomość spontaniczna, a w przypadku połowy – wspomagana).

Program jest natomiast najmniej znany wśród pracowników mikroprzedsiębiorstw: siedmiu na dziesięciu (70%) respondentów z tej grupy w ogóle nie zetknęło się z jego nazwą. Poziom znajomości programu wśród pracowników małych i średnich przedsiębiorstw oraz innego rodzaju instytucji (spośród których z nazwą programu nie spotkało się odpowiednio: 42% i 31%) sytuuje te podmioty pomiędzy JST a mikroprzedsiębiorstwami. Przeprowadzone analizy wykazały ponadto, że znajomość nazwy programu wśród mikroprzedsiębiorstw zależy od ich lokalizacji w regionie: te funkcjonujące w największych miastach (Włocławku, Toruniu, Bydgoszczy) znają nazwę programu częściej, niż pozostałe.

Wykres 27: Znajomość RPO WK-P

Jako podstawę opocentowania przyjęto wszystkich objętych badaniem potencjalnych beneficjentów RPO WK-P. Pytanie o spontaniczną znajomość programu przeznaczonego specjalnie dla województwa kujawsko-pomorskiego zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o wyodrębnieniu ze środków unijnych puli dla tego regionu. Pytanie o wspomaganą znajomość programu zadano wszystkim respondentom oprócz tych, którzy wykazali jego znajomość spontaniczną.

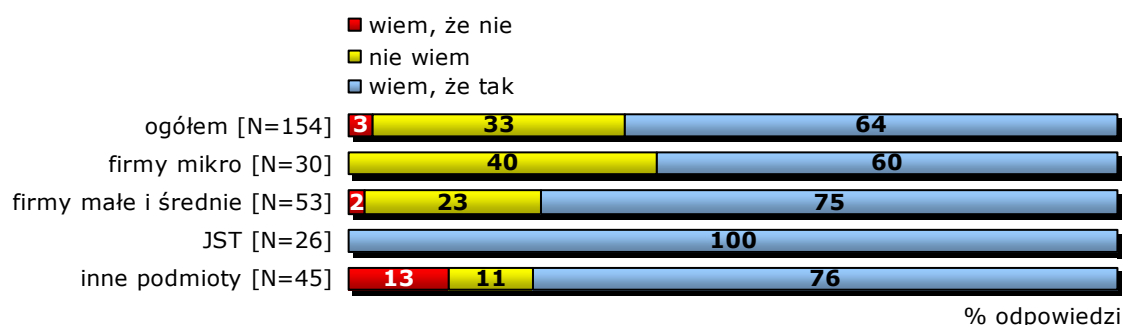


Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Informacją kluczową w przypadku potencjalnych beneficjentów jest wiadomość, że posiadają taki status, to znaczy że mogą ubiegać się o środki z określonego programu. Wśród potencjalnych beneficjentów, którzy zetknęli się z nazwą RPO WK-P (byli w stanie podać ją samodzielnie lub zadeklarowali jej znajomość po odczytaniu przez ankietera), blisko dwie trzecie (64%) zdawało sobie sprawę, że instytucje takie, jak reprezentowana przez nich, są uprawnione do aplikowania o środki z tego programu – od 60% wśród firm mikro do 100% wśród JST (porównaj: Wykres 28).

Wykres 28: Czy według Pana (Pani) wiedzy instytucje takie jak Pana (Pani) instytucja mogły ubiegać się o finansowanie w ramach RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego?

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych i zarazem zetknęli się z nazwą RPO WK-P.



Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Biorąc pod uwagę, że wśród ogółu potencjalnych beneficjentów instytucje, których pracownicy zetknęli się z nazwą RPO WK-P, stanowią mniejszość (na skutek niskiej znajomości programu wśród firm mikro), bardziej przydatne jest odniesienie wyników dotyczące wiedzy o możliwości aplikowania do ogółu potencjalnych beneficjentów tego programu (a nie tylko do tej mniejszości).

Podsumowując informacje zebrane poprzez zadanie kilku pytań, i odnosząc wyniki do ogółu potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, można stwierdzić, że możliwości ubiegania się o wsparcie w ramach RPO WK-P jest świadoma nieco ponad jedna piąta (22%) instytucji uprawnionych do aplikowania o środki z tego programu. Po wykluczeniu instytucji, które nie poszukiwały informacji na temat RPO WK-P ze względu na brak zainteresowania dofinansowaniem ze środków unijnych, odsetek ten wzrasta do 27%. Fakt, że wzrost ten wynosi zaledwie pięć punktów procentowych, oznacza, że wiele instytucji potencjalnie zainteresowanych ubieganiem się o wsparcie nie otrzymało informacji o takiej możliwości.

Dwie trzecie (66%) potencjalnych beneficjentów w ogóle nie zetknęło się z nazwą RPO WK-P, lub wręcz nie wie, że w województwie kujawsko-pomorskim są prowadzone przedsięwzięcia finansowane ze środków unijnych. W przybliżeniu co dziesiąty (9%) słyszał o RPO WK-P, ale nie otrzymał żadnych informacji na temat możliwości ubiegania się o środki z tego programu. Wśród potencjalnych beneficjentów znaleźli się również tacy, którzy otrzymali informacje dotyczące tego, jakie instytucje mogą ubiegać się o środki w ramach RPO WK-P, ale błędnie uważają, że sami nie zaliczają się do tego grona – są jednak bardzo nieliczni (4%).

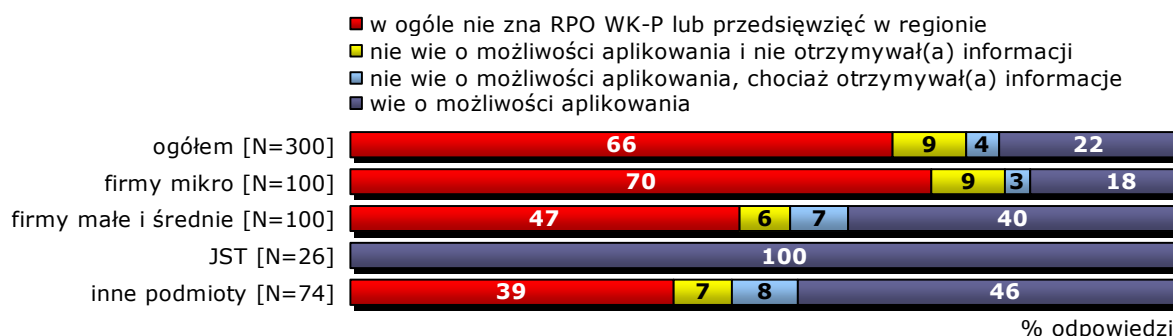
Należy podkreślić, że na wynik wśród potencjalnych beneficjentów rozpatrywanych ogółem rzutują przede wszystkim odpowiedzi firm mikro (ponieważ wśród potencjalnych beneficjentów RPO WK-P to właśnie mikroprzedsiębiorstwa stanowią najliczniejszą grupę). Informacja o możliwości ubiegania się o wsparcie w ramach RPO WK-P dotarła tylko do niespełna co piątego (18%) spośród najmniejszych przedsiębiorstw, ale wśród firm małych i średnich oraz innych instytucji odsetek potencjalnych beneficjentów zdających sobie sprawę z możliwości aplikowania jest znacznie wyższy i wynosi,

odpowiednio, 40% i 46%. Wśród JST nie ma żadnej jednostki, która nie wiedziałaaby o szansie uzyskania środków w ramach RPO WK-P (porównaj: Wykres 29).

Wyniki dotyczące wiedzy o możliwości uzyskania finansowania wśród potencjalnych beneficjentów RPO WK-P (przedstawione na Wykresie 29) są nieznacznie bardziej korzystne, niż uzyskane w ewaluacji działań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WSL. W województwie śląskim z możliwości ubiegania się o finansowanie w ramach RPO zadawało sobie sprawę 16% instytucji, które z niej nie skorzystały pomimo, że były do tego uprawnione. Odsetek potencjalnych beneficjentów świadomych możliwości aplikowania o środki w ramach RPO bardzo się różnił, podobnie jak w województwie kujawsko-pomorskim, w zależności od typu instytucji, i wynosił: 97% wśród JST, 14% wśród MMSP (które nie były rozpatrywane w podziale na firmy mikro oraz małe i średnie) oraz 40% wśród innych podmiotów⁶⁴.

Wykres 29: Czy według Pana (Pani) wiedzy instytucje takie jak Pana (Pani) instytucja mogły ubiegać się o finansowanie w ramach RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego?

Jako podstawę opocentowania przyjęto wszystkich objętych badaniem potencjalnych beneficjentów RPO WK-P. Pytanie dotyczące wiedzy o możliwości aplikowania o finansowanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych i zarazem zetknęli się z nazwą RPO WK-P. Pytanie dotyczące otrzymywania informacji na temat możliwości ubiegania się o dotację zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych i zarazem zetknęli się z nazwą RPO WK-P, ale nie wiedzieli, że mogą starać się o środki w ramach RPO WK-P (ponieważ założono, że posiadanie wiedzy o możliwości aplikowania jest równoznaczne z uprzednim otrzymaniem informacji na ten temat).



Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Analiza danych uzyskanych od potencjalnych beneficjentów RPO WK-P (z pominięciem JST⁶⁵), przeprowadzona przy zastosowaniu regresji logistycznej, ujawnia, że poziom wiedzy o możliwości ubiegania się o dotację w ramach RPO WK-P zależy nie tylko od typu podmiotu⁶⁶, ale również od jego wielkości (mierzonej liczbą pracowników), a także od wielkości miejscowości, w której jest zlokalizowany. Wielkość miejscowości istotnie różnicuje poziom wiedzy na temat możliwości uzyskania dofinansowania wśród przedsiębiorstw. Spośród przedstawicieli firm, które działają w największych miastach (Bydgoszczy, Toruniu i Włocławku), o możliwości uzyskania dotacji wie 27%, natomiast wśród przedstawicieli przedsiębiorstw, które są zlokalizowane w innych miejscowościach regionu – tylko 14%. Z kolei wśród pozostałych badanych instytucji i organizacji duże znaczenie ma liczba zatrudnionych pracowników: tam gdzie przekraczała ona 50 osób, odsetek respondentów zdających sobie sprawę z możliwości ubiegania się o dofinansowanie był dwukrotnie wyższy, niż w pozostałych instytucjach.

⁶⁴ Porównaj: Dyspersja: *Ocena działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013 w latach 2007-2010*, Warszawa 2010, s. 58.

⁶⁵ Ponieważ wszystkie JST wiedziały o możliwości aplikowania o środki w ramach RPO WK-P.

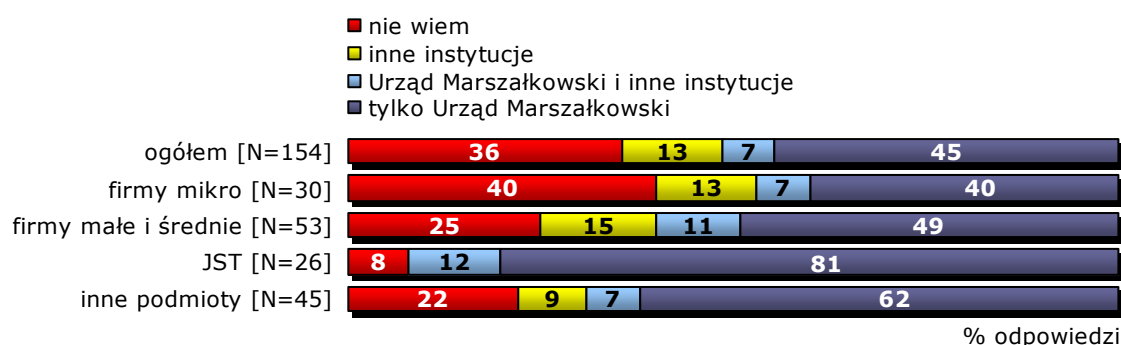
⁶⁶ Uwzględniono rozróżnienie na mikroprzedsiębiorstwa, małe i średnie przedsiębiorstwa oraz inne podmioty.

Kluczowy wpływ na posiadanie wiedzy na temat możliwości dofinansowania ma jednak zainteresowanie tym zagadnieniem i aktywne poszukiwanie informacji. Dodanie do modelu zmiennej opisującej fakt i częstotliwość poszukiwania informacji na temat możliwości uzyskania dofinansowania z funduszy unijnych znacząco poprawiało przewidywanie poziomu wiedzy badanych⁶⁷. Zależność ta widoczna jest już przy prostym podziale na grupy: wśród osób deklaruujących regularne poszukiwanie takich informacji aż 60% zdawało sobie sprawę, że mogą uzyskać dofinansowanie z RPO WK-P; wśród tych w ogóle nieposzukujących – zaledwie 9%. Natomiast ograniczenie analizy tylko do osób, które zetknęły się z nazwą RPO WK-P, pozwala stwierdzić, że wśród osób regularnie poszukujących informacji o możliwościach dofinansowania aż 83% zdawało sobie sprawę z tego, że kwalifikują się do programu, zaś wśród tych w ogóle nieposzukujących – zaledwie 37%. Aktywność w poszukiwaniu informacji w dużej mierze zależy z kolei od zasobów firmy czy organizacji: w podmiotach zatrudniających ponad 50 pracowników odsetek poszukujących informacji regularnie był kilkukrotnie wyższy niż w podmiotach zatrudniających mniej niż 10 osób.

Spośród potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, którym nazwa tego programu nie jest obca, niespełna połowa (45%) zdaje sobie sprawę, że jedyną instytucją przyjmującą wnioski o dofinansowanie tego programu jest Urząd Marszałkowski. Wie o tym cztery na dziesięć (40%) firm mikro, połowa (49%) firm małych i średnich, osiem na dziesięć JST (81%) oraz sześć na dziesięć (62%) innych podmiotów – które zetknęły się z nazwą RPO WK-P (porównaj: Wykres 30).

Wykres 30: Jaka instytucja, według Pana (Pani) wiedzy, przyjmuje wnioski o dofinansowanie z RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego i wybiera projekty do finansowania z tego programu?

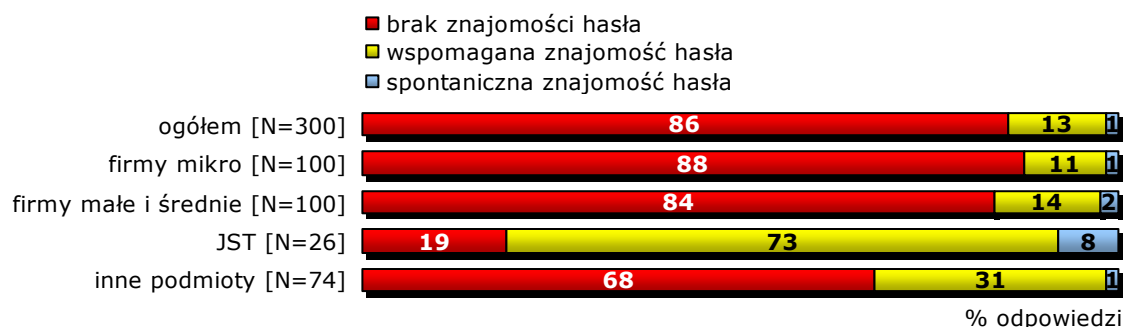
Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych i zarazem zetknęli się z nazwą RPO WK-P.



Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Hasło *Mój region w Europie* jako slogan RPO WK-P jest w stanie podać samodzielnie tylko co setny potencjalny beneficjent tego programu, natomiast 13% deklaruje wcześniejszą znajomość tego hasła po jego usłyszeniu (porównaj: Wykres 31). Znajomość hasła, zwłaszcza wspomaganą, jest znacznie wyższa wśród JST, niż wśród pozostałych instytucji uprawnionych do aplikowania w ramach RPO WK-P. Slogan jest najmniej znany przedstawicielom firm – w tym przypadku wielkość przedsiębiorstwa nie różnicuje wyników w sposób istotny statystycznie.

⁶⁷ Przy wykorzystaniu wyłącznie „twardych” charakterystyk współczynnik R^2 Naglekerkego był równy 0,13, po dodaniu zmiennej dotyczącej poszukiwania informacji wzrastał do 0,24.

Wykres 31: Znajomość hasła *Mój region w Europie*

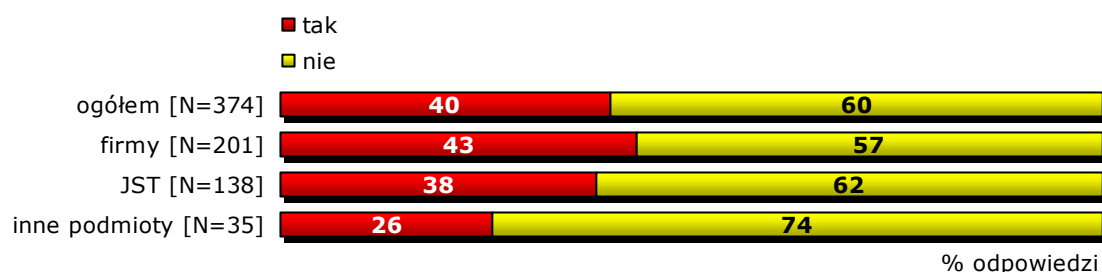
Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

3.1.2 Beneficjenci

Zdiagnozowanie poziomu wiedzy beneficjentów RPO WK-P na temat tego programu wymaga uwzględnienia innych jej aspektów, niż w przypadku mieszkańców regionu oraz potencjalnych beneficjentów. Uzyskanie dotacji wiąże się bowiem w sposób konieczny z posiadaniem wiedzy o istnieniu programu oraz o możliwości ubiegania się o środki. Dlatego ocena stanu wiedzy beneficjentów opiera się przede wszystkim na odpowiedziach udzielonych na pytanie o ewentualne odczuwanie deficytu informacji na temat RPO WK-P.

Dwie piąte (40%) beneficjentów odczuwało brak informacji potrzebnych do ubiegania się o finansowanie, realizowania lub rozliczania projektu (porównaj: Wykres 32). Wśród firm oraz JST odsetek podmiotów, którym brakowało informacji, był zbliżony (wynosił odpowiednio: 43% i 38%), natomiast wśród innych podmiotów okazał się niższy (26%). Być może rzadsze odczuwanie deficytu informacji przez podmioty inne, niż JST oraz niż firmy, wynika ze wsparcia, jakiego JST udzielają zależnym od siebie instytucjom (na przykład organizacjom prowadzącym na terenie danego miasta przedsięwzięcia z zakresu rewitalizacji oraz zarządom dróg) przy ubieganiu się o środki i realizowaniu projektów.

Odsetek beneficjentów RPO skarżących się na brak informacji na temat programu, w ramach którego realizowali projekt, w województwie kujawsko-pomorskim okazał się podobnie wysoki, co w województwie śląskim (39%), przy czym w województwie śląskim był niższy wśród JST (23% w porównaniu z 38% w województwie kujawsko-pomorskim), wyższy natomiast wśród podmiotów innych niż JST i niż przedsiębiorstwa (34% w porównaniu do 26%)⁶⁸.

Wykres 32: Czy przy ubieganiu się o finansowanie, realizacji lub rozliczaniu projektu brakowało Państwu informacji na jakiś temat dotyczący RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego?

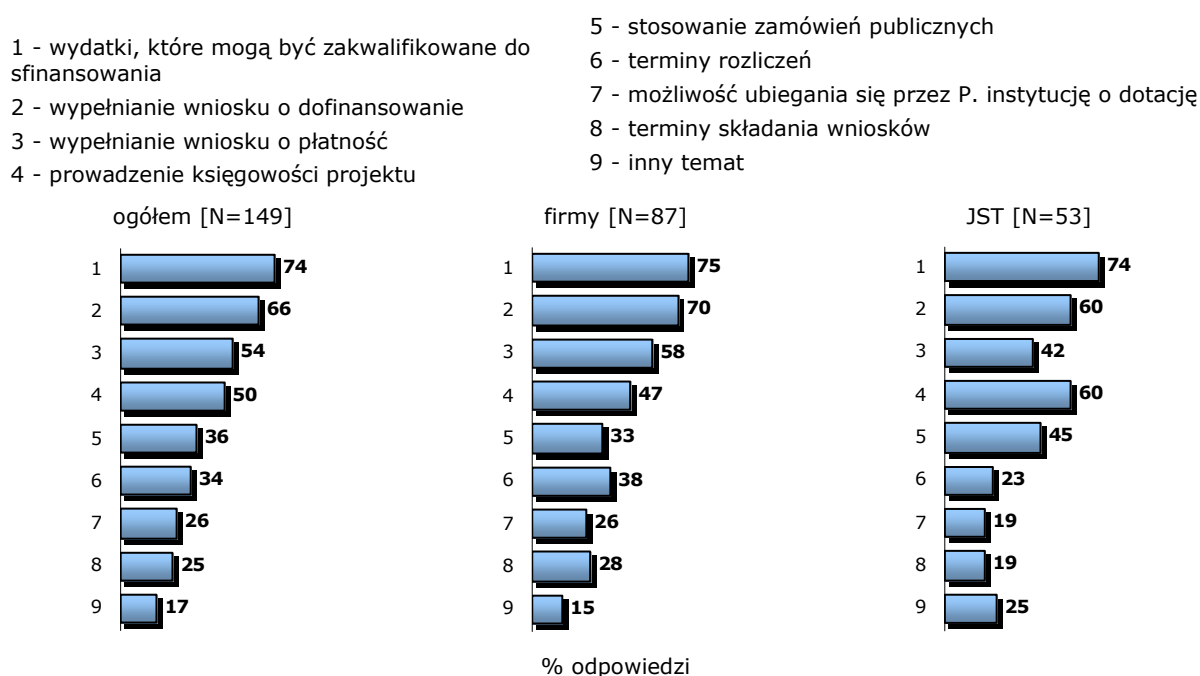
Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

⁶⁸ Porównaj: Dyspersja: Ocena działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013 w latach 2007-2010, Warszawa 2010, s. 90.

Najpowszechniejszym problemem był brak informacji dotyczących kwalifikowalności wydatków, doświadczony przez około trzy czwarte (74%) spośród beneficjentów, którym brakowało informacji na temat RPO WK-P. Dwóm trzecim (66%) brakowało informacji dotyczących wypełnienia wniosku o dofinansowanie, a w przybliżeniu co drugiemu wiedzy potrzebnej do sporządzenia prawidłowego wniosku o płatność (54%) oraz informacji z zakresu prowadzenia księgowości projektu (50%). Co trzeci spośród beneficjentów, którym brakowało istotnych informacji dotyczących RPO WK-P, nie uzyskał ich na temat zamówień publicznych (36%) oraz terminów rozliczeń (34%), a co czwarty – na temat możliwości ubiegania się o dotację (26%) lub terminów składania wniosków (25%) – porównaj: Wykres 33. Na rzadsze wskazywanie części tematów może wpływać fakt, że nie wszyscy beneficjenci dotarli już do etapu, na którym informacje na dany temat były im potrzebne – na przykład do etapu przygotowywania wniosków o płatność i rozliczania projektu.

Wykres 33: Na jaki temat brakowało Panu (Pani) informacji?⁶⁹

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy stwierdzili, że przy ubieganiu się o finansowanie, realizacji lub rozliczaniu projektu brakowało im informacji na jakiś temat dotyczący RPO WK-P.



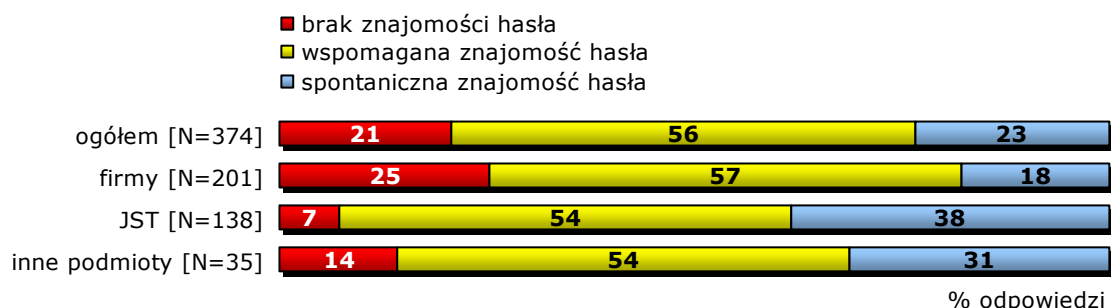
Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, *Dyspersja 2011*

Znajomość sloganu *Mój region w Europie*, jako hasła RPO WK-P, wśród beneficjentów okazała się stosunkowo wysoka (znacznie wyższa, niż wśród mieszkańców oraz niż wśród potencjalnych beneficjentów). Blisko co czwarty (23%) beneficjent umie podać hasło samodzielnie, a przeszło co drugi (56%) wprawdzie nie jest w stanie tego zrobić, ale po usłyszeniu hasła jest przekonany, że zetknął się z nim już wcześniej (porównaj: Wykres 34). Wśród JST spontaniczna znajomość hasła jest bardziej powszechna, a jego absolutna nieznajomość rzadsza, niż wśród firm.

⁶⁹ Nie przedstawiono odrębnie wyników dla innych podmiotów, ponieważ liczebność respondentów w tej podgrupie była mniejsza, niż 20.

Wykres 34: Znajomość hasła *Mój region w Europie*

Pytanie o wspomaganą znajomość hasła zadano wszystkim respondentom oprócz tych, którzy wykazali jego znajomość spontaniczną.



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

3.2 Opinie na temat funduszy UE oraz ich wizerunek

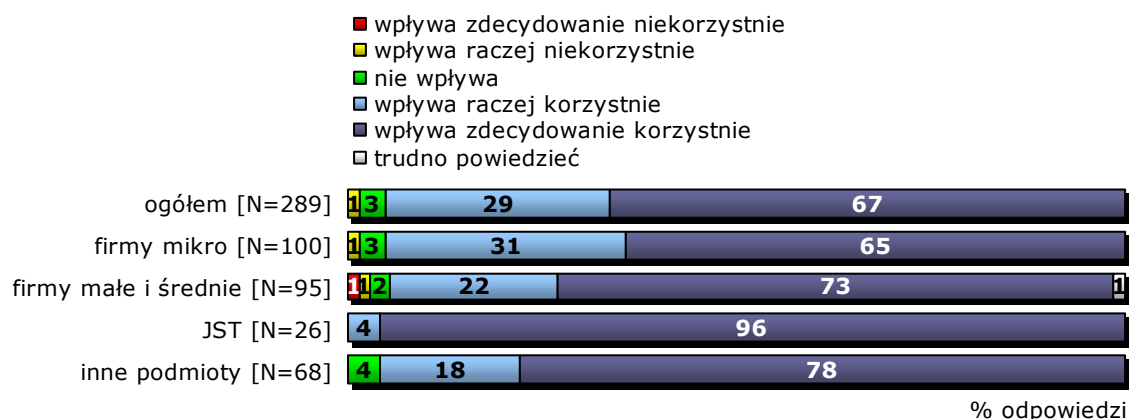
3.2.1 Potencjalni beneficjenci

Wpływ przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej na rozwój województwa kujawsko-pomorskiego potencjalni beneficjenci oceniają nieco lepiej, niż ogół mieszkańców regionu (choć również wśród mieszkańców dominują odpowiedzi pozytywne), a zarazem nieco gorzej, niż beneficjenci. Spośród potencjalnych beneficjentów, którzy wiedzą o prowadzeniu w regionie przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych, dwie trzecie (67%) uważa, że takie inicjatywy wpływają na rozwój województwa zdecydowanie korzystnie. Trzech na dziesięciu (29%) ocenia wpływ takich przedsięwzięć jako raczej korzystny (porównaj: Wykres 35). Wynik ten jest zbliżony do rozkładu opinii wśród przedstawicieli mikroprzedsiębiorstw (analogiczne odsetki w tej grupie wynoszą 65% i 31%⁷⁰). Spośród potencjalnych beneficjentów o pozytywnym wpływie projektów prowadzonych przy wsparciu unijnym na rozwój województwa najsilniej przekonani są natomiast przedstawiciele JST, wśród których prawie wszyscy (96%) oceniają go jako zdecydowanie korzystny. Tego samego zdania są przedstawiciele około trzech czwartych małych i średnich firm oraz innych instytucji (odpowiednio: 73% i 78%).

⁷⁰ Ponieważ mikroprzedsiębiorstwa są najliczniejszą grupą potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, odpowiedzi przedstawicieli tych firm w największym stopniu rzutują na wyniki wśród ogółu potencjalnych beneficjentów.

Wykres 35: Czy Pana (Pani) zdaniem prowadzenie przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej wpływa niekorzystnie lub korzystnie na rozwój województwa kujawsko-pomorskiego?

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.



Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

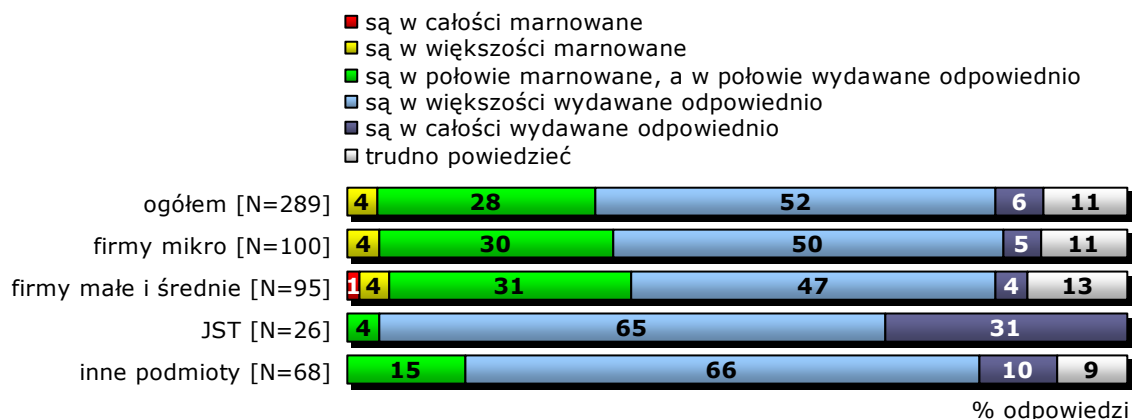
W przybliżeniu połowa (52%) potencjalnych beneficjentów uważa, że środki unijne w województwie kujawsko-pomorskim są wydawane w większości (ale nie w całości) we właściwy sposób. Ponad jedna czwarta (28%) sądzi, że są w połowie wydawane odpowiednio, a w połowie marnowane. Pozostałe odpowiedzi były wskazywane wielokrotnie rzadziej (porównaj: Wykres 36).

O ile opinie przedstawicieli firm, zarówno mikro, jak i małych oraz średnich, są zbliżone do wyników wśród potencjalnych beneficjentów rozpatrywanych ogółem, o tyle opinie pracowników JST są zdecydowanie bardziej pozytywne. Prawie wszyscy przedstawiciele JST uważają, że środki są wydawane w całości (31%) lub przynajmniej w większości (65%) odpowiednio. Druga z tych odpowiedzi była udzielana podobnie często przez przedstawicieli innych instytucji (66%), którzy jednak trzykrotnie rzadziej, niż pracownicy JST, uważali, że fundusze unijne są w całości wydatkowane we właściwy sposób (10%).

Wśród potencjalnych beneficjentów rozkład opinii na temat tego, czy fundusze Unii Europejskiej są w regionie wydawane odpowiednio, czy marnowane, jest zbliżony do rozkładu opinii wśród mieszkańców województwa. Zarówno potencjalni beneficjenci, jak i mieszkańcy, są w tej kwestii nieco bardziej sceptyczni, niż instytucje, które same realizują lub realizowały projekty w ramach RPO WK-P.

Wykres 36: Jak Pan (Pani) sądzi, czy fundusze Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim są marnowane, czy wydawane w odpowiedni sposób?

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.



Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Co drugi (50%) potencjalny beneficjent uważa, że finansowanie z Unii Europejskiej raczej podwyższa jakość przedsięwzięć realizowanych w dziedzinie lub branży, w której działa, a co czwarty (26%) sądzi, że dotacje unijne zdecydowanie podwyższają jakość takich projektów (porównaj: Wykres 37). Rozkład odpowiedzi wśród mikroprzedsiębiorstw jest taki sam, jak rozkład odpowiedzi potencjalnych beneficjentów rozpatrywanych ogółem, a rozkład odpowiedzi wśród podmiotów innych niż firmy oraz niż JST – bardzo podobny. Także wyniki dla małych i średnich przedsiębiorstw nie różnią się diametralnie od wyników dla wymienionych grup potencjalnych beneficjentów. Natomiast JST wyróżniają się bardzo wysokim odsetkiem osób przekonanych, że finansowanie zdecydowanie podwyższa jakość dotowanych przedsięwzięć: odsetek ten wynosi 65%, a zatem przeszło dwukrotnie więcej, niż w każdej innej grupie.

Wykres 37: Jak Pan (Pani) sądzi, czy finansowanie z Unii Europejskiej obniża lub podwyższa jakość realizowanych przedsięwzięć w dziedzinie lub branży, w której działa Pana (Pani) instytucja?

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych.

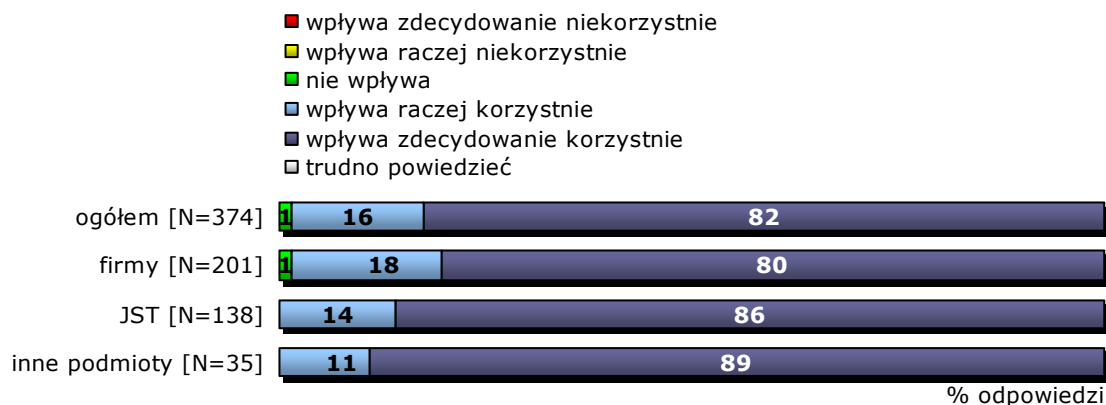


Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

3.2.2 Beneficjenci

Beneficjenci RPO WK-P bardzo pozytywnie oceniają wpływ przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej na rozwój województwa kujawsko-pomorskiego. W przybliżeniu ośmiu na dziesięciu (82%) przedstawicieli instytucji, które same realizowały lub realizują takie przedsięwzięcia, korzystając z RPO WK-P, uważa ten wpływ za zdecydowanie korzystny (w żadnej podgrupie odsetek takich ocen nie spada poniżej 80%), a prawie wszyscy pozostali – za raczej korzystny (porównaj: Wykres 38).

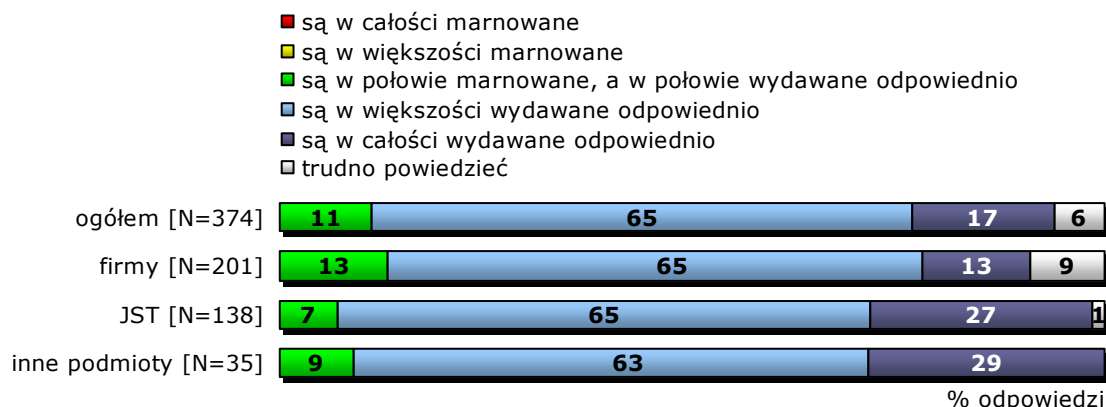
Wykres 38: Czy Pana (Pani) zdaniem prowadzenie przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej wpływa niekorzystnie lub korzystnie na rozwój województwa kujawsko-pomorskiego?



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Blisko dwie trzecie beneficjentów (65%) wyraziło opinię, że fundusze unijne są w regionie wydawane w większości odpowiednio; odsetek respondentów podzielających tę opinię jest bardzo podobny wśród przedstawicieli przedsiębiorstw, JST oraz innych podmiotów. Niespełna co szósty (17%) beneficjent uważa, że fundusze są wydawane odpowiednio w całości (przedstawiciele przedsiębiorstw uważają tak nieco rzadziej, niż respondenci reprezentujący pozostałe instytucje), natomiast w przybliżeniu co dziesiąty (11%) sądzi, że są w połowie wydawane odpowiednio, a w połowie marnowane (porównaj: Wykres 39).

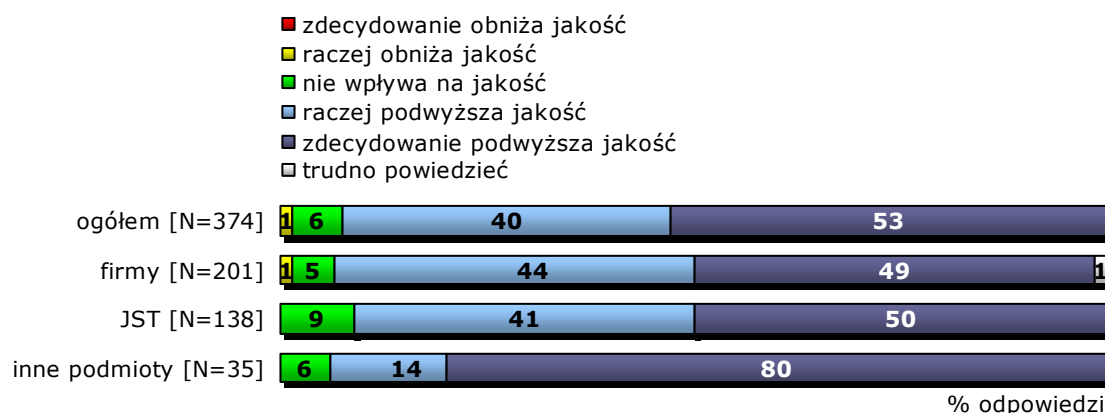
Wykres 39: Jak Pan (Pani) sądzi: czy fundusze Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim są marnowane czy wydawane w odpowiedni sposób?



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Ponad połowa (53%) beneficjentów sądzi, że finansowanie z funduszy Unii Europejskiej zdecydowanie podwyższa jakość przedsięwzięć realizowanych w dziedzinie lub branży, w której sami działają, a dwie piąte (40%) uważa wpływ unijnego finansowania na jakość dotowanych projektów za raczej pozytywny (porównaj: Wykres 40).

Wykres 40: Jak Pan (Pani) sądzi, czy finansowanie z Unii Europejskiej obniża lub podwyższa jakość realizowanych przedsięwzięć w dziedzinie lub branży, w której działa Pana (Pani) instytucja?



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Wizerunek Funduszy Europejskich wśród beneficjentów RPO WK-P okazał się zatem pozytywny pod każdym względem.

3.3 Źródła informacji

3.3.1 Informacje o możliwości uzyskania dofinansowania

3.3.1.1 Potencjalni beneficjenci

Potencjalni beneficjenci informacje o możliwości otrzymania dotacji z RPO WK-P uzyskiwali podobnie często z różnych źródeł. W przybliżeniu połowa (52%) czerpała je z ogłoszeń lub z artykułów w prasie. Aż 6 kolejnych źródeł informacji znalazło się, pod względem odsetka respondentów, przez których zostały wskazane, w przedziale od 37% do 47%. Należały do nich: poczta elektroniczna (z informacji przesłanej mailem o możliwości uzyskania dotacji dowiedziało się 47% spośród wszystkich potencjalnych beneficjentów, do których dotarły informacje na ten temat), szkolenia (44%), rozmowy ze współpracownikami, znajomymi lub członkami rodziny (44%), rozmowy z zewnętrznymi doradcami (40%), strona www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl (38%) oraz ulotki i broszury (37%).

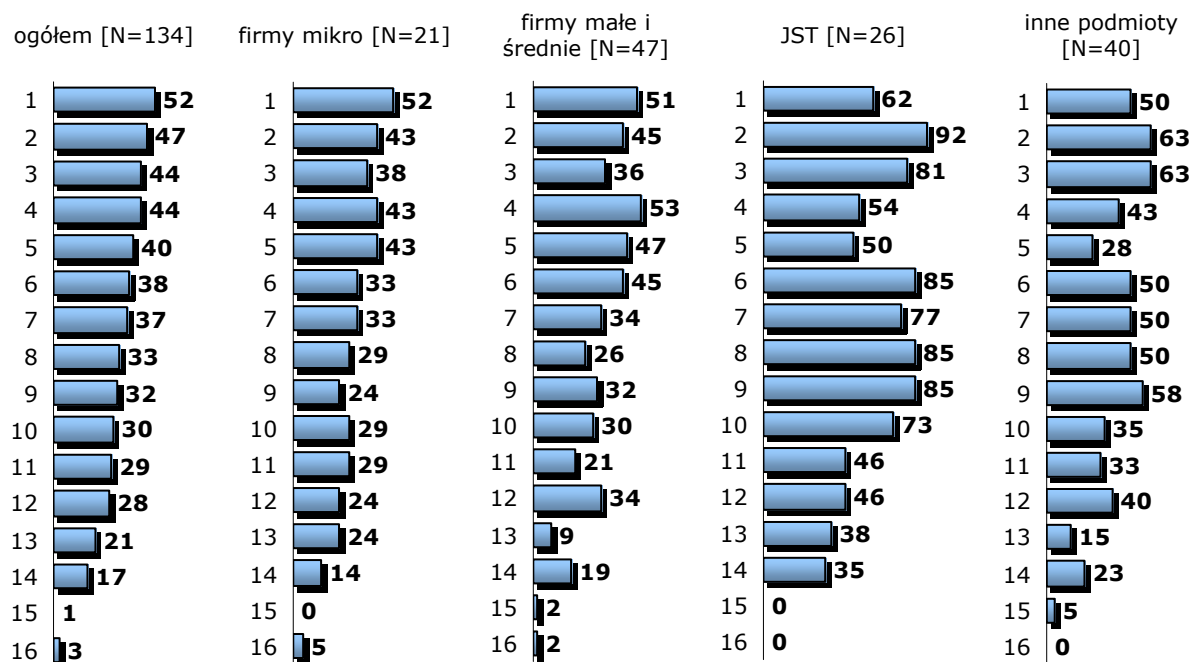
Wskazania nie mniej niż jednej czwartej respondentów, ale nie więcej, niż jednej trzeciej, uzyskały: rozmowy z pracownikami Urzędu Marszałkowskiego (33%), konferencje lub spotkania informacyjne poświęcone RPO WK-P (32%), portal www.mojregion.eu, ogłoszenia lub audycje w telewizji (29%) oraz strony internetowe inne, niż którykolwiek z portali prowadzonych przez Urząd Marszałkowski (28%) – porównaj: Wykres 41. Przedstawiciele JST z większości źródeł korzystali znacznie częściej, niż przedstawiciele przedsiębiorstw, zwłaszcza firm mikro.

Wykres 41: Czy z informacjami na temat możliwości uzyskania przez Państwa instytucję finansowania z RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego zetknął (zetknęła) się Pan (Pani) poprzez:

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli, że instytucje takie jak reprezentowana przez nich mogły ubiegać się o dofinansowanie z RPO WK-P, oraz pozostałym, do których dotarły jakiegokolwiek informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z tego programu.

- 1 - ogłoszenia lub artykuły w gazetach lub czasopismach
- 2 - informacje przesyłane mailem
- 3 - szkolenia
- 4 - rozmowę ze znajomym, współpracownikiem, rodziną
- 5 - rozmowę z zewnętrznym doradcą
- 6 - stronę www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl
- 7 - ulotki, broszury

- 8 - rozmowę z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego (w tym z pracownikiem Punktu Informacyjnego)
- 9 - konferencje, spotkania informacyjne
- 10 - stronę www.mojregion.eu
- 11 - ogłoszenia lub audycje w telewizji
- 12 - inne strony internetowe
- 13 - targi, imprezy plenerowe, festyny
- 14 - ogłoszenia lub audycje w radiu
- 15 - inne
- 16 - żadne z powyższych



% odpowiedzi

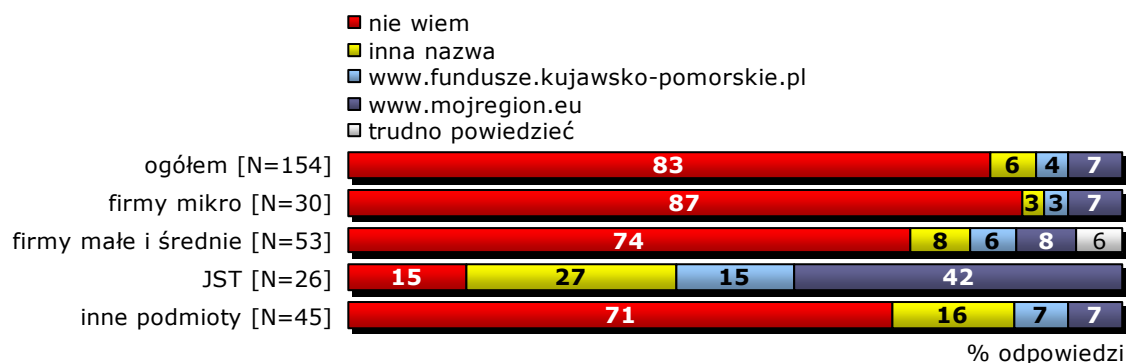
Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Znajomość adresu prowadzonego przez Urząd Marszałkowski portalu, poświęconego wykorzystywaniu funduszy unijnych w województwie kujawsko-pomorskim, okazała się niska wśród wszystkich potencjalnych beneficjentów, z wyjątkiem JST.

Spośród potencjalnych beneficjentów, którzy zetknęli się z nazwą RPO WK-P, przeszło ośmiu na dziesięciu (83%) przyznało, że nie zna adresu strony internetowej poświęconej funduszom europejskim w województwie kujawsko-pomorskim. Zaledwie 7% pamiętało adres www.mojregion.eu, a kolejnych 4% adres www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl (który, dzięki zapewnionemu przekierowaniu, również umożliwia dotarcie do prowadzonego obecnie przez Urząd Marszałkowski portalu) – porównaj: Wykres 42.

Wykres 42: Czy wie Pan (Pani), jaki jest adres strony internetowej poświęconej funduszom europejskim w województwie kujawsko-pomorskim? Jeżeli tak, to proszę powiedzieć.

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli o prowadzeniu w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych i zarazem zetknęli się z nazwą RPO WK-P.



Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

3.3.1.2 Beneficjenci

Nie tylko potencjalni beneficjenci, lecz także instytucje, którym udało się uzyskać finansowanie w ramach RPO WK-P, informacje na temat takiej możliwości czerpały z wielu źródeł. Najbardziej powszechnie – przez ponad siedmiu na dziesięciu (72%) beneficjentów – była wykorzystywana strona www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl. Z portalu www.mojregion.eu, który zastąpił ją w czerwcu 2010 roku, informacje o możliwości uzyskania finansowania czerpał przeszło co drugi beneficjent (55%). Równie popularnym źródłem była poczta elektroniczna (55%), za pośrednictwem której informacje przesyła nie tylko Urząd Marszałkowski, lecz również inne instytucje upowszechniające wiedzę o szansie na otrzymanie dotacji, w tym firmy doradcze specjalizujące się we wspieraniu swoich klientów w ubieganiu się o dofinansowanie. W rozmowie z zewnętrznym doradcą informacje o możliwości uzyskania dotacji uzyskało nieomal równie wielu beneficjentów (45%), co w rozmowie z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego (51%). Długa lista źródeł wskazanych przez ponad dwie piąte beneficjentów obejmuje również: ogłoszenia lub artykuły zamieszczane w prasie (46%), szkolenia (43%) oraz konferencje i spotkania informacyjne (42%) – porównaj: Wykres 43).

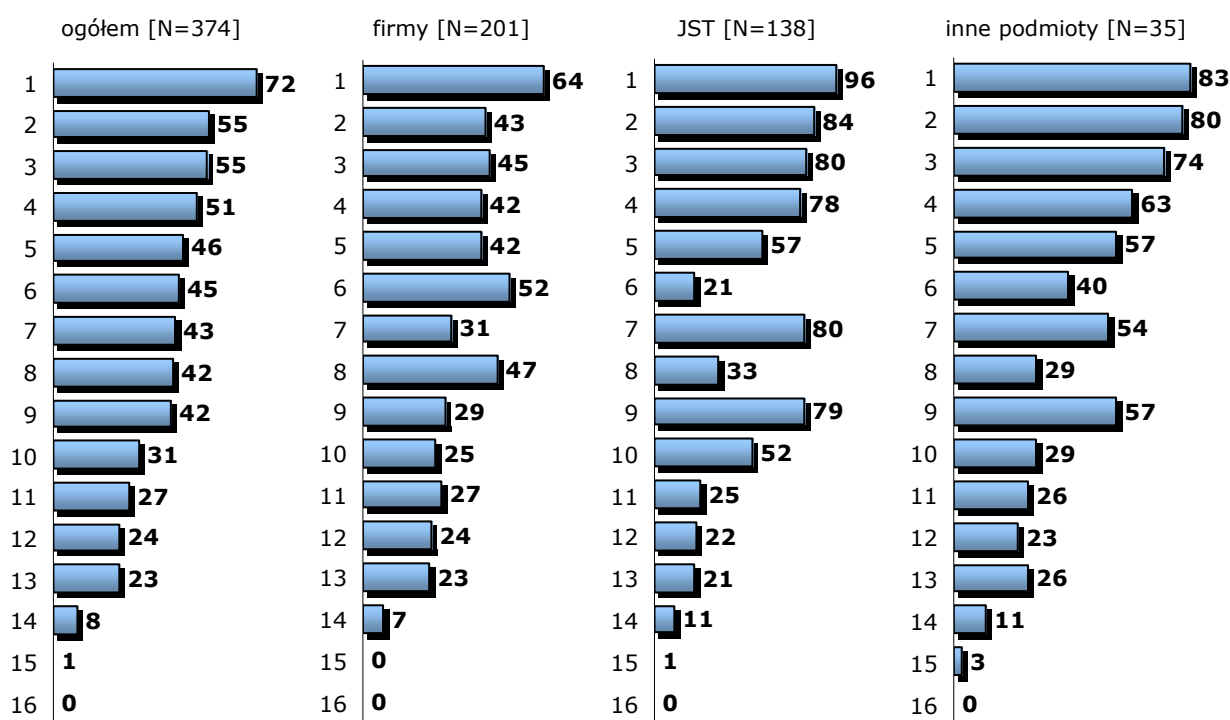
Przedsiębiorstwa z wielu źródeł informacji korzystają rzadziej, niż JST lub niż inne podmioty. Do takich źródeł, wykorzystywanych rzadziej przez przedsiębiorców, należą: prowadzone przez Urząd Marszałkowski serwisy internetowe, poczta elektroniczna, ogłoszenia lub artykuły w prasie, konferencja lub spotkania informacyjne, szkolenia, rozmowy z pracownikami Urzędu Marszałkowskiego oraz ulotki i broszury. Natomiast pracownicy przedsiębiorstw częściej, niż JST, dowiadywali się o możliwości uzyskania dofinansowania od przedstawicieli firm doradczych oraz od znajomych, współpracowników lub członków rodzin.

Ze strony www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl, a także z konferencji, spotkań informacyjnych, szkoleń oraz ulotek i broszur, JST uzyskiwały informacje o możliwości otrzymania dotacji częściej nie tylko niż przedsiębiorstwa, lecz także niż inne podmioty. Z kolei instytucje należące do tej ostatniej kategorii, podobnie jak przedsiębiorstwa, o szansie uzyskania finansowania dowiadywały się częściej, niż JST, od zewnętrznych doradców.

Wykres 43: Czy z informacjami na temat możliwości uzyskania przez Pana (Pani) instytucję finansowania z RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego zetknął (zetknęła) się Pan (Pani) poprzez:

- 1 – stronę www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl
- 2 - informacje przesyłane mailem
- 3 - stronę www.mojregion.eu
- 4 - rozmowę z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego (w tym z pracownikiem Punktu Informacyjnego)
- 5 - ogłoszenia lub artykuły w gazetach lub czasopismach
- 6 - rozmowę z zewnętrznym doradcą
- 7 - szkolenia

- 8 - rozmowę ze znajomym, współpracownikiem, rodziną
- 9 - konferencje, spotkania informacyjne
- 10 - ulotki, broszury
- 11 - ogłoszenia lub audycje w telewizji
- 12 - inne strony internetowe
- 13 - ogłoszenia lub audycje w radiu
- 14 - targi, imprezy plenerowe, festyny
- 15 - inne
- 16 - żadne z powyższych

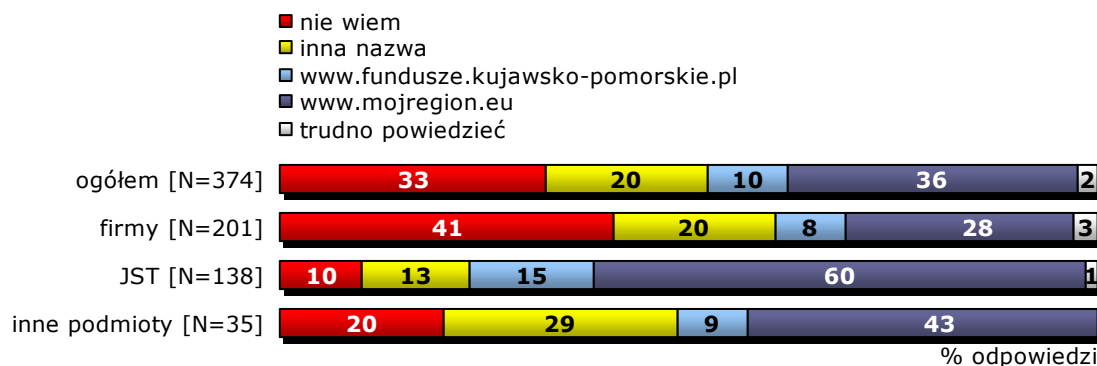


% odpowiedzi

Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Poziom znajomości adresu strony internetowej, na której Urząd Marszałkowski przedstawia obecnie informacje na temat realizowanych w regionie programów, jest wśród beneficjentów stosunkowo wysoki. Adres www.mojregion.eu był w stanie podać przeszło co trzeci z nich (36%). Po dodaniu respondentów, którzy podali adres poprzedniego serwisu (www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl), odsetek beneficjentów, którzy wpisując zapamiętany adres w przeglądarkę internetową dotarliby (bezpośrednio, lub dzięki automatycznemu przekierowaniu z poprzedniego adresu) do aktualnego portalu zbliżył się do połowy (46%) – porównaj: Wykres 44. Przedstawiciele JST pamiętali adres strony częściej, niż pracownicy firm oraz innych podmiotów (odpowiednio: 60%, 28% i 43%).

Wykres 44: Czy wie Pan (Pani), jaki jest adres strony internetowej poświęconej funduszom europejskim w województwie kujawsko-pomorskim? Jeżeli tak, to proszę powiedzieć.



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

3.3.2 Informacje na temat prawidłowej realizacji i rozliczania projektu

Instytucje, którym udało się uzyskać finansowanie, rozpoczynają kolejny etap pozyskiwania informacji związanych ze swoim projektem – tym razem na temat jego prawidłowej realizacji oraz rozliczania.

Na pierwszym miejscu wśród źródeł informacji potrzebnych beneficjentom do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu, pod względem powszechności korzystania, znalazła się rozmowa z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego, wskazana przez około trzy czwarte (77%) beneficjentów (porównaj: Wykres 45). Pracownicy Urzędu Marszałkowskiego informacji z tego zakresu udzielili większemu odsetkowi beneficjentów, niż informacji na temat możliwości uzyskania finansowania (porównaj: Wykres 43). Nie jest to zaskakujące biorąc pod uwagę, że na czas realizacji projektu każdemu beneficjentowi zostaje przydzielony opiekun, którego zadaniem jest między innymi wspieranie beneficjenta w rozstrzygnięciu ewentualnych wątpliwości związanych z realizowanym projektem.

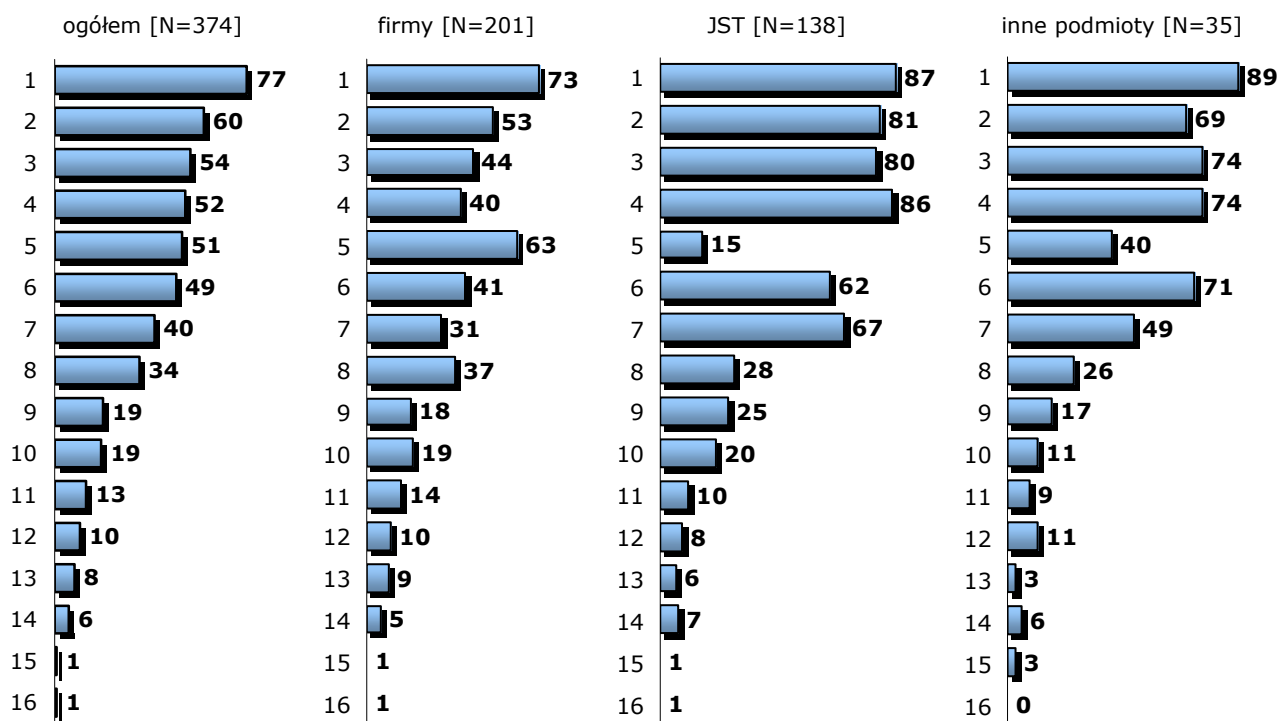
Na kolejnych miejscach znalazły się prowadzone przez Urząd Marszałkowski strony internetowe poświęcone funduszom unijnym: działająca do czerwca 2010 roku (60%) oraz obecna (54%). W przybliżeniu co drugi beneficjent uzyskiwał informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu biorąc udział w szkoleniu (52%), rozmawiając z zewnętrznym doradcą (51%) lub zapoznając się z informacjami przesłanymi pocztą elektroniczną (49%), a czterech na dziesięciu (40%) – uczestnicząc w konferencjach lub spotkaniach informacyjnych. W przybliżeniu co trzeci (34%) beneficjent czerpał takie informacje z rozmów ze współpracownikami lub znajomymi. Pozostałe źródła informacji były wykorzystywane przez nie więcej niż jedną piątą beneficjentów, zarówno rozpatrywanych ogółem, jak i w ramach poszczególnych podgrup, wyodrębnionych ze względu na rodzaj podmiotu (porównaj: Wykres 45).

Przedsiębiorstwa rzadziej, niż JST, informacje na temat rozliczania projektu czerpały z prowadzonych przez Urząd Marszałkowski stron internetowych, poczty elektronicznej, konferencji, szkoleń, rozmów z pracownikami Urzędu Marszałkowskiego oraz z ulotek i broszur. Częściej, niż JST, korzystały natomiast z rozmów z zewnętrznymi doradcami oraz ze znajomymi i współpracownikami – podobnie, jak miało to miejsce na etapie poszukiwania informacji o możliwościach uzyskania finansowania. Wśród JST korzystanie z informacji od firm doradczych na etapie realizacji i rozliczania projektu jest przeszło trzykrotnie mniej powszechne, niż wśród ogółu beneficjentów. Wydaje się, że korzystanie z usług firm doradczych przez JST polega często wyłącznie na zleceniu im przygotowania

dokumentów potrzebnych do ubiegania się o dofinansowanie (na przykład analiz finansowych, studiów wykonalności), natomiast wiele przedsiębiorstw jest obsługiwanych przez firmy doradcze w całościowy sposób.

Wykres 45: Czy z informacjami na temat prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego zetknął (zetknęła) się Pan (Pani) poprzez:

- | | |
|---|--|
| 1 - rozmowę z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego (w tym z pracownikiem Punktu Informacyjnego) | 8 - rozmowę ze znajomym, współpracownikiem, rodziną |
| 2 - stronę www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl | 9 - ulotki, broszury |
| 3 - stronę www.mojregion.eu | 10 - ogłoszenia lub artykuły w gazetach lub czasopismach |
| 4 - szkolenia | 11 - inne strony internetowe |
| 5 - rozmowę z zewnętrznym doradcą | 12 - ogłoszenia lub audycje w telewizji |
| 6 - informacje przysyłane mailem | 13 - ogłoszenia lub audycje w radiu |
| 7 - konferencje, spotkania informacyjne | 14 - targi, imprezy plenerowe, festyny |
| | 15 - inne |
| | 16 - żadne z powyższych |



% odpowiedzi

Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

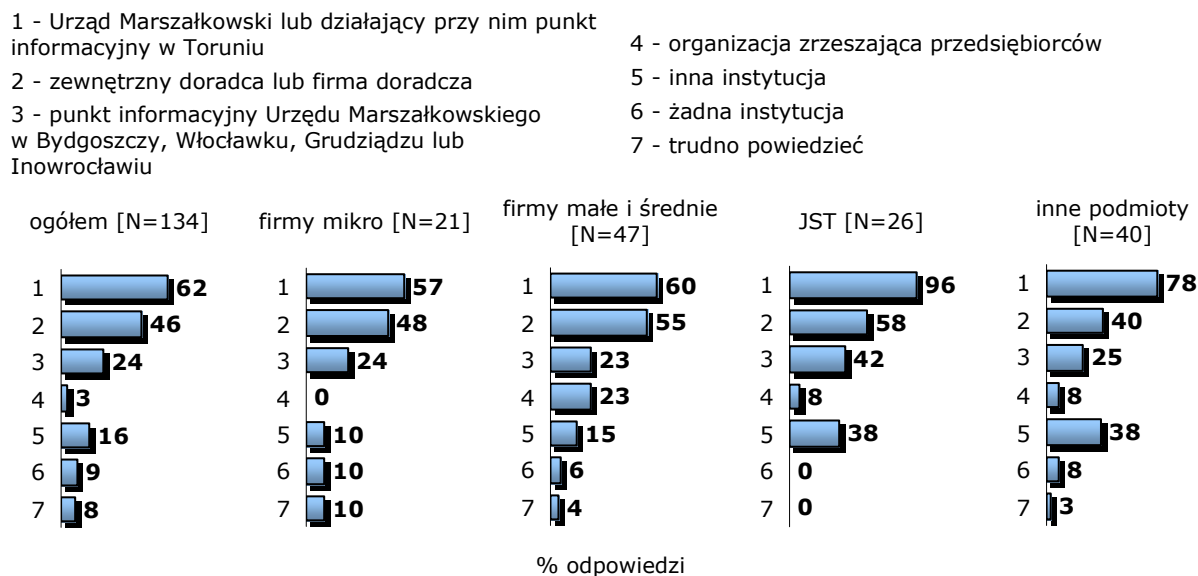
3.4 Nadawcy informacji

Informacji dotyczących możliwości uzyskania finansowania w ramach RPO WK-P najczęściej udzielał potencjalnym beneficjentom Urząd Marszałkowski w Toruniu (rozpatrywany tym razem z wyłączeniem delegatur zlokalizowanych w innych miastach regionu). Informacje przekazane przez tę instytucję, odpowiedzialną za zarządzanie programem i jego wdrażanie, dotarły do ponad trzech piątych (62%) spośród potencjalnych beneficjentów, którzy zetknęli się z informacjami na temat możliwości otrzymania dotacji. Na drugim miejscu znaleźli się zewnętrznymi doradcy, którzy przekazali informacje nieco mniej niż połowie (46%) potencjalnych beneficjentów. Trzecie miejsce zajęły punkty informacyjne działające w delegaturach Urzędu Marszałkowskiego, które przekazały informacje na temat możliwości uzyskania finansowania w ramach RPO WK-P co czwartemu (24%) spośród potencjalnych beneficjentów, którzy spotkali się z informacjami na ten temat, w tym dwóm piątym (42%) potencjalnych beneficjentów

z sektora JST. W przypadku firm małych i średnich równie istotną rolę w popularyzowaniu wiedzy o możliwości uzyskania dotacji z RPO WK-P, co zlokalizowane poza Toruniem punkty informacyjne Urzędu Marszałkowskiego, odegrały organizacje zrzeszające przedsiębiorców (porównaj: Wykres 46).

Wykres 46: Proszę wskazać instytucje, które w jakikolwiek sposób przekazały Państwu informacje na temat możliwości ubiegania się przez Pana (Pani) instytucję o finansowanie w ramach RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli, że instytucje takie jak reprezentowana przez nich mogły ubiegać się o dofinansowanie z RPO WK-P, oraz pozostałym, do których dotarły jakiegokolwiek informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z tego programu.



Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

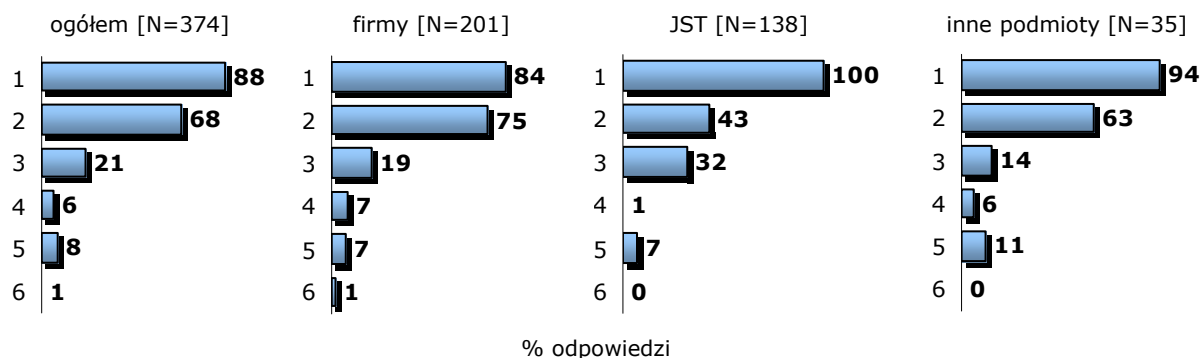
Urząd Marszałkowski (nie uwzględniając jego delegatur zlokalizowanych poza Toruniem) był również głównym nadawcą informacji skierowanych do beneficjentów. Informacje kierowane do tej grupy odbiorców dotyczyły zarówno możliwości uzyskania dotacji, ale także prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu. Takich informacji Urząd Marszałkowski udzielił prawie dziewięciu na dziesięciu (88%) instytucjom, które uzyskały finansowanie w ramach RPO WK-P. Blisko siedmiu na dziesięciu (78%) beneficjentów otrzymało takie informacje od zewnętrznego doradcy lub firmy doradczej. Co piąty (21%) skorzystał z informacji uzyskanych w prowadzonym przez Urząd Marszałkowski punkcie informacyjnym w Bydgoszczy, Włocławku, Grudziądzu lub Inowrocławiu (porównaj: Wykres 47).

JST częściej, niż firmy, korzystały z informacji udzielanych przez Urząd Marszałkowski w Toruniu oraz przez punkty informacyjne działające w miastach, w których Urząd ma swoje delegatury. Z kolei korzystanie z informacji pochodzących od firm doradczych było wśród JST mniej powszechnie niż wśród przedsiębiorstw oraz innych podmiotów.

Wykres 47: Proszę wskazać instytucje, które w jakikolwiek sposób przekazały Państwu informacje na temat możliwości uzyskania finansowania lub prawidłowej realizacji i rozliczania projektu w ramach RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

1 - Urząd Marszałkowski lub działający przy nim punkt informacyjny w Toruniu
 2 - zewnętrzny doradca lub firma doradcza
 3 - punkt informacyjny w Bydgoszczy, Włocławku, Grudziądzu lub Inowrocławiu

4 - organizacja zrzeszająca przedsiębiorców
 5 - inna instytucja
 6 - żadna instytucja



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

3.5 Całościowa ocena uzyskanego zasobu informacji

3.5.1 Dostępność

3.5.1.1 Potencjalni beneficjenci

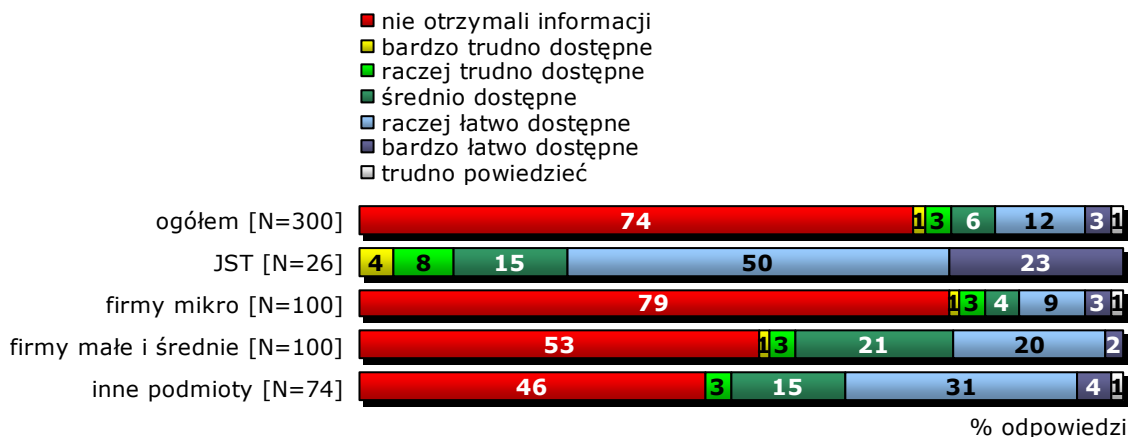
Do około trzech czwartych (74%) potencjalnych beneficjentów RPO WK-P nie dotarły informacje na temat możliwości ubiegania się o dofinansowanie z RPO WK-P przez instytucje takie jak ta, którą sami reprezentowali (porównaj: Wykres 48). Zaledwie 15% otrzymało informacje na ten temat i uważało, że były łatwo dostępne. Zdaniem pozostałych odbiorców⁷¹, informacje na temat możliwości uzyskania dotacji były średnio dostępne (6%) albo trudno dostępne (4%).

Uzyskanie oraz ocena dostępności informacji różniły się silnie w zależności od rodzaju podmiotu, uprawnionego do aplikowania o środki z RPO WK-P. Grupami, które pod tym względem skrajnie się różnią, są JST oraz mikroprzedsiębiorstwa. Wyniki dla mikroprzedsiębiorstw były zbliżone do wyników dla potencjalnych beneficjentów rozpatrywanych ogółem, natomiast wśród JST nie było żadnej instytucji, do której nie dotarły informacje na temat możliwości uzyskania dotacji, a zdaniem prawie trzech czwartych (73%) takie informacje były łatwo dostępne. Małe i średnie przedsiębiorstwa oraz inne podmioty uplasowały się pomiędzy mikroprzedsiębiorstwami a JST.

⁷¹ Z wyjątkiem 1% odbiorców, którzy nie byli w stanie ocenić dostępności informacji.

Wykres 48: Ocena dostępności informacji na temat możliwości ubiegania się o finansowanie w ramach RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego

Przedstawiono wyniki dla całej badanej próby. O ocenę informacji na skali od „bardzo trudno dostępne” do „bardzo łatwo dostępne” proszono wyłącznie respondentów, do których dotarły informacje na temat RPO WK-P.

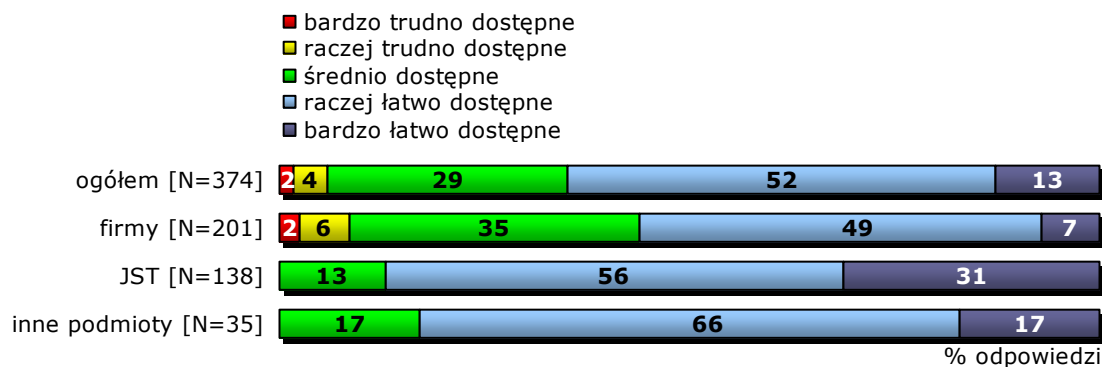


Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

3.5.1.2 Beneficjenci

Ocena dostępności informacji dotyczących możliwości uzyskania dofinansowania wśród beneficjentów jest zróżnicowana. Wprawdzie większość respondentów z tej grupy uznało, że informacje na ten temat były łatwo dostępne (52% wskazało odpowiedź „raczej łatwo”, a 13% - „bardzo łatwo”), jednak blisko jedna trzecia określiła je jako średnio dostępne, a kilka procent uznało, że dostęp do nich był trudny (porównaj: Wykres 49).

Część tego zróżnicowania można wyjaśnić wykorzystując informacje na temat beneficjentów. Postrzegana dostępność informacji bardzo różni się w zależności od typu podmiotu. Najniższa jest wśród przedstawicieli przedsiębiorstw: tylko 56% uznało informacje na temat możliwości uzyskania finansowania za raczej łatwo lub bardzo łatwo dostępne. Wśród przedstawicieli JST analogiczny odsetek wyniósł 87% (przy czym pracownicy JST oceniali informacje jako bardzo łatwo dostępne w przybliżeniu czterokrotnie częściej, niż przedstawiciele przedsiębiorstw), a wśród pozostałych beneficjentów 83%.

Wykres 49: Czy informacje na temat możliwości uzyskania przez Pana (Pani) instytucję finansowania w ramach RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego były dla Państwa:


Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Rolę typu instytucji potwierdza regresja wielokrotna. Typ podmiotu okazał się jedną z kluczowych zmiennych wpływających na ocenę dostępności informacji dotyczących możliwości uzyskania dotacji. Dwie kolejne cechy beneficjenta, wpływającymi pozytywnie na tę ocenę, było przydzielenie wybranemu pracownikowi obowiązków związanych z pozyskiwaniem informacji dotyczących funduszy unijnych oraz doświadczenie, mierzone liczbą projektów finansowanych z funduszy Unii Europejskiej prowadzonych do momentu udziału w badaniu. Wśród podmiotów zatrudniających przynajmniej jednego pracownika odpowiedzialnego za pozyskiwanie informacji związanych z funduszami, odsetek respondentów oceniających informacje jako łatwo dostępne sięgał 80%, podczas gdy wśród pozostałych – 52% (analogiczne wyniki dla samych tylko przedsiębiorstw to 73% i 49%). Wśród podmiotów realizujących pięć lub więcej przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych 89% uznało, że informacje były łatwo dostępne, natomiast wśród realizujących tylko jeden projekt – zaledwie 50%.

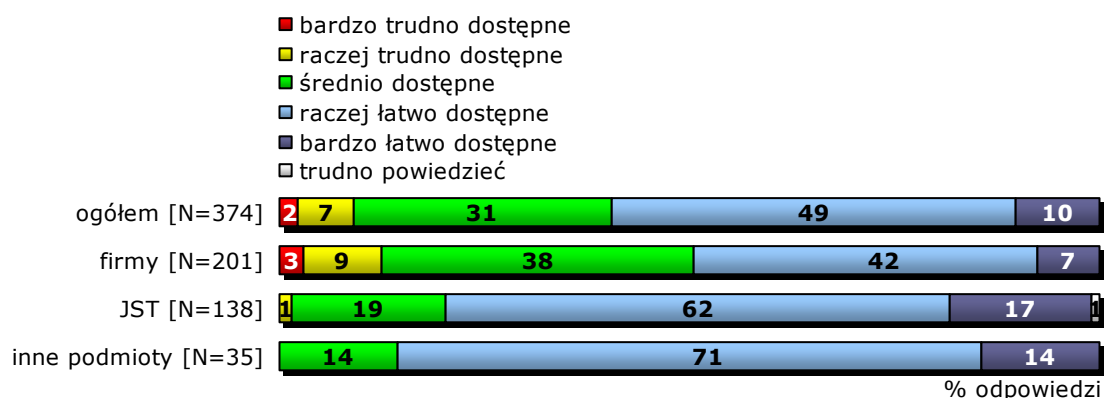
Gdy kontroluje się wpływ tych zmiennych⁷², nieistotna (z perspektywy wyjaśniania oceny dostępności informacji o możliwości uzyskania dofinansowania) staje się liczba zatrudnianych przez beneficjentów pracowników oraz poziom zaangażowania beneficjenta w poszukiwanie informacji. Nieistotne staje się także to, poprzez jakie kanały docierały do niego informacje – z dwoma wyjątkami: lepszą opinię na temat dostępności informacji miały osoby, które zetknęły się z ulotkami i broszurami, a także te, które natrafiły na informacje o możliwościach dofinansowania na stronach internetowych innych, niż serwisy prowadzone przez Urząd Marszałkowski. Możliwość dostępu do informacji nie tylko w wyspecjalizowanych serwisach, czy na dedykowanych spotkaniach, była więc przez beneficjentów doceniana i traktowana jako zwiększenie dostępu do informacji.

Dostępność informacji na temat prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu została przez beneficjentów oceniona nieznacznie gorzej, niż dostępność informacji dotyczących możliwości dofinansowania. Wprawdzie co drugi (49%) beneficjent uznał informacje potrzebne na etapie realizacji projektu za raczej łatwo dostępne, a co dziesiąty (10%) nawet za bardzo łatwo dostępne, ale blisko jedna trzecia (31%) wybrała określenie „średnio dostępne”, a co dziesiąty (9%) uznał informacje potrzebne na etapie realizacji projektu za bardzo trudno lub raczej trudno dostępne (porównaj: Wykres 50).

Podobnie jak w przypadku większości mierzonych w badaniu zmiennych, również przy ocenie dostępności informacji dotyczących realizowania i rozliczania projektu zaznacza się wyraźna odrębność przedsiębiorstw, zwłaszcza tych najmniejszych. Przeszło co dziesiąty (12%) przedstawiciel przedsiębiorstwa uważał informacje za trudno dostępne (w mikroprzedsiębiorstwach 15%), a kolejnych 38% (w mikroprzedsiębiorstwach: 43%) za średnio dostępne, podczas gdy wśród respondentów z jednostek samorządu terytorialnego tylko co setny (1%) uznał dostęp do informacji za trudny, a co piąty (19%) ocenił, że są średnio dostępne.

⁷² Kontrolowanie zmiennych podczas analizy statystycznej oznacza uwzględnienie ich wpływu na zmienne wyjaśniające.

Wykres 50: Czy informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego były dla Państwa:



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Regresja wielokrotna ujawniła ponadto, że istotny wpływ na postrzeganą dostępność informacji na temat prawidłowej realizacji i rozliczania projektu ma też przydzielenie konkretnemu pracownikowi, zatrudnianemu przez beneficjenta, obowiązków związanych z prowadzeniem przedsięwzięć unijnych. Dostępność informacji była oceniana lepiej przez pracowników instytucji, które zatrudniały osobę odpowiedzialną za projekty unijne. Spośród podmiotów zatrudniających takiego pracownika, 72% uznało informacje za łatwo dostępne, zaś spośród pozostałych – tylko 48%.

Analiza ujawniła także pozytywny wpływ kontaktu z tego rodzaju informacjami podczas imprez publicznych. Taką imprezą były na przykład, zorganizowane w 2010 roku, *Drzwi otwarte RPO WK-P*, podczas których prezentowano między innymi prawidłowy sposób wypełniania wniosku o płatność oraz zasady kontrolowania projektów realizowanych w ramach RPO WK-P⁷³. Beneficjenci stykając się ze specjalistycznymi informacjami podczas przedsięwzięć mających charakter otwarty i gromadzących dużą liczbę uczestników częściej niż inni mieli poczucie, iż dostęp do informacji nie jest trudny.

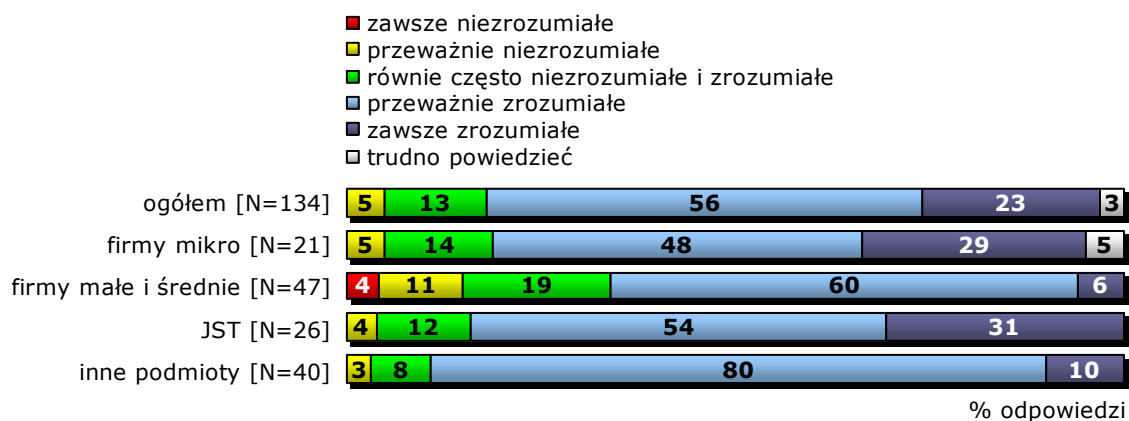
3.5.2 Zrozumiałość

Dla połowy spośród potencjalnych beneficjentów, do których dotarły wiadomości na temat możliwości otrzymania dotacji z RPO WK-P, informacje dotyczące tego zagadnienia były przeważnie zrozumiałe (56%), a zdaniem niespełna co czwartego (23%) były zawsze zrozumiałe. Z kolei 13% respondentów uznało uzyskane informacje za równie często zrozumiałe, co niezrozumiałe, natomiast tylko co dwudziesty ocenił, że były przeważnie niezrozumiałe (porównaj: Wykres 51).

⁷³ Porównaj: sprawozdanie z działań w zakresie promocji i informacji RPO WK-P za rok 2010, s. 16.

Wykres 51: Czy informacje na temat możliwości ubiegania się przez Pana (Pani) instytucję o finansowanie w ramach RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego, z którymi się Pan(i) zetknął (zetknęła), były dla Pana (Pani):

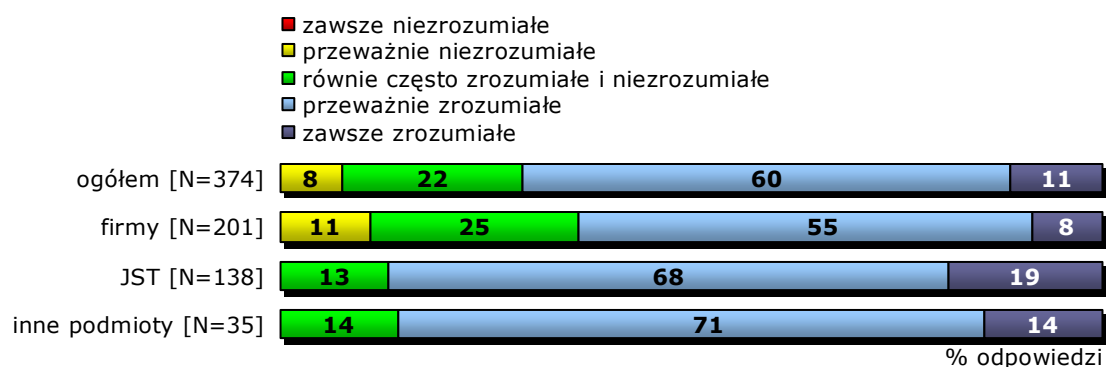
Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli, że instytucje takie jak reprezentowana przez nich mogły ubiegać się o dofinansowanie z RPO WK-P, oraz pozostałym, do których dotarły jakiegokolwiek informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z tego programu.



Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Również wśród instytucji, które uzyskały dofinansowanie, przeważa opinia, że informacje o możliwości uzyskania dotacji były przeważnie zrozumiałe – uważa tak dwie piąte beneficjentów (60%). Dla co dziesiątego (11%) uzyskane informacje były zawsze zrozumiałe. Jednocześnie ponad jedna piąta (22%) uważa, że były równie często zrozumiałe co niezrozumiałe, a 8% określa je jako przeważnie niezrozumiałe (porównaj: Wykres 52).

Wykres 52: Czy informacje na temat możliwości uzyskania przez Pana (Pani) instytucję finansowania w ramach RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego, z którymi się Pan (Pani) zetknął (zetknęła) były dla Pana (Pani):



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Podstawowa różnica widoczna jest już na poziomie typu jednostki – informacje jako niezrozumiałe były oceniane znacznie częściej przez przedstawicieli firm, zwłaszcza małych i średnich, niż przez pozostałych beneficjentów. Ponad jedna trzecia (36%) respondentów reprezentujących przedsiębiorstwa wskazała środek lub dolną część skali, podczas gdy wśród przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego oraz innych podmiotów odsetek ten był blisko trzykrotnie niższy (13%-14%). Nawet po uwzględnieniu wszelkich innych cech badanych podmiotów zależność ta pozostaje istotna. Jednak dalsze analizy ujawniają dwie dodatkowe istotne zależności.

Po pierwsze, podobnie jak w przypadku oceny dostępności informacji, wyraźna jest rola doświadczenia w prowadzeniu projektów finansowanych z funduszy Unii Europejskiej. Podmioty realizujące mniej takich przedsięwzięć rzadziej postrzegają informacje jako zrozumiałe niż podmioty bardziej doświadczone. Własne postępy w zrozumieniu informacji, które początkowo były trudne do zrozumienia, relacjonowali również uczestnicy badań jakościowych:

Jak ja usłyszałam „Uszczegółowienie” albo „OOŚ”, albo jakieś inne oświadczenia, to powiedziałam: ojejku.... (...) Później jak człowiek jest zaangażowany w ten temat no to jakoś się tam odnajduje w całej tej dokumentacji.

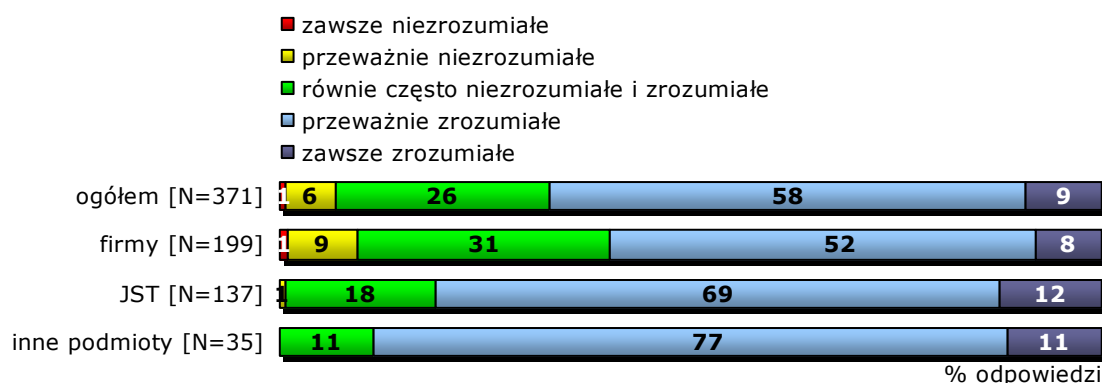
[Indywidualny wywiad pogłębiony z beneficjentem – średnim przedsiębiorstwem]

Po drugie, niezwykle ważne okazuje się uczestnictwo w szkoleniach. Ujawnioną w analizach istotność tej zależności warto zilustrować wynikami w grupie osób niekorzystających oraz korzystających ze szkoleń: spośród tych pierwszych aż 39% uznało informacje dotyczące możliwości uzyskania finansowania za niezrozumiałe lub równie często zrozumiałe, co niezrozumiałe, wśród drugich odsetek takich osób był dwukrotnie niższy (20%). Informacje na temat możliwości uzyskania finansowania były także częściej oceniane jako zrozumiałe przez osoby korzystające ze strony www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl, niż przez beneficjentów niekorzystających z tego serwisu.

Beneficjenci podobnie, jak zrozumiałość informacji na temat możliwości uzyskania dotacji, ocenili informacje potrzebne w kolejnym etapie, dotyczące realizowania i rozliczania projektu. Takie informacje jako przeważnie zrozumiałe oceniło niespełna dwie piąte (58%) beneficjentów, zdaniem prawie co dziesiątego (9%) były zawsze zrozumiałe, zdaniem co czwartego (26%) równie często zrozumiałe i niezrozumiałe, a zdaniem 7% – przeważnie lub zawsze niezrozumiałe (porównaj: Wykres 53).

Wykres 53: Czy informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego były dla Pana (Pani):

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wskazali co najmniej jedno wykorzystywane przez siebie źródło informacji na temat prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu.



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Również w przypadku oceny zrozumiałości informacji dotyczących realizacji i rozliczenia projektu największe znaczenie ma rozróżnienie pomiędzy rodzajami beneficjentów. Odsetek ocen pozytywnych („przeważnie zrozumiałe” i „zawsze zrozumiałe”), który wśród ogółu beneficjentów osiągnął poziom dwóch trzecich (67%), wynosi od 60% wśród przedsiębiorstw, poprzez 81% wśród JST, po 88% wśród innych podmiotów. Część beneficjentów zaliczonych do tej ostatniej kategorii większą łatwość w zrozumieniu informacji zawdzięcza prawdopodobnie wsparciu udzielanemu przez JST, z którymi są związane. Duże znaczenie mają także źródła, z których do beneficjentów docierały informacje na temat prawidłowej realizacji i rozliczania projektów. Przeprowadzone analizy wykazują istotny pozytywny wpływ szkoleń oraz rozmów z pracownikami Urzędu

Marszałkowskiego w Toruniu lub prowadzonych przez Urząd Marszałkowski punktów informacyjnych. Zrozumiałość informacji na temat prowadzenia oraz rozliczania projektu oceniło pozytywnie siedmiu na dziesięciu (71%) spośród beneficjentów korzystających z tych źródeł, podczas gdy wśród beneficjentów, którzy nie uczestniczyli w szkoleniach, ani nie odbywali rozmów z pracownikami Urzędu Marszałkowskiego, analogiczny odsetek wynosił nieco ponad połowę (54%). Również istotna, lecz negatywna, okazała się zależność pomiędzy uzyskiwaniem informacji poprzez rozmowy ze znajomymi, współpracownikami lub członkami rodziny, a zbiorczą oceną informacji na temat prowadzenia i rozliczania projektów. Z jednej strony może to oznaczać, że informacje „z drugiej ręki” nie są wystarczająco precyzyjne, z drugiej jednak strony do takich źródeł informacji mogą po prostu sięgać osoby już zagubione i mające problemy z prawidłowym prowadzeniem lub rozliczaniem projektów.

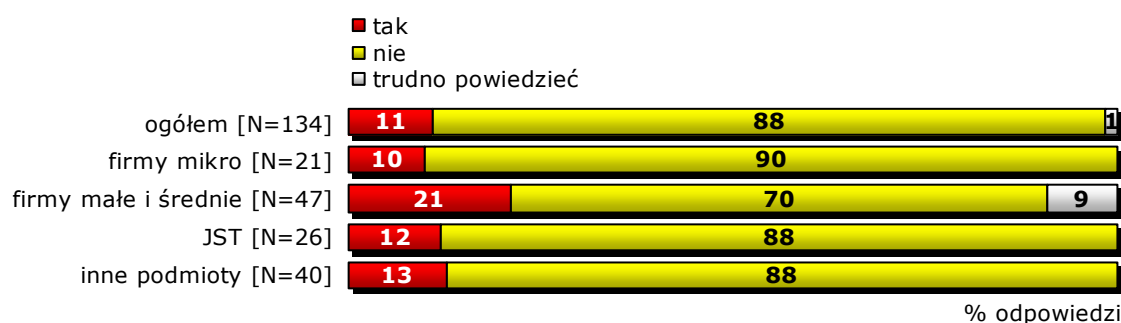
3.5.3 Poprawność

3.5.3.1 Potencjalni beneficjenci

Jeden na dziesięciu (11%) spośród potencjalnych beneficjentów, do których dotarły informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z RPO WK-P, uważa, że wśród uzyskanych informacji znalazły się takie, które były błędne. Małe i średnie przedsiębiorstwa wyróżniają się niższym odsetkiem respondentów sądzących, że nie spotkali się z błędnymi informacjami. W grupie tej ujawniła się również niewielka (9%) grupa respondentów, którzy przyznali, że nie są w stanie ocenić poprawności uzyskanych informacji (porównaj: Wykres 54).

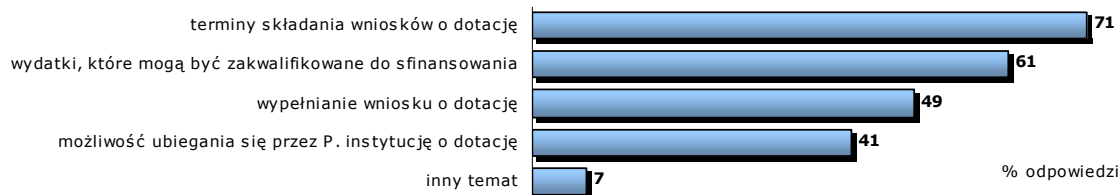
Wykres 54: Czy zetknął (zetknęła) się Pan (Pani) z informacjami na temat możliwości ubiegania się przez Pana (Pani) instytucję o finansowanie w ramach RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego, które były błędne?

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy wiedzieli, że instytucje takie jak reprezentowana przez nich mogły ubiegać się o dofinansowanie z RPO WK-P, oraz pozostałym, do których dotarły jakiegokolwiek informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z tego programu.



Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Błędne informacje dotyczyły najczęściej terminów składania wniosków o dotację (można przypuszczać, że część beneficjentów kwalifikowała jako błędną informacje o terminie ogłoszenia konkursu, jeżeli – co zdarzało się wielokrotnie – termin ten był następnie zmieniany) oraz kwalifikowalności wydatków (porównaj: Wykres 55).

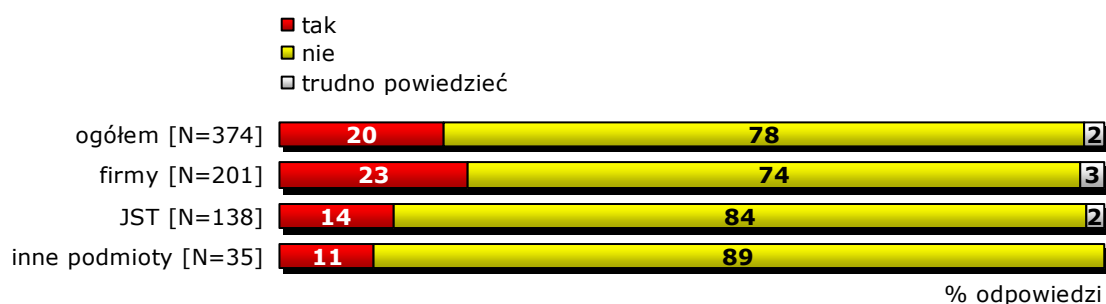
Wykres 55: Jakich tematów dotyczyły informacje, które były błędne?⁷⁴ [N=20]

Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

3.5.3.2 Beneficjenci

Wśród beneficjentów z błędnymi informacjami na temat RPO WK-P zetknął się (we własnej opinii) co piąty badany (20%) – porównaj: Wykres 56. Porównując dwie podgrupy beneficjentów, które w badanej próbie były reprezentowane najliczniej, można stwierdzić, że odsetek beneficjentów skarżących się na błędne informacje był wyższy wśród firm (23%), niż wśród JST (14%).

Odsetek beneficjentów RPO WK-P, którzy zetknęli się z błędnymi informacjami, jest o sześć punktów procentowych wyższy od wyniku uzyskanego w badaniu działań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WSL⁷⁵. Województwo kujawsko-pomorskie i śląskie nie różnią się zatem diametralnie pod względem poprawności informacji na temat RPO, otrzymywanych przez beneficjentów.

Wykres 56: Czy zetknął (zetknęła) się Pan (Pani) z istotnymi dla Państwa instytucji informacjami na temat RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego, które były błędne?

Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Listę tematów, których dotyczyły błędne informacje napotkane przez beneficjentów, otwiera kwalifikowalności wydatków – a zatem zagadnienie, które znalazło się także na pierwszym miejscu listy tematów, w przypadku których beneficjenci odczuwali deficyt informacji. Przeszło połowa (57%) spośród beneficjentów, którzy skarżyli się na błędy, wskazało właśnie ten temat (porównaj: Wykres 57). Na kolejnych miejscach znalazły się informacje potrzebne do wypełniania wniosku o płatność (47%) oraz o dofinansowanie (45%). Pozostałe tematy zostały wskazane przez co piątego lub co czwartego (od 21% do 25%) spośród beneficjentów, którzy zetknęli się z błędnymi informacjami – z wyjątkiem zamówień publicznych (16%).

⁷⁴ Nie przedstawiono wyników w podgrupach, ponieważ liczyły po mniej niż 20 respondentów.

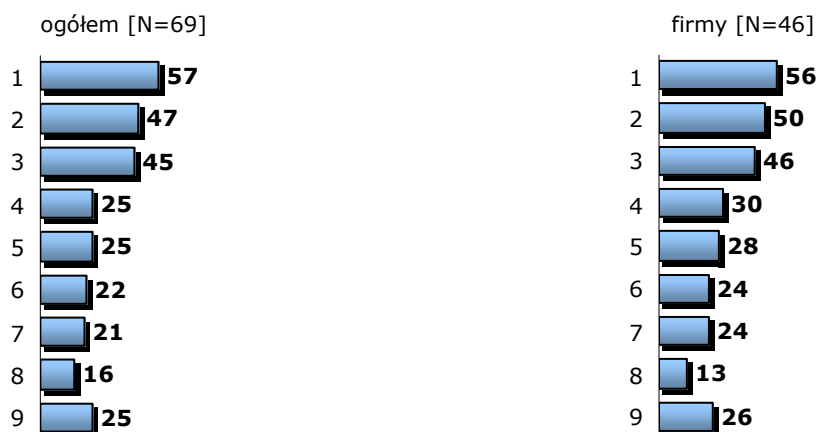
⁷⁵ Porównaj: Dyspersja: Ocena działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013 w latach 2007-2010, Warszawa 2010, s. 90.

Wykres 57: Jakich tematów dotyczyły informacje, które były błędne?⁷⁶

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy stwierdzili, że zetknęli się z błędnymi informacjami na temat RPO WK-P.

- 1 - wydatki, które mogą być zakwalifikowane do sfinansowania
- 2 - wypełnianie wniosku o płatność
- 3 - wypełnianie wniosku o dofinansowanie
- 4 - terminy rozliczeń
- 5 - terminy składania wniosków

- 6 - możliwość ubiegania się przez P. instytucję o dotację
- 7 - prowadzenie księgowości projektu
- 8 - stosowanie zamówień publicznych
- 9 - inny temat
- 10 - trudno powiedzieć



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

O ile odczuwanie przez beneficjentów braku informacji stanowi przesłankę⁷⁷ przemawiającą za wnioskiem, że działania informacyjne prowadzone przez Urząd Marszałkowski nie były wystarczające (ponieważ powinny zapewnić beneficjentom komplet informacji), o tyle zetknięcie się przez nich z informacjami błędnymi nie świadczy jeszcze o mankamentach działań informacyjnych prowadzonych przez Urząd Marszałkowski (ponieważ nie jest odpowiedzialny za dezinformację wywołaną przez inne podmioty). Dlatego w dalszej części raportu prezentowane dane dotyczące informacji błędnych uzupełniono wskazaniem źródeł, z których pochodziły.

3.6 Ocena poszczególnych źródeł

3.6.1 Potencjalni beneficjenci

Źródłem informacji w największym stopniu odpowiadających potrzebom potencjalnych beneficjentów, którzy z niego korzystali, był portal www.mojregion.eu. Na skali od 1 (informacje w ogóle nie odpowiadały potrzebom) do 6 (informacje

⁷⁶ Nie przedstawiono odrębnie wyników dla JST oraz dla innych podmiotów, ponieważ liczebność respondentów w tych podgrupach była mniejsza, niż 20.

⁷⁷ Wskazana przesłanka przemawia za wnioskiem, że działania informacyjne prowadzone przez Urząd Marszałkowski nie były wystarczające, natomiast sama nie stanowi wystarczającej podstawy do sformułowania takiego kategorycznego wniosku. Nie można bowiem wykluczyć, że niedotarcie do potrzebnych informacji mogło być spowodowane także niewystarczającym zaangażowaniem w ich poszukiwanie (aczkolwiek powód ten nie wydaje się prawdopodobny biorąc pod uwagę, że nieuzyskanie odpowiednich informacji grozi ograniczeniem dofinansowania planowanego lub realizowanego przedsięwzięcia). Z tego względu wniosek dotyczący jakości działań informacyjnych skierowanych do beneficjentów został sformułowany nie tylko na podstawie opinii tej grupy docelowej, lecz również analizy przekazywanych jej informacji.

w pełni zaspokoiły potrzeby), serwis ten uzyskał wśród potencjalnych beneficjentów, będących jego użytkownikami, średnią ocen 4,6.

Średnie oceny wynoszące co najmniej 4,0 otrzymały ponadto: serwis www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl (4,4), szkolenia (4,3), ulotki i broszury (4,2), poczta elektroniczna (4,1), ogłoszenia lub audycje w telewizji (4,0), rozmowy z zewnętrznymi doradcami (4,0) oraz konferencje i spotkania informacyjne (również 4,0) – porównaj: Tabela 4.

Tabela 4: Ocena poszczególnych źródeł informacji, dotyczących możliwości uzyskania finansowania – według potencjalnych beneficjentów⁷⁸

O ocenę poszczególnych źródeł proszono wyłącznie respondentów, którzy z nich korzystali.

Źródło informacji	Badana grupa	Średnia
strona www.mojregion.eu	ogółem [N=50]	4,6
	firmy mikro [N=5]	-
	firmy małe i średnie [N=13]	-
	JST [N=19]	-
	inne podmioty [N=13]	-
rozmowa z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego (w tym z pracownikiem Punktu Informacyjnego)	ogółem [N=60]	4,4
	firmy mikro [N=6]	-
	firmy małe i średnie [N=12]	-
	JST [N=22]	5,2
	inne podmioty [N=20]	4,9
strona www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl	ogółem [N=68]	4,4
	firmy mikro [N=7]	-
	firmy małe i średnie [N=20]	3,8
	JST [N=22]	4,9
	inne podmioty [N=19]	-
szkolenia	ogółem [N=70]	4,3
	firmy mikro [N=8]	-
	firmy małe i średnie [N=16]	-
	JST [N=21]	5,1
	inne podmioty [N=25]	4,7
ulotki, broszury	ogółem [N=63]	4,2
	firmy mikro [N=7]	-
	firmy małe i średnie [N=16]	-
	JST [N=20]	3,8
	inne podmioty [N=20]	3,8
informacje przysyłane pocztą elektroniczną (mailem)	ogółem [N=78]	4,1
	firmy mikro [N=8]	-
	firmy małe i średnie [N=21]	3,5
	JST [N=24]	4,8
	inne podmioty [N=25]	4,2
ogłoszenia lub audycje w telewizji	ogółem [N=39]	4,0
	firmy mikro [N=5]	-
	firmy małe i średnie [N=10]	-
	JST [N=12]	-

⁷⁸ Pominęto wyniki dla grup liczących mniej niż 20 respondentów.

	inne podmioty [N=12]	-
rozmowa z zewnętrznym doradcą / pracownikiem firmy doradczej	ogółem [N=55]	4,0
	firmy mikro [N=9]	-
	firmy małe i średnie [N=22]	5,2
	JST [N=13]	-
	inne podmioty [N=11]	-
konferencje, spotkania informacyjne	ogółem [N=65]	4,0
	firmy mikro [N=5]	-
	firmy małe i średnie [N=15]	-
	JST [N=22]	4,9
	inne podmioty [N=23]	4,5
ogłoszenia lub artykuły w gazetach lub czasopismach	ogółem [N=68]	3,9
	firmy mikro [N=10]	-
	firmy małe i średnie [N=23]	3,0
	JST [N=16]	-
	inne podmioty [N=19]	3,7
targi, imprezy plenerowe, festyny	ogółem [N=25]	3,8
	firmy mikro [N=5]	-
	firmy małe i średnie [N=4]	-
	JST [N=10]	-
	inne podmioty [N=6]	-
ogłoszenia lub audycje w radiu	ogółem [N=30]	3,7
	firmy mikro [N=3]	-
	firmy małe i średnie [N=9]	-
	JST [N=9]	-
	inne podmioty [N=9]	-
inne strony internetowe	ogółem [N=46]	3,7
	firmy mikro [N=5]	-
	firmy małe i średnie [N=14]	-
	JST [N=11]	-
	inne podmioty [N=16]	-
rozmowa ze znajomym, współpracownikiem, rodziną	ogółem [N=64]	3,6
	firmy mikro [N=9]	-
	firmy małe i średnie [N=24]	3,6
	JST [N=14]	-
	inne podmioty [N=17]	-

Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

3.6.2 Beneficjenci

Spośród różnych źródeł informacji na temat możliwości uzyskiwania finansowania w ramach RPO WK-P beneficjenci najwyżej ocenili rozmowy z zewnętrznymi doradcami oraz – tak jak potencjalni beneficjenci – portal www.mojregion.eu (porównaj: Tabela 5). Na skali od 1 (informacje zupełnie nie odpowiadające potrzebom) do 6 (informacje w pełni odpowiadające potrzebom) wymienione źródła uzyskały średnie oceny wynoszące – odpowiednio – 5,0 oraz 4,8 (porównaj: Tabela 4). Informacje od zewnętrznych doradców przedstawiciele przedsiębiorstw ocenili wyżej (5,1), niż pracownicy JST oraz innych podmiotów (po 4,6). Z kolei wiadomości z serwisu www.mojregion.eu zaspakajały

potrzeby przedsiębiorstw w nieco mniejszym stopniu (4,5), niż potrzeby JST (5,2) oraz innych podmiotów (5,0).

Na kolejnych miejscach, pod względem średniej ocen przyznanych przez wszystkich beneficjentów korzystających z danego źródła, znalazły się szkolenia (4,7), rozmowy z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego (4,6) portal www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl (również 4,6), konferencje i spotkania informacyjne (4,4), targi, imprezy plenerowe i festyny (4,2), strony internetowe inne, niż prowadzone przez Urząd Marszałkowski portale poświęcone funduszom unijnym, rozmowy ze współpracownikami, rodzina i znajomymi oraz informacje otrzymywane pocztą elektroniczną (4,0).

W przypadku tych źródeł różnice pomiędzy średnimi ocen przyznanych przez przedstawicieli przedsiębiorstw, JST oraz innych podmiotów, istotne statystycznie i zarazem wynoszące co najmniej 0,5 punktu, wystąpiły wyłącznie w przypadku strony www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl oraz informacji przesyłanych pocztą elektroniczną. Serwis www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl, tak jak portal www.mojregion.eu, zaspakajał potrzeby przedsiębiorców w mniejszym stopniu, niż potrzeby przedstawicieli JST oraz innych podmiotów. Również informacje przesyłane mailem zostały ocenione niżej przez przedstawicieli przedsiębiorstw, niż przez pozostałych respondentów, zwłaszcza tych reprezentujących JST.

Informacje pochodzące z ulotek i broszur oraz z mediów masowych wśród ogółu respondentów uzyskały niższe średnie oceny, mieszczące się w zakresie 3,1 – 3,6. Prawdopodobnie przyczynia się do tego ograniczona objętość przydatnych beneficjentom informacji, dostępnych w tych źródłach, a także brak możliwości interakcji pomiędzy odbiorcą a nadawcą informacji.

Tabela 5: Ocena poszczególnych źródeł informacji, dotyczących możliwości uzyskania finansowania – według beneficjentów⁷⁹ na skali od 1 „informacje z tego źródła w ogóle nie odpowiadały Państwa potrzebom” do 6 „informacje z tego źródła w pełni zaspokoiły Państwa potrzeby”

O ocenę poszczególnych źródeł proszono wyłącznie respondentów, którzy z nich korzystali.

Źródło	Badana grupa	Średnia
rozmowa z zewnętrznym doradcą / pracownikiem firmy doradczej	ogółem [N=144]	5,0
	firmy [N=102]	5,1
	JST [N=28]	4,6
	inne podmioty [N=14]	4,6
strona www.mojregion.eu	ogółem [N=225]	4,8
	firmy [N=89]	4,5
	JST [N=110]	5,2
	inne podmioty [N=26]	5,0
szkolenia	ogółem [N=192]	4,7
	firmy [N=63]	4,6
	JST [N=110]	4,9
	inne podmioty [N=19]	-
rozmowa z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego (w tym z pracownikiem Punktu Informacyjnego)	ogółem [N=213]	4,6
	firmy [N=84]	4,5
	JST [N=107]	4,8
	inne podmioty [N=22]	4,9
www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl	ogółem [N=286]	4,6
	firmy [N=125]	4,4

⁷⁹ Pominęto wyniki dla grup liczących mniej niż 20 respondentów.

	JST [N=132]	5,1
	inne podmioty [N=29]	4,8
konferencje, spotkania informacyjne	ogółem [N=186]	4,4
	firmy [N=57]	4,3
	JST [N=109]	4,6
	inne podmioty [N=20]	4,4
targi, imprezy plenerowe, festyny	ogółem [N=33]	4,2
	firmy [N=14]	-
	JST [N=15]	-
	inne podmioty [N=4]	-
inne strony internetowe	ogółem [N=85]	4,1
	firmy [N=47]	4,1
	JST [N=30]	4,3
	inne podmioty [N=8]	-
rozmowa ze znajomym, współpracownikiem, rodziną	ogółem [N=149]	4,0
	firmy [N=93]	3,9
	JST [N=46]	4,2
	inne podmioty [N=10]	-
informacje przysyłane mailem	ogółem [N=229]	4,0
	firmy [N=85]	3,5
	JST [N=116]	4,6
	inne podmioty [N=28]	4,2
ulotki, broszury	ogółem [N=133]	3,6
	firmy [N=51]	3,4
	JST [N=72]	3,8
	inne podmioty [N=10]	-
ogłoszenia lub artykuły w gazetach lub czasopismach	ogółem [N=180]	3,4
	firmy [N=83]	3,2
	JST [N=77]	3,7
	inne podmioty [N=20]	3,8
ogłoszenia lub audycje w telewizji	ogółem [N=96]	3,3
	firmy [N=54]	3,2
	JST [N=33]	3,4
	inne podmioty [N=9]	-
ogłoszenia lub audycje w radiu	ogółem [N=84]	3,1
	firmy [N=47]	2,9
	JST [N=28]	3,4
	inne podmioty [N=9]	-

Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Źródłami informacji najbardziej przydatnych beneficjentom na etapie realizowania i rozliczania projektu są – na równi: pracownicy Urzędu Marszałkowskiego (w tym punktów informacyjnych) oraz zewnątrzni doradcy (porównaj: Tabela 6). Zarówno rozmowy z pracownikami Urzędu Marszałkowskiego, jak i z doradcami, uzyskały wśród ogółu beneficjentów, którzy z nich skorzystali, średnią ocen 4,9, a w każdej z podgrup średnią ocen wynoszącą co najmniej 4,5 (na skali od 1 do 6).

Udzielane przez pracowników Urzędu Marszałkowskiego informacje dotyczące realizowania i rozliczania projektów są przez beneficjentów oceniane wyżej, niż

przekazywane przez pracowników tej instytucji informacje na temat możliwości uzyskania finansowania (średnia ocen wynosiła, odpowiednio: 4,9 oraz 4,6⁸⁰). Rozmowy z pracownikami Urzędu Marszałkowskiego są oceniane szczególnie wysoko przez przedstawicieli podmiotów innych, niż przedsiębiorstwa oraz niż JST. W tej grupie beneficjentów uzyskały bardzo wysoką średnią ocenę 5,5, wśród JST 5,2, a wśród respondentów reprezentujących przedsiębiorstwa 4,7. Przedstawiciele przedsiębiorstw mają natomiast szczególnie dobrą opinię o rozmowach na temat realizowania i rozliczania projektów, które przeprowadzili z przedstawicielami firm doradczych. Średnia ocen, jakie temu źródłu przyznali korzystający z niego przedsiębiorcy, wynosi 5,0, podczas gdy wśród JST jest o 0,5 punktu niższa.

Na kolejnym miejscu znalazł się serwis www.mojregion.eu, ze średnią ocen 4,7. Portal prowadzony przez Urząd Marszałkowski, podobnie jak rozmowy z pracownikami tej instytucji, uzyskał nieco niższe oceny wśród przedstawicieli przedsiębiorców (4,4), niż wśród JST (5,0) oraz innych podmiotów (5,1). Podobne średnie oceny uzyskał serwis, który funkcjonował pod adresem www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl: 4,6 wśród ogółu beneficjentów, oraz 4,3 5,0 i 4,9 w kolejnych podgrupach.

Na równi z serwisem www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl ocenione zostały szkolenia, w przypadku których średnia ocena wśród ogółu beneficjentów, biorących w nich udział, wyniosła 4,6. W przypadku szkoleń, w odróżnieniu od wcześniej omówionych źródeł, różnice pomiędzy średnimi ocenami przyznanymi przez przedstawicieli przedsiębiorstw oraz respondentów reprezentujących JST i inne podmioty, nie są istotne statystycznie.

Oceny podobne do szkoleń uzyskały, wśród ogółu korzystających z nich beneficjentów, konferencje i spotkania informacyjne oraz wiadomości przesyłane pocztą elektroniczną, ze średnimi ocenami wynoszącymi, odpowiednio, 4,5 oraz 4,4. Oba źródła są oceniane nieco niżej przez przedstawicieli przedsiębiorstw, niż przez respondentów reprezentujących JST. Listę źródeł, które uzyskały wśród ogółu beneficjentów średnią ocen co najmniej na poziomie 4,0, zamykają rozmowy ze znajomymi, współpracownikami lub członkami rodziny (4,2), targi oraz imprezy plenerowe (4,1) i strony internetowe nieprowadzone przez Urząd Marszałkowski (4,0). Przydatność informacji dotyczących realizowania oraz rozliczania projektów, zamieszczanych w broszurach oraz pochodzących z mediów, uzyskały średnie oceny w zakresie 3,1 – 3,4.

Tabela 6: Ocena poszczególnych źródeł informacji, dotyczących realizowania i rozliczania projektu – według beneficjentów⁸¹ na skali od 1 „informacje z tego źródła w ogóle nie odpowiadały Państwa potrzebom” do 6 „informacje z tego źródła w pełni zaspokoiły Państwa potrzeby”

O ocenę poszczególnych źródeł proszono wyłącznie respondentów, którzy z nich korzystali.

Źródło	Badana grupa	Średnia
rozmowa z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego (w tym z pracownikiem Punktu Informacyjnego)	ogółem [N=297]	4,9
	firmy [N=146]	4,7
	inne podmioty [N=31]	5,5
	JST [N=120]	5,2
rozmowa z zewnętrznym doradcą / pracownikiem firmy doradczej	ogółem [N=161]	4,9
	firmy [N=126]	5,0
	inne podmioty [N=14]	-
	JST [N=21]	4,5
strona www.mojregion.eu	ogółem [N=225]	4,7
	firmy [N=89]	4,4
	inne podmioty [N=26]	5,1

⁸⁰ Porównaj: Tabela 5.

⁸¹ Pominięto wyniki dla grup liczących mniej niż 20 respondentów.

	JST [N=110]	5,0
strona www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl	ogółem [N=242]	4,6
	firmy [N=106]	4,3
	inne podmioty [N=24]	5,0
	JST [N=112]	4,9
szkolenia	ogółem [N=224]	4,6
	firmy [N=80]	4,5
	inne podmioty [N=26]	4,7
	JST [N=118]	4,8
konferencje, spotkania informacyjne	ogółem [N=173]	4,5
	firmy [N=63]	4,3
	inne podmioty [N=17]	-
	JST [N=93]	4,7
informacje przysyłane pocztą elektroniczną (mailem)	ogółem [N=194]	4,4
	firmy [N=83]	4,2
	inne podmioty [N=25]	4,8
	JST [N=86]	4,5
rozmowa ze znajomym, współpracownikiem lub członkiem rodziny	ogółem [N=122]	4,2
	firmy [N=75]	4,1
	inne podmioty [N=9]	-
	JST [N=38]	4,4
targi, imprezy plenerowe, festyny	ogółem [N=22]	4,1
	firmy [N=11]	-
	inne podmioty [N=2]	-
	JST [N=9]	-
strony internetowe (inne niż www.mojregion.eu oraz inne niż www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl)	ogółem [N=39]	4,0
	firmy [N=22]	3,8
	inne podmioty [N=3]	-
	JST [N=14]	-
ulotki, broszury	ogółem [N=77]	3,4
	firmy [N=37]	3,2
	inne podmioty [N=6]	3,8
	JST [N=34]	3,7
ogłoszenia lub audycje w radiu	ogółem [N=28]	3,3
	firmy [N=19]	-
	inne podmioty [N=1]	-
	JST [N=8]	-
ogłoszenia lub artykuły w gazetach lub czasopismach	ogółem [N=71]	3,2
	firmy [N=39]	3,1
	inne podmioty [N=4]	-
	JST [N=28]	3,5
ogłoszenia lub audycje w telewizji	ogółem [N=36]	3,1
	firmy [N=21]	3,2
	inne podmioty [N=4]	-
	JST [N=11]	-

Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Informacje zebrane podczas wywiadów jakościowych z beneficjentami pozwalają uzupełnić wyniki badania ankietowego wskazówką, że rodzajem spotkań, który jest dla nich szczególnie przydatny, są spotkania w gronie pracowników instytucji realizujących podobne projekty oraz przedstawicieli Urzędu Marszałkowskiego. Takie spotkania służą zarówno wymianie doświadczeń pomiędzy beneficjentami, jak i konsultacjom pomiędzy beneficjentami a Urzędem Marszałkowskim. Tego rodzaju cenną inicjatywą jest *Forum rewitalizacji*, skupiające pracowników urzędów miast realizujących projekty w ramach 7 Osi priorytetowej RPO WK-P. W spotkaniach *Forum* biorą udział również przedstawiciele Urzędu Marszałkowskiego.

Forum rewitalizacji to jest wymiana doświadczeń między miastami [oraz] świetna wymiana doświadczeń z Urzędem Marszałkowskim. (...) to jest duży plus dla nich [Urzędu Marszałkowskiego]. (...) jest to najlepsza forma współpracy z nimi, jaką zaplanowali. (...) Najbardziej kreatywna, najbardziej aktywna forma wymiany doświadczeń między Urzędem Marszałkowskim a beneficjentem.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z beneficjentem - JST]

Pozytywne oceny, z jakim spotyka się *Forum rewitalizacji*, przemawiają za rozważeniem zastosowania analogicznej formy wsparcia wobec instytucji realizujących w ramach RPO WK-P inne przedsięwzięcia o dużej skali, na przykład projekty polegające na rozwoju infrastruktury drogowej.

3.7 Komplementarność źródeł informacji

Sposób pozyskiwania informacji dotyczących RPO WK-P przez potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów wskazuje, że najważniejsze źródła są przez nich traktowane jako komplementarne.

Informacje z mediów oraz przesyłane pocztą elektroniczną mają przede wszystkim znaczenie sygnałne. Prowadzony przez Urząd Marszałkowski portal internetowy dostarcza informacji najbardziej obszernych i zarazem wiążących. Ponieważ informacje zamieszczane w portalu są dostępne w formie pisemnej, użytkownik może wskazać je jako podstawę swoich działań.

Mój region, strona internetowa, to (...) dla mnie to jest podstawowe źródło informacji.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z beneficjentem - przedsiębiorstwem]

Pomoc pracowników Urzędu Marszałkowskiego jest z kolei kluczowa w przypadku trudności z dotarciem do odpowiednich dokumentów (instrukcji, wytycznych, formularzy), a także wówczas, gdy instytucja ubiegająca się o dotację lub realizująca projekt ma trudności z interpretacją informacji zaczerpniętych z portalu.

Jeżeli cokolwiek jest niejasnego w zakresie tych wytycznych, zostały wprowadzone jakieś zmiany w wytycznych kontaktujemy się wtedy z Urzędem Marszałkowskim. Czasami to jest w ten sposób, że najpierw przez punkt informacyjny jeżeli zależy nam szybko na informacji i [dowiedzeniu się] w którym kierunku mamy pójść, więc to jest punkt informacyjny lub konsultacyjny. A najczęściej prosimy o odpowiedź pisemną z któregoś departamentu, który jest odpowiedzialny w danej chwili.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z beneficjentem - JST]

Szkolenia, a także inne spotkania oparte na bezpośrednim kontakcie z pracownikami Urzędu Marszałkowskiego lub z ekspertami z innych instytucji, mogą służyć jako wprowadzenie w zagadnienia dotyczące RPO WK-P, lub – pod warunkiem zapewnienia odpowiednio wysokiego poziomu – pomóc beneficjentom i potencjalnym beneficjentom w zrozumieniu lub rozstrzygnięciu bardziej złożonych kwestii.

Jeżeli na jakimś szkoleniu, na spotkaniu informacyjnym z pracownikiem urzędu zadają pytania, to na zasadzie prośby o uszczegółowienie, na zasadzie prośby o interpretację.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z beneficjentem - przedsiębiorstwem]

O ile zatem w przypadku działań informacyjnych i promocyjnych adresowanych do mieszkańców regionu można wskazać źródła bardziej i mniej skuteczne⁸², o tyle w przypadku działań informacyjnych przeznaczonych dla potencjalnych i faktycznych beneficjentów należy raczej podkreślić potrzebę kształtowania przekazu kierowanego do nich poprzez poszczególne źródła w taki sposób, żeby uzyskiwane informacje się nie dublowały, lecz uzupełniały.

3.8 Zainteresowanie informacjami

3.8.1 Potencjalni beneficjenci

Do tematów związanych z prowadzeniem w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych, które spotykają się ze strony potencjalnych beneficjentów z największym zainteresowaniem (w pytaniu ankietowym mierzonym na sześciostopniowej skali ocen), należą: przedsięwzięcia realizowane w miejscowości, w której mają swoją siedzibę (4,5), zasady uzyskiwania funduszy (4,5), zasady prowadzenia i rozliczania dotowanych przedsięwzięć (również 4,5) oraz rodzaje instytucji, które mogą uzyskać fundusze (4,4) – porównaj: Tabela 7. Oprócz pierwszego, są to tematy ściśle związane z możliwościami wykorzystania funduszy unijnych do rozwoju własnej instytucji. Zainteresowanie potencjalnych beneficjentów zagadnieniami związanymi z funduszami unijnymi ma zatem w dużym stopniu charakter praktyczny.

Na kolejnych miejscach znalazły się cele, na które mogą być przeznaczane fundusze (4,2) oraz stopień wykorzystania funduszy w województwie (4,0). Z mniejszym zainteresowaniem ze strony potencjalnych beneficjentów spotykają się: wielkość funduszy, które są do wydania w województwie (3,7) oraz przedsięwzięcia realizowane z funduszy w całym regionie (3,5).

Każdy z tematów, związanych z prowadzeniem w regionie przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych, był bardziej interesujący dla JST, niż dla którejkolwiek innej grupy potencjalnych beneficjentów.

Tabela 7: Poziom zainteresowania potencjalnych beneficjentów poszczególnymi zagadnieniami dotyczącymi realizowania w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych oceniony na skali od 1 „zupełny brak zainteresowania” do 6 „bardzo duże zainteresowanie”

Źródło	Badana grupa	Średnia
przedsięwzięcia realizowane z funduszy w miejscowości, w której ma siedzibę P. instytucja	ogółem [N=300]	4,5
	firmy mikro [N=100]	4,4
	firmy małe i średnie [N=100]	4,4
	JST [N=26]	5,6
	inne podmioty [N=74]	4,8
zasady uzyskiwania funduszy przez instytucje, które mogą je dostać	ogółem [N=300]	4,5
	firmy mikro [N=100]	4,5
	firmy małe i średnie [N=100]	4,5
	JST [N=26]	5,5
	inne podmioty [N=74]	4,8
zasady prowadzenia i rozliczania przedsięwzięć finansowanych z funduszy	ogółem [N=300]	4,5
	firmy mikro [N=100]	4,5
	firmy małe i średnie [N=100]	4,4
	JST [N=26]	5,5

⁸² Aczkolwiek także w przypadku źródeł informacji skierowanych do mieszkańców nie ma pełnej ekwiwalentności, choćby ze względu na niejednakowy poziom dotarcia różnych mediów do poszczególnych segmentów populacji.

	inne podmioty [N=74]	4,6
rodzaje instytucji, które mogą dostać fundusze	ogółem [N=300]	4,4
	firmy mikro [N=100]	4,4
	firmy małe i średnie [N=100]	4,4
	JST [N=26]	5,5
	inne podmioty [N=74]	4,7
cele, na które mogą być przeznaczane fundusze	ogółem [N=300]	4,2
	firmy mikro [N=100]	4,2
	firmy małe i średnie [N=100]	4,5
	JST [N=26]	5,4
	inne podmioty [N=74]	4,4
stopień wykorzystania funduszy, które są do wydania w województwie	ogółem [N=300]	4
	firmy mikro [N=100]	4
	firmy małe i średnie [N=100]	3,9
	JST [N=26]	5
	inne podmioty [N=74]	3,9
wielkość funduszy, które są do wydania w województwie	ogółem [N=300]	3,7
	firmy mikro [N=100]	3,7
	firmy małe i średnie [N=100]	3,9
	JST [N=26]	4,9
	inne podmioty [N=74]	4,1
przedsięwzięcia realizowane z funduszy w całym województwie	ogółem [N=300]	3,5
	firmy mikro [N=100]	3,5
	firmy małe i średnie [N=100]	3,5
	JST [N=26]	4,5
	inne podmioty [N=74]	3,6

Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

3.8.1.1 Beneficjenci

Dla beneficjentów najbardziej interesującym tematem, dotyczącym wykorzystywania funduszy Unii Europejskiej w województwie kujawsko-pomorskim, są cele, na które środki te mogą zostać przeznaczone. To zagadnienie uzyskało wśród ogółu beneficjentów średnią ocen 5,2 (na skali od 1 – zupełny brak zainteresowania do 6 – bardzo duże zainteresowanie). Na kolejnych miejscach znalazły się tematy związane z perspektywami wykorzystywania środków unijnych w działalności instytucji reprezentowanych przez respondentów: zasady uzyskiwania funduszy przez instytucje, które mogą je otrzymać (4,9), rodzaje instytucji, które mogą dostać fundusze (4,8), zasady prowadzenia i rozliczania projektów (4,8), a także przedsięwzięcia realizowane przy wsparciu z funduszy unijnych w miejscowości, w której beneficjent ma siedzibę (4,7) – porównaj: Tabela 8.

Z nieco niższym zainteresowaniem spotykają się dwa kolejne tematy: wielkość oraz stopień wykorzystania funduszy, które są do wydania w województwie (odpowiednio: 4,5 oraz 4,4). Również temat, który okazał się dla beneficjentów mniej interesujący, niż inne – przedsięwzięcia realizowane z funduszy w całym województwie (4,1) – uzyskał średnią ocen przekraczającą 4,0 (porównaj: Tabela 6).

Każdy temat spotykał się z wyższym zainteresowaniem wśród JST, niż wśród przedsiębiorstw, natomiast rodzajami instytucji, które mogą uzyskać fundusze, oraz przedsięwzięciami realizowanymi z funduszy w całym województwie najbardziej zainteresowane były inne podmioty.

Tabela 8: Poziom zainteresowania beneficjentów poszczególnymi zagadnieniami dotyczącymi realizowania w województwie kujawsko-pomorskim przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych oceniony na skali od 1 „zupełny brak zainteresowania” do 6 „bardzo duże zainteresowanie”

Temat	Badana grupa	Średnia
cele, na które mogą być przeznaczane fundusze	ogółem [N=372]	5,2
	firmy [N=200]	5,1
	inne podmioty [N=35]	5,4
	JST [N=137]	5,4
zasady uzyskiwania funduszy przez instytucje, które mogą je dostać	ogółem [N=373]	4,9
	firmy [N=200]	4,7
	inne podmioty [N=35]	5,4
	JST [N=138]	5,2
rodzaje instytucji, które mogą dostać fundusze	ogółem [N=371]	4,8
	firmy [N=198]	4,7
	inne podmioty [N=35]	5,2
	JST [N=138]	4,9
zasady prowadzenia i rozliczania przedsięwzięć finansowanych z funduszy	ogółem [N=373]	4,8
	firmy [N=200]	4,6
	inne podmioty [N=35]	5,4
	JST [N=138]	5,3
przedsięwzięcia realizowane z funduszy w miejscowości, w której ma siedzibę P. instytucja	ogółem [N=373]	4,7
	firmy [N=200]	4,5
	inne podmioty [N=35]	4,8
	JST [N=138]	5,2
wielkość funduszy, które są do wydania w województwie	ogółem [N=372]	4,5
	firmy [N=199]	4,3
	inne podmioty [N=35]	4,8
	JST [N=138]	5
stopień wykorzystania funduszy, które są do wydania w województwie	ogółem [N=372]	4,4
	firmy [N=199]	4,3
	inne podmioty [N=35]	4,8
	JST [N=138]	4,5
przedsięwzięcia realizowane z funduszy w całym województwie	ogółem [N=372]	4,1
	firmy [N=199]	4
	inne podmioty [N=35]	4,6
	JST [N=138]	4,2

Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

3.9 Beneficjenci jako nadawcy informacji

Beneficjenci stanowią jedną z głównych grup odbiorców informacji na temat RPO WK-P, a zarazem są współodpowiedzialni za upowszechnianie wiedzy o przedsięwzięciach realizowanych w ramach tego programu. Zgodnie z *Planem komunikacji RPO WK-P* beneficjenci są grupą, która „znacząco wpływa na obraz funduszy, jaki powstaje u (...) opinii publicznej”⁸³.

⁸³ Porównaj: *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013*, s. 10.

Najczęstszymi sposobami, w jaki wywiązują się z tego zadania, jest oznaczanie inwestycji zrealizowanych przy wsparciu z RPO WK-P tablicami pamiątkowymi, tablicami informacyjnymi, plakietkami (89%) oraz umieszczanie informacji na temat realizowanego projektu na własnej stronie internetowej (86%). Pierwszy z tych sposobów jest w przypadku wielu rodzajów inwestycji obligatoryjny, natomiast częstemu stosowaniu drugiego sprzyja stosunkowo niewielki koszt oraz mała pracochłonność.

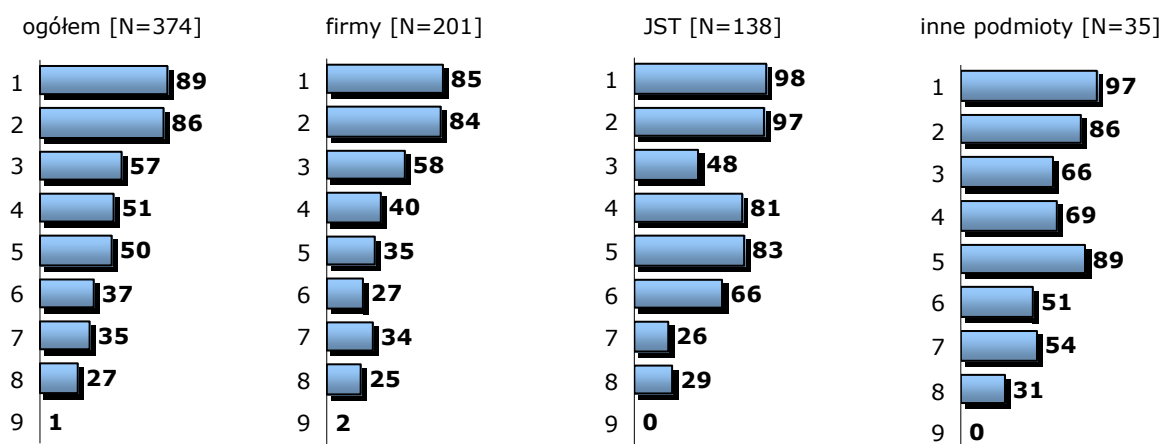
Na trzech kolejnych miejscach znalazły się formy promocji wskazane przez co najmniej połowę beneficjentów: ulotki i broszury (57%), ogłoszenia w prasie lub innych mediach (51%) oraz przekazywanie informacji dziennikarzom (50%) – porównaj: Wykres 58.

JST różnią się od przedsiębiorstw przede wszystkim częstym zamieszczaniem informacji na własnych stronach internetowych, przekazywaniem informacji dziennikarzom oraz Urzędowi Marszałkowskiemu (w celu wykorzystania ich przez Urząd Marszałkowski do promowania RPO WK-P poprzez prezentację przedsięwzięć realizowanych w ramach tego programu). W przypadku pozostałych form promocji różnice pomiędzy JST a przedsiębiorstwami są mniejsze: nie przekraczają 15 punktów procentowych. Z kolei inne instytucje wyróżniają się zwłaszcza szczególnie częstym promowaniem swoich projektów poprzez plakaty i billboardy.

Wykres 58: Jakie sposoby upowszechniania informacji na temat swojego projektu zrealizowali Państwo lub zamierzają zrealizować?

- 1 - tablice pamiątkowe, informacyjne lub plakietki
2 - informacje na stronie internetowej Państwa instytucji
3 - ulotki lub broszury
4 - ogłoszenia zamówione w prasie lub innych mediach

- 5 - przekazywanie informacji dziennikarzom
6 - przekazywanie informacji Urzędowi Marszałkowskiemu, w celach promocyjnych
7 - plakaty lub billboardy
8 - inny sposób
9 - trudno powiedzieć



% odpowiedzi

Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Przeszło co trzeci beneficjent (36%) uważa, że promowanie projektu realizowanego w ramach RPO WK-P jest dla niego zdecydowanie korzystne. Podobnie liczna grupa badanych (35%) sądzi, że takie działanie jest raczej korzystne. W przybliżeniu co czwarty (26%) przedstawiciel instytucji realizującej projekt w ramach RPO WK-P uważa, że promocja realizowanego przedsięwzięcia nie przynosi jej ani korzyści, ani strat. Zaledwie co pięćdziesiąty beneficjent uważa promowanie realizowanego projektu za niekorzystne (porównaj: Wykres 59).

O przydatności promocji projektu szczególnie często są przekonane JST oraz inne podmioty (po 57% wskazań odpowiedzi „zdecydowanie korzystne”). Oto przykładowe argumenty, jakimi uzasadniają to przekonanie:

To zawsze jak to się mówi promocja [placówki opieki zdrowotnej]. [Zrealizowanie projektu] jest odbierane i powinno być odbierane przez pacjentów jako [wskazówka], że jeżeli tu przyjdiesz, to cię obsłużą tak jak powinieneś być obsłużony. Skorzystasz z takiej bazy leczniczej czy diagnostycznej z jakiej powinieneś skorzystać.

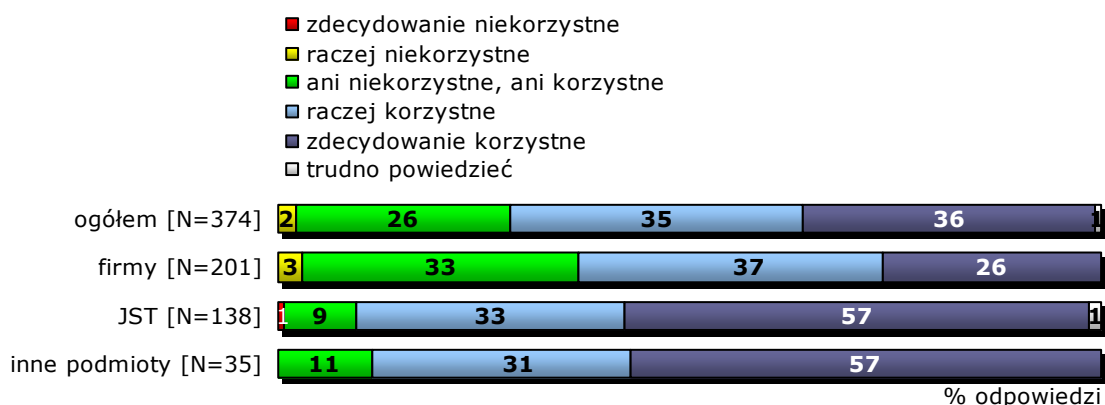
[Indywidualny wywiad pogłębiony z beneficjentem – innym podmiotem]

Jako Urząd Miasta mamy działać dla dobra ogółu mieszkańców, żeby oni widzieli, też brali czynny w tym udział, oni muszą wiedzieć dlaczego się coś dzieje, po co i dla kogo to jest. Więc trzeba jak najbardziej informować, po prostu żeby zwiększyć partycypację społeczeństwa w tych projektach. Tym bardziej, że w projektach rewitalizacyjnych jest bardzo ważny właśnie udział ludzi, mieszkańców miasta, konkretnych dzielnic.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z beneficjentem – JST]

Ograniczeniem w prowadzeniu szeroko zakrojonej promocji projektów, wskazywanym przez część instytucji, jest konieczność współfinansowania tego typu działań ze środków własnych.

Wykres 59: Czy upowszechnianie informacji na temat realizowanego projektu jest korzystne, czy niekorzystne dla Państwa instytucji?



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

W Planie komunikacji RPO WK-P beneficjentom przypisano rolę „ambasadorów marki” Funduszy Europejskich, którzy mają przekonywać innych „o celowości i słuszności zaangażowania w projekty unijne”⁸⁴. Wyniki przeprowadzonego badania wskazują, że beneficjenci pełnią tę rolę w znacznym stopniu.

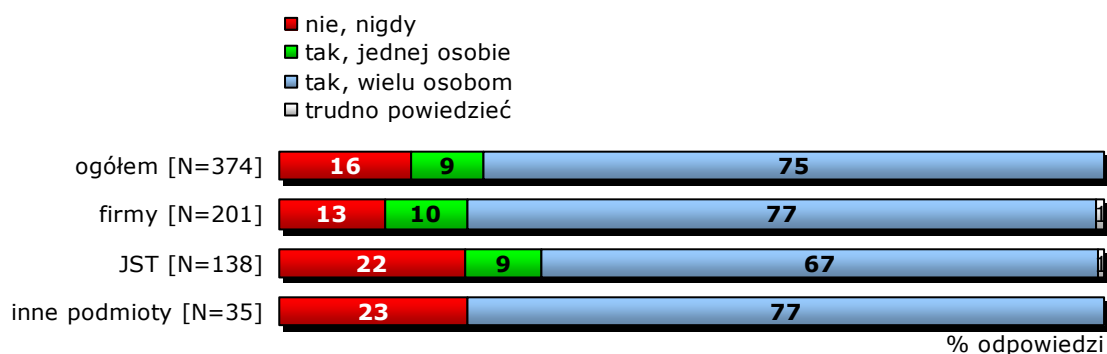
Jak dostaliśmy te pieniądze (...), no naprawdę bardzo się cieszyłam i bardzo wtedy zmieniałam opinię, tak, o funduszach, [uznałam], że są dla ludzi. (...) Jak już przesłam te całe procedury to znajomych strasznie namawiałam. Śmieli się, bo jak był jakiś pomysł, ja mówiłam: słuchajcie, jest taki konkurs, naprawdę nie ma się co bać...

[Indywidualny wywiad pogłębiony z beneficjentem – przedsiębiorstwem]

Cytowana wypowiedź nie była odosobniona. Aż trzy czwarte (75%) beneficjentów doradzało ubieganie się o środki z RPO WK-P wielu osobom, a co dziesiąty (9%) jednej osobie – porównaj: Wykres 60.

⁸⁴ Porównaj: Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013, s. 7.

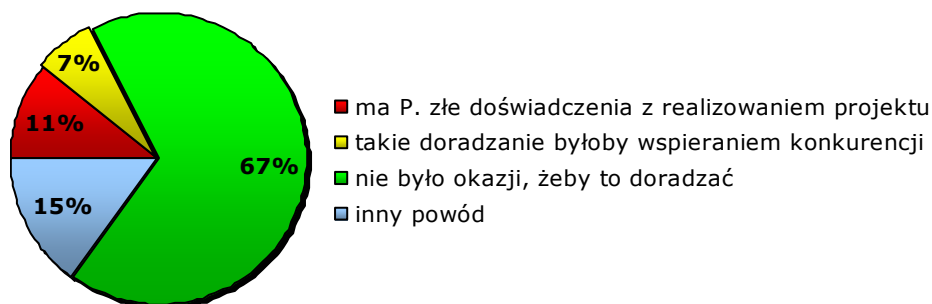
Wykres 60: Czy kiedykolwiek doradzał (doradzała) Pan(i) komuś ubieganie się o środki z RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego?



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Beneficjenci RPO WK-P, którzy nigdy nikomu nie polecieli aplikowania o środki ze źródła, z którego sami otrzymali dotację, najczęściej jako powód wskazywali brak okazji (68%). Wszelkie inne powody, w tym złe doświadczenia związane z realizacją projektu i przekonanie, że rekomendowanie RPO WK-P byłoby wspieraniem konkurencji, były podawane znacznie rzadziej (porównaj: Wykres 61).

Wykres 61: Dlaczego nigdy nie doradzał (nie doradzała) Pan(i) nikomu ubiegania się o środki z RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego? Proszę podać jeden, najważniejszy powód⁸⁵. [N=65]



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

⁸⁵ Wyników nie przedstawiono w podziale na poszczególne grupy beneficjentów, ponieważ na pytanie w imieniu każdej z nich odpowiadało po mniej niż 20 respondentów.

4 Działania informacyjno-promocyjne prowadzone przez Urząd Marszałkowski

4.1 Informowanie mieszkańców

4.1.1 Własne działania informacyjne

4.1.1.1 Film reklamowy

W ramach działań informacyjno-promocyjnych skierowanych do mieszkańców Urząd Marszałkowski⁸⁶ opracowuje kampanie promocyjne oraz zleca i nadzoruje wykonanie, a następnie emisję lub dystrybucję materiałów promocyjnych (spotów reklamowych, ogłoszeń prasowych, artykułów sponsorowanych, banerów, plakatów, ulotek).

Zogniskowany wywiad grupowy z mieszkańcami województwa wykorzystano jako okazję do bardziej szczegółowego zbadania jednego z instrumentów promocyjnych: spotu reklamowego RPO WK-P, przygotowanego na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego. Do badania wybrano najdłuższą, blisko czterominutową wersję spotu. Analiza komentarzy sformułowanych przez respondentów pozwala zidentyfikować kilka kluczowych cech dobrego materiału promocyjnego RPO WK-P. Są nimi:

- autentyczność występujących osób (wypowiedzi nie powinny sprawiać wrażenie wyuczonych),
- utrzymanie dobrego tempa – w przypadku materiałów filmowych – oraz
- prezentowanie inwestycji prowadzonych w miejscach, z którymi odbiorcy są osobiście związani, lub do których mogą łatwo dotrzeć (dlatego warto pokazywać wiele przedsięwzięć, realizowanych w różnych miejscowościach regionu).

Pod wszystkimi tymi względami spot został oceniony dobrze, z niewielkimi zastrzeżeniami. Średnia ocen na szkolnej skali od 1 do 6, wystawionych przez ośmiu respondentów, wyniosła 4, a oceny zawierały się w przedziale od 3+ do 4+.

Respondenci odnosili się pozytywnie do występujących w filmie „zwykłych ludzi”:

B: Co państwo myślą o tych osobach, które występowały?

R6: No ta pani [beneficjentka, która kupiła maszyny] była fajna, bo się cieszyła. „Nikt nie wierzył, że dostanę, ale dostałam pieniądze”, nie?

R4: Wszyscy z wielką radością.

R6: No. (...)

R8: Myślę, że tam były przedstawione te osoby jako (...) tacy ludzie jak każdy z nas, że właściwie te fundusze są dla każdego.

R3: Część była takich osób związanych jakoś tam politycznie z regionem a część była takich po prostu ludzi, którzy tam mieszkają. No i ci ludzie, mieszkańcy, no to widać było tą ich radość, tak? Bo to jednak dla nich był duży plus. (...)

B: A na przykład jeśli chodzi o język, który był w tym filmie użyty, którym ci ludzie mówili i który był w napisach, jak państwo to odbierają? Czy to było takim językiem jak powinno być, czy woleliby państwo żeby to było jakoś inaczej?

R3: Te wszystkie urzędowe wypowiedzi były reżyserowane. To było widać, że one są po prostu powiedziane pod jakiś scenariusz.

R7: Uczył się chłop to się nauczył.

⁸⁶ Biuro Pomocy Technicznej RPO w Wydziale Koordynacji Departamentu Polityki Regionalnej.

R3: Tak, dokładnie.

B: Które wypowiedzi? Wszystkie czy...?

R3: Nie, nie, wszystkie te takie, na przykład tam odnośnie szkoły [wypowiedź dyrektora szkoły], takich pod krawatem gości, tak powiedzmy.

B: A tych nie pod krawatem?

R3: To nie, mi się wydaje, że takie spontaniczne. Raczej by nikt nie napisał scenariusza.

[Zogniskowany wywiad grupowy; B – badacz moderujący wywiad; R – respondent]

Fakt obecności w filmie przedstawicieli lokalnych i regionalnych władz samorządowych nie był odbierany negatywnie. Respondenci wiązali go z chęcią pozyskania przychylności elektoratu, ale w większości uważali, że jest usprawiedliwiony, pod warunkiem jednak, że występujący w filmie urzędnicy rzeczywiście przyczynili się do zrealizowania przedstawionych przedsięwzięć.

R3: Dla tych politycznych też jest duży plus, bo w takim spocie wystąpić, na przykład, że wyremontowałem kościół, no to wiadomo, to jest już tam plus dziesięć procent [w wyborach].

R7: Ale chyba najważniejszą kwintesencją tego całego filmu to była ta końcówka, marszałek Całbecki na końcu: „to ja”.

B: I co pan sądzi o tej końcówce?

R3: Wybory się zbliżają, tak?

R2: „Słuchajcie, wszystko idzie przez moje ręce”.

R7: No być może, być może tak było. Że to właśnie Urząd Marszałkowski przyczynia się do właśnie takiego rozwoju i do pozyskania tych środków w bardzo dużej mierze.

B: A uważają państwo, że to jest usprawiedliwione, to jest w porządku, czy to jest nie ok?

R7: Trzeba się pochwalić, „to jest moje osiągnięcie”.

B: Ale ma pan wrażenie, że pochwalił się tym, na co rzeczywiście wpłynął? Czy pochwalił się cudzymi sukcesami, czy własnymi?

R7: Nie, no chyba swoimi. To jest jego inwestycja.

R3: Mi się wydaje, że to właśnie są inwestycje związane typowo z województwem, tak, z Urzędem Marszałkowskim.

B: Czyli pan ma wrażenie, że ci urzędnicy się chwalili ale jakby mieli się czym chwalić, więc w porządku. A pozostali państwo?

R7: Tak, bo ja bym nie wiedział, że na przykład to...

R5: To w pewnym sensie też marszałek jakby pokazał na co te pieniądze idą, prawda? Nie tylko marszałek, z pozostałymi tam [dyrektorem szkoły i burmistrzem], z panem, który szkołę remontował, halę budował, kościół...

[Zogniskowany wywiad grupowy; B – badacz moderujący wywiad; R – respondent]

Respondenci którzy uważali, że obecność w filmie przedstawicieli władz samorządowych była usprawiedliwiona, lub wręcz wskazana, zarazem podkreślali, że istotną zaletą spotu jest oddanie głosu również „zwykłym” mieszkańcom województwa:

R3: Znaczą dla mnie było dobre to, że właśnie był przeplatany, tak, urzędnik, osoba, mieszkaniak, tak? Że nie był taki, jeżeli to byłoby, czysto taki urzędniczy przekaz podejrzewam, że dostałby znacznie mniej w mojej punktacji.

[Zogniskowany wywiad grupowy; R – respondent]

O tym, że autentyczność jest bardzo istotnym składnikiem udanego filmu promocyjnego, świadczy również sformułowana przez jednego z respondentów krytyka sposobu, w jaki w spocie poinformowano o dostosowaniu jednego z obiektów do potrzeb osób niepełnosprawnych ruchowo. Zdaniem respondenta powinna o tym opowiedzieć osoba

niepełnosprawna, a nie pracownik starostwa powiatowego odpowiedzialny za realizację projektu. Zastrzeżenie to nie rzutowało jednak na ogólny odbiór filmu.

Wrażenie autentyczności udało się osiągnąć w filmie przede wszystkim dzięki zaproszeniu do udziału w nim osób nie będących aktorami, ale także dzięki odpowiedniemu montażowi. Film zawiera między innymi kilka ujęć, które odnoszą się do samej sytuacji filmowania: burmistrz zanim oficjalnie wystąpi przed kamerą poprawia marynarkę, mieszkanka Torunia przysuwa do kamery trzymane na rękach dziecko, przedstawicielka firmy, która kupiła maszynę, po udzieleniu wypowiedzi rozgląda się przez chwilę ze śmiechem, a jej spojrzenie można zinterpretować jako pytanie „jak wypadłam?”. Niektóre osoby występujące w filmie są ponadto w widoczny sposób oświetlone od strony kamery. Wszystkie te elementy (w połączeniu z naturalnością wypowiedzi większości występujących w nim bohaterów) zwiększają wiarygodność filmu, wywołując wrażenie, że jest „nieudawany”.

Montaż, w połączeniu z muzyką, zapewnia, że tempo spotu jest odpowiednie. Pomimo, że film trwa blisko cztery minuty, żaden z respondentów nie uznał go za nudny ani zbyt długi, a niektórzy uważali wręcz, że mógłby trwać dłużej.

Wskazywaną przez respondentów zaletą filmu była różnorodność występujących w nim osób oraz prezentowanych przedsięwzięć; przedstawione inwestycje różniły się zarówno skalą, jak i lokalizacją. Na podstawie przebiegu dyskusji z respondentami można sformułować wniosek, że skutecznej promocji programu sprzyja prezentowanie inwestycji, z których odbiorcy informacji sami mogą skorzystać (jeżeli nie na co dzień, to przynajmniej odwiedzając je, na przykład w celach turystycznych lub rekreacyjnych):

B: A czy na przykład jest jakiś taki rodzaj informacji o tych funduszach, które zawsze państwo pomijają, które są nudne zdecydowanie?

R3: Czyli te, które nas nie interesują, tak?

B: Tak. Ten film wszyscy państwo powyżej połowy skali ocenili i pewnie taka średnia to byłoby koło czwórki. Więc rozumiem, że ten film był w miarę ciekawy. A czy są na przykład takie rodzaje informacji właśnie o tych przedsięwzięciach unijnych, które są właśnie, nudne, nie czytają ich państwo, albo nie oglądają, a jest ich dużo?

R3 : No pewnie takie, które nas nie dotyczą, tak? (...)

B: Pozostali państwo?

R8: Ja się zgodzę.

B: Ale na przykład taka informacja, że gdzieś budują drogę, albo że Farę odnowili, to państwa dotyczy czy nie dotyczy?

R7: Fara to można iść zobaczyć.

B: A powiedzmy, że wyremontowali szpital w Inowrocławiu, albo tam zbudowali...

R7: Za daleko.

B: To państwa interesuje czy nie?

R2: Nie.

R6: Bardziej w Toruniu. (...)

R2: Znaczy większość ludzi się interesuje tym co jest „w moim okręgu, w moim obrębie”. (...) Ja nie wiem co jest z Inowrocławiem, ja w ogóle nie kojarzę... Nawet, szczerze, to mnie nie interesowało. Czy oni wzięli pieniądze z Unii czy nie wzięli.

B: Ale to znaczy, że z zasady wszystko to co by nie dotyczyło Torunia, to by dla państwa nie było ciekawe, czy też na przykład jakieś inne rzeczy na terenie województwa powiedzmy, to byłoby coś, co mogłoby państwa zaciekać?

R3: Mi się wydaje, że chyba byłoby ciekawe. Mówię na swoim przykładzie, Toruń jest moim trzecim miastem, co prawda tu już trochę dłużej jestem, ale mi się wydaje, że się tak chyba, [przynajmniej] z młodszych ludzi, nikt nie wiąże z jednym miastem. Teraz jesteśmy tutaj a co będzie za pięć lat nikt tego nie wie, nie?

B: Pozostali państwo?

R8: Znaczą mnie by zainteresowało coś z innego miasta, coś naprawdę takiego dużego, tak?

B: Dużego, czyli co?

R8: Jakieś SPA na przykład w Chełmży.

R1: To by poruszyło, nie?

B: Czyli coś, z czego mogłaby pani skorzystać, tak?

R8: Tak, tak. Mówię, że to musiałyby być coś takiego naprawdę ok, że warto by się przejechać i nawet to zobaczyć.

[Zogniskowany wywiad grupowy; B – badacz moderujący wywiad; R – respondent]

Wydaje się, że w spocie, którego jakość jest generalnie wysoka, należałoby poprawić jedynie dwa elementy. Po pierwsze, na wyeksponowanie zasługuje adres portalu internetowego, prezentującego informacje na temat przedsięwzięć finansowanych w regionie ze środków unijnych. Ułatwiłoby to osobom zainteresowanym tematem (których grono po obejrzeniu spotu może wzrosnąć) dotarcie do bardziej szczegółowych wiadomości. Wprawdzie adres www.mojregion.eu został przedstawiony na końcowej planszy, wyświetlającej się przez około trzy sekundy, jednak nie był dostrzegany przez odbiorców. Respondenci jako wadę filmu wymieniali brak wskazówki, gdzie osoby zainteresowane mogą uzyskać dalsze informacje, w szczególności na temat możliwości ubiegania się o dotacje.

B: A na przykład czy w tym spocie był państwa zdaniem jakiś element, który by pozwalał dotrzeć do jakichś bardziej szczegółowych informacji na ten temat? Nie wiem, jakiś adres, numer telefonu, strona internetowa?

R1: Ja nie zauważyłam.

R2: No tego właśnie chyba rzeczywiście nie było. Tak, tutaj tych informacji było niewiele. Moim zdaniem takim minusem jeżeli chodzi o dotacje, (...) jest, że ludzie nie wiedzą do kogo się zgłosić. (...) A urząd się reklamuje, ale mógłby trochę bardziej. Bardziej powiedzieć: „o, jesteśmy, tutaj, przyjdź do nas, pod tym adresem. Numer telefonu, strona internetowa”...

[Wywiad diada; B – badacz moderujący wywiad; R – respondent]

Adres powinien zostać przedstawiony na oddzielnej planszy (w analizowanej wersji spotu był umieszczony na planszy zawierającej również informacje o źródłach finansowania filmu oraz logotypy RPO WK-P), a także odczytany przez lektora. Ponadto, powinna mu towarzyszyć jednozdaniowa informacja na temat zawartości portalu, do którego odsyła.

Drugi mankament również dotyczy elementu graficznego. Dynamiczny wykres prezentowany w początkowej części spotu przedstawia wzrost liczby zawartych umów, jednak z informacji umieszczonych na wykresie nie wynika, czego te umowy dotyczą. Z perspektywy promocji programu brak takiej informacji nie ma dużego praktycznego znaczenia. Widok pnących się w górę słupków stanowi jednoznaczny symbol sukcesu i postępu, o czym świadczy choćby poniższy fragment wywiadu z dwójgim mieszkańców województwa:

B: Gdyby państwo powiedzieli najpierw w ogóle co tam [w filmie reklamowym] się po kolei działo...

R1: Czyli od liczby?

R2: No tak, na początku były liczby.

R1: Że się to zwiększa.

R2: I tutaj, że jest coraz więcej tych pieniędzy wykorzystywanych i tak dalej. (...)

B: A czego to były liczby? Mówią państwo, że od liczb.

R2: Ilość podpisanych umów, tak?

B: I co to za umowy? To było dla państwa jasne?

R2: Czy jasne, można skojarzyć. Znaczy nie wiem do końca co to za umowy, ale było tego dużo i było dobrze.

B: A pani zdaniem?

R1: Znaczy też nie wiem, o jakie umowy chodziło, więc...

R2: Ale chyba dobrze [śmiej]. (...)

R1: Widziałam, że były inne lata i potem zdecydowanie wzrosło, więc też to odbieram, że chyba dobrze.

[Wywiad diada; B – badacz moderujący wywiad; R – respondent]

Z myślą o szczególnie wnikliwych widzach, oraz ze względu na zasadę prezentowania informacji w jak najbardziej zrozumiały sposób, wskazane byłoby jednak uzupełnienie prezentowanego wykresu informacją, że dotyczy umów na realizację przedsięwzięć finansowanych z Funduszy Europejskich w ramach RPO WK-P.

4.1.1.2 Imprezy plenerowe w ramach kampanii promocyjnych

Elementem wykorzystywanym w prowadzonych przez Urząd Marszałkowski kampaniach promocyjnych są imprezy plenerowe. W 2010 roku w ramach kampanii *Kujawsko-pomorskie – Mój region w Europie* w 10 miejscowościach regionu zorganizowano festyny promujące realizowane w tych miejscowościach projekty rewitalizacyjne. Zrealizowany cykl imprez zasługuje na pozytywną ocenę przede wszystkim pod dwoma względami. Po pierwsze – imprezy plenerowe udało się skutecznie wykorzystać do promowania projektów realizowanych w ramach RPO WK-P w mediach (a nie tylko wśród uczestników festynów). Relacje z poszczególnych imprez, w których informowano również o przeprowadzonych w danej miejscowości projektach rewitalizacyjnych, ukazywały się w prasie (w dwóch dziennikach) oraz w telewizji regionalnej. Po drugie – kampania, której kluczowym elementem były imprezy plenerowe, służyła promocji RPO WK-P wśród mieszkańców miejscowości, w których zostały zrealizowane sfinansowane w ramach tego programu projekty. Wyniki badań z mieszkańcami regionu wskazują, że informacje o takich przedsięwzięciach, realizowanych w najbliższej okolicy, są dla nich szczególnie atrakcyjne.

Elementem, który warto wprowadzić w przyszłości, jest ściślejsza współpraca (lub przynajmniej konsultacje) pomiędzy Urzędem Marszałkowskim a Urzędami Miast, w których będą organizowane kolejne imprezy promujące RPO WK-P. Taka współpraca zapobiegałaby powstawaniu wśród urzędników samorządów lokalnych poczucia, że zostali pozbawieni wpływu na wydarzenia rozgrywane się na obszarze, za który odpowiadają. W wymiarze praktycznym, współpraca mogłaby sprzyjać promowaniu festynów wśród mieszkańców (na przykład w szkołach).

4.1.2 Współpraca z dziennikarzami

Współpraca z dziennikarzami, w zakresie przekazywania informacji na temat RPO WK-P, jest przez Urząd Marszałkowski⁸⁷ prowadzona na wysokim poziomie. Dziennikarze, z którymi przeprowadzono wywiady, zgodnie podkreślali, że wszelkie informacje na temat RPO WK-P, które otrzymują od służb prasowych Urzędu Marszałkowskiego, są przygotowywane w profesjonalny sposób. Szczególnie istotną zaletą tych materiałów, które niejednokrotnie dotyczą skomplikowanej tematyki, jest przystępny język.

Ciekawe jest to, co się rzadko zdarza w urzędach, że my dostajemy [z Urzędu Marszałkowskiego] informacje prasowe i (...) to jest po dziennikarsku przygotowana robota, naprawdę.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z dziennikarzem]

⁸⁷ Zadanie te realizuje obecnie Biuro Prasowe (kierowane przez Rzecznika) oraz Biuro Promocji Funduszy Unijnych – obie komórki należą do Gabinetu Marszałka.

Depesze są jasne, przejrzyste, klarownie napisane. Poziom ogólności tych depesz jest absolutnie wystarczający, nam daje najważniejsze informacje a nie zaśmieca głowy przepisami, których tak naprawdę nie powiedzmy sobie szczerze my i tak nie ujmujemy.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z dziennikarzem]

Jedyne zastrzeżenie, sformułowane przez dziennikarzy, dotyczyło przypadków rozbieżności pomiędzy kolejnymi przekazanymi przez Urząd Marszałkowski informacjami:

Czasem zdarzają się drobne takie potknięcia w treści informacji prasowej, którą dostajemy. Czyli na przykład kwota podana w tej informacji różni się od kwoty, która prezentowana była na konferencji prasowej. Trzeba po prostu zachować czujność i gdzieś tam dopilnować, no bo zdarzają się potknięcia.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z dziennikarzem]

Organizacja konferencji prasowych oraz innych wydarzeń, do których relacjonowania zapraszani są dziennikarze, jest ich zdaniem odpowiednia (drobną wadą jest natomiast nieprzestrzeganie dyscypliny czasowej przez niektórych występujących).

Konferencje prasowe, uważam, że są bardzo dobrze organizowane. Jest zazwyczaj zaproszony odpowiedni wachlarz gości (...). Każdy z rozmówców ma odpowiedni czas wypowiedzi. No czasem się zdarza, że mówi trochę dłużej, to może jest mankamentem, że czasem te konferencje trochę trwają za długo. Ale generalnie sama organizacja [konferencji prasowych] uważam, że jest naprawdę dobra.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z dziennikarzem]

Dziennikarze pozytywnie oceniają również stwarzane przez Urząd Marszałkowski możliwości docierania do osób będących odpowiednimi informatorami w zakresie poszczególnych tematów: przede wszystkim do pracowników Departamentu Wdrażania RPO lub Wydziału Zarządzania RPO, ale w razie potrzeby również do beneficjentów programu. Zauważają również, że służby prasowe Urzędu Marszałkowskiego zazwyczaj nadążają za wymagającym tempem, w jakim pracują media.

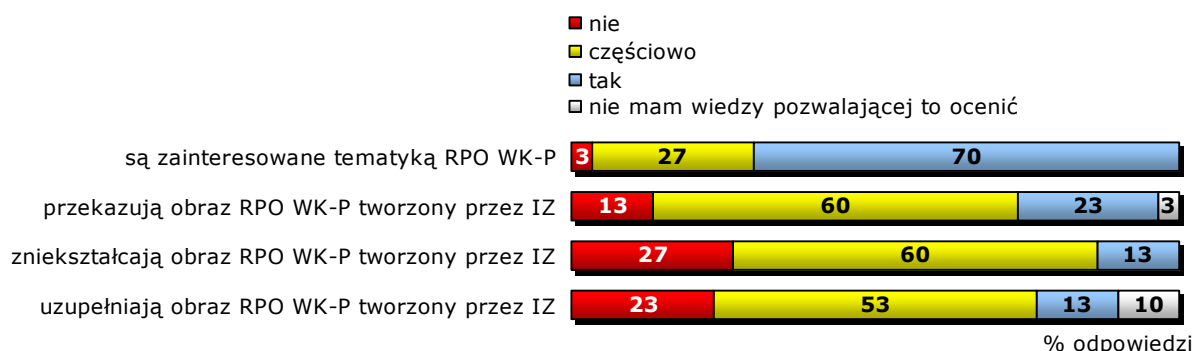
B: A czy poza konferencjami łatwo dotrzeć do pracowników [Urzędu Marszałkowskiego], którzy są odpowiedzialni za jakieś [interesujące dziennikarza] kwestie?

R: Nie ma żadnego problemu (...), żeby dotrzeć do ludzi. Nawet jeżeli nie ma jakiejś konferencji prasowej, to w normalnym dniu, kiedy wymyślę sobie jakiś temat, absolutnie [nie ma] żadnego problemu.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z dziennikarzem; B – badacz prowadzący wywiad, R- respondent]]

Efektywnej współpracy pomiędzy Urzędem Marszałkowskim a dziennikarzami sprzyja nie tylko profesjonalne wykonywanie zadań przez służby prasowe Urzędu, lecz także duże zainteresowanie mediów zagadnieniami związanymi z RPO WK-P. Zainteresowanie to jest deklarowane przez samych dziennikarzy, ale także odczuwane przez pracowników Urzędu Marszałkowskiego zaangażowanych w prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych – 70% z nich uważa, że media są zainteresowane tematyką RPO WK-P.

Większość (60%) pracowników Urzędu Marszałkowskiego, zajmujących się działaniami informacyjnymi i promocyjnymi, częściowo zgadza się z opinią, że media przekazują tworzony przez nich obraz RPO WK-P. Zarazem również większość zgadza się częściowo z opinią, że media ten obraz zniekształcają (60%) oraz że go uzupełniają (53%) – porównaj: Wykres 62. Sytuacja, w której media nie są wyłącznie przekazywaniem informacji pochodzących od władz, jest zgodna z postulowaną w demokratycznym państwie zasadą niezależności mediów.

Wykres 62: Jaką rolę odgrywają media w przedstawianiu RPO WK-P? Proszę zaznaczyć, czy zgadza się Pani z poniższymi stwierdzeniami. [N=30]


Źródło: Badanie ankietowe pracowników Urzędu Marszałkowskiego, Dyspersja 2011

Z perspektywy przekazywania informacji na temat RPO WK-P opinii publicznej, zastrzeżenia budzą przypadki koncentrowania się przez media na niedociągnięciach, których znaczenie jest marginalne (takich jak nie dość atrakcyjny wygląd choinek przekazanych przez Urząd Marszałkowski mieszkańcom miast, w których prowadzono projekty rewitalizacyjne, w ramach promocji tych projektów – w grudniu 2010 ta sprawa urosła nieomal do rangi skandalu). Niektórzy beneficjenci zwracali także uwagę na niewielkie błędy, popełniane czasem przez dziennikarzy przygotowujących materiały dotyczące RPO WK-P (na przykład mylenie nazwy programu z nazwą funduszu, z którego jest współfinansowany). Zmniejszeniu skali tego typu błędów służyło szkolenie dla dziennikarzy, wprowadzające ich w tematykę RPO WK-P, zorganizowane przez Urząd Marszałkowski wkrótce po rozpoczęciu wdrażania programu.

Nadmierna koncentracja mediów na błahych kwestiach (które jednak mogą skutecznie przyciągnąć uwagę odbiorców) oraz pojawiające się niekiedy błędy merytoryczne są niewielkimi problemami, w zestawieniu ze zdecydowanie pozytywnymi przykładami zaangażowania mediów w przedstawianie opinii publicznej istotnych zakłóceń w przebiegu wdrażania RPO WK-P. Zakłócenia te polegały na długotrwałych opóźnieniach w ocenie wniosków składanych przez przedsiębiorców w ramach 5 Osi priorytetowej.

Obszarem, w którym mediom przydatne byłoby dodatkowe wsparcie, jest warstwa wizualna. Na pozytywne przyjęcie może liczyć udostępnianie przez Urząd Marszałkowski makiet obiektów, które uzyskały dotację z RPO WK-P⁸⁸ (zwłaszcza obiektów, które jeszcze nie zostały zbudowane – a więc nie można sfilmować ich ani sfotografować), komputerowych wizualizacji, filmów, a także profesjonalnych zdjęć z wydarzeń związanych z realizacją RPO WK-P.

Może pod kątem myślenia właśnie o tych instytucjach, które operują obrazem, [przydatne byłoby] przygotowywanie jakiejś makiety czy wizualizacji. Teraz już coraz częściej się zdarzają wizualizacje komputerowe, ale przydałoby się ich więcej. Nie mówię, że do tych małych inwestycji, ale do tych większych. (...) Tak jak było z mostem. Była makieta, była wizualizacja. Także most, którego nie było już dwa lata temu mogliśmy pokazać. (...), Policja wrzuca filmiki na serwer. Czemu by nie miał tego robić urząd, może sprawdziłoby się to.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z dziennikarzem]

Dziennikarze, odnosząc się przychylnie do pomysłu udostępniania przez Urząd Marszałkowski materiałów wizualnych przedstawiających efekty projektów

⁸⁸ Tak jak to miało miejsce w przypadku astrobaz.

sfinansowanych z funduszy unijnych, akcentowali potrzebę zapewnienia profesjonalnego poziomu zdjęć prasowych:

Bo generalnie wie pan jakie są zdjęcia urzędnicze. Jest stół, siedzą cztery osoby i takie zdjęcia potrafi ktoś wstawić na stronę jakiegoś urzędu. Na przykład my potrzebujemy zdjęcia inwestycji, ale też z ludźmi. Ale fajnie by było gdyby przesyłali. Ale podejrzewam, że by musieli kogoś zatrudnić do robienia takich zdjęć. (...) My nie dajemy w gazecie zdjęcia inwestycji. My byśmy musieli mieć, że nam pokazuje [przedsiębiorca], że dostał, dzięki temu tutaj stanie za chwilę hala, no to jest dla nas zdjęcie. Ale jak sama dziura, to takich zdjęć nie dajemy. Ale fakt, że przydałby się serwis zdjęciowy taki porządny.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z dziennikarzem]

Rozbudowanie przez Urząd Marszałkowski zasobu materiałów wizualnych, prezentujących efekty realizacji projektów, byłoby przydatne również przy prowadzeniu przez Urząd własnych działań informacyjnych i promocyjnych, dotyczących RPO WK-P (taką sugestię zgłosił jeden z uczestniczących w badaniu pracowników Urzędu).

Z kolei do dalszego zmniejszenia liczby merytorycznych nieścisłości, występujących w materiałach przygotowywanych samodzielnie przez dziennikarzy, mogłoby się przyczynić opracowanie i przekazanie im krótkiego (maksymalnie dwustronicowego) słowniczka, przypominającego najważniejsze pojęcia związane z wdrażaniem RPO WK-P. Wydaje się natomiast, że udział w ewentualnym ponownym szkoleniu poświęconym RPO WK-P byłby dla znacznej części dziennikarzy nadmiernie absorbujący.

4.2 Informowanie (potencjalnych) beneficjentów

4.2.1 Średnie ocen przyznane przez odbiorców

Wśród potencjalnych beneficjentów Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego w Toruniu, wraz z działającym przy nim Punktem Informacyjnym oraz Punktem Konsultacyjnym, za działalność w zakresie udzielania informacji dotyczących RPO WK-P uzyskał średnią ocenę 4,1. Średnia łączna ocena punktów informacyjnych, prowadzonych przez Urząd Marszałkowski w innych miastach regionu, wyniosła 4,2. Respondenci korzystali ze skali od 1 (ocena najniższa) do 6 (ocena najwyższa), a zatem oceny te odpowiadają szkolnej „czwórce”.

Wśród beneficjentów średnia ocen działalności Urzędu Marszałkowskiego w Toruniu w zakresie udzielania informacji na temat RPO WK-P była wyższa, niż wśród potencjalnych beneficjentów: osiągnęła poziom 4,7. Wśród firm wartość ta była nieco niższa (4,5), niż średnie ocen przyznanych przez JST (5,0) oraz przez inne podmioty (5,2). Średnia ocen przyznanych przez beneficjentów punktom informacyjnym działającym w delegaturach Urzędu Marszałkowskiego, zlokalizowanych poza Toruniem, wyniosła 4,4, była zatem nieco niższa niż wartość wskazań dla Urzędu Marszałkowskiego w Toruniu (w przypadku potencjalnych beneficjentów różnica pomiędzy ocenami nie była istotna statystycznie).

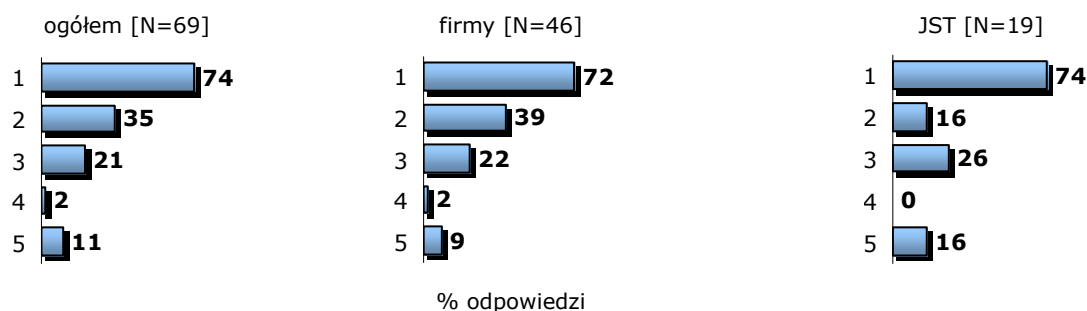
4.2.2 Problemy

Pomimo średnich ocen zawierających się pomiędzy szkolną „czwórką” a „piątką”, działalność informacyjna Urzędu Marszałkowskiego nie jest oceniana jednoznacznie pozytywnie. Spośród beneficjentów, którzy mieli poczucie, że zetknęli się z błędnymi informacjami na temat RPO WK-P (do tej grupy należał co piąty beneficjent), około trzy czwarte (74%) jako źródło błędnych informacji wskazało Urząd Marszałkowski. Na kolejnych miejscach, ze znacznie niższym odsetkiem wskazań, znaleźli się zewnętrzni doradcy (35%) oraz media (21%) – porównaj: Wykres 63.

Wykres 63: Skąd pochodziły błędne informacje na temat RPO WK-P, z którymi się Pan(i) zetknął (zetknęła)?⁸⁹

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy stwierdzili, że zetknęli się z błędnymi informacjami na temat RPO WK-P.

- 1 - od pracownika Urzędu Marszałkowskiego 4- z organizacji zrzeszającej przedsiębiorców
2 - od zewnętrznego doradcy 5 - z innego źródła
3 - z mediów



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Najczęstsze wskazywanie jako źródła błędnych informacji Urzędu Marszałkowskiego jest związane z faktem, że jako instytucja odpowiedzialna za wdrażanie RPO WK-P, prowadzi działalność informacyjną dotyczącą tego programu na skalę znacznie większą, niż jakakolwiek inna instytucja. Dlatego liczbę respondentów, którzy wskazali poszczególne instytucje jako źródło błędnych informacji, warto odnieść do liczby respondentów, którzy korzystali z danego źródła. Taki zabieg pozwala usunąć efekt skali. Odbiorcy, którzy jako źródło błędnych informacji wskazali Urząd Marszałkowski, stanowią 16% spośród tych, którzy czerpali wiadomości na temat RPO WK-P z tego źródła. W przypadku firm doradczych analogiczny odsetek wynosi 10%, a w przypadku mediów 4% (przy czym należy zauważyć, że media przekazują zazwyczaj informacje mało szczegółowe, a zatem w niewielkim stopniu podatne na ryzyko błędu). Taki wynik trudno uznać za satysfakcjonujący dla Urzędu Marszałkowskiego.

Urząd Marszałkowski został wskazany jako źródło błędnych informacji dotyczących RPO WK-P również przez co drugiego spośród potencjalnych beneficjentów, którzy stwierdzili, że (w jakikolwiek sposób) zetknęli się z błędnymi informacjami na temat tego programu⁹⁰. Należy zaznaczyć, że zbiorowość potencjalnych beneficjentów przekonanych, że uzyskali błędne informacje – będąca w tym przypadku podstawą oprocentowania – jest niewielka: należy do niej tylko co dziesiąty spośród potencjalnych beneficjentów, do których dotarły informacje na temat RPO WK-P.

Krytyczne opinie części beneficjentów i potencjalnych beneficjentów, dotyczące udzielania informacji na temat RPO WK-P przez Urząd Marszałkowski, nie są bezpodstawne.

Późne publikowanie części istotnych informacji związanych z prowadzonymi w ramach RPO WK-P konkursami niejednokrotnie narażało na poważne trudności instytucje, które przygotowując projekty bazowały na aktualnie dostępnej wiedzy. Przykładem takiej sytuacji jest dołączanie do informacji o konkursie *Metodologii oceny kryteriów wyboru projektów*, która będzie w nim stosowana, na krótko przed terminem naboru wniosków. Potencjalni beneficjenci, którzy zauważyli, że taki dokument został opublikowany, stawali przed potrzebą zmienienia przygotowanego wniosku (jeżeli nie chcieli tracić szansy na

⁸⁹ Nie przedstawiono odrębnie wyników dla „innych podmiotów”, ponieważ w ich imieniu na pytanie odpowiadało zaledwie czterech respondentów.

⁹⁰ W związku z tym wynik niekorzystny dla Urzędu Marszałkowskiego opiera się na rozkładzie odpowiedzi wśród zaledwie 20 respondentów.

zdobycie możliwie dużej liczby punktów). Natomiast ci, którzy nie zdążyli zorientować się, że wśród obszernej listy dokumentów dotyczących konkursu pojawił się dodatkowy, mieli mniejsze szanse na uzyskanie finansowania, niż instytucje, które zdążyły dostosować swój projekt do *Metodologii*.

Opisana sytuacja miała miejsce na przykład przy konkursie RPOWK 21/V/5.2.2/2009. Zgodnie z ogłoszeniem z 20 października 2009 roku, nabór planowano na drugą połowę stycznia 2010 roku; następnie został przesunięty na marzec 2010 roku. Tymczasem obowiązująca w tym konkursie *Metodologia oceny kryteriów wyboru projektów* została przyjęta dopiero 12 lutego 2010 roku, kiedy – jak można przypuszczać – znaczna część instytucji miała już przygotowane wnioski (sporządzone z myślą o złożeniu ich w styczniu). Z kolei wersja *Metodologii oceny kryteriów wyboru projektów* obowiązująca w innym przykładowym konkursie, RPOWK 60/V/5.1/2010, pochodzi z dnia (8 kwietnia 2011 roku) poprzedzającego zaledwie o trzy dni rozpoczęcie, a o 14 dni zakończenie naboru wniosków⁹¹.

Potencjalni beneficjenci i beneficjenci jako dezinformację odbierają również zmiany terminów naborów projektów oraz znaczne wydłużanie początkowo podawanego czasu oceny wniosków. Takie sytuacje poważnie utrudniają beneficjentom włączenie planowanej inwestycji w strategię rozwoju instytucji. Zdarza się wręcz, że beneficjent otrzymuje dofinansowanie na tyle późno, że rezygnuje z realizacji zaplanowanego projektu. W przypadku projektów budowlanych przedłużająca się ocena wniosków rodzi ryzyko wygaśnięcia pozwoleń na budowę uzyskanych na etapie przygotowywania wniosku o dofinansowanie.

Opóźnienia w ocenie wniosków stanowią poważną usterkę procesu wdrażania RPO WK-P. Z perspektywy ewaluacji działań informacyjnych i promocyjnych za dodatkowy mankament należy uznać przypadki zbyt późnego informowania o przesunięciach terminu oceny. Informacja o przedłużeniu oceny formalnej prowadzonej w ramach konkursu RPOWK 20/V/5.2.2/2009 do 31 stycznia 2011 roku, na podstawie uchwały Zarządu Województwa z 18 stycznia 2011 roku, pojawiła się w portalu www.mojregion.eu 25 stycznia 2011 roku⁹². Termin uległ przedłużeniu o 43 dni robocze, co oznacza, że nie tylko zamieszczenie informacji w serwisie internetowym, ale także podjęcie uchwały, miało miejsce po upływie pierwotnego terminu oceny.

Z perspektywy pracowników Urzędu Marszałkowskiego odpowiedzialnych za działania informacyjne i promocyjne, tego rodzaju sytuacje stanowią kontekst utrudniający terminowe przekazywanie beneficjentom i potencjalnym beneficjentom spójnych informacji (na przykład informacja o uchwale nie może zostać przekazana, dopóki uchwała ta nie zostanie podjęta). Natomiast z perspektywy instytucji zainteresowanych uzyskaniem dotacji lub realizujących projekty, proces wdrażania RPO WK-P oraz informacje na temat jego przebiegu są ze sobą nierozdzielnie związane.

Do sytuacji, która była dla potencjalnych beneficjentów bardzo niedogodna, doszło także w związku z konkursem RPOWK 36/III/3.1/2010. Po unieważnieniu tego konkursu uchwałą Zarządu Województwa z 8 czerwca 2010 roku, 12 sierpnia 2010 roku ogłoszono konkurs RPOWK 46/III/3.1/2010, w ramach którego przewidziano nabór wniosków trwający od 19 października 2010 do 2 listopada 2010 roku. W drugim konkursie, w porównaniu z pierwszym, wprowadzono istotną i nie sygnalizowaną wcześniej zmianę: wsparcie nie mogło już być przyznawane na „przebudowę obiektów sportowo-rekreacyjnych placówek edukacyjnych”. W efekcie znaczna część projektów opracowanych z myślą o pierwszym konkursie nie mogła zostać wykorzystana w drugim. Tymczasem okres niespełna trzech miesięcy (od ogłoszenia drugiego konkursu do określonego w ogłoszeniu terminu zakończenia naboru projektów) jest na tyle krótki, że

⁹¹ Należy zaznaczyć, że sam fakt przygotowania i opublikowania takiego dokumentu zasługuje na ocenę zdecydowanie pozytywną, ponieważ *Metodologia* zwiększa obiektywność procesu oceny wniosków.

⁹²<http://www.mojregion.eu/regionalny-program-operacyjny-wojewodztwa-kujawsko-pomorskiego/konkursy/ogloszenia/os-priorytetowa-5/czytaj/items/przedluzenie-oceny-formalnej-konkursu-nr-rpo-wk-p-20v5222009-ogloszonego-w-ramach-dzialania-522.9267.html>

nie gwarantuje możliwości przygotowanie projektu dotyczącego inwestycji budowlanej oraz zgromadzenia wymaganych załączników do wniosku.

Problemem jest ponadto niesygnalizowanie, w dziale *Aktualności* portalu www.mojregion.eu, zmian wprowadzanych (ze znaczną częstotliwością) w dokumentach dotyczących tego programu, a także niezaznaczanie w kolejnych wersjach zmian wprowadzonych w stosunku do wersji poprzednich. Z relacji respondentów wynika, że w takiej sytuacji zdarza się, że również pracownicy Punktów Informacyjnych nie są w stanie przedstawić zakresu wprowadzonych zmian.

W celu złożenia prawidłowego wniosku, a nawet ustalenia, czy istnieje szansa zdobycia dofinansowania na realizację planowanego przedsięwzięcia, konieczne jest zapoznanie się z różnymi, wzajemnie powiązаныmi dokumentami. Wielość tych dokumentów stanowi poważną barierę dla instytucji niespecjalizujących się w pozyskiwaniu dotacji z RPO WK-P i nie mających dużego doświadczenia w tym zakresie. Pokonanie tej bariery ułatwiłoby opracowanie przeznaczonych dla potencjalnych beneficjentów przewodników, zawierających przedstawioną w przystępny sposób syntezę informacji pochodzących z różnych źródeł. Do pewnego stopnia taką rolę pełni *Vademecum Beneficjenta*, które jest jednak zbyt mało szczegółowe. Poszczególne przewodniki powinny zostać poświęcone poszczególnym Osiom priorytetowym, lub wręcz Działaniom. Dodatkowy przewodnik, stanowiący wprowadzenie do całego cyklu, powinien informować o tym, jakiego rodzaju instytucje i na realizację jakiego rodzaju projektów mogą uzyskać wsparcie w ramach poszczególnych Osi priorytetowych i Działań (przy czym informacje na ten temat powinny zostać uporządkowane według typu beneficjentów, a nie według struktury programu).

Co więcej, pomiędzy różnymi dokumentami występują niespójności, dotyczące choćby kwalifikowalności wydatków. Wątpliwości beneficjentów budzi na przykład fakt, że na *Liście wydatków kwalifikowanych w poszczególnych działaniach RPO WK-P*, wśród wydatków kwalifikowanych w Działaniu 5.1 figurują między innymi "wydatki osobowe związane z realizacją projektu dotyczące pracownika/pracowników"⁹³, podczas gdy w rozporządzeniu, na podstawie którego jest udzielane wsparcie w przypadku wystąpienia w projekcie pomocy publicznej (do którego odsyłają ogłoszenia o konkursach prowadzonych w ramach tego Działania)⁹⁴ takie wydatki nie zostały wymienione wśród wydatków kwalifikowanych⁹⁵. Inna różnica pomiędzy wydatkami kwalifikowanymi wymienionymi we fragmencie *Listy wydatków kwalifikowanych w poszczególnych działaniach RPO WK-P* dotyczącym 5 Osi priorytetowej RPO WK-P, a wydatkami kwalifikowanymi wymienionymi w przywołanym rozporządzeniu, polega na tym, że pierwszy dokument nie przewiduje możliwości dofinansowania środków transportu innych, niż specjalistyczne, natomiast w drugim dokumencie nie ma takiego zawężenia.

4.2.3 Punkty informacyjne i wydziały „merytoryczne”

Gdy potencjalni beneficjenci lub beneficjenci napotykają informacje na temat RPO WK-P, które są sprzeczne lub niejasne, kluczowe znaczenie ma dla nich szybkie uzyskanie rozstrzygnięcia, na którym będą mogli polegać. Często jest to trudne.

Problemami zgłaszanymi przez beneficjentów, potencjalnych beneficjentów oraz firmy doradcze są przede wszystkim:

- praktyka cytowania przez pracowników Punktów Informacyjnych fragmentów dokumentów, zamiast wyjaśniania zgłaszanych przez Klientów wątpliwości (jest to

⁹³ Porównaj: *Lista wydatków kwalifikowanych w poszczególnych działaniach RPO WK-P*, stanowiąca Załącznik VI do *Uszczegółowienia RPO WK-P na lata 2007-2013* z 17 marca 2011 roku.

⁹⁴ Tj. w *Rozporządzeniu Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 20 maja 2009 roku w sprawie udzielania pomocy na wzmacnianie potencjału instytucji otoczenia biznesu w ramach regionalnych programów operacyjnych* (Dz. U. Nr 85, poz. 719.)

⁹⁵ Być może – ale beneficjent nie jest tego pewien – można byłoby je zaliczyć do „prac związanych z przygotowaniem nowej inwestycji”, wymienionych w par. 9 pkt. 7 Rozporządzenia.

szczególnie frustrujące, gdy wątpliwości dotyczą interpretacji tych właśnie dokumentów),

- przypadki udzielania przez pracowników Urzędu Marszałkowskiego informacji, które okazują się nieprawidłowe.

Występowanie obu opisanych problemów potwierdzają wyniki badania Tajemniczy Klient oraz przekazana przez uczestnika badania odpowiedź, jaką otrzymał z Punktu Informacyjnego.

Niezadowolone instytucje ubiegających się o dotacje lub realizujących projekty budzi także:

- zastrzeganie przez Punkty Informacyjne, że nie ponoszą odpowiedzialności za czynności podjęte na podstawie informacji, które przekazują,
- niejednokrotnie długotrwałe oczekiwanie na oficjalną (wiązącą) odpowiedź na pytania kierowane do Wydziału Zarządzania RPO lub Departamentu Wdrażania RPO oraz brak wyraźnie określonego terminu udzielania takich odpowiedzi.

Założenie, zgodnie z którym Punkty Informacyjne zaspakajają oczekiwania Klientów uzyskując – w razie potrzeby – odpowiedzi dotyczące bardziej skomplikowanych zagadnień z odpowiednich komórek⁹⁶, nie jest spełnione.

Podczas realizacji dotowanego przedsięwzięcia wsparciem służy beneficjentowi opiekun projektu. Natomiast na etapie podejmowania decyzji dotyczącej ubiegania się o dofinansowanie oraz przygotowywania wniosku o dofinansowanie (gdy wątpliwości może być nawet więcej), instytucje rozważające aplikowanie o dotację z RPO WK-P nie mają bezpośredniego dostępu do pracowników Urzędu Marszałkowskiego (poza konsultantami punktów informacyjnych), którzy byłiby zobowiązani do udzielania odpowiedzi na zadawane przez nich pytania. W takiej sytuacji wypracowane wcześniej kontakty z pracownikami Wydziału Zarządzania RPO lub Departamentu Wdrażania RPO stają się cennym kapitałem. W ten kapitał relacji partnerzy społeczni uczestniczący w procesie wdrażania programu, firmy doradcze oraz beneficjenci, którzy już realizowali projekty w ramach RPO WK-P, są zazwyczaj wyposażeni znacznie lepiej, niż pozostałe instytucje. Prowadzi to do nierównowagi w dostępie do informacji.

Ocena funkcjonowania Punktów Informacyjnych została dokonana w oparciu o analizę odpowiedzi udzielonych przez konsultantów na pytania przedstawicieli przedsiębiorstw zainteresowanych uzyskaniem wsparcia z RPO WK-P. Udzielone odpowiedzi zostały zweryfikowane pod kątem komunikatywności, poprawności merytorycznej, kompleksowości oraz dostępności rozumianej jako łatwość ich uzyskania.

Dane kontaktowe Punktów Informacyjnych niezbędne potencjalnym beneficjentom RPO WK-P do zadania pytań, publikowane w portalu www.mojregion.eu, okazały się niekompletne. Jednemu z sześciu Punktów, Głównemu Punktowowi Informacyjnemu, nie jest przypisany adres poczty elektronicznej, a jedynie telefon i adres siedziby.

⁹⁶ Porównaj: *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013*, s. 14.

Rysunek 2: Niekompletne dane Głównego Punktu Informacyjnego**Dane kontaktowe****Główny Punkt Informacyjny - Toruń**

Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego

Plac Teatralny 2

tel. (56) 62 18 409, (56) 62 18 341

poniedziałek, środa, czwartek 7.30-15.30

wtorek 7.30-18.00, piątek 7.30-14.00

Źródło: Portal www.mojregion.eu

Informacje o pozostałych Punktach pozwalają potencjalnym zainteresowanym na nawiązanie kontaktu zarówno drogą telefoniczną jak i mailową, wydaje się jednak, że nie wystarczy to by ocenić je jako kompletne. Przeprowadzona ocena Punktów nie obejmowała osobistych wizyt ani przesyłania zapytań faksem, co ogranicza zakres wyciągania wniosków dotyczących dostępności Punktów. Warto jednak zwrócić uwagę, że dane Punktów zamieszczone na stronie www.mojregion.eu nie zawierają numerów faksów (w przypadku żadnego z Punktów) ani numerów pokoiów, w których urzędują konsultanci (w przypadku pięciu na sześć lokalizacji).

Szybkość reakcji konsultantów również wzbudziła zastrzeżenia. W przypadku jednego z Punktów odebranie telefonu miało miejsce dopiero przy trzeciej próbie połączenia, natomiast zapytanie przesłane pocztą elektroniczną do innego z Punktów nie doczekało się odpowiedzi w ciągu trzech dni, przewidzianych w regulaminie.

Ocena jakości merytorycznej udzielonych odpowiedzi nie jest zadowalająca, wypada jednak zdecydowanie lepiej w przypadku kontaktów za pośrednictwem poczty elektronicznej, niż telefonu. Poprawną i rozstrzygającą odpowiedź za pierwszym razem przesłało pięć z sześciu Punktów. Odpowiedź konsultanta, która negatywnie wpływa na ogólną ocenę pod względem tego kryterium została uznana za nieprawidłową nie z powodu ewidentnego błędu, lecz niedbałego sformułowania, które praktycznie uniemożliwiało jej zrozumienie. Brak czasownika w funkcji orzeczenia w najważniejszym zdaniu przesłanej odpowiedzi powoduje, że całość traci sens i odbiorca informacji może jedynie z kontekstu domniemywać, czy reprezentowana przez niego instytucja kwalifikuje się do uzyskania dotacji. Opisany Punkt jest jednocześnie tym, który jako jedyny nie zareagował na zapytanie w ciągu trzech dni i przesłał odpowiedź dopiero po jego ponowieniu.

Znacznie gorsze okazały się rezultaty zapytań telefonicznych, z których aż trzy nie zostały uznane za wystarczające. Dwa z sześciu Punktów przy pierwszym kontakcie udzieliły błędnej odpowiedzi. Trzecia odpowiedź nie wprowadziła Klienta w błąd, ale miała niewielką wartość informacyjną, ponieważ konsultant mechanicznie odczytywał przez telefon typy projektów wymienione w ogłoszeniu, wielokrotnie przekręcając słowa oraz podkreślając, że można uzyskać dotację na rodzaj przedsięwzięcia, którego pytanie akurat nie dotyczyło.

Ponieważ schemat realizacji badania powinien w możliwie najlepszy sposób odwzorowywać rzeczywisty przebieg konsultacji, zadaniem osób pełniących rolę Klientów było upewnianie się, że uzyskana informacja jest poprawna i czy mogą się na niej opierać. W przypadku zapytań telefonicznych miało to pozytywny wpływ na ostateczny

efekt konsultacji, ponieważ dwaj pracownicy Punktów, którzy udzielili niepoprawnych odpowiedzi zaproponowali, że jeszcze je zweryfikują, dzięki czemu podczas ponownego kontaktu Klienci zostali wyprowadzeni z błędu.

Wyraźny problem sprawiało większości konsultantów dostosowanie poziomu udzielanych porad do kompetencji Klienta. W odpowiedzi na dwa z trzech zapytań mailowych skierowanych przez Klientów nie posiadających żadnej wiedzy o funduszach, nadeszły odpowiedzi niedostosowane do kompetencji odbiorcy. Problem z niedostosowaniem poziomu nie wystąpił natomiast w przypadku trzech zapytań mailowych, których nadawcy przejawiali wyższe kompetencje w zakresie terminologii unijnej. Nieumiejętność prowadzenia konsultacji językiem dostosowanym do poziomu wiedzy Klientów była najczęstszym problemem zaobserwowanym podczas rozmów telefonicznych. Aż cztery z sześciu porad udzielonych tą drogą były naszpikowane terminologią, która dla Klientów miała prawo być niezrozumiała. Powszechnym zjawiskiem jest zwłaszcza zakładanie przez konsultantów znajomości pełnych i skróconych nazw programów, Osi, Działań oraz takich terminów jak alokacja, koszty kwalifikowane, projekt własny.

Kryterium oceny, mającym za zadanie opisać zaangażowanie konsultantów w wykonywanie pracy, była kompleksowość udzielanych porad. W tym wypadku przedmiotem obserwacji było wychwytywanie przez pracowników Punktów wszelkich aspektów wypowiedzi Klientów, które pozwalały na trafniejsze sformułowanie porady. W treści zapytań potencjalnych beneficjentów, poza głównym problemem, o którego wyjaśnienie prosili, zawarte były dodatkowe przesłanki pozwalające na znacznie szersze potraktowanie ich sprawy, lub wskazówki sugerujące, że Klienci posiadają błędne przekonania, które należałoby sprostować. Za kompleksowe zostały uznane trzy z sześciu porad telefonicznych oraz pięć z sześciu przesłanych e-mailem.

Negatywnym wynikiem zakończyło się zapytanie e-mailowe przesłane testowo do wszystkich Punktów Informacyjnych. Brak koordynacji we współpracy objawił się przesłaniem aż przez trzy Punkty niemal identycznych odpowiedzi.

Jedynym aspektem oceny, w przypadku którego nie stwierdzono żadnych uchybień było poprawne oznakowanie e-maili (imieniem i nazwiskiem konsultanta, nazwą i danymi kontaktowymi Punktu, adresem regionalnego portalu poświęconego funduszom unijnym, zastrzeżeniem dotyczącym odpowiedzialności prawnej oraz logotypami).

Warto także zwrócić uwagę na niekonsekwencję dotyczącą klauzuli o nieponoszeniu przez Punkty Informacyjne odpowiedzialności za następstwa czynności podjętych na podstawie informacji, których udzieliły: takie zastrzeżenie jest zawarte tylko w listach przesyłanych pocztą elektroniczną, natomiast nie dowiadują się o nim Klienci kontaktujący się z Punktami telefonicznie. Ponadto, jeżeli Punkty Informacyjne udzielają informacji niewiążących, to zarazem powinny wskazywać, w jaki sposób osoba zainteresowana uzyskaniem informacji, na której będzie mogła polegać, może uzyskać oficjalną, pisemną odpowiedź Instytucji Zarządzającej.

Wyniki badania Punktów Informacyjnych metodą Tajemniczy Klient podsumowuje Tabela 9. W poszczególnych polach tabeli umieszczono pary liczb, oddzielone ukośnikiem. Pierwsza liczba mówi o tym, ile punktów spełniło dane kryterium, a druga - ile punktów informacyjnych było testowanych pod względem tego kryterium.

Tabela 9: Wyniki badania tajemniczy klient [uzyskana liczba punktów/maksymalna liczba punktów możliwa do uzyskania]

Kryterium oceny	Zapytania telefoniczne	Zapytania e-mailowe	Zapytania ogółem
DOSTĘPNOŚĆ			
Poprawne i dostępne dane kontaktowe w portalu (numer telefonu / adres e-mail)	6/6	5/6	11/12
Szybka reakcja (odebranie telefonu za pierwszym razem / e-mail z odpowiedzią w ciągu 3 dni)	5/6	5/6	10/12
Udzielenie odpowiedzi podczas pierwszego kontaktu	3/6	5/6	8/12
JAKOŚĆ MERYTORYCZNA			
Poprawna i rozstrzygająca odpowiedź podczas pierwszego kontaktu	3/6	5/6	8/12
Poprawna i rozstrzygająca odpowiedź podczas pierwszego lub kolejnego (któregokolwiek) kontaktu	5/6	5/6	10/12
KOMUNIKATYWNOŚĆ			
Dostosowanie odpowiedzi do poziomu kompetencji Klienta	2/6	4/6	6/12
KOMPLEKSOWOŚĆ			
Udzielenie wyjaśnienia jako reakcja na ujawnione przez Klienta posiadanie błędnej wiedzy lub zwrócenie uwagi na aspekty niedostrzegane przez Klienta, które mogą mieć decydujące znaczenie dla sprawy	3/6	5/6	8/12
KOORDYNACJA			
Liczba Punktów Informacyjnych, które wysłały zbędne odpowiedzi na zapytanie skierowane na kilka adresów, w odniesieniu do liczby Punktów, które mogły udzielić zbędnych odpowiedzi	nie dotyczy	2/6	2/6
IDENTYFIKACJA			
Przedstawienie się przez konsultanta imieniem i nazwiskiem oraz podanie nazwy punktu / Podpisanie maila stopką zawierającą wszystkie wymagane dane	6/6	6/6	12/12

Źródło: *Badanie Tajemniczy Klient w Punktach Informacyjnych, Dyspersja 2011*

4.2.4 Portal www.mojregion.eu⁹⁷

Portal www.mojregion.eu został uruchomiony przez Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego na przełomie maja i czerwca 2010 roku. Zadaniem serwisu jest informowanie o możliwościach ubiegania się o dotacje z funduszy Unii Europejskiej oraz o zasadach prowadzenia i rozliczania projektów, które uzyskały dofinansowanie, a także przedstawianie przedsięwzięć zrealizowanych przy wsparciu ze środków unijnych.

W ciągu pierwszych dziesięciu miesięcy funkcjonowania portal został odwiedzony przeszło 540 tys. razy. Z perspektywy zapisanych w *Planie komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego* założeń dotyczących liczby odwiedzin serwisu, która ma zostać osiągnięta do 2013 roku, taki wynik jest satysfakcjonujący. Poziom zainteresowania portalem jest stabilny od czasu jego powstania.

⁹⁷ Wyniki wszechstronnej analizy portalu www.mojregion.eu zostały przedstawione w odrębnym raporcie (Dyspersja: *Ocena portalu www.mojregion.eu*, Warszawa 2011). Niniejszy rozdział składa się w większości z fragmentów streszczenia przywołanego raportu.

Zgodnie z charakterystyką zawartą w *Planie komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego*, portal miał być „szybkim i skutecznym oraz ogólnodostępnym źródłem informacji dla wszystkich grup docelowych”. Katalog grup docelowych, przedstawiony w przywołanym dokumencie, jest bardzo szeroki. Takimi grupami są między innymi: ogół społeczeństwa, instytucje uprawnione do ubiegania się o dofinansowanie oraz instytucje, które uzyskały dotację (nazywane, odpowiednio, potencjalnymi beneficjentami oraz beneficjentami RPO WK-P).

Cel polegający na przekazywaniu informacji związanych z wykorzystywaniem środków unijnych w województwie kujawsko-pomorskim serwis www.mojregion.eu realizuje obecnie w różnym stopniu w przypadku różnych grup docelowych. Wobec mieszkańców województwa portal realizuje ten cel w ograniczonym stopniu. O takiej ocenie przesądza fakt, że stosunkowo nieliczne materiały, które mogłyby zainteresować szersze grono odbiorców, są w serwisie rozproszone pomiędzy informacjami skierowanymi wyłącznie do grona pracowników instytucji poszukujących dotacji lub realizujących projekty współfinansowane ze środków unijnych.

Ocena stopnia, w jakim serwis zaspokaja zapotrzebowanie na informacje ze strony potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów RPO WK-P, jest bardziej złożona. Z jednej strony, portal zawiera prawie wszystkie informacje potrzebne do ubiegania się o dotację, prawidłowego przeprowadzenia i rozliczenia projektu oraz otrzymania wypłaty dofinansowania. Z drugiej strony, w serwisie jest zbyt mało opracowań przedstawiających kluczowe zagadnienia w sposób bardziej przystępny, niż zostały zapisane w dokumentach programowych. Portal powinien zostać uzupełniony o szereg takich materiałów.

Obecność zamieszczonych w portalu dokumentów zawierających terminologię związaną z funduszami unijnymi jest konieczna i pożądana. Jednak podobnie specjalistycznym językiem została sformułowana również większość innych tekstów. Stosowanie języka, który dla osób nieposiadających wiedzy na temat formalnych aspektów wykorzystywania funduszy unijnych jest trudny do zrozumienia, sprawia, że przez mniej doświadczonych użytkowników treść serwisu jest postrzegana jako nieprzystępna (jeden z nich podsumował ten problem słowami: „ta strona wygląda, jakby urzędnik do urzędnika pisał sprawozdanie z tego, co robi”). W dziale *Aktualności* zasady konstrukcji tekstów dziennikarskich są konsekwentnie stosowane wyłącznie w doniesieniach na temat realizowanych przez beneficjentów przedsięwzięć oraz w wiadomościach o wydarzeniach związanych z promocją programów.

Warunkiem zapewnienia dostępności informacji, który musi zostać spełniony jeszcze przed opublikowaniem ich w portalu, jest nadanie serwisowi struktury umożliwiającej umieszczenie poszczególnych materiałów w taki sposób, żeby ich znalezienie nie sprawiało użytkownikom większych problemów. Dlatego za poważną wadę należy uznać niską jakość użytkową serwisu: serwis jest mało przejrzysty i sprawia trudności w nawigacji. Za taką oceną przemawiają zgodnie rezultaty testów z udziałem użytkowników (przeprowadzone przy wykorzystaniu urządzenia rejestrującego ruch wzroku podczas korzystania z serwisu) oraz wyniki eksperckiego audytu portalu.

Testy użyteczności portalu zostały przeprowadzone z udziałem 15 pracowników instytucji (głównie przedsiębiorstw) będących beneficjentami lub potencjalnymi beneficjentami RPO WK-P. Każdy z nich miał do wykonania pięć zadań, polegających na znalezieniu w portalu www.mojregion.eu określonych informacji. Za poprawną realizację zadania uznawano dotarcie do strony serwisu zawierającej poszukiwaną informację oraz uświadomienie sobie przez użytkownika, że ją odnalazł. Tylko jedno zadanie, polegające na znalezieniu wniosku o dofinansowanie, zostało poprawnie wykonane przez większość (11 z 15) użytkowników. Numer telefonu, pod którym udzielane są informacje na temat możliwości uzyskania dotacji (czyli numer telefonu do jednego z punktów informacyjnych), udało się znaleźć siedmiu spośród piętnastu uczestników testów. Informację o tym, czy w ramach RPO WK-P przewidziano dofinansowanie projektów takich jak przedsięwzięcie, na które respondent chciałby uzyskać dotację, odnalazło w portalu zaledwie czterech respondentów. Liczba osób, które odszukały harmonogram naboru wniosków, była taka sama, natomiast tylko dwie osoby dowiedziały się z serwisu, czy wymieniona z nazwy

firma uzyskała dotację z RPO WK-P. Prawdopodobnie skuteczność poszukiwania informacji byłaby nieco większa, gdyby zależało od tego odniesienie korzyści przez reprezentowane przez respondentów instytucje i gdyby czas na poszukiwanie tych informacji był nieograniczony. Jednak nawet uwzględniając to zastrzeżenie, wyniki testów użyteczności dowodzą, że znalezienie w portalu informacji, których znaczenie jest z perspektywy beneficjentów i potencjalnych beneficjentów kluczowe, sprawia im poważne trudności.

Szczegółowa analiza sposobów korzystania z portalu podczas testów użyteczności wskazuje na poważne zagubienie⁹⁸ w serwisie podczas wykonywania większości zadań.

Do najpoważniejszych mankamentów, obniżających jakość użytkową serwisu, należą:

- sformułowanie znacznej części informacji w sposób nieprzystępny dla osób nieposiadających zaawansowanej wiedzy na temat formalnych aspektów wykorzystywania funduszy unijnych,
- brak wyodrębnienia informacji skierowanych do grona odbiorców szerszego niż potencjalni i faktyczni beneficjenci,
- nadmiar systemów nawigacyjnych – zarówno na stronie głównej portalu, jak i na stronie startowej sekcji RPO o uwagę użytkowników konkurują cztery różne menu,
- stosowanie w równoległych menu identycznych nazw odnośników, które prowadzą do różnych podstron, dezorientując osoby korzystające z serwisu,
- źle funkcjonujące wyszukiwarki, w tym wyszukiwarka programów, która zamiast wskazywać użytkownikom potencjalne źródła finansowania, udziela im rozbieżnych informacji,
- niewystarczająco częste aktualizowanie informacji, skutkujące różnicami w zasobach informacji, których zawartość powinna być taka sama (zdarza się na przykład, że znalezienie ogłoszenia o konkursie zależy od tego, czy użytkownik odwiedzi dział *Aktualności*, czy dział *Konkursy* – pomimo że zasadniczo konkursy są anonsovane w obu tych działach),
- niewłaściwy sposób prezentowania danych kontaktowych, w tym zwłaszcza numerów telefonów do punktów informacyjnych,
- nieczytelność sekcji *Konkursy*, spowodowana zamieszczaniem informacji w formie kolejnych aktualności, uporządkowanych według daty publikacji (w efekcie kolejne informacje dotyczące tego samego konkursu są często rozproszone),
- brak konsekwencji w udostępnianiu aktów prawnych w portalu – odnośniki do serwisów zewnętrznych z aktami prawnymi lub akty prawne w formie plików do pobrania są zamieszczane w różnych częściach portalu,
- występowanie stron niezawierających żadnych informacji oraz pustych archiwów,
- niedostosowanie serwisu do przeglądarek internetowych, skutkujące błędnym wyświetlaniem się niektórych elementów portalu.

Fundamentalna decyzja, którą należy obecnie podjąć, polega na wyborze pomiędzy dalszym prowadzeniem portalu www.mojregion.eu jako serwisu poświęconego wszystkim programom realizowanym w województwie kujawsko-pomorskim i skierowanego do

⁹⁸ Wskaźnik zagubienia jest obliczany na podstawie liczby stron, odwiedzanych przez użytkownika w celu odnalezienia poszukiwanej informacji (z rozróżnieniem stron, które odsłania jednokrotnie, oraz stron do których powraca) oraz minimalnej liczby stron, których odwiedzenie jest konieczne, żeby do tej informacji dotrzeć. Wskaźnik zagubienia przyjmuje wartości z przedziału od 0 do 1. Im wartość jest bliższa 0, tym lepiej zorganizowana jest strona. Przekroczenie wartości 0,4 wskazuje na zagubienie, a wartości z przedziału od 0,5 do 1 na bardzo duże trudności w realizacji zadania, często kończące się rezygnacją. Przy wykonywaniu jednego z pięciu zadań, jakie zostały postawione przed uczestnikami testów użyteczności, średnia wartość wskaźnika przekroczyła 0,5, a tylko w przypadku dwóch wynosiła mniej, niż 3,5.

wszystkich grup docelowych a podzieleniem tego portalu na serwis skierowany do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów oraz na serwis skierowany do mieszkańców regionu.

Za dalszym zamieszczaniem wszystkich informacji w jednym serwisie przemawia fakt, że promowanie jednego portalu jest łatwiejsze niż kierowanie potencjalnych użytkowników do wielu serwisów. Zamieszczanie w jednym serwisie informacji dotyczących wszystkich programów ma także tę zaletę, że jest bardziej zgodne z perspektywą odbiorców niezorientowanych w tematyce funduszy unijnych, którzy – przynajmniej początkowo – nie rozróżniają poszczególnych programów.

Z drugiej strony, poziom złożoności zadania polegającego na zapewnieniu poszczególnym grupom użytkowników portalu dogodnego dostępu do informacji zgodnych z ich zainteresowaniami wzrasta wraz z liczbą różniących się potrzebami grup, dla których serwis jest przeznaczony. Prowadzenie portalu skierowanego (z założenia) do ogółu mieszkańców województwa oraz do potencjalnych i faktycznych beneficjentów wszystkich realizowanych na jego obszarze programów jest trudne – znacznie trudniejsze, niż prowadzenie portali poświęconych wyłącznie poszczególnym Regionalnym Programom Operacyjnym (w tym portalu www.rpo.lubelskie.pl). Dlatego dalsze prowadzenie serwisu www.mojregion.eu jako portalu obejmującego wszystkie programy i skierowanego do wszystkich grup docelowych jest wskazane wyłącznie pod warunkiem zaangażowania w jego renowację ekspertów o umiejętnościach znacznie przekraczających kompetencje zademonstrowane przez wykonawców obecnej wersji serwisu.

Rozwiązaniem alternatywnym, i być może właściwszym, jest podzielenie portalu na dwa serwisy. Jeden z nich byłby skierowany do potencjalnych i faktycznych beneficjentów programów realizowanych w województwie kujawsko-pomorskim oraz do instytucji zaangażowanych we wdrażanie tych programów. Drugi zawierałby informacje przeznaczone dla ogółu mieszkańców województwa, dotyczące projektów prowadzonych w regionie przy wsparciu z funduszy unijnych oraz efektów przedsięwzięć, które już zostały zrealizowane. Tego rodzaju rozwiązanie, aczkolwiek wyłącznie w zakresie informacji dotyczących Regionalnego Programu Operacyjnego, zastosowano w województwie śląskim, gdzie oprócz serwisu www.rpo.slaskie.pl uruchomiono serwis www.rpo-promocja.slaskie.pl.

W większości negatywne wyniki analizy użyteczności portalu www.mojregion.eu skłaniają do postawienia pytania, dlaczego serwis mimo licznych wad uzyskał wśród swoich użytkowników stosunkowo wysokie oceny pod względem przydatności prezentowanych informacji. Prawdopodobnie wynika to z faktu, że dla potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów RPO WK-P jest źródłem niezastąpionym. Taką interpretację sugeruje wypowiedź jednej z respondentek:

„Mój region”, strona internetowa, to są informacje niewyczerpujące, ale właściwie dla mnie jedynie wiążące. Odnoszę się do konkretnego dokumentu. Także najbardziej przydatne (...) są dokumenty ze strony internetowej.

[Indywidualny wywiad pogłębiony z beneficjentem - przedsiębiorstwem]

Można przypuszczać, że również w ocenach innych sposobów informowania o RPO WK-P przez Urząd Marszałkowski zawarta jest swoista „premia” wynikająca z kluczowej roli tej instytucji we wdrażaniu RPO WK-P.

4.2.5 Szkolenia

Do udziału w szkoleniach dotyczących RPO WK-P skłaniają uczestników dwie potrzeby. Pierwszą jest zdobycie wstępnej orientacji w zagadnieniach związanych z ubieganiem się o dotację lub z realizowaniem projektu. W tym przypadku udział w szkoleniu stanowi w zasadzie alternatywę wobec samodzielnego zapoznawania się z informacjami dostępnymi w portalu www.mojregion.eu (przewagą szkolenia może być jego większa przystępność). Drugą potrzebą, odczuwaną przez przedstawicieli instytucji, które posiadają już podstawową wiedzę, jest poznanie kwestii bardziej szczegółowych oraz

rozstrzygnięcie wątpliwości. Oprócz mniej lub bardziej szczegółowych informacji na temat formalności związanych z ubieganiem się o dotację lub z realizowaniem projektu, szkolenia mogą być dla beneficjentów okazją do zrozumienia ogólnej idei udzielanego wsparcia⁹⁹.

To samo szkolenie może zostać ocenione w różny sposób, w zależności od tego, z jakimi potrzebami stawiał się na nie uczestnik. Szkolenie, które ogranicza się do przekazywania przez prowadzącego informacji dostępnych w dokumentacji konkursowej może być satysfakcjonujące wyłącznie dla osoby, która nie posiada podstawowej wiedzy na ten temat. Jest zarazem wysoce frustrujące dla uczestnika, któremu dokumentacja jest dobrze znana. W związku z tym zalecane jest różnicowanie przez Urząd Marszałkowski szkoleń nie tylko pod względem tematu, ale również poziomu zaawansowania (kryterium przyporządkowania uczestników może być fakt wcześniejszego realizowania przez nich projektu finansowanego z RPO WK-P lub samoocena posiadanej przez nich wiedzy na temat, którego dotyczy szkolenie).

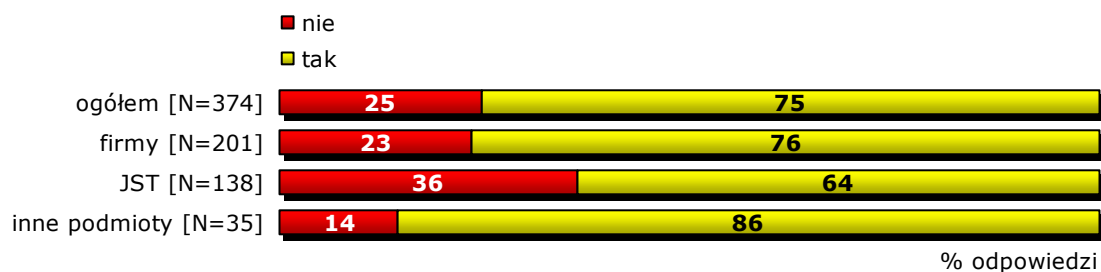
Nie mniej istotne jest zapewnienie, oprócz szkoleń dotyczących procedur związanych z ubieganiem się o dotację lub realizowaniem projektu, także szkoleń specjalistycznych, poświęconych na przykład pomocy publicznej lub ocenie oddziaływania na środowisko. W pierwszym przypadku najlepszymi prowadzącymi są doświadczeni pracownicy Urzędu Marszałkowskiego, w drugim mogą się lepiej sprawdzić eksperci zewnętrzni.

Ważne jest ponadto dostosowanie szkoleń do harmonogramu wdrażania programu – na przykład dbanie o to, żeby szkolenia dotyczące przygotowywania wniosków o dofinansowanie odbywały się dostatecznie wcześnie przed terminem naboru wniosków. Z perspektywy zapewnienia dostępności szkoleń dla potencjalnych beneficjentów wskazane byłoby przyjęcie i stosowanie zasady, że szkolenia przygotowujące do każdego konkursu są przeprowadzane przez pracowników Departamentu Wdrażania RPO co najmniej we wszystkich miastach, w których zlokalizowane są prowadzone przez Urząd Marszałkowski Punkty Informacyjne.

4.2.6 Współpraca z firmami doradczymi

O bardzo istotnej roli firm doradczych w przebiegu RPO WK-P świadczy fakt, że z pomocy zewnętrznego doradcy przy ubieganiu się o środki lub przy realizowaniu projektu w ramach RPO WK-P korzystało aż trzy czwarte (75%) beneficjentów tego programu. Firmy doradcze były przez JST wynajmowane rzadziej, niż przez przedsiębiorstwa oraz niż przez inne podmioty (64% w porównaniu do 76% i 86%) – porównaj: Wykres 64.

Wykres 64: Czy przygotowując wniosek o finansowanie z RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego lub rozliczając projekt realizowany w ramach tego programu korzystali Państwo kiedykolwiek z usług firmy doradczej lub zewnętrznego doradcy?



Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Najczęstszym powodem korzystania ze wsparcia zewnętrznych firmy doradczych jest przeświadczenie beneficjentów, że takie firmy mają wyższe kompetencje w zakresie

⁹⁹ Hipotetycznym przykładem potencjalnego beneficjenta, któremu ta idea nie została przekazana, jest przedsiębiorca, który zamierza uzyskać dotację na mechanizację produkcji, której celem jest zaoszczędzenie na kosztach osobowych dzięki zmniejszeniu zatrudnienia.

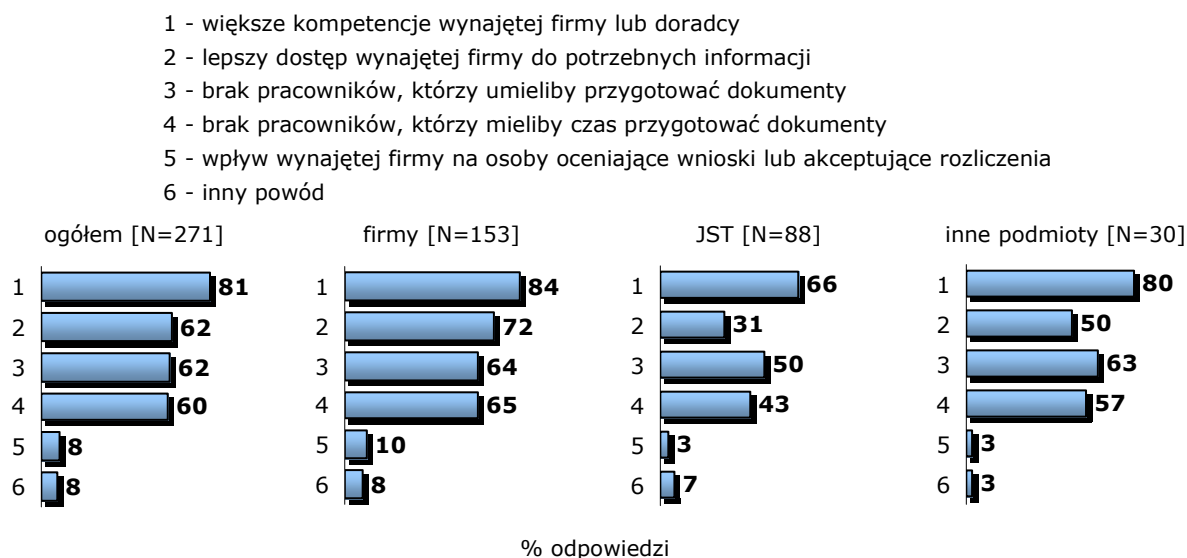
pozyskiwania dotacji lub formalnych aspektów realizowania projektów finansowanych z funduszy unijnych. Taki powód wskazało około ośmiu na dziesięciu (81%) spośród beneficjentów, którzy wynajęli zewnętrzną firmę – porównaj: Wykres 65. W przybliżeniu sześciu na dziesięciu respondentów jako powód wskazało: lepszy dostęp wynajętej firmy do potrzebnych informacji (62%), brak własnych pracowników, którzy umieliby lub mieliby czas przygotować dokumenty (odpowiednio: 62% i 60%).

Bez wątpienia pozytywną informacją jest fakt, że domniemany wpływ firmy doradczej na osoby oceniające wnioski lub akceptujące rozliczenia jako motyw korzystania z jej usług był wskazywany wielokrotnie rzadziej, przez mniej niż co dziesiątego (8%) respondenta. Odsetek ten można uznać za niewielki zwłaszcza biorąc pod uwagę, że powód ten, podobnie jak wszystkie inne, był odczytywany (a więc w pewnym sensie: proponowany) przez ankiera. Wizerunek Funduszy Europejskich w województwie kujawsko-pomorskim prawdopodobnie¹⁰⁰ nie jest skażony przypuszczeniami, jakoby pomiędzy pracownikami Urzędu Marszałkowskiego a konsultantami z firm doradczych zachodziły korupcyjne powiązania.

Największa różnica pomiędzy motywami skłaniającymi do współpracy z firmami doradczymi różnego rodzaju beneficjentów, polegała na tym, że przedsiębiorstwa znacznie częściej, niż JST, korzystały z pomocy takich firm ze względu na ich lepszy dostęp do informacji.

Wykres 65: Z jakich powodów zdecydowali się Państwo na korzystanie z usług firmy doradczej lub zewnętrznego doradcy w związku z RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego?

Pytanie zadano wyłącznie respondentom, którzy korzystali z usług firmy doradczej lub zewnętrznego doradcy.



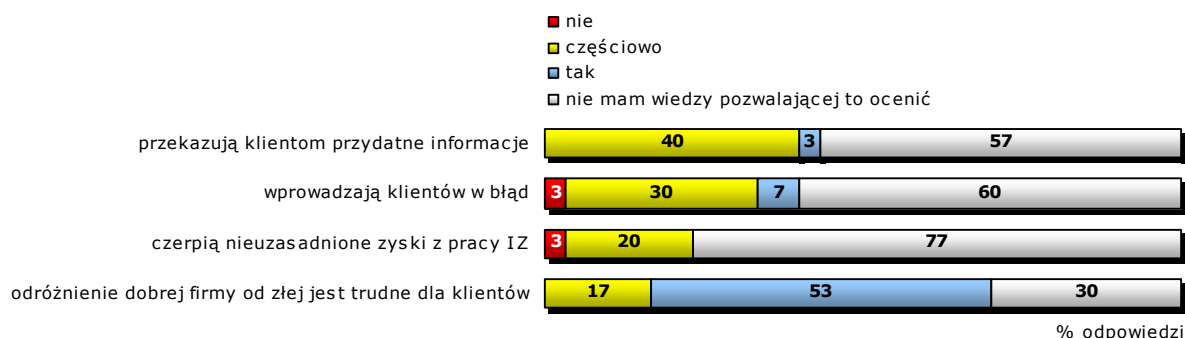
Źródło: Badanie ankietowe beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Wizerunek sektora firm doradczych, jaki wyłania się z odpowiedzi udzielonych w badaniu ankietowym przeprowadzonym wśród pracowników Urzędu Marszałkowskiego odpowiedzialnych za działania informacyjne lub promocyjne dotyczące RPO WK-P, nie jest jednoznaczny. W przypadku większości pytań dotyczących firm doradczych, ponad połowa respondentów nie dysponowała wiedzą, która pozwalałaby im na udzielenie odpowiedzi – porównaj: Wykres 66. Czterech na dziesięciu (40%) badanych zgodziło się

¹⁰⁰ Należy zastrzec, że ewentualne tego rodzaju przypuszczenia mogły nie zostać w pełni ujawnione w badaniu ankietowym, ponieważ przyznanie się do nich stanowiłoby okoliczność obciążająca pośrednio również beneficjenta. Z drugiej strony, do wyrażania autentycznych opinii zachęcała anonimowość badania, o której beneficjenci byli informowani na początku wywiadu.

częściowo z opinią, że firmy doradcze przekazują klientom przydatne informacje, trzech na dziesięciu (30%) – że wprowadzają swoich klientów w błąd, a co piąty (20%) – że czerpią nieuzasadnione zyski z działalności informacyjnej Urzędu Marszałkowskiego. Być może brak wykrystalizowanego wizerunku wynika z faktu, że usługi doradcze prowadzą firmy różniące się diametralnie kompetencjami i rzetelnością. W przybliżeniu co drugi (53%) spośród pracowników Urzędu Marszałkowskiego odpowiedzialnych za działania informacyjne lub promocyjne dotyczące RPO WK-P uważa, że odróżnienie dobrej firmy doradczej od złej jest trudne dla jej klientów. W wywiadach jakościowych zarówno pracownicy Urzędu Marszałkowskiego, jak i przedstawiciele samych firm doradczych, zwracali uwagę na niską jakość usług świadczonych przez część tego typu podmiotów.

Wykres 66: Jaką rolę odgrywają firmy doradcze w przekazywaniu informacji na temat RPO WK-P? Proszę zaznaczyć, czy zgadza się Pan(i) z poniższymi stwierdzeniami. [N=30]



Źródło: Badanie ankietowe pracowników Urzędu Marszałkowskiego, Dyspersja 2011

Jednak w badaniu ankietowym z potencjalnymi beneficjentami firmy doradcze, w zakresie przekazywanych informacji na temat RPO WK-P, uzyskały średnią ocenę 4,0, a w badaniu z beneficjentami 4,7 (w szkolnej, sześciostopniowej skali ocen) – a zatem generalnie zostały ocenione pozytywnie. Oceny te były zbliżone do not, które od potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów uczestniczących w badaniu otrzymał Urząd Marszałkowski.

Relacje pomiędzy pracownikami „merytorycznych” departamentów Urzędu Marszałkowskiego a pracownikami wiodących firm doradczych wydają się obecnie dalekie od ideału. Pracownicy tych ostatnich mają poczucie, że ich rola w zapewnieniu wysokiej jakości wniosków nie jest doceniana, lecz że – przeciwnie – są postrzegani jako grupa, która swoją docieklivością oraz nieustępliwością w bronieniu interesów klientów sprawia urzędnikom kłopoty. Przypuszczają ponadto, że niechętny stosunek, jaki ma do nich część urzędników, wynika także z różnic pomiędzy pracownikami Urzędu Marszałkowskiego a pracownikami firm doradczych pod względem wysokości wynagrodzeń, występującej pomimo, że jedni i drudzy zajmują się podobnymi zagadnieniami. Z kolei urzędnicy uważają, że rola firm doradczych nie jest bynajmniej jednoznacznie pozytywna, ponieważ część takich podmiotów działa nierzetelnie. Pracownicy Urzędu Marszałkowskiego niejednokrotnie akcentują także, że firmy doradcze – stanowiące w systemie realizacji RPO WK-P element dodatkowy – nie powinny być w żaden sposób faworyzowane wobec potencjalnych beneficjentów.

Systematyczne kontaktowanie się przez Urząd Marszałkowski z firmami doradczymi, w celu zapoznania się ze zidentyfikowanymi przez nie mankamentami dokumentacji określającej zasady ubiegania się o dofinansowanie oraz realizowania projektów, sprzyjałoby wprowadzaniu rozwiązań ułatwiających korzystanie z programu potencjalnym beneficjentom oraz beneficjentom. Wstępem do nawiązania tego rodzaju kontaktów musiałoby być poprawienie klimatu współpracy pomiędzy obiema stronami. Obecnie przedstawiciele firm doradczych obawiają się, że zgłaszanie przez nich uwag, poza sytuacją, gdy działają w imieniu konkretnych klientów, zostałyby odebrane przez Urząd

Marszałkowski jako wroga krytyka i spotkałoby się z nieprzychylną reakcją. Z tego względu ewentualny pierwszy krok w kierunku polepszenia współpracy należy do Urzędu Marszałkowskiego.

4.2.7 Współpraca z partnerami społecznymi

Współpraca przy prowadzeniu działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WK-P pomiędzy Urzędem Marszałkowskim a partnerami społecznymi, reprezentowanymi w Komitecie Monitorującym, nie jest intensywna. Członkom Komitetu przedstawiane są sprawozdania ze zrealizowanych działań, natomiast plany w zakresie informacji i promocji nie są z nimi konsultowane. Wpływa na to kilka przyczyn.

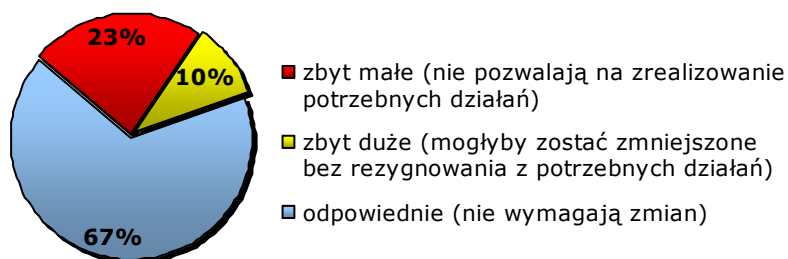
Działania informacyjne i promocyjne znajdują się poza głównym polem zainteresowań Komitetu Monitorującego, który zajmuje się przede wszystkim rozstrzygnięciami wpływającymi bezpośrednio na dostępność środków z RPO WK-P dla poszczególnych rodzajów instytucji. Członkowie Komitetu Monitorującego wykonują swoje zadania społecznie i nie dysponują czasem, który mogliby poświęcić na zaangażowanie się w szerszy niż obecnie zakres spraw związanych z RPO WK-P. Ponadto, nie będąc specjalistami w zakresie informacji i promocji nie aspirują do udziału w kształtowaniu działań z tego zakresu, za których realizację odpowiada Urząd Marszałkowski. Ostatnim zidentyfikowanym powodem jest fakt, że część członków Komitetu Monitorującego reprezentuje raczej poszczególne instytucje, niż środowiska złożone z różnych podmiotów – w takiej sytuacji kluczowe jest dla nich (oprócz wpływania na przebieg programu) pozyskiwanie informacji przydatnych własnej instytucji, natomiast nie uczestniczą w przekazywaniu jej szerszemu gronu odbiorców.

Część partnerów społecznych bierze udział w upowszechnianiu informacji na temat RPO WK-P, ale pełnienie tej roli wynika nie tyle z członkostwa w Komitecie Monitorującym, co z realizowania własnych projektów. Tego rodzaju projektem jest w szczególności prowadzenie przez organizację przedsiębiorców punktu informacyjnego w ramach sieci koordynowanej przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości. Wspólną częścią zadań tej sieci oraz sieci punktów prowadzonych przez Urząd Marszałkowski jest udzielanie informacji na temat wsparcia z Funduszy Europejskich, w tym RPO WK-P, dostępnego dla przedsiębiorców. Biorąc pod uwagę, że kompetencje punktów częściowo się pokrywają, jest korzystne, że wydana została wspólna ulotka, przedstawiająca potencjalnym klientom informacje na temat obu sieci.

4.3 Potencjał Urzędu Marszałkowskiego

4.3.1 Środki finansowe

W opinii dwóch trzecich (67%) spośród pracowników Urzędu Marszałkowskiego, zajmujących się działaniami informacyjnymi i promocyjnymi dotyczącymi RPO WK-P, środki przeznaczone na tego typu działania są odpowiednie – porównaj: Wykres 67. Opinia ta wydaje się trafna, natomiast pożądanego w kolejnych latach zintensyfikowanie kampanii medialnych dotyczących efektów RPO WK-P, będzie wymagało budżetu większego niż dotychczas, ze względu na potrzebę pokrycia kosztów zaplanowania kampanii (wskazane jest powierzenie tego zadania zewnętrznej firmie, specjalizującej się w świadczeniu tego rodzaju usług), przygotowania materiałów promocyjnych oraz ich emisji i dystrybucji.

Wykres 67: Jak ocenia Pani środki finansowe przeznaczone na działania informacyjno-promocyjne w stosunku do zaplanowanych działań? [N=30]

Źródło: Badanie ankietowe pracowników Urzędu Marszałkowskiego, *Dyspersja 2011*

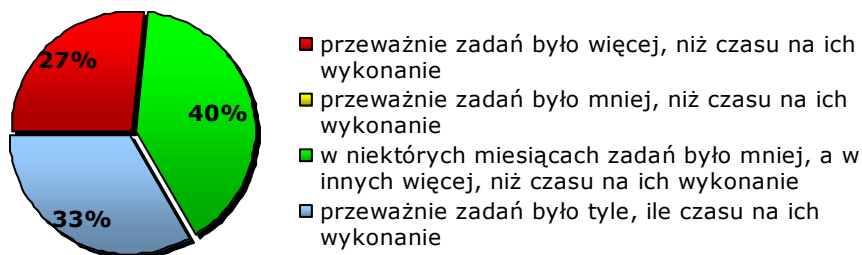
4.3.2 Zasoby kadrowe i organizacja pracy

W strukturze Urzędu Marszałkowskiego można wyróżnić:

- komórki, których podstawowy zakres zadań obejmuje promowanie RPO WK-P lub udzielanie informacji na temat tego programu (Biuro Pomocy Technicznej RPO, Punkty Informacyjne, Wydział Promocji, Biuro Prasowe) oraz
- komórki, które wykonują zadania związane z realizacją RPO WK-P (Wydział Zarządzania RPO, Departament Wdrażania RPO), i w związku z tym są źródłem merytorycznych informacji na temat tego programu.

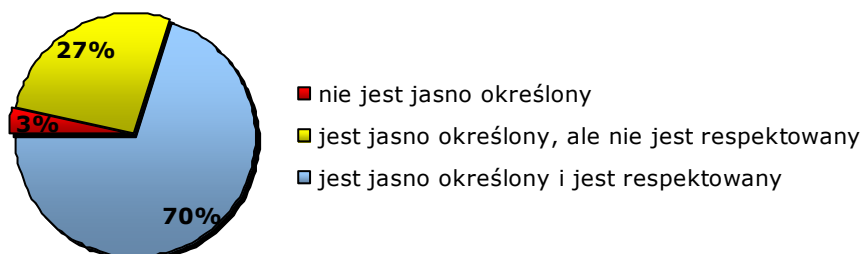
Najpoważniejszym problemem, który wpływał negatywnie na udzielanie potencjalnym beneficjentom i beneficjentom informacji dotyczących RPO WK-P, było nadmierne obciążenie pracą Wydziału Wyboru Projektów, wynikające z bardzo dużej liczby wniosków złożonych w 2010 roku w konkursach ogłoszonych w ramach 5 Osi priorytetowej. Efektem tej sytuacji były przede wszystkim poważne opóźnienia rozstrzygnięć konkursów, ale także ograniczenie czasu poświęcanego na uzgadnianie stanowisk pomiędzy pracownikami Departamentu Wdrażania RPO a pracownikami Departamentu Polityki Regionalnej oraz na przekazywanie informacji zarówno instytucjom zewnętrznym, jak i pracownikom punktów konsultacyjnych.

Natomiast w przypadku komórek, których podstawowy zakres zadań obejmuje promowanie RPO WK-P lub udzielanie informacji na temat tego programu, liczba pracowników odpowiedzialnych za realizację działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WK-P zasadniczo była odpowiednia w stosunku do wykonywanych zadań (natomiast może wymagać zwiększenia w celu powołania zespołu redakcyjnego, który odpowiadałby za całokształt portalu www.mojregion.eu). Trudnością w optymalnym zorganizowaniu ich pracy jest konieczność dostosowania intensywności działań informacyjnych skierowanych do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów do przebiegu realizacji programu (w okresie poprzedzającym nabór wniosków konieczne jest upowszechnienie informacji o ogłoszonym konkursie, a także zorganizowanie szkoleń, kluczowe momenty w realizacji programu wymagają oprawy promocyjnej). W efekcie najliczniejsza grupa pracowników – dwie piąte (40%) – deklaruje nierównomierne obciążenie pracą w różnych miesiącach (porównaj: Wykres 68).

Wykres 68: Jak ocenia P. swoje obciążenie pracą w badanym okresie? [N=30]

Źródło: Badanie ankietowe pracowników Urzędu Marszałkowskiego, Dyspersja 2011

Zakres obowiązków zdecydowanej większości z nich (70%) jest jasno określony i respektowany. Niepokojący jest jednak fakt, że przeszło co czwarty (27%) pracownik zajmujący się działaniami informacyjnymi i promocyjnymi stwierdził, że przełożeni powierzają mu również zadania spoza zakresu obowiązków (porównaj: Wykres 69). Wśród pracowników Punktów Informacyjnych odsetek takich odpowiedzi wyniósł aż 45%. Sytuacja zasygnalizowana przez respondentów jest niewłaściwa: jeżeli istnieje potrzeba rozszerzenia zakresu zadań pracowników, powinno to zostać uczynione w sposób formalny, w drodze negocjacji. Niektórzy pracownicy zaangażowani w prowadzenie działań informacyjnych lub promocyjnych dotyczących RPO WK-P sygnalizowali również potrzebę wytyczenia ścieżki ich rozwoju zawodowego, zwracając uwagę, że obecnie kryteria uzyskiwania awansów i otrzymywania nagród nie są wystarczająco precyzyjnie określone, co działa na nich demobilizująco.

Wykres 69: Czy zakres Pana (Pani) obowiązków służbowych jest jasno określony i respektowany przez osoby, które zlecają P. wykonanie różnych zadań? [N=30]

Źródło: Badanie ankietowe pracowników Urzędu Marszałkowskiego, Dyspersja 2011

Dla siedmiu na dziesięciu (70%) pracowników zajmujących się działaniami informacyjnymi i promocyjnymi stopień samodzielności w wykonywaniu powierzonych im obowiązków jest satysfakcjonujący, natomiast co czwarty (27%) chciałby mieć większy wpływ na swoją pracę – porównaj: Wykres 70. Wskazane jest stałe poszukiwanie przez przełożonych możliwości rozszerzania zakresu decyzji leżących w gestii tych pracowników, którzy wykazują zdolność do ich właściwego podejmowania.

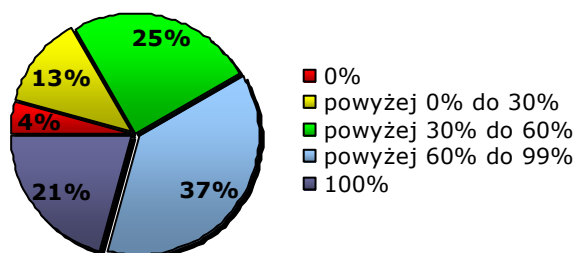
Wykres 70: Jaki jest Pana (Pani) wpływ na sposób, w jaki wykonuje P. swoją pracę? [N=30]



Źródło: Badanie ankietowe pracowników Urzędu Marszałkowskiego, Dyspersja 2011

Dla osób zajmujących się działaniami informacyjnymi lub promocyjnymi możliwości rozwijania kompetencji poprzez szkolenia są stosunkowo szerokie. Wydaje się natomiast, że wskazane byłoby ściślejsze powiązanie tematyki szkoleń z wykonywaną pracą: w maju 2011 roku ponad dwie piąte (42%) respondentów stwierdziło, że mniej niż 60% szkoleń, w których wzięli udział w 2010 roku, okazało się przydatnych w wykonywanej pracy.

Wykres 71: Proszę określić w przybliżeniu jaki odsetek szkoleń, w których uczestniczył(a) Pan (Pani) w 2010 roku, okazał się przydatny w wykonywaniu Pana (Pani) pracy? [N=30]



Źródło: Badanie ankietowe pracowników Urzędu Marszałkowskiego, Dyspersja 2011

Trzy piąte badanych stwierdziło, że istnieją tematy szkoleń, w których udział pomógłby im w pracy. Najczęściej wymienianymi tematami były zagadnienia związane z rozliczaniem projektów oraz *public relations*.

W organizacji działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WK-P występują trzy poważne problemy, związane z relacjami pomiędzy komórkami odpowiedzialnymi za realizację zadań z tego zakresu.

Problemem, który obniża jakość działań informacyjnych skierowanych do beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, jest niedostateczny przepływ informacji pomiędzy komórkami odpowiedzialnymi za ogłaszanie naborów i ocenę wniosków a pracownikami punktów informacyjnych. Pracownicy Punktów Informacyjnych zazwyczaj otrzymują odpowiedzi na zadawane przez siebie pytania, natomiast nie są w wystarczającym stopniu informowani o wydarzeniach związanych z wdrażaniem RPO WK-P oraz o zmianach zasad uzyskiwania dotacji i realizowania projektów współfinansowanych z tego programu. Istnieje ryzyko, że powściągliwość komórek „merytorycznych” w przekazywaniu informacji pracownikom Punktów Informacyjnych zniechęca tych ostatnich do zwracania się z prośbą o dodatkowe wyjaśnienia, gdy wymaga tego zaspokojenie potrzeb klienta. Niewystarczający przepływ informacji (którego skrajnym przykładem są przypadki nieinformowania pracowników Punktów Informacyjnych o ogłaszaniu konkursów, o których dowiadują się wówczas z portalu

www.mojregion.eu) uniemożliwia pracownikom punktów informacyjnych spełnienie uzasadnionych oczekiwań kontaktujących się z nimi klientów. Prawdopodobnie sytuacja ta jest związana z dużym obciążeniem pracowników części komórek Urzędu Marszałkowskiego zaangażowanych we wdrażanie RPO WK-P zadaniami związanymi z oceną wniosków. Mimo tego wyjaśnienia, nie można jej uznać za właściwą.

Ranga pracowników Punktów Informacyjnych w strukturze Urzędu Marszałkowskiego nie odpowiada newralgicznej roli, jaka została im powierzona w systemie upowszechniania informacji na temat RPO WK-P¹⁰¹. Trudny charakter wykonywanej pracy, a ponadto oddelegowywanie do innych forsownych zadań (na przykład udział w odbywających się poza standardowymi godzinami pracy imprezach plenerowych promujących program), nie znajdują rekompensaty w poziomie wynagrodzeń. W efekcie, stanowisko konsultanta w Punkcie Informacyjnym jest postrzegane raczej jako szczebel na drodze do bardziej satysfakcjonującej pracy, za którą uważane jest na przykład pełnienie funkcji opiekuna projektów. W takiej sytuacji zdobywanie przez pracowników punktów informacyjnych doświadczenia, które pomogłoby im w lepszym wykonywaniu obowiązków, zwiększa zarazem prawdopodobieństwo zmiany zajmowanego stanowiska.

Drugim problemem jest niewystarczająca koordynacja działań licznych komórek uczestniczących w prowadzeniu działań z tego zakresu. Dotyczy to w szczególności współpracy pomiędzy Biurem Pomocy Technicznej RPO a Biurem Promocji Województwa, wchodzącym w skład Gabinetu Marszałka (a także, w mniejszym stopniu, pomiędzy Biurem Pomocy Technicznej RPO a Biurem Prasowym oraz pomiędzy Biurem Pomocy Technicznej RPO a komórkami realizującymi w ramach tego programu własne projekty Urzędu Marszałkowskiego). Działalność Zespołu ds. Informacji i Promocji, w którego skład wchodzi przedstawiciele różnych komórek Urzędu Marszałkowskiego zaangażowanych w promocję Funduszy Europejskich, nie jest wystarczająca do przezwyciężenia tego problemu (w 2010 roku Zespół spotkał się zaledwie dwukrotnie, podczas gdy pomiędzy zaangażowanymi komórkami potrzebna jest stała, bieżąca współpraca).

Doraźnymi skutkami braku wystarczającej koordynacji działań promocyjnych są kolizje terminów organizowanych wydarzeń¹⁰². Skutkiem dalekosiężnym jest nierealizowanie spójnej strategii, która łączyłaby promocję regionu z promocją przedsięwzięć realizowanych w województwie kujawsko-pomorskim przy wsparciu z funduszy unijnych.

Dobłą stroną organizacji działań informacyjno-promocyjnych jest natomiast koordynacja działań dotyczących różnych programów, której sprzyja skupienie zadań związanych z zarządzaniem RPO WK-P, regionalnymi Priorytetami PO KL oraz PROW w jednym departamencie (tj. w Departamencie Polityki Regionalnej). Ułatwia to spójne prowadzenie promocji programów realizowanych w regionie przy wsparciu z Funduszy Europejskich.

Trzeci problem dotyczy podziału zadań związanych z zamieszczaniem informacji w portalu www.mojregion.eu. Zadanie zamieszczania informacji w portalu realizują różne komórki Urzędu Marszałkowskiego, którym przypisano odpowiedzialność za konkretne sekcje serwisu. Autonomia poszczególnych komórek w zakresie administrowania serwisem jest posunięta zbyt daleko. Niezależne rozwijanie poszczególnych sekcji i brak zewnętrznej kontroli terminowości zamieszczania informacji obniżają jakość użytkową portalu. Brakuje zespołu redakcyjnego, który odpowiadałby za całość serwisu. Przydatne byłoby również opracowanie zasad określających, w jakich terminach i w jakich działach serwisu powinny być publikowane kluczowe informacje dotyczące zasad ubiegania się o dotacje oraz zasad realizowania i rozliczania projektów.

¹⁰¹ W samym tylko 2010 roku Punkty Informacyjne udzieliły odpowiedzi na blisko 25 tysięcy zapytań (19 713 telefonicznych, 983 przesłanych pocztą elektroniczną i 4 249 zadanych podczas wizyty Klienta w Punkcie – porównaj: sprawozdanie dotyczące promocji i informacji RPO WK-P za rok 2010).

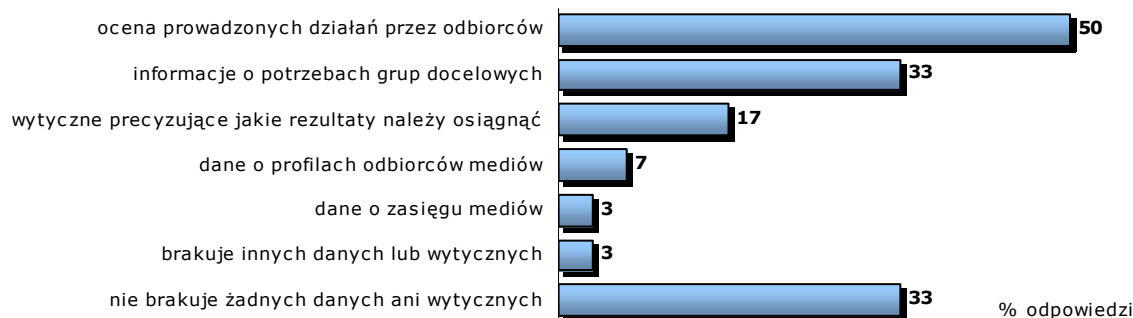
¹⁰² Na przykład 31 maja 2011 roku odbyły się dwa wydarzenia, których grupy docelowe w znacznym stopniu się pokrywały: konferencja na temat partnerstwa publiczno-prywatnego oraz uroczyste podpisanie umów na realizację projektów JST.

4.3.3 Informacje, wytyczne i plany

Niezaspokojone zapotrzebowanie pracowników Urzędu Marszałkowskiego na informacje istotne z perspektywy precyzowania kierunków działań informacyjnych i promocyjnych dotyczy przede wszystkim informacji na temat tego, jak poszczególne działania oceniają ich odbiorcy oraz informacji o potrzebach poszczególnych grup docelowych – porównaj: Wykres 72. Takich danych powinny dostarczać zewnętrzne, okresowe ewaluacje działań informacyjnych i promocyjnych. Biorąc jednak pod uwagę, że takie ewaluacje są realizowane w znacznych (dwuletnich) odstępach, warto zapewnić pełniejsze wykorzystanie danych zbieranych regularnie za pomocą ankiet wypełnianych przez uczestników organizowanych szkoleń. We własnym zakresie Urząd Marszałkowski mógłby również przeprowadzić badanie ankietowe klientów Punktów Informacyjnych.

W tym celu zalecane jest skonsultowanie zakresu informacji zbieranych dotychczas za pomocą ankiet z osobami, które będą wykorzystywały ich wyniki w swojej pracy (a także – pod względem metodologicznym – z pracownikami Biura Ewaluacji RPO lub ekspertem zewnętrznym) oraz przyjęcie praktyki przedstawiania wyników przeprowadzonych ankiet w formie raportów, przekazywanych następnie osobom zajmującym się prowadzeniem działań informacyjnych i promocyjnych.

Wykres 72: Czy odczuwa Pan (Pani) niedostatek danych lub wytycznych, które mogłyby ukierunkować Pana (Pani) pracę? Jeżeli tak, to proszę wskazać, jakich danych lub wytycznych Panu (Pani) brakuje. [N=30]



Źródło: Badanie ankietowe pracowników Urzędu Marszałkowskiego, *Dyspersja 2011*

Przydatnym sposobem autoewaluacji działań informacyjnych i promocyjnych, byłoby także podsumowywanie każdej przeprowadzonej akcji i kampanii poprzez dyskusję w gronie osób zaangażowanych w jej realizację. Taka dyskusja zmierzałaby do zidentyfikowania rozwiązań, które warto stosować w przyszłości, a także błędów, których należy unikać.

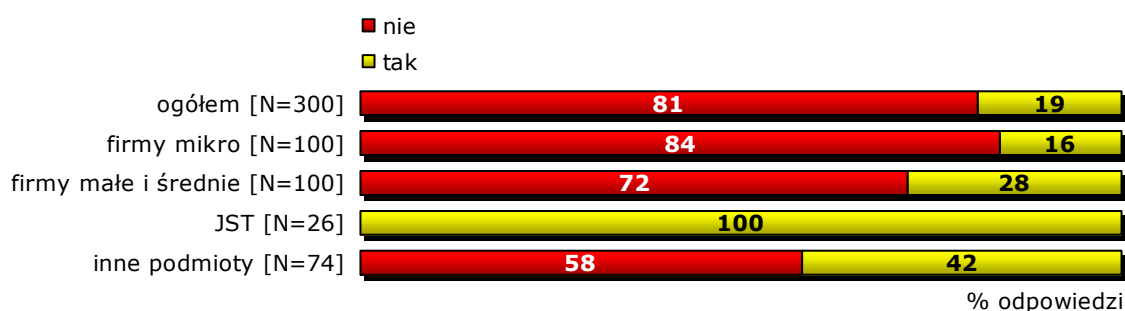
Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013, stanowiący podstawę działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących tego programu, jest dokumentem średniej jakości. Nie zawiera rażących błędów, natomiast wskazane byłoby jego doprecyzowanie.

Po pierwsze, wskazane jest wyróżnienie w grupie docelowej, określonej zbiorczo jako „ogół społeczeństwa”, podgrup różniących się pod względem wykorzystywanych i preferowanych mediów oraz pod względem dotychczasowego poziomu wiedzy na temat RPO WK-P. Wyniki badania przemawiają za uwzględnieniem przede wszystkim dwóch kryteriów: wieku oraz statusu zawodowego. Podstawowy podział ze względu na wiek powinien polegać na wyodrębnieniu spośród mieszkańców regionu młodzieży i osób w wieku emerytalnym. Poziom wiedzy obu tych grup na temat wykorzystywania w województwie funduszy unijnych jest niższy, niż w przypadku pozostałej części mieszkańców. Grupy te wyróżniają się również poziomem skłonności do poszukiwania informacji na stronach internetowych (pierwsza – wysokim, druga – niskim). Ponadto, do młodzieży – w odróżnieniu od innych grup docelowych – można docierać poprzez szkoły. Z kolei podstawowy podział ze względu na status zawodowy polegałby na wyodrębnieniu spośród mieszkańców regionu osób prowadzących działalność

gospodarczą. Znaczna część tej grupy mieszkańców należy również do grona potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, co sprzyja interesowaniu się funduszami unijnymi również z perspektywy możliwości uzyskania dofinansowania. Przedsiębiorcy na tle innych grup zawodowych wyróżniają się również intensywnym użytkowaniem Internetu.

Analogiczny podział w grupach potencjalnych i faktycznych beneficjentów powinien polegać przede wszystkim na rozróżnieniu JST, przedsiębiorstw oraz innych podmiotów. Pierwsza z tych grup wyróżnia się najlepszą, a drugą najgorszą orientacją w tematyce RPO WK-P, co jest związane z ich potencjałem organizacyjnym w zakresie pozyskiwania informacji na temat funduszy unijnych¹⁰³. Drugim kryterium podziału, proponowanym w odniesieniu do potencjalnych beneficjentów, jest posiadanie lub brak doświadczenia w prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych (porównaj: Wykres 73), które – jak wskazują wyniki przeprowadzonego badania – znacząco wpływa na zdolność docierania do informacji na temat RPO WK-P oraz ich przyswajania.

Wykres 73: Doświadczenie potencjalnych beneficjentów RPO WK-P w pozyskiwaniu finansowania z funduszy Unii Europejskiej



Źródło: Badanie ankietowe potencjalnych beneficjentów RPO WK-P, Dyspersja 2011

Czytelne wskazanie tych grup, a najlepiej również określenie ich wielkości¹⁰⁴, powinno stanowić punkt wyjścia do uwzględniania ich specyfiki przy sporządzaniu *Rocznych planów działań w zakresie informacji i promocji* oraz realizowaniu zaplanowanych przedsięwzięć. Na przykład potrzeba docierania do starszych i do młodszych mieszkańców województwa przy zastosowaniu odmiennych form przekazu stanowi argument za prowadzeniem intensywnych działań promocyjnych zarówno w Internecie, jak i w telewizji. Uwzględniając zróżnicowanie pomiędzy potrzebami potencjalnych beneficjentów (a także beneficjentów), wynikające nie tylko z rodzaju instytucji, lecz także z doświadczenia w pozyskiwaniu środków unijnych, należałoby systematycznie różnicować szkolenia zarówno pod względem tematyki, jak i poziomu zaawansowania.

Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013 powinien zostać uzupełniony również poprzez określenie, jakie konkretne efekty działań informacyjnych i promocyjnych mają zostać osiągnięte w odniesieniu do głównych grup docelowych, to jest: mieszkańców regionu, potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów. Rozstrzygnięcia wymaga na przykład, czy w przypadku mieszkańców celem jest zapewnienie wysokiej znajomości marki RPO WK-P, czy też wystarczy zapewnić znajomość rodzajów przedsięwzięć realizowanych w regionie z Funduszy Europejskich oraz rozpoznawalność tej marki.

W *Planie komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013* należy również uaktualnić oraz sprecyzować podział kompetencji pomiędzy komórkami Urzędu Marszałkowskiego

¹⁰³ Wśród JST będących beneficjentami RPO WK-P co najmniej jednego pracownika, do którego obowiązków należy pozyskiwanie informacji na temat funduszy Unii Europejskiej zatrudnia 86%, podczas gdy wśród przedsiębiorstw, które otrzymały dotację z tego programu – zaledwie 31%. W przypadku potencjalnych beneficjentów różnica pomiędzy JST a przedsiębiorstwami jest jeszcze większa: zadanie pozyskiwania informacji na temat funduszy Unii Europejskiej przypisano konkretnemu pracownikowi w 69% JST, 9% mikroprzedsiębiorstw i 24% małych i średnich przedsiębiorstw.

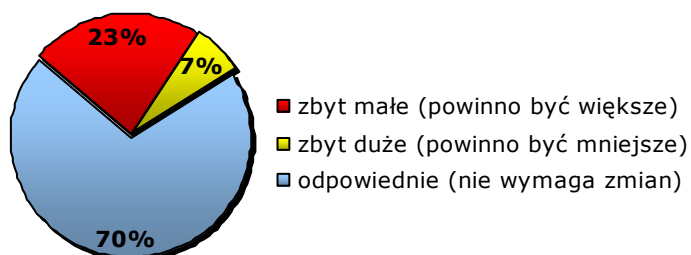
¹⁰⁴ Przy wykorzystaniu danych ze statystyki publicznej, w tym publikowanych przez Główny Urząd Statystyczny w Banku Danych Lokalnych, na stronie http://www.stat.gov.pl/bdl/app/strona.html?p_name=indeks.

odpowiedzialnymi za realizowanie działań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WK-P.

4.3.4 Ranga działań informacyjnych i promocyjnych

Nadzieję na wprowadzenie rozwiązań służących podniesieniu jakości informowania grup docelowych o RPO WK-P oraz promowania tego programu można wiązać ze stosunkowo wysoką rangą przypisywaną działaniom informacyjno-promocyjnym w Urzędzie Marszałkowskim. Zdaniem siedmiu na dziesięciu (70%) pracowników zajmujących się działaniami informacyjnymi lub promocyjnymi dotyczącymi RPO WK-P, znaczenie przypisywane tym działaniom jest odpowiednie – porównaj: Wykres 74.

Wykres 74: Jak ocenia Pan (Pani) znaczenie przypisywane w Urzędzie Marszałkowskim działaniom informacyjno-promocyjnym wśród innych działań związanych z wdrażaniem RPO WK-P [N=30]



Źródło: Badanie ankietowe pracowników Urzędu Marszałkowskiego, *Dyspersja 2011*

5 Rekomendacje

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
1	<p>Poziom znajomości nazwy RPO WK-P wśród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego jest bardzo niski, natomiast wiedza o prowadzeniu w regionie przedsięwzięć finansowanych z Funduszy Europejskich jest powszechna. [Rozdział 2.1]</p> <p><i>Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013</i> określa promowanie marki programu jako sprawę „kluczową”¹⁰⁵.</p>	Podjęcie znacznie bardziej intensywnych działań służących promowaniu marki RPO WK-P albo rezygnacja z tego celu.	wysoka	<p>Jeżeli zawarte w <i>Planie komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013</i> założenie, zgodnie z którym promowanie marki programu ma znaczenie „kluczowe”, pozostaje aktualne, konieczne jest przeprowadzenie szeroko zakrojonej kampanii promującej RPO WK-P, przede wszystkim przy wykorzystaniu telewizji i prasy.</p> <p>Należy jednak rozważyć, czy jest to celowe, biorąc pod uwagę, że intensywna promocja marki RPO WK-P, obok marki Funduszy Europejskich, wymagałaby znacznych nakładów. Bardziej właściwe wydaje się promowanie przez instytucje zarządzające programami regionalnymi przede wszystkim marki Funduszy Europejskich oraz przedsięwzięć realizowanych w ramach prowadzonych programów, bez kładzenia nacisku na promocję tych programów jako odrębnych marek.</p> <p>W <i>Planie komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013</i> należy bardziej precyzyjnie określić stan wiedzy mieszkańców województwa oraz potencjalnych beneficjentów i beneficjentów RPO WK-P, którego osiągnięcie jest celem prowadzonych działań¹⁰⁶.</p>	<p>ewentualna rezygnacja z promowania poszczególnych programów regionalnych jako odrębnych marek: od początku okresu programowania 2014-2020</p> <p>sprecyzowanie w <i>Planie komunikacji RPO WK-P</i> pożądanego stanu wiedzy grup docelowych: IV kwartał 2011</p>	<p>Ministerstwo Rozwoju Regionalnego</p> <p>Biuro Pomocy Technicznej RPO – Wydział Koordynacji – Departament Polityki Regionalnej</p> <p>Biuro Promocji Funduszy Unijnych – Departament Promocji Województwa, Rozwoju Gospodarczego, Turystyki i Współpracy Międzynarodowej</p>	

¹⁰⁵ Porównaj: *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2010-2013*, s. 11.

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
2	<p>Grupy docelowe, określone w <i>Planie komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013</i> jako „ogół społeczeństwa” oraz jako „beneficjenci i potencjalni beneficjenci”¹⁰⁷, nie są homogeniczne. Składają się z podgrup, które różnią się na przykład pod względem wykorzystywanych źródeł informacji, zasobu wiedzy o funduszach unijnych oraz potencjału potrzebnego do uzyskania i przyswojenia informacji na ten temat. [Rozdziały: 2.1, 2.4, 3.1, 3.5]</p> <p>Tego rodzaju różnice pomiędzy podgrupami należącymi do „nadrzędnych” grup docelowych nie są w wystarczającym stopniu uwzględniane w działaniach informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WK-P.</p>	<p>Uzupełnienie <i>Planu komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013</i> poprzez bardziej szczegółowe określenie grup docelowych.</p> <p>Czytelne wskazanie tych grup powinno stanowić punkt wyjścia do uwzględniania ich specyfik¹⁰⁸ przy sporządzaniu <i>Rocznych planów działań w zakresie informacji i promocji</i> oraz przy realizowaniu zaplanowanych przedsięwzięć.</p>	średnia	<p>Wyróżnienie w grupie docelowej, określonej zbiorczo jako „ogół społeczeństwa”, podgrup różniących się pod względem korzystania z mediów oraz pod względem poziomu wiedzy na temat RPO WK-P. Wyniki badania przemawiają za wyodrębnieniem tych grup przede wszystkim na podstawie dwóch kryteriów: wieku oraz statusu zawodowego. Podstawowy podział ze względu na wiek powinien polegać na wyodrębnieniu spośród mieszkańców regionu młodzieży i osób w wieku emerytalnym. Z kolei podstawowy podział ze względu na status zawodowy – na wyodrębnieniu osób prowadzących działalność gospodarczą.</p> <p>Analogiczny podział w grupach potencjalnych i faktycznych beneficjentów powinien polegać przede wszystkim na rozróżnieniu JST, przedsiębiorstw oraz innych podmiotów. Drugim kryterium podziału, proponowanym w odniesieniu do potencjalnych beneficjentów, jest posiadanie lub brak doświadczenia w prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych. [patrz również: Rozdział 4.3.3]</p>	IV kwartał 2011	Biuro Pomocy Technicznej RPO – Wydział Koordynacji – Departament Polityki Regionalnej	

¹⁰⁶ Jako inspiracja mogą posłużyć zagadnienia omówione w rozdziałach 2.1 oraz 3.1 niniejszego raportu, poświęconych poziomowi wiedzy mieszkańców regionu oraz potencjalnych beneficjentów i beneficjentów RPO WK-P na temat tego programu oraz Funduszy Europejskich.

¹⁰⁷ Porównaj: *Plan komunikacji RPO WK-P na lata 2010-2013*, s. 10.

¹⁰⁸ „Uwzględnianie specyfiki” oznacza po pierwsze – dobór mediów odpowiednich pod względem profilu odbiorców, po drugie – dobór treści atrakcyjnych dla poszczególnych grup docelowych (na przykład prezentowanie efektów przedsięwzięć, którymi mogą być w szczególnym stopniu zainteresowane poszczególne grupy), po trzecie – dostosowanie formy przekazu (kreacji).

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
3	<p>Poziom wiedzy na temat przedsięwzięć finansowanych w województwie kujawsko-pomorskim z funduszy unijnych jest najniższy wśród mieszkańców regionu, którzy są najsłabiej wykształceni oraz wśród osób powyżej 64 roku życia. [Rozdział 2.1]</p> <p>Mediami, które pozwalają przekazać informacje na temat RPO WK-P największej grupie odbiorców, są telewizja i prasa. Telewizja jest najbardziej uniwersalnym przekazywaczem, docierającym do wszystkich grup docelowych, w tym do osób, które dotychczas z informacjami na temat funduszy unijnych spotykały się w najmniejszym stopniu. [Rozdziały: 2.4, 2.7]</p>	<p>Zwiększenie wiedzy na temat przedsięwzięć finansowanych w ramach RPO WK-P (również) wśród grup docelowych, które obecnie wyróżniają się spośród pozostałych mieszkańców regionu mniejszą wiedzą z tego zakresu.</p>	średnia	Wykorzystywanie telewizji regionalnej oraz prasy jako głównych mediów w kampaniach promujących RPO WK-P, skierowanych do mieszkańców regionu.	od I kwartału 2012	<p>Biuro Pomocy Technicznej RPO – Wydział Koordynacji – Departament Polityki Regionalnej</p> <p>Biuro Promocji Funduszy Unijnych – Departament Promocji Województwa, Rozwoju Gospodarczego, Turystyki i Współpracy Międzynarodowej</p> <p>Gabinet Marszałka</p>	

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
4	<p>Internet umożliwia dotarcie z informacją na temat RPO WK-P do znacznej części mieszkańców województwa (przy czym należy pamiętać, że nie jest medium, za pomocą którego można dotrzeć do osób w wieku emerytalnym). [Rozdziały: 2.4, 2.7]</p> <p>Źródłem informacji niezbędnym przy ubieganiu się o dotację z RPO WK-P oraz realizowaniu i rozliczaniu projektu realizowanego w ramach tego programu, jest portal www.mojregion.eu. [Rozdziały: 3.3, 3.6, 3.7]</p> <p>Obecna jakość użytkowa portalu www.mojregion.eu jest niezadowalająca. [Rozdział 4.2.4].</p>	<p>4a. Przebudowa portalu www.mojregion.eu: podniesienie jego jakości użytkowej oraz ewentualne rozdzielanie na serwis skierowany do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów oraz serwis skierowany do mieszkańców.</p> <p>4b. Częściowa koncentracja zadań związanych z prowadzeniem portalu www.mojregion.eu.</p>	wysoka	<p>Szczegółowe rekomendacje dotyczące podniesienia jakości użytkowej portalu, wraz ze sposobami ich wdrożenia, zostały sformułowane w odrębnym raporcie¹⁰⁹.</p> <p>Utworzenie niewielkiego (na przykład dwuosobowego) zespołu redakcyjnego, złożonego z pracowników, których głównym zadaniem będzie prowadzenie portalu www.mojregion.eu.</p> <p>Podzielenie uprawnień do obsługi serwisu w taki sposób, żeby utworzenie każdego nowego działu wymagało akceptacji zespołu redakcyjnego.</p> <p>Sformułowanie wytycznych określających, w jakich działach serwisu i w jakich terminach¹¹⁰ są publikowane lub anonsowane informacje związane z konkursami ogłaszanymi w ramach RPO WK-P oraz wyniki oceny wniosków.</p> <p>Powierzenie zespołowi redakcyjnemu zadania monitorowania, czy przyjęte wytyczne są przestrzegane.</p>	od IV kwartału 2011	<p>Biuro Pomocy Technicznej RPO – Wydział Koordynacji – Departament Polityki Regionalnej</p> <p>Administratorzy portalu</p>	

¹⁰⁹ Dyspersja: *Ocena portalu www.mojregion.eu*, Warszawa 2011

¹¹⁰ Określonych na przykład w odniesieniu do daty podjęcie odpowiedniej uchwały przez Zarząd Województwa.

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
5	W ofercie Urzędu Marszałkowskiego, skierowanej do instytucji zainteresowanych uzyskaniem wsparcia w ramach RPO WK-P, przeważają szkolenia koncentrujące się na przekazaniu podstawowych informacji na temat przygotowywania wniosków o dofinansowanie. Takie szkolenia nie zaspakajają potrzeb instytucji, które zdążyły już dobrze przyswoić sobie podstawową wiedzę na ten temat. [Rozdział 4.2.5]	Lepsze dostosowanie oferty szkoleń przeznaczonych dla potencjalnych beneficjentów (a także beneficjentów) do potrzeb tych grup docelowych.	średnia	<p>Różnicowanie szkoleń nie tylko pod względem tematu, ale również poziomu zaawansowania.</p> <p>Zapewnienie dostatecznej podaży zarówno szkoleń dotyczących procedur związanych z ubieganiem się o dotację lub realizowaniem projektu, jak i szkoleń specjalistycznych, poświęconych na przykład pomocy publicznej lub ocenie oddziaływania na środowisko.</p> <p>Przyjęcie i stosowanie zasady, że szkolenia przygotowujące do każdego konkursu są przeprowadzane przez pracowników Departamentu Wdrażania RPO we wszystkich miastach, w których zlokalizowane są prowadzone przez Urząd Marszałkowski Punkty Informacyjne</p> <p>Zapewnienie zgodności terminów szkoleń z harmonogramem wdrażania programu: organizowanie szkoleń dotyczących przygotowywania wniosków o dofinansowanie dostatecznie wcześniej przed terminem naboru projektów.</p>	od IV kwartału 2011	<p>Biuro Pomocy Technicznej RPO – Wydział Koordynacji – Departament Polityki Regionalnej</p> <p>Biuro Programowania RPO – Wydział Zarządzania RPO – Departament Polityki Regionalnej</p> <p>Departament Wdrażania RPO</p>	

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
6	<p>Punkty Informacyjne nie zaspokajają w odpowiednim stopniu potrzeb swoich Klientów w zakresie wyjaśniania wątpliwości dotyczących zasad przyznawania dotacji oraz realizowania projektów w ramach RPO WK-P.</p> <p>Problemem jest przede wszystkim praktyka cytowania przez pracowników Punktów Informacyjnych fragmentów dokumentów, zamiast wyjaśniania zgłaszanych przez Klientów wątpliwości. Zdarzają się również przypadki udzielania informacji błędnych. [Rozdział 4.2.3]</p> <p>Problem niesatysfakcjonującej jakości usług Punktów Informacyjnych jest związany z niewystarczającym przepływem informacji pomiędzy komórkami Urzędu Marszałkowskiego odpowiedzialnymi za ogłaszanie naborów i ocenę wniosków a pracownikami Punktów. [Rozdział 4.3.2]</p> <p>Pozycja pracowników Punktów Informacyjnych w strukturze Urzędu Marszałkowskiego nie odpowiada newralgicznej roli, jaka została im powierzona w systemie upowszechniania informacji na temat RPO WK-P. W takiej sytuacji zdobywanie przez pracowników Punktów Informacyjnych doświadczenia, które pomogłyby im w lepszym wykonywaniu obowiązków, zwiększa zarazem prawdopodobieństwo zmiany zajmowanego stanowiska. [Rozdział 4.3.2]</p>	<p>6a. Udrożnienie przepływu informacji pomiędzy komórkami, które odpowiadają za nabór i ocenę wniosków, a Punktami Informacyjnymi.</p> <p>6b. Zwiększenie motywacji konsultantów do pracy w Punktach Informacyjnych.</p>	wysoka	<p>Konsultacje w gronie kadry zarządzającej poszczególnych komórek, z uwzględnieniem obowiązujących w Urzędzie Marszałkowskim zasad obiegu informacji.</p> <p>Dostosowanie wynagrodzeń pracowników Punktów Informacyjnych oraz zakresu wykonywanych przez nich zadań (poprzez podniesienie wynagrodzeń, w systemie premiowym, i/lub rezygnację z powierzania im zadań wykraczających poza udzielanie informacji klientom Punktów Informacyjnych).</p> <p>Powierzenie pracownikom Punktów Informacyjnych wyłącznie zadań zgodnych z ich formalnie określonym zakresem obowiązków (w razie potrzeby: renegotjowanie zakresu obowiązków).</p> <p>Zwiększenie kontroli jakości usług Punktów Informacyjnych, poprzez merytoryczną analizę (losowo wybranych) odpowiedzi przesłanych przez ich pracowników klientom.</p> <p>Powiązanie wysokości wynagrodzeń pracowników Punktów Informacyjnych z jakością pracy (poprzez wprowadzenie systemu premiowego).</p>	IV kwartał 2011	<p>Biuro Koordynacji Funduszy Unii Europejskiej – Wydział Koordynacji – Departament Polityki Regionalnej</p>	

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
7	Część istotnych informacji dotyczących konkursów organizowanych w ramach RPO WK-P jest zbyt późno przekazywana przez Urząd Marszałkowski instytucjom zainteresowanym ubieganiem się o dotację. [Rozdział 4.2.2]	Odpowiednio wcześnie ¹¹¹ podawanie do publicznej wiadomości pełnych informacji dotyczących organizowanych konkursów, w tym informacji na temat zakresu udzielanego wsparcia oraz sposobu oceny wniosków.	wysoka	Bezwzględne publikowanie dokumentów (oraz ich kolejnych wersji) we wszystkich przeznaczonych do tego stronach portalu www.mojregion.eu oraz anonowanie tego rodzaju zmian w <i>newsletterze</i> . (Zagadnienie poprawy procesu wdrażania RPO WK-P wykracza poza zakres niniejszego badania ewaluacyjnego, dotyczącego działań informacyjnych i promocyjnych)	od III kwartału 2011	Wydział Zarządzania RPO – Departament Polityki Regionalnej Departament Wdrażania RPO Administratorzy portalu	
8	Instytucje zainteresowane ubieganiem się o dotację w ramach RPO WK-P mają trudności w przyswojeniu sobie kolejnych, często zmienianych dokumentów określających zasady przyznawania finansowania w ramach RPO WK-P. [Rozdział 4.2.2]	Ułatwienie potencjalnym beneficjentom zapoznawania się ze zmianami wprowadzonymi w dokumentach określających zasady przyznawania finansowania w ramach RPO WK-P.	średnia	Każdorazowe anonowanie w dziale <i>Aktualności</i> portalu www.mojregion.eu oraz w <i>newsletterze</i> zmian dokumentów określających zasady udzielania wsparcia w ramach RPO WK-P. Wskazywanie w zmodyfikowanych dokumentach (lub komentarzach do tych dokumentów) zmian wprowadzonych w porównaniu z poprzednią wersją.	od III kwartału 2011	Wydział Zarządzania RPO – Departament Polityki Regionalnej Departament Wdrażania RPO Administratorzy portalu	

¹¹¹ W zależności od rodzaju projektów, których dotyczy organizowany konkurs. Najdłuższy, przynajmniej półroczny, odstęp pomiędzy przekazaniem do wiadomości publicznej kompletu informacji a zakończeniem naboru wniosków (prowadzonego w trybie zamkniętym) jest potrzebny w przypadku projektów budowlanych.

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
9	Duża liczba dokumentów, z którymi trzeba się zapoznać w celu ustalenia, czy istnieje szansa zdobycia dofinansowania z RPO WK-P na realizację planowanego przedsięwzięcia, stanowi poważną barierę dla instytucji niespecjalizujących się w pozyskiwaniu dotacji z RPO WK-P i nieposiadających dużego doświadczenia w tym zakresie. [Rozdział 4.2.2]	Ułatwienie instytucjom zainteresowanym uzyskaniem dofinansowania poznania możliwości otrzymania dotacji z RPO WK-P.	wysoka	Opracowanie przeznaczonych dla potencjalnych beneficjentów przewodników, zawierających przedstawioną w przystępny sposób syntezę informacji z różnych dokumentów. Poszczególne przewodniki powinny zostać poświęcone poszczególnym Osiom priorytetowym, lub wręcz Działaniom RPO WK-P. Dodatkowy przewodnik, stanowiący wprowadzenie do całego cyklu, powinien informować o tym, jakiego rodzaju instytucje i na realizację jakiego rodzaju projektów mogą uzyskać wsparcie w ramach poszczególnych Osi priorytetowych i Działań (przy czym informacje na ten temat powinny zostać uporządkowane według typu beneficjentów, a nie według struktury programu). (Biorąc pod uwagę, że proces wdrażania RPO WK-P jest zaawansowany, w obecnym okresie programowania rekomendację należy zastosować wyłącznie w odniesieniu do tych Działań, w ramach odbędzie się jeszcze nabór wniosków).	IV kwartał 2011	Wydział Zarządzania RPO - Department Polityki Regionalnej Biuro Koordynacji Funduszy Unii Europejskiej - Wydział Koordynacji - Department Polityki Regionalnej Departament Wdrażania RPO Administratorzy portalu	

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
10	Pomiędzy różnymi dokumentami określającymi zasady uzyskiwania dotacji lub realizowania projektów w ramach RPO WK-P występują niespójności (dotyczące zwłaszcza kwalifikowalności wydatków). [Rozdział 4.2.2]	Uspójnienie dokumentów określających zasady uzyskiwania dotacji lub realizowania projektów.	wysoka	10a. Przeprowadzenie analizy zmierzającej do zidentyfikowania niespójności pomiędzy różnymi dokumentami określającymi zasady uzyskiwania dotacji lub realizowania projektów w ramach RPO WK-P. 10b. Usunięcie zidentyfikowanych rozbieżności poprzez modyfikację dokumentów lub poprzez przygotowanie rozstrzygnięć usuwających wątpliwości dotyczące interpretacji zapisów, które obecnie budzą wątpliwości. Udostępnienie zmodyfikowanych dokumentów i sporządzonych wyjaśnień (między innymi poprzez zamieszczenie ich w portalu www.mojregion.eu).	IV kwartał 2011	Wydział Zarządzania RPO – Departament Polityki Regionalnej Departament Wdrażania RPO	
11	Tematem dotyczącym Funduszy Europejskich, który jest dla mieszkańców regionu szczególnie interesujący, są przedsięwzięcia realizowane przy wsparciu z funduszy unijnych w zamieszkiwanej przez nich miejscowości. [Rozdział 2.6]	Dostosowanie kampanii promujących RPO WK-P do zainteresowań mieszkańców.	średnia	Prezentowanie w kampaniach promocyjnych dotyczących RPO WK-P informacji o inwestycjach realizowanych w jak największej liczbie miejscowości. Korzystanie przy promowaniu RPO WK-P z lokalnej prasy i lokalnych rozgłośni radiowych.	od I kwartału 2012	Biuro Pomocy Technicznej RPO – Wydział Koordynacji – Departament Polityki Regionalnej	

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
12	<p>Atutem marki Funduszy Europejskich w województwie kujawsko-pomorskim jest kojarzenie ich nie tylko z pulą pieniędzy, ale także z nadzorem nad jej prawidłowym wykorzystywaniem.</p> <p>Z drugiej strony, stosunkowo wysoki odsetek mieszkańców województwa uważa, że fundusze unijne są w znacznej części marnowane. [Rozdział 2.3]</p>	Wykorzystywanie w promocji Funduszy Europejskich atutu tej marki.	niska	Sygnalizowanie w ramach kampanii informacyjnych dotyczących RPO WK-P, jako dodatkowego wątku, rozwiązań służących zapewnieniu racjonalnego wydatkowania Funduszy Europejskich.	od I kwartału 2012	<p>Biuro Pomocy Technicznej RPO – Wydział Koordynacji – Department Polityki Regionalnej</p> <p>Biuro Promocji Funduszy Unijnych – Department Promocji Województwa, Rozwoju Gospodarczego, Turystyki i Współpracy Międzynarodowej</p>	
13	<p>Hasło <i>Mój region w Europie</i> jest przez część odbiorców niewłaściwie rozumiane, ponieważ nie odnosi się jednoznacznie do województwa kujawsko-pomorskiego. [Rozdział 2.1]</p>	Zmodyfikowanie hasła, tak aby odnosiło się jednoznacznie do województwa kujawsko-pomorskiego.	niska	Poprzedzenie hasła w obecnym brzmieniu nazwą województwa, tak aby brzmiało: <i>Kujawsko-pomorskie. Mój region w Europie</i> .	od I kwartału 2012	Biuro Pomocy Technicznej RPO – Wydział Koordynacji – Department Polityki Regionalnej	

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
14	<p>Przy prowadzeniu przez Urząd Marszałkowski własnych działań promocyjnych, dotyczących RPO WK-P, potrzebne są profesjonalne zdjęcia inwestycji zrealizowanych dzięki wsparciu udzielonemu w ramach tego programu.</p> <p>Udostępnienie zdjęć, filmów lub wizualizacji komputerowych ułatwiłoby dziennikarzom pracę związaną z informowaniem opinii publicznej o przedsięwzięciach zrealizowanych w ramach RPO WK-P. [Rozdział 4.1.2]</p>	Rozbudowanie (i ewentualnie udostępnienie dziennikarzom) zasobu materiałów wizualnych, prezentujących efekty projektów zrealizowanych w ramach RPO WK-P.	średnia	<p>Powiększenie zasobu profesjonalnych zdjęć, wizualizacji komputerowych (oraz ewentualnie makiet) przedstawiających inwestycje współfinansowane z RPO WK-P.</p> <p>Ewentualne umożliwienie dziennikarzom pobierania z serwera Urzędu Marszałkowskiego plików ze zdjęciami lub filmami dotyczącymi RPO WK-P.</p>	od III kwartału 2011	<p>Biuro Pomocy Technicznej RPO – Wydział Koordynacji – Department Polityki Regionalnej</p> <p>Biuro Koordynacji Funduszy Unii Europejskiej - Wydział Koordynacji – Department Polityki Regionalnej</p> <p>Biuro Promocji Funduszy Unijnych – Departament Promocji Województwa, Rozwoju Gospodarczego, Turystyki i Współpracy Międzynarodowej</p>	

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
15	<p>Koordinacja działań licznych komórek Urzędu Marszałkowskiego, uczestniczących w prowadzeniu działań promocyjnych dotyczących RPO WK-P, jest niewystarczająca. Deficyt koordynacji dotyczy w szczególności współpracy pomiędzy Biurem Pomocy Technicznej RPO a Biurem Promocji Województwa (a także, w mniejszym stopniu, pomiędzy Biurem Pomocy Technicznej RPO a Biurem Prasowym oraz pomiędzy Biurem Pomocy Technicznej RPO a komórkami realizującymi w ramach tego programu własne projekty Urzędu Marszałkowskiego).</p> <p>Doraźnymi skutkami braku wystarczającej koordynacji działań promocyjnych są kolizje terminów organizowanych wydarzeń. Skutkiem dalekosiężnym jest brak realizacji spójnej strategii, która łączyłaby promocję województwa kujawsko-pomorskiego z promocją przedsięwzięć realizowanych w regionie przy wsparciu z funduszy unijnych. [Rozdział 4.3.2]</p>	Zwiększenie koordynacji działań komórek Urzędu Marszałkowskiego zaangażowanych w promocję RPO WK-P.	średnia	<p>Zaktualizowanie i sprecyzowanie zapisanego w <i>Planie komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013</i> podziału kompetencji pomiędzy komórkami Urzędu Marszałkowskiego, uczestniczącymi w prowadzeniu działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WK-P.</p> <p>Zwiększenie aktywności międzywydziałowego Zespołu ds. Informacji i Promocji.</p> <p>Ustalenie i przestrzeganie zasad bieżącej współpracy pomiędzy poszczególnymi komórkami, opartej na konsultowaniu planowanych przedsięwzięć.</p> <p>Opracowanie, a następnie realizacja, strategii promocji województwa, uwzględniającej przedsięwzięcia, które są realizowane w regionie przy wsparciu z funduszy unijnych.</p>	IV kwartał 2011	<p>Biuro Pomocy Technicznej RPO – Wydział Koordinacji – Department Polityki Regionalnej</p> <p>Biuro Koordinacji Funduszy Unii Europejskiej – Wydział Koordinacji – Department Polityki Regionalnej</p> <p>Biuro Promocji Województwa – Departament Promocji Województwa, Rozwoju Gospodarczego, Turystyki i Współpracy Międzynarodowej</p> <p>Biuro Promocji Funduszy Unijnych – Departament Promocji Województwa, Rozwoju Gospodarczego, Turystyki i Współpracy Międzynarodowej</p> <p>Biuro Prasowe – Gabinet Marszałka</p>	

L.p.	Problem	Rekomendacja	Ważność	Sposób wdrożenia	Termin realizacji	Adresat	Uwagi
16	Pracownicy Urzędu Marszałkowskiego zaangażowani w realizację działań informacyjnych i promocyjnych odczuwają deficyt wiedzy o potrzebach grup docelowych oraz o tym, jak odbiorcy oceniają przekazywane im informacje. [Rozdział 4.3.3]	Zapewnienie pełniejszego wykorzystania danych zbieranych przez pracowników Urzędu Marszałkowskiego za pomocą ankiet wypełnianych przez uczestników organizowanych szkoleń.	średnia	Skonsultowanie zakresu informacji zbieranych dotychczas za pomocą ankiet z osobami, które będą wykorzystywały ich wyniki w swojej pracy (a także – pod względem metodologicznym – z pracownikami Biura Ewaluacji RPO lub ekspertem zewnętrznym). Przyjęcie praktyki przedstawiania wyników przeprowadzonych ankiet w formie raportów, przekazywanych następnie osobom zajmującym się prowadzeniem działań informacyjnych i promocyjnych.	IV kwartał 2011	Biuro Pomocy Technicznej RPO – Wydział Koordynacji – Department Polityki Regionalnej Biuro Ewaluacji RPO – Wydział Zarządzania RPO – Department Polityki Regionalnej	