



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Mój region w Europie

Ocena potencjału rynkowego marki
Regionalnego Programu Operacyjnego
Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007–2013

Raport całościowy

przygotowany przez

PBS DGA Spółka z o.o.

dla

Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego

Badanie współfinansowane przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz z budżetu Samorządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007–2013.



ZESPÓŁ BADAWCZY:

Artur Cieśliński

Bartosz Chruścielski

Monika Jaskulska

Katarzyna Nałysz-Safuryn

Anna Puskiewicz

Marcin Spławski

PBS DGA SPÓŁKA Z O.O.

ul. Junaków 2

81-812 Sopot

tel. 058 550 60 70

fax 058 550 66 70

www.pbsdga.pl

Badanie współfinansowane przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz z budżetu Samorządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007–2013.

SPIS TREŚCI

Spis treści	- 3 -
Wykaz używanych skrótów	- 5 -
Streszczenie	- 7 -
Synopsis	- 11 -
Schemat realizacji badania	- 15 -
Wprowadzenie.....	- 17 -
A. Znajomość oraz postrzeganie RPO WK-P.....	- 19 -
Znajomość nazwy RPO WK-P.....	- 21 -
Znajomość logotypu i hasła RPO WK-P	- 22 -
Znajomość zakresu RPO WK-P.....	- 23 -
Oceny obecności w Unii Europejskiej	- 27 -
Oceny RPO WK-P	- 29 -
Oceny możliwości uzyskania dofinansowania w ramach RPO WK-P	- 35 -
Wnioski	- 37 -
B. Postrzeganie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego.....	- 39 -
Wnioski	- 44 -
C. Skuteczność podejmowanych działań informacyjnych i promocyjnych	- 45 -
Wnioski	- 49 -
D. Oceny i preferencje dotyczące poszczególnych kanałów informacji.....	- 50 -
Oceny poszczególnych źródeł informacji	- 51 -
Preferowane źródła informacji	- 54 -
Wnioski	- 57 -
E. Oceny i preferencje dotyczące zakresu informacji	- 59 -
Oczekiwania mieszkańców województwa.....	- 59 -
Oczekiwania beneficjentów programu.....	- 60 -
Wnioski	- 61 -
Wnioski i rekomendacje.....	- 62 -
Spis wykresów	- 82 -

WYKAZ UŻYWANYCH SKRÓTÓW

CATI – Wywiady telefoniczne wspomagane komputerowo

FE – Fundusze Europejskie

FGI – Zogniskowane wywiady grupowe

IDI – Pogłębione wywiady indywidualne

IZ – Instytucja Zarządzająca

NSS – Narodowa Strategia Spójności

PAPI – Bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe

PO IiŚ – Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko

RPO WK-P – Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego

UE – Unia Europejska

UM – Urząd Marszałkowski

ZPORR – Zintegrowany Program Operacyjny Rozwoju Regionalnego

STRESZCZENIE

Poziom znajomości oraz rozpoznawalności zewnętrznych „identyfikatorów” RPO WK-P – nazwy, hasła i logotypu, wśród mieszkańców województwa nie jest zadowalający. Spontaniczna znajomość nazwy kształtuje się na poziomie 11,8%, znajomość wspomagana jest dwukrotnie wyższa. Podobnie często rozpoznawany jest logotyp RPO WK-P – poprawnie wskazuje go średnio co piąta osoba, choć o połowę mniej (tylko 10,8%) mieszkańców deklaruje, że wie, jak on wygląda. Ta rozbieżność wynika w znacznej mierze z faktu, iż w aktualnym okresie programowania stosowany jest jeden znak graficzny w odniesieniu do wszystkich programów operacyjnych.

Zdecydowanie najlepiej rozpoznawanym wyróżnikiem RPO WK-P jest jego hasło – Mój region w Europie. Biorąc pod uwagę, że w przeciwieństwie do logotypu może się ono jednoznacznie kojarzyć z RPO WK-P, jest to dobry punkt wyjścia do budowania spójnego i odrębnego wizerunku programu.

Zarówno mieszkańcy, jak i beneficjenci dość dobrze orientują się w zakresie tematycznym programu – potrafią wskazać działania, na które przewidziano środki w ramach RPO WK-P. Jednak ze względu na dość ogólny poziom odpowiedzi, trudno jest jednoznacznie stwierdzić na ile odróżniają oni zakres tematyczny RPO WK-P od zakresów innych programów operacyjnych (w szczególności programów ogólnopolskich).

Formułowane oceny skutków realizacji programu nie są jednoznaczne. Z jednej strony zaledwie połowa mieszkańców twierdzi, że realizacja RPO WK-P spowoduje zmiany w sytuacji województwa, z drugiej – oczekuje się, że będą to zmiany na lepsze, choć nie odczuwane bezpośrednio przez mieszkańców. Zdecydowanie bardziej optymistycznie patrzą na te kwestie beneficjenci programu.

Pewnym ograniczeniem skutecznej i sprawnej realizacji RPO WK-P może być przekonanie potencjalnych i rzeczywistych beneficjentów, że uzyskanie dofinansowania jest dość trudne i niejednakowo dostępne dla wszystkich uprawnionych.

Prawie połowa mieszkańców województwa oraz jedna trzecia beneficjentów nie potrafi ocenić pracy Urzędu Marszałkowskiego w kontekście zarządzania RPO WK-P. Pozostali formułują raczej oceny pozytywne. Warto podkreślić, że prawie połowa beneficjentów jest zadowolona z pracy IZ. Krytycznie wypowiada się średnio co piąty beneficjent, a zarzuty dotyczą przede wszystkim: niezadowalającego przygotowania merytorycznego pracowników, długiego okresu oczekiwania na decyzje, skomplikowanych procedur, niespójnych wymagań oraz udzielania niedostatecznej ilości informacji. O ile część tych

czynników nie jest zależna wyłącznie od Urzędu Marszałkowskiego (np. procedury związane z uzyskaniem dofinansowania), o tyle dbanie o wysoki poziom przygotowania merytorycznego pracowników oraz prowadzenie skutecznej i dostosowanej do potrzeb odbiorców polityki informacyjnej powinno być jednym z priorytetów współpracy IZ z mieszkańcami, a w szczególności beneficjentami programu.

Ocena skuteczności działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych przez Urząd Marszałkowski w odniesieniu do RPO WK-P jest niejednoznaczna. Zdecydowanie lepiej wypada ocena działań kierowanych do beneficjentów programu. Większość z nich dość dobrze zna zakres programu (z wyjątkiem jego wartości finansowej) i odróżnia go od innych programów operacyjnych. W tej grupie udało się wytworzyć bardzo pozytywne nastawienie do realizacji programu – zdecydowana większość beneficjentów wyraża przekonanie, że pociągnie ona za sobą pozytywne zmiany w województwie.

Znacznie słabsze są efekty działań kierowanych do opinii publicznej. Większość mieszkańców województwa nie kojarzy nazwy oraz logotypu programu, dość dobrze natomiast rozpoznawane jest jego hasło. Połowa mieszkańców wyraża wątpliwości dotyczące zmiany sytuacji w województwie do 2013 roku w wyniku realizacji RPO WK-P, a jednocześnie przeważają opinie, że program przyniesie korzyści przede wszystkim dla województwa i jego władz, a nie osobiście dla nich lub ich najbliższych.

Warto zaznaczyć, że zarówno mieszkańcy jak i beneficjenci raczej pozytywnie oceniają Urząd Marszałkowski jako IZ RPO WK-P.

Niewątpliwie brakuje skutecznych działań poszerzających wiedzę na temat programu, szczególnie mieszkańców województwa – zdecydowana większość mieszkańców oraz ponad połowa beneficjentów stwierdza, że wie na temat programu mniej niż by chciała. Ponad jedna trzecia beneficjentów, a więc osób dość zaangażowanych w tematykę związaną z programem, uważa, że uzyskanie rzetelnych i dokładnych informacji o RPO WK-P jest łatwe, przeciwnego zdania jest średnio co czwarty beneficjent.

Najsukuteczniejszymi kanałami działań informacyjnych i promocyjnych kierowanych do opinii publicznej są: telewizja, prasa oraz Internet. Większość mieszkańców za pośrednictwem tych mediów zetknęła się z nazwą RPO WK-P oraz z większością informacji na jego temat. Ważnym, choć trudniejszym do wykorzystania kanałem informacji są znajomi i rodzina.

Wykorzystywane przez UM kanały promowania programu pozwalają na dotarcie do dużej grupy beneficjentów – zdecydowana większość z nich korzystała ze strony internetowej

poświęconej RPO WK-P, z Punktów Konsultacyjnych i zetknęła się z informacjami o RPO WK-P w prasie, radiu, telewizji oraz za pośrednictwem plakatów. Kanały te w większości służą jedynie promocji programu, podstawowymi źródłami informacji (a więc wiedzy) są dla beneficjentów: firmy konsultingowe, szkolenia oraz pracownicy urzędów.

Zarówno mieszkańcy, jak i beneficjenci deklarują, że najchętniej informacji o programie szukaliby: w Internecie, w Urzędzie Marszałkowskim, w Punktach Konsultacyjnych oraz wśród znajomych.

Mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego, przynajmniej na poziomie deklaracji, wyrażają bardzo duże zainteresowanie RPO WK-P. Większość z nich chciałaby dowiedzieć się więcej na temat programu. Ponad połowa jest zainteresowana informacjami dotyczącymi: projektów realizowanych ze środków RPO WK-P, możliwości uzyskania dofinansowania oraz wielkości środków dostępnych w ramach programu i postępów w ich wydatkowaniu.

Także beneficjenci RPO WK-P zwracają uwagę na zbyt małą dostępność informacji. W ich ocenie brakuje zarówno informacji ogólnych jak i bardziej szczegółowych. Dość pożądaną kategorią są informacje potrzebne na etapie przygotowywania wniosków o dofinansowanie projektów.

SYNOPSIS

The awareness level of distinguishing marks of Regional Operational Programme for Kujawsko-Pomorskie Voivodeship (ROP K-PV) – such as: name, slogan and logo among the Voivodeship inhabitants is unsatisfactory. Spontaneous awareness level reaches 11, 8%, when aided reaches twice the number. The logo of RPO K-PV is recognised by one-fifth of the respondents, although only 10, 8% of them declare, that they know how it looks like. This discrepancy mainly stems from the fact, that in the current programming period one graphic symbol refers to all operational programmes.

The slogan – ‘My Region in Europe’ is decidedly the best recognised distinguishing mark of the ROP K-PV. Considering the fact, that the slogan – in opposition to the logo – may be unequivocally associated with the ROP K-PV, it is a good starting point for building up a coherent and distinctive image of the Programme.

Both inhabitants and beneficiaries know the content of the Programme. They are able to point the measures that are financed within the ROP K-PV. However, with regard to the fairly general answers, it is hard to determine explicitly, whether respondents differentiate content of the ROP K-PV from content of other programmes (nationwide programmes).

Evaluation of implications of the Programme is ambiguous. Merely half of the inhabitants declare, that implementation of ROP K-PV will bring about a change to the Voivodeship’s situation. On the other hand – positive changes will not be noticeable directly by the inhabitants. Programme beneficiaries have decidedly more optimistic attitude towards the issue.

Belief of potential and actual beneficiaries, that obtaining the funds is difficult and unequally accessible, can somehow limit an effective and efficient implementation of ROP K-PV.

Nearly a half of the Voivodeship inhabitants and one-third of the beneficiaries are unable to evaluate Marshal’s Office (MO) work, in regard with management of the ROP K-PV. The others give rather good marks to the Office. It is worth mentioning that nearly a half of the beneficiaries are satisfied with Managing Authority’s (MA) performance. Negative

opinions of 20% of the beneficiaries concern especially: employees' unsatisfactory performance, long wait for the decisions, complicated procedures, inconsistent requirements and insufficient information. Some of these factors (i.e. funding procedures) depend not only upon Marshal's Office. But the care for the good performance of employees and conducting informational campaign which is effective and tailored for the needs of recipients, should be vital in cooperation between MA and the beneficiaries and inhabitants.

The evaluation of MO's informational and promotional campaign is ambiguous. Actions targeted on beneficiaries are evaluated decidedly better. Most beneficiaries know the content of the Programme (except for its financial value) and distinguish it from other operational programmes. This group can be characterised by very positive attitude towards implementation of the Programme. Large majority of beneficiaries express a belief that the implementation will result in positive changes in the Voivodeship.

Actions targeted on the public opinion have considerably weaker effect. The most of Voivodeship inhabitants do not know the name or the logo of the Programme, although its slogan is recognised fairly well. Half of the inhabitants express their doubts concerning positive changes in the Voivodeship up until 2013 – as an outcome ROP K-PV implementation. At the same time opinions, that the Programme will bring benefits mainly to the Voivodeship and its authorities but not the inhabitants and their relatives, prevail.

It is worth mentioning that Marshal's Office (as Managing Authority of the Regional Operational Programme for Kujawsko-Pomorskie Voivodeship) is perceived as good by both inhabitants and beneficiaries.

Undoubtedly effective actions, which broaden the awareness and knowledge about the Programme, are lacking – especially targeted at the Voivodeship inhabitants. The great majority of them (and more than a half of the beneficiaries) declare to know about the Programme less than they would like to. More than one-third of the beneficiaries – people thus involved in Programme-related issues – declare that obtaining reliable and precise information about ROP K-PV is easy. One-fourth of the beneficiaries express opposite opinion.

Television, press and Internet are the most effective channels of informational- and promotional actions addressed to the public opinion. Most of the inhabitants came across the name 'ROP K-PV' and most of the information concerning the Programme through these media. Friends and relatives are important channels of information, although difficult to utilise.

Channels of promotion of the Programme enable Marshal's Office to reach the great number of beneficiaries. Vast majority of them visited ROP K-PV's website, Information Points (IP) and came across the information concerning ROP K-PV in the press, the radio and television or through the posters. These channels contribute merely to the promotion of the Programme. Basic sources of information (therefore knowledge) for beneficiaries are: consultancies, training courses and office employees.

Both inhabitants and beneficiaries declare that they would seek information about the Programme most preferably in: the Internet, Marshal's Office and Information Points or among friends.

Voivodeship inhabitants declare high interest in ROP K-PV. Most of them would like to learn more about the Programme. More than a half of them declares interest in the information concerning: projects implemented owing to the ROP K-PV funds, opportunities of obtaining the financing, amount of money available within the Programme and progress of disbursement.

Beneficiaries of ROP K-PV underline the fact, that the accessibility of information is unsatisfactory. They lack both general and detailed information. Information, concerning the stage of preparing the applications and financing the projects, is fairly demanded.

SCHEMAT REALIZACJI BADANIA

TYTUŁ PROJEKTU

Ocena potencjału rynkowego marki Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013.

ZAMAWIAJĄCY

Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

WYKONAWCA

PBS DGA Sp. z o.o., 81-812 Sopot, ul. Junaków 2.

SCHEMAT REALIZACJI BADANIA

- badanie jakościowe metodą FGI
- badanie ilościowe metodą CATI
- badanie ilościowe metodą PAPI.

PRÓBA

- celowa mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (1 FGI w Grudziądzu)
- celowa potencjalnych beneficjentów RPO WK-P (2 FGI: w Bydgoszczy i Toruniu)
- celowa rzeczywistych beneficjentów RPO WK-P (2 FGI: w Bydgoszczy i Toruniu)
- reprezentatywna mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (319 osób, PAPI)
- losowa potencjalnych i rzeczywistych beneficjentów RPO WK-P (215 wywiadów CATI).

Do grupy beneficjentów potencjalnych RPO WK-P zostały zaliczone osoby, które uczestniczyły w szkoleniach dotyczących RPO WK-P lub przygotowywały wniosek o dofinansowanie projektu w ramach RPO WK-P, a jednocześnie aktualnie nie uczestniczą w realizacji projektu dofinansowywanego w ramach RPO WK-P.

Do grupy rzeczywistych beneficjentów RPO WK-P zostały zaliczone osoby, które uczestniczą w realizacji projektu współfinansowanego ze środków RPO WK-P.

DŁUGOŚĆ WYWIADÓW

- wywiady FGI – około 1,5–2 godzin
- wywiady CATI – około 10 minut
- wywiady PAPI – około 15–20 minut.

TERMIN REALIZACJI PRAC TERENOWYCH

czerwiec 2009 roku.

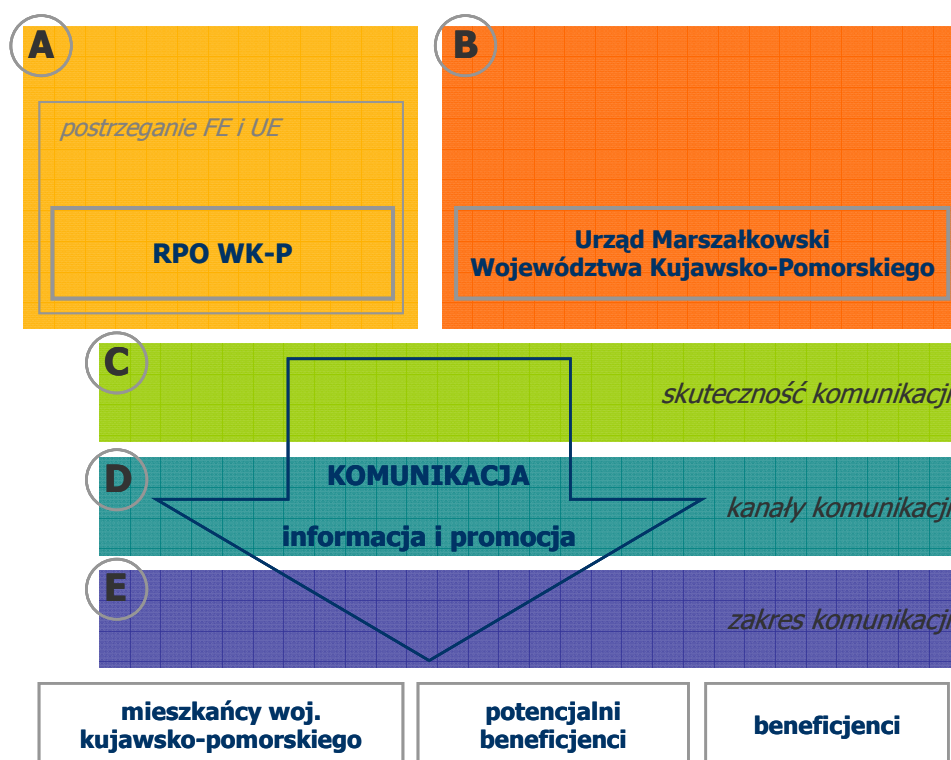
Prace terenowe przeprowadzili przeszkoleni ankieterzy PBS DGA Spółka z o.o.
Analizy statystyczne wykonano przy użyciu oprogramowania SPSS.

WPROWADZENIE

Jednym z celów działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych przez Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego w odniesieniu do Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego jest stworzenie marki programu. Głównymi grupami docelowymi są tutaj mieszkańcy województwa oraz w sposób szczególny potencjalni i rzeczywisti beneficjenci RPO WK-P.

Aby ocenić skuteczność prowadzonych przez Urząd działań postanowiono ocenić kilka elementów składających się na proces komunikacji. Schematycznie zakres tematyczny badania prezentuje rysunek 1.

Rysunek 1. Zakres tematyczny projektu badawczego



Układ niniejszego raportu jest odzwierciedleniem założonej struktury tematycznej badania. W części prezentującej wyniki badania wyróżniono pięć rozdziałów opisujących:

- A. Stopień znajomości oraz sposób postrzegania RPO WK-P przez mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego oraz potencjalnych i rzeczywistych

beneficjentów Programu. Informacje te zostały ukazane w szerszym kontekście postrzegania Funduszy Europejskich na lata 2007–2013 oraz członkostwa Polski w Unii Europejskiej.

B. Sposób postrzegania Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego jako Instytucji Zarządzającej RPO WK-P przez mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego oraz potencjalnych i rzeczywistych beneficjentów Programu.

C. Skuteczność dotychczas podejmowanych działań informacyjnych i promocyjnych na temat RPO WK-P wśród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego oraz potencjalnych i rzeczywistych beneficjentów Programu.

D. Oceny i preferencje wobec stosowanych kanałów komunikacji na temat RPO WK-P w odniesieniu do mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego oraz potencjalnych i rzeczywistych beneficjentów Programu.

E. Oceny i preferencje dotyczące zakresu informacji na temat RPO WK-P odbieranych i poszukiwanych przez mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego oraz potencjalnych i rzeczywistych beneficjentów Programu.

Poza tym w raporcie zawarto: streszczenie (w języku polskim i angielskim) oraz zestawienie wniosków i rekomendacji wynikających z przeprowadzonego badania. Dodatkowo każdy z rozdziałów zawiera krótkie streszczenie i kończy się zestawieniem wniosków z omówionych wyników.

A. ZNAJOMOŚĆ ORAZ POSTRZEGANIE RPO WK-P

Poziom znajomości oraz rozpoznawalności zewnętrznych „identyfikatorów” RPO WK-P – nazwy, hasła i logotypu, wśród mieszkańców województwa nie jest zadowalający. Spontaniczna znajomość nazwy kształtuje się na poziomie 11,8%, znajomość wspomagana jest dwukrotnie wyższa. Podobnie często rozpoznawany jest logotyp RPO WK-P – poprawnie wskazuje go średnio co piąta osoba, choć o połowę mniej (tylko 10,8%) mieszkańców deklaruje, że wie, jak on wygląda. Ta rozbieżność wynika w znacznej mierze z faktu, iż w aktualnym okresie programowania stosowany jest jeden znak graficzny w odniesieniu do wszystkich programów operacyjnych.

Zdecydowanie najlepiej rozpoznawanym wyróżnikiem RPO WK-P jest jego hasło – *Mój region w Europie*. Biorąc pod uwagę, że w przeciwieństwie do logotypu może się ono jednoznacznie kojarzyć z RPO WK-P, jest to dobry punkt wyjścia do budowania spójnego i odrębnego wizerunku programu.

Zarówno mieszkańcy, jak i beneficjenci dość dobrze orientują się w zakresie tematycznym programu – potrafią wskazać działania, na które przewidziano środki w RPO WK-P. Jednak ze względu na dość ogólny poziom odpowiedzi, trudno jest jednoznacznie stwierdzić na ile odróżniają oni zakres tematyczny RPO WK-P od zakresów innych programów operacyjnych (w szczególności programów ogólnopolskich).

Oceny skutków realizacji programu nie są jednoznaczne. Z jednej strony zaledwie połowa mieszkańców województwa uważa, że realizacja RPO WK-P spowoduje zmiany w sytuacji województwa, z drugiej – oczekuje się, że będą to zmiany na lepsze, choć nie odczuwane bezpośrednio przez mieszkańców. Zdecydowanie bardziej optymistycznie patrzą na te kwestie beneficjenci programu.

Pewnym ograniczeniem skutecznej i sprawnej realizacji RPO WK-P może być przekonanie potencjalnych i rzeczywistych beneficjentów, że uzyskanie dofinansowania jest dość trudne i niejednakowo dostępne dla wszystkich uprawnionych.

Jednym z podstawowych celów działań informacyjno-promocyjnych instytucji zarządzającej programem operacyjnym powinno być wytworzenie w odbiorcach spójnego i pożądanego obrazu tego programu – a więc budowa jego marki. Aby ocenić skuteczność procesu komunikowania przez Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego RPO WK-P można zweryfikować dwa elementy:

- czy adresaci komunikacji wiedzą o istnieniu programu i odróżniają go od innych programów operacyjnych;
- czy wizerunek – sposób postrzegania programu, jest zgodny z intencjami nadawcy komunikatów, czyli Urzędu Marszałkowskiego.

Aby odpowiedzieć na pierwsze pytanie sprawdziliśmy przede wszystkim poziom znajomości spontanicznej (procent grupy docelowej, który samodzielnie podaje np. nazwę programu bez pomocy ankietera) i wspomaganej (procent grupy docelowej, który deklaruje znajomość np. nazwy programu po jej wyczytaniu przez ankietera) nazwy, hasła oraz logotypu RPO WK-P, które powinny stanowić jednoznaczne i czytelne dla szerokiego grona odbiorców „identyfikatory” programu. Sprawdzono także poziom znajomości treści programu – jego zakresu finansowego, zakresu działań, które mogą być współfinansowane ze środków programu oraz rodzajów podmiotów, które mogą być jego beneficjentami.

W dalszej części rozdziału opisany został sposób postrzegania RPO WK-P, a więc jego wizerunek wśród mieszkańców województwa oraz beneficjentów programu. Wizerunek ten był analizowany w odniesieniu do celów programu, w związku z tym mierzono:

- poziom przekonania, że realizacja programu będzie skutkowałą zmianami w województwie,
- poziom przekonania, że zmiany te będą korzystne dla województwa,
- poziom przekonania, że zmiany te będą korzystne bezpośrednio dla mieszkańców województwa.

Dodatkowo, w odniesieniu do rzeczywistych i potencjalnych beneficjentów RPO WK-P mierzono:

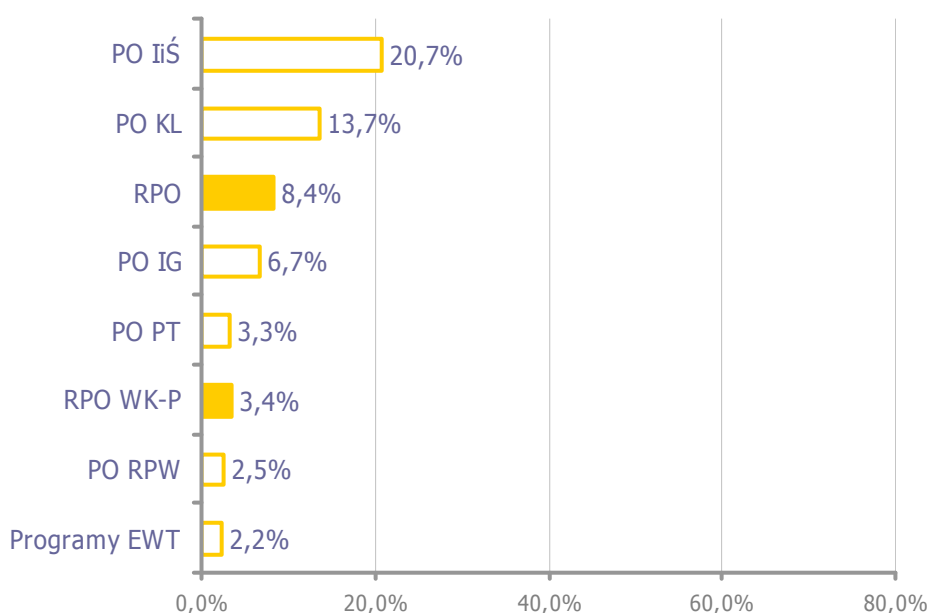
- postrzegany poziom trudności uzyskania dofinansowania w ramach programu.

Ponieważ RPO WK-P jest jednym z wielu aktualnie realizowanych programów operacyjnych, sposób jego postrzegania powinien być analizowany w szerszym kontekście postrzegania Funduszy Europejskich będących konsekwencją wstąpienia Polski do UE.

ZNAJOMOŚĆ NAZWY RPO WK-P

Poziom znajomości nazwy RPO WK-P wśród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego nie jest zbyt wysoki. Na pytanie o programy operacyjne 11,8% mieszkańców wymienia Regionalne Programy Operacyjne (8,4%) lub wprost – Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego (3,4%). Wynik ten plasuje program w pierwszej połowie wymienianych programów operacyjnych. Najlepiej znany – Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko – wskazał średnio co piąty pytany (20,7%), natomiast drugi w kolejności – Program Operacyjny Kapitał Ludzki – 13,7%. Pozostałe programy spontanicznie wymieniało mniej niż po 10% mieszkańców, co prezentuje wykres 1.

Wykres 1. Poziom spontanicznej znajomości nazw programów operacyjnych.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319).

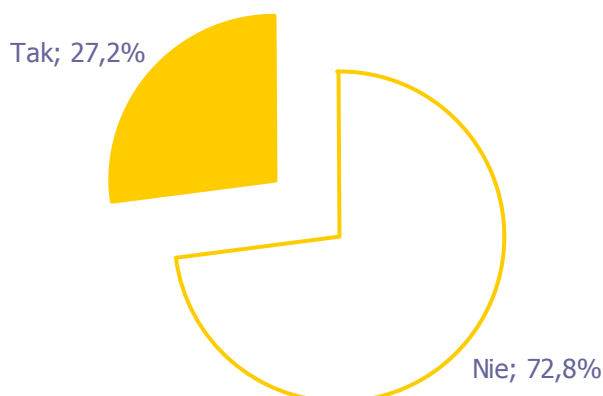
Znajomość programów operacyjnych – zbadana podczas badań jakościowych wśród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego – była na podobnie niskim poziomie (najwięcej osób kojarzyło nazwę Program Operacyjny Kapitał Ludzki). Natomiast znajomość tej tematyki w przypadku beneficjentów i potencjalnych beneficjentów – była dużo wyższa – praktycznie każda osoba z tej grupy potrafiła wymienić co najmniej kilka nazw programów operacyjnych.

Należy zaznaczyć, że poziom spontanicznej znajomości nazwy RPO WK-P, podobnie jak pozostałych programów operacyjnych, wzrasta wraz z poziomem wykształcenia. U osób z wykształceniem podstawowym wynosi około 3,7%, u osób z wykształceniem wyższym – 23,5%.

Wspomagana znajomość nazwy RPO WK-P jest ponad dwukrotnie wyższa niż znajomość spontaniczna. Nieco ponad jedna trzecia mieszkańców województwa (27,2%) odpowiedziała twierdząco na pytanie o znajomość nazwy RPO WK-P. Dane te prezentuje wykres 2.

Nazwę programu częściej rozpoznawali mężczyźni niż kobiety oraz osoby w wieku świadczącym o aktywności zawodowej (od 35 do 64 roku życia) niż pozostali, a przede wszystkim osoby młode (do 24 roku życia).

Wykres 2. Poziom wspomaganej znajomości nazwy RPO WK-P.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319).

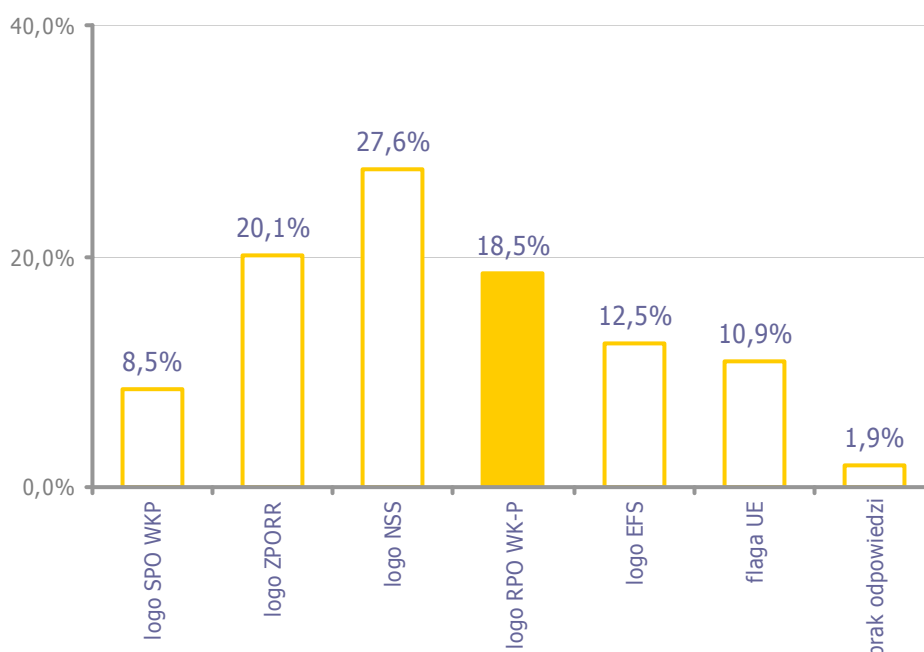
ZNAJOMOŚĆ LOGOTYPU I HASŁA RPO WK-P

Poziom spontanicznej znajomości logotypu RPO WK-P jest porównywalny z poziomem znajomości jego nazwy. Jedynie co dziesiąty mieszkaniec województwa (10,8%)

deklaruje, że wie, jak wygląda logo RPO WK-P. Spośród sześciu prezentowanych logotypów, średnio co piąta osoba (18,5%) wskazała poprawnie logo RPO WK-P. Najczęściej logotyp ten był mylony z logotypami NSS (27,6%, dotyczy poprzedniego logotypu NSS) oraz ZPORR (20,1%).

Podobnie, jak w przypadku znajomości nazwy RPO WK-P, logotyp trafniej rozpoznają osoby w wieku produkcyjnym (przede wszystkim między 35 a 64 rokiem życia).

Wykres 3. Poziom wspomaganie znajomości logotypu RPO WK-P.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319).

Zdecydowanie wyższy jest poziom rozpoznawalności hasła RPO WK-P – 42% mieszkańców trafnie wskazało hasło „Mój region w Europie”.

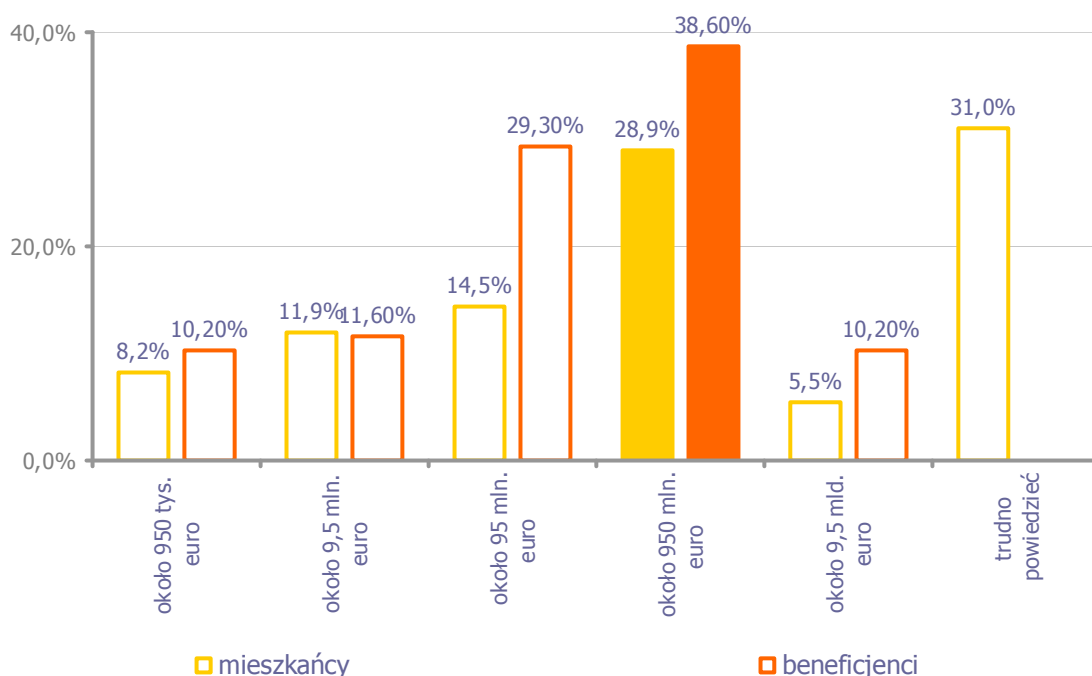
ZNAJOMOŚĆ ZAKRESU RPO WK-P

Mieszkańcy województwa, którzy znają nazwę RPO WK-P niezbyt dobrze orientują się w wielkości finansowej programu – średnio co czwarty (28,9%) trafnie rozpoznał, że wynosi ona około 950 milionów euro. Najlepiej zorientowane były osoby w wieku od 34 do 64 lat. Warto zauważyć, że jedna trzecia mieszkańców (30,7%) znających nazwę RPO

WK-P deklaruje wprost, że nie wie ile środków przewidziano na realizację programu, a 40,4% podaje błędnie rząd wielkości tych środków.

Niepokojący jest fakt, że potencjalni i rzeczywisti beneficjenci RPO WK-P niewiele lepiej niż mieszkańcy zdają sobie sprawę z wielkości finansowej programu – 38,6% wskazuje poprawnie rząd wielkości.

Wykres 4. Wiedza na temat wielkości finansowej RPO WK-P wśród mieszkańców oraz beneficjentów programu.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319), oraz badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

W ocenie mieszkańców województwa w ramach RPO WK-P przede wszystkim finansowane są:

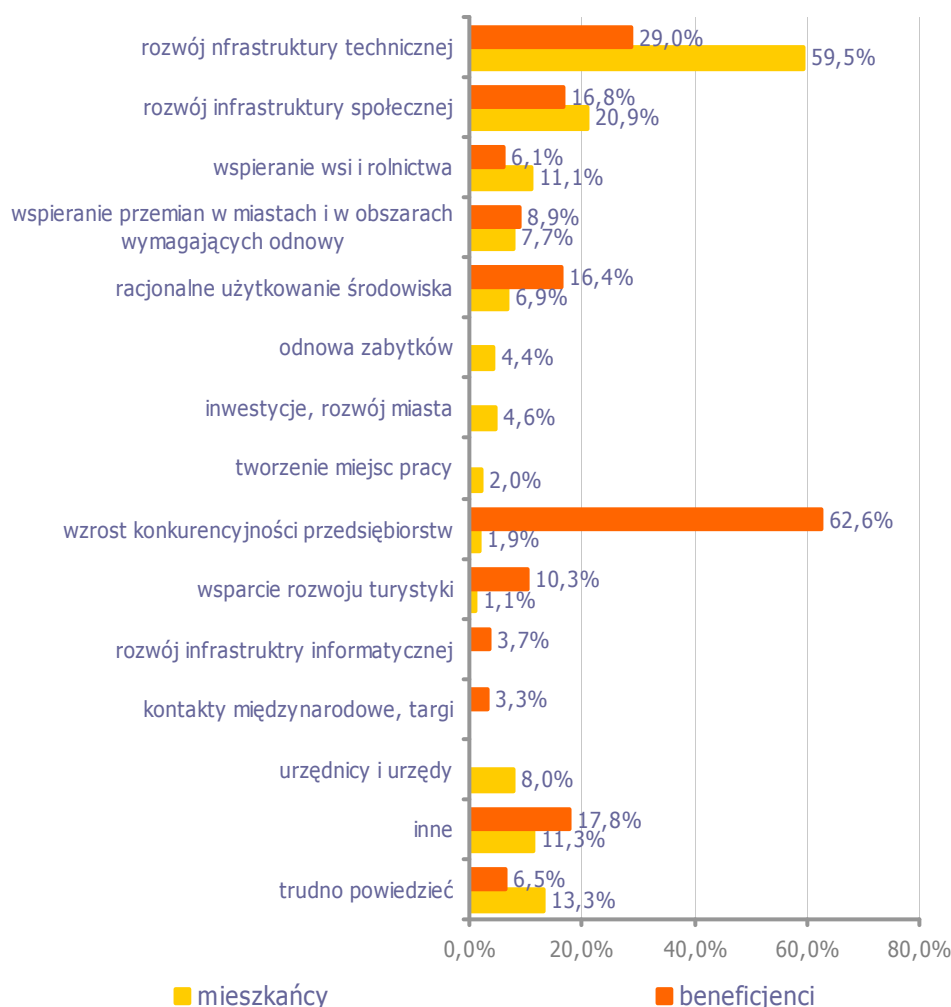
- rozwój infrastruktury transportowej (59,5% wskazań),
- rozwój infrastruktury społecznej (20,9% wskazań),
- wsparcie wsi oraz rolnictwa (11,1% wskazań),
- rewitalizacja obszarów zdegradowanych (7,7% wskazań),
- zachowanie i racjonalne użytkowanie środowiska (6,9% wskazań).

Podobną, choć dłuższą listę tworzą beneficjenci programu:

- poprawa konkurencyjności przedsiębiorstw (62,6% wskazań),
- rozwój infrastruktury transportowej (29% wskazań),
- rozwój infrastruktury społecznej (16,8% wskazań),
- racjonalne użytkowanie środowiska (16,4% wskazań),
- rozwój turystyki (10,3% wskazań),
- rewitalizacja obszarów zdegradowanych (8,9% wskazań),
- wsparcie wsi oraz rolnictwa (6,1% wskazań).

Te odpowiedzi świadczą o dość dobrej orientacji w tematyce RPO WK-P. Warto zauważyć jednak dwa fakty: wymienione wyżej kategorie są dość ogólne a tym samym dość pojemne, a jednocześnie ogólnopolskie programy operacyjne przewidują wydatkowanie środków częściowo na podobne działania. W związku z tym nie można jednoznacznie stwierdzić na ile mieszkańcy województwa odróżniają pod względem zakresu tematycznego RPO WK-P od innych programów operacyjnych.

Wykres 5. Obszary i działania finansowane w ramach RPO WK-P według mieszkańców i beneficjentów.

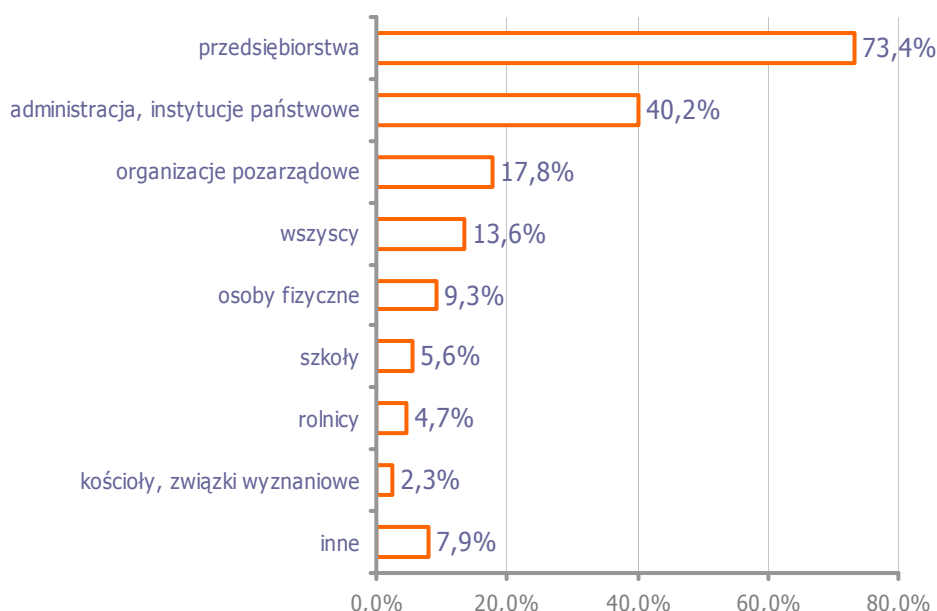


Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319), oraz badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

W opinii beneficjentów RPO WK-P o dofinansowanie w ramach programu mogą ubiegać się przede wszystkim:

- przedsiębiorstwa (73,4% wskazań),
- administracja publiczna oraz instytucje państwowe (40,2% wskazań),
- organizacje pozarządowe (17,8% wskazań).

Wykres 6. Podmioty mogące ubiegać się o dofinansowanie projektów w ramach RPO WK-P według beneficjentów programu.

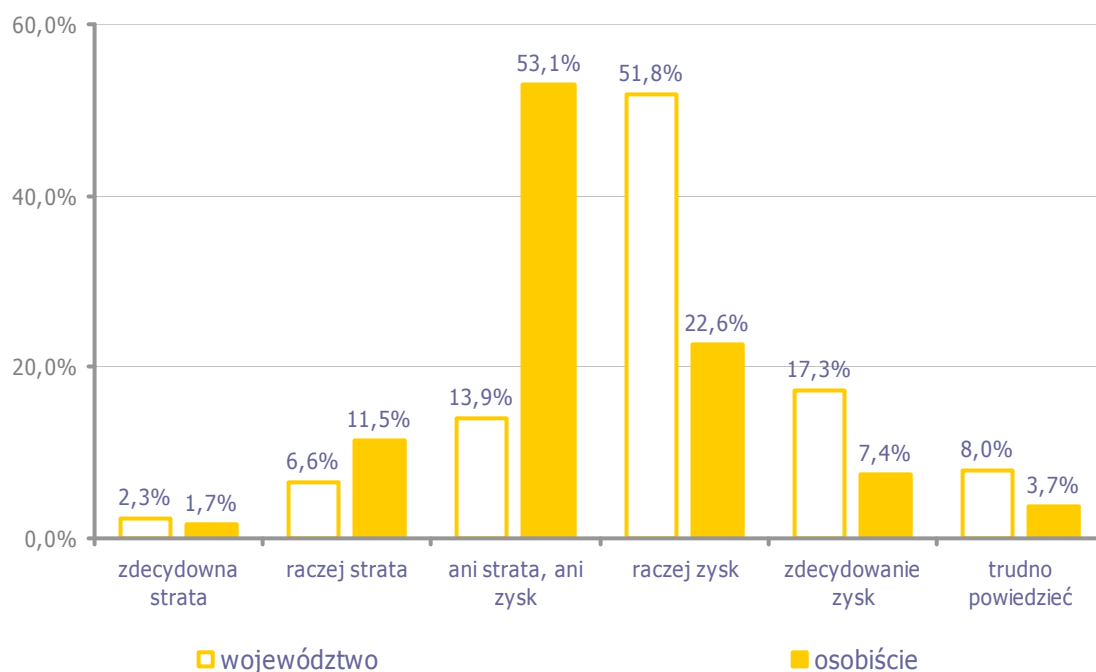


Źródło: Badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

OCENY OBECNOŚCI W UNII EUROPEJSKIEJ

Mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego postrzegają obecność w UE raczej w kontekście korzyści niż kosztów, przy czym korzyści te w ich ocenie dotyczą całego województwa, ale nie ich konkretnie. Ponad dwie trzecie pytaných (69,1%) uważa, że województwo zyskało na wstąpieniu Polski do UE, a jedynie 8,9% że straciło. Zdecydowanie gorzej wygląda percepcja osobistych korzyści z obecności w Unii. Połowa mieszkańców województwa (53,1%) ocenia, że oni oraz ich najbliżsi ani nie zyskali ani nie stracili na wejściu Polski do UE. Jedynie jedna trzecia (30%) wiąże z tym faktem bezpośrednie korzyści osobiste, średnio co dziesiąty mieszkaniec (13,2%) wyraża przekonanie, że w konsekwencji on i jego najbliżsi ponieśli straty.

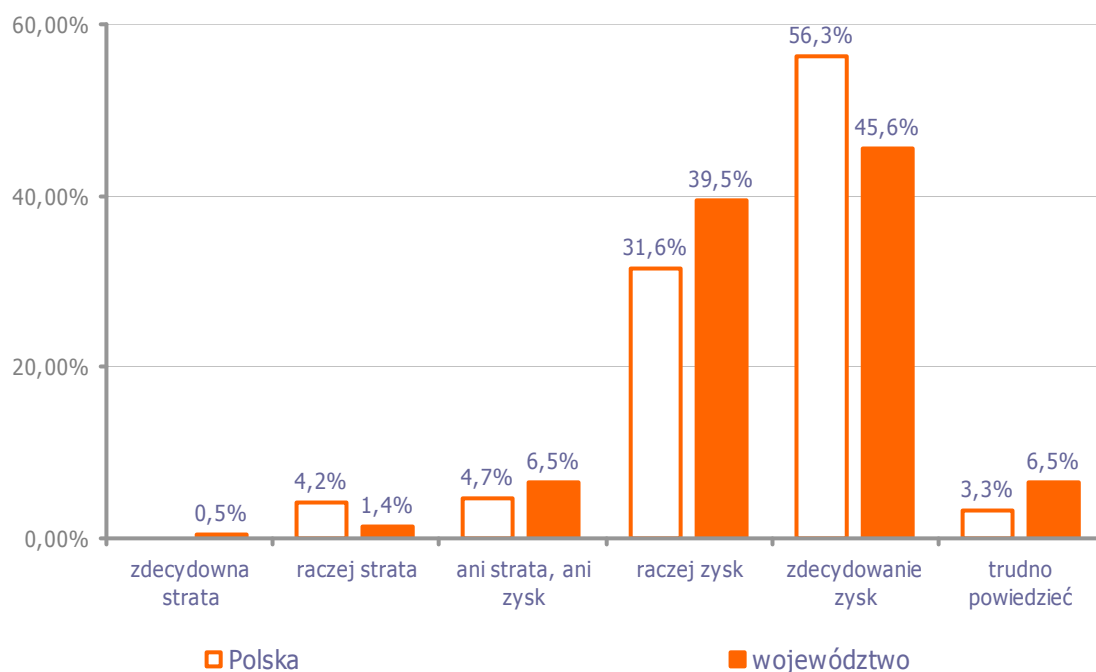
Wykres 7. Oceny mieszkańców dotyczące obecności w UE.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319).

Wyraźnie większymi „euroentuzjastami” są potencjalni oraz rzeczywisti beneficjenci RPO WK-P. Według 87,9% z nich wstąpienie do UE jest korzystne dla kraju, a według 85,1% - dla województwa kujawsko-pomorskiego. Przeciwnego zdania jest jedynie 4,2% (w odniesieniu do kraju) oraz 1,9% (w odniesieniu do województwa).

Wykres 8. Oceny beneficjentów dotyczące obecności w UE.



Źródło: Badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

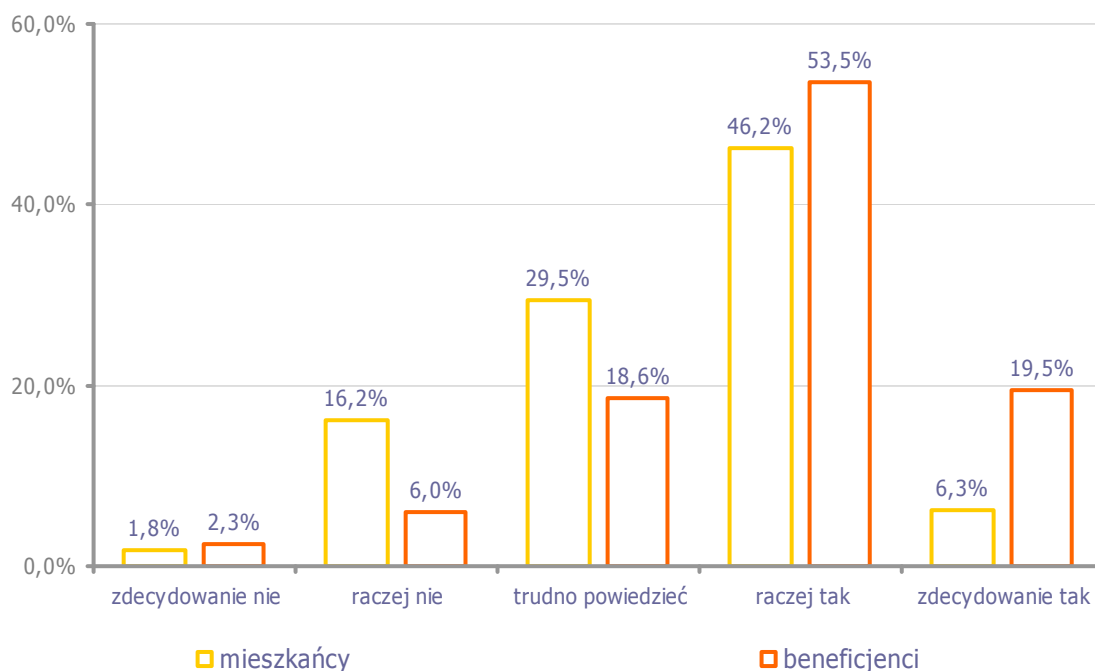
OCENY RPO WK-P

Na tle pozytywnych ocen dotyczących obecności Polski w UE, oceny RPO WK-P wypadają mniej korzystnie.

Przede wszystkim należy zaznaczyć, że tylko połowa mieszkańców (52,5%) jest przekonana, że realizacja RPO WK-P (wiążąca się przecież z możliwością wydatkowania na potrzeby województwa 950 milionów euro do 2013 roku) pociągnie za sobą zmiany w województwie. 18% uważa, że realizacja programu nic nie zmienia, a 29,5% nie chce tego oceniać (odpowiedź „trudno powiedzieć”). Ta ostatnia grupa powinna stać się obiektem intensywnych działań informacyjnych i promocyjnych. Należą do niej przede wszystkim mieszkańcy niemający wyższego wykształcenia.

Zdecydowanie bardziej pozytywnie patrzą na tę kwestię beneficjenci RPO WK-P. Prawie trzy czwarte z nich (73%) uważa, że realizacja programu zmieni sytuację w województwie, a przeciwnego zdania jest jedynie 7,3%.

Wykres 9. Opinie dotyczące wystąpienia zmian w województwie kujawsko-pomorskim na skutek realizacji RPO WK-P.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319), oraz badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

Spośród osób wyrażających pogląd, że realizacja RPO WK-P przyniesie zmiany w województwie kujawsko-pomorskim:

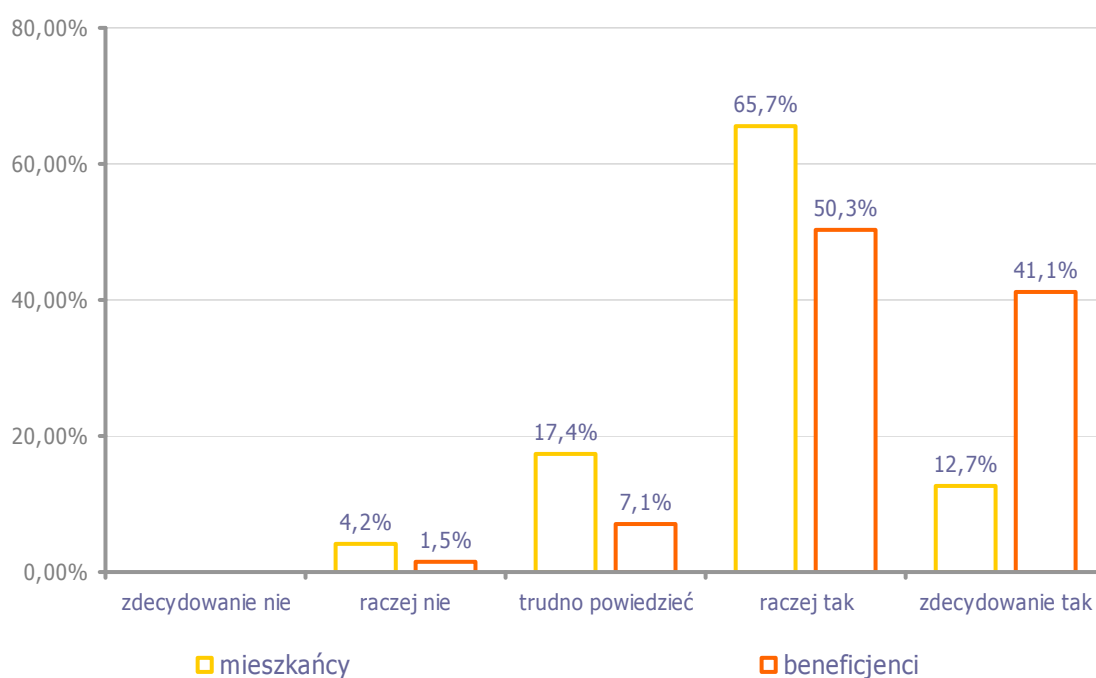
- 92,2% beneficjentów uważa, że będą to zmiany na lepsze;
- 78,4% mieszkańców oraz 91,4% beneficjentów uważa, że przyspieszy ona rozwój województwa;
- 42,1% mieszkańców oraz 44,2% beneficjentów uważa, że zmniejszy ona różnice pomiędzy poszczególnymi obszarami województwa;
- 41,5% mieszkańców uważa, że oni i ich najbliżsi ani na tym nie zyskają, ani nie tracą.

Beneficjenci przekonani, że realizacja RPO WK-P zmieni sytuację województwa kujawsko-pomorskiego w 2013 roku, w zdecydowanej większości oczekują zmian na lepsze (92,4%), jedynie 7,6% nie jest pewna ich charakteru (odpowiedź „trudno powiedzieć”).

Osoby przekonane, że realizacja RPO WK-P przyniesie zmiany sytuacji województwa kujawsko-pomorskiego, w znacznej mierze wiążą je z przyspieszeniem rozwoju województwa. Taką opinię wyraża 78,4% mieszkańców, skłonność do takiego myślenia wzrasta wraz z poziomem wykształcenia pytanym. Przeciwnego zdania jest jedynie 4,2% mieszkańców.

Jeszcze większymi entuzjastami są w tej kwestii beneficjenci programu – 91,4% z nich oczekuje przyspieszenia rozwoju województwa na skutek realizacji RPO WK-P.

Wykres 10. Opinie o przyspieszeniu rozwoju województwa na skutek realizacji RPO WK-P. Ocenę osób, które uważają, że realizacja programu pociągnie za sobą zmiany w województwie.

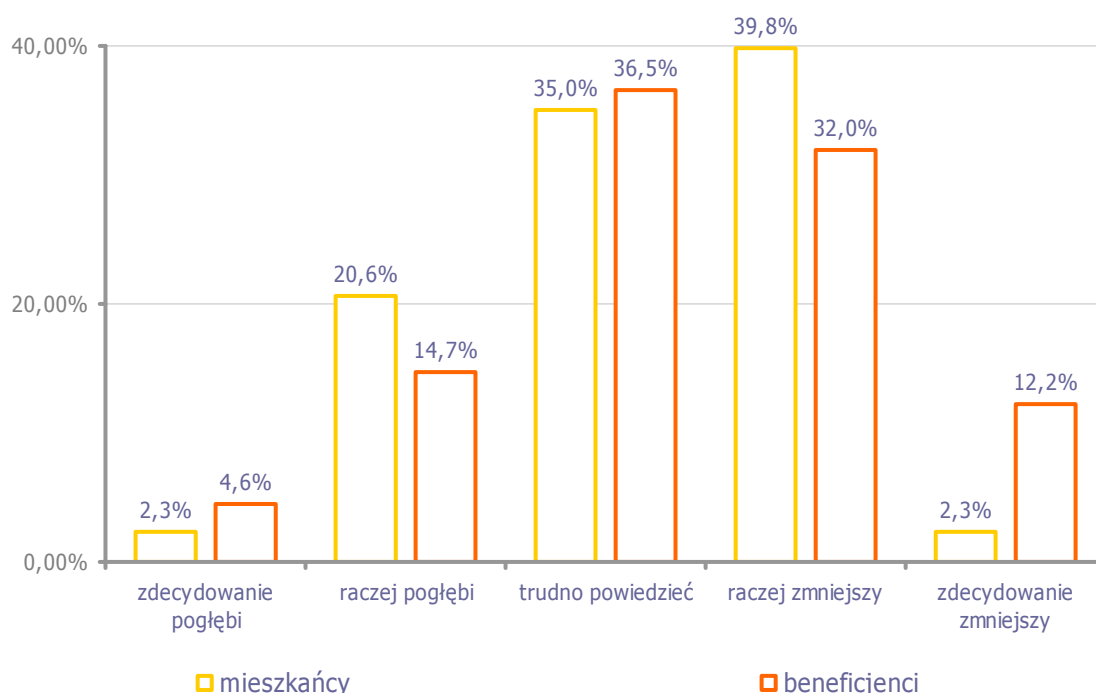


Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319), oraz badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

Zdecydowanie mniejsza jest grupa osób wyrażających pogląd, że realizacja RPO WK-P zmniejszy różnice pomiędzy poszczególnymi regionami województwa – sądzi tak mniej niż połowa zarówno mieszkańców (42,1%), jak i beneficjentów (44,2%). Przeciwnego zdania jest 22,8% mieszkańców oraz 19,3% beneficjentów. Odsetek osób przekonanych

o zmniejszaniu różnic wewnątrz województwa wzrasta wraz z poziomem wykształcenia. Opinie takie częściej formułują mieszkańcy miast od 50 tys. do 100 tys. mieszkańców.

Wykres 11. Opinie dotyczące zmniejszenia różnic wewnątrz województwa na skutek realizacji RPO WK-P. Oceny osób, które uważają, że realizacja programu pociągnie za sobą zmiany w województwie.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319), oraz badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

Najgorzej wypada ocena osobistych kosztów i korzyści z realizacji RPO WK-P. Zaledwie 38,1% mieszkańców uważa, że oni i ich najbliżsi zyskają w wyniku realizacji programu, 41,5% wyraża przekonanie, że ani na tym nie zyskają, ani nie tracą, natomiast 5,9% obawia się osobistych strat.

O korzyściach z realizacji RPO WK-P najczęściej wspominają osoby z wyższym wykształceniem (im wyższe wykształcenie, tym większa grupa osób przekonanych, że skorzystają na realizacji programu). Do najważniejszych korzyści w ocenie mieszkańców należą:

- poprawa stanu dróg (26,4% wskazań),
- poprawa jakości życia (7,3% wskazań),

- zmniejszenie bezrobocia (7,2% wskazań).

Dość istotne jest, że co czwarta osoba (27,7%) oceniająca, że osobiście skorzysta na realizacji RPO WK-P nie potrafi oczekiwanych korzyści wymienić.

Mieszkańcy przekonani, że stracą na realizacji programu obawiają się przede wszystkim:

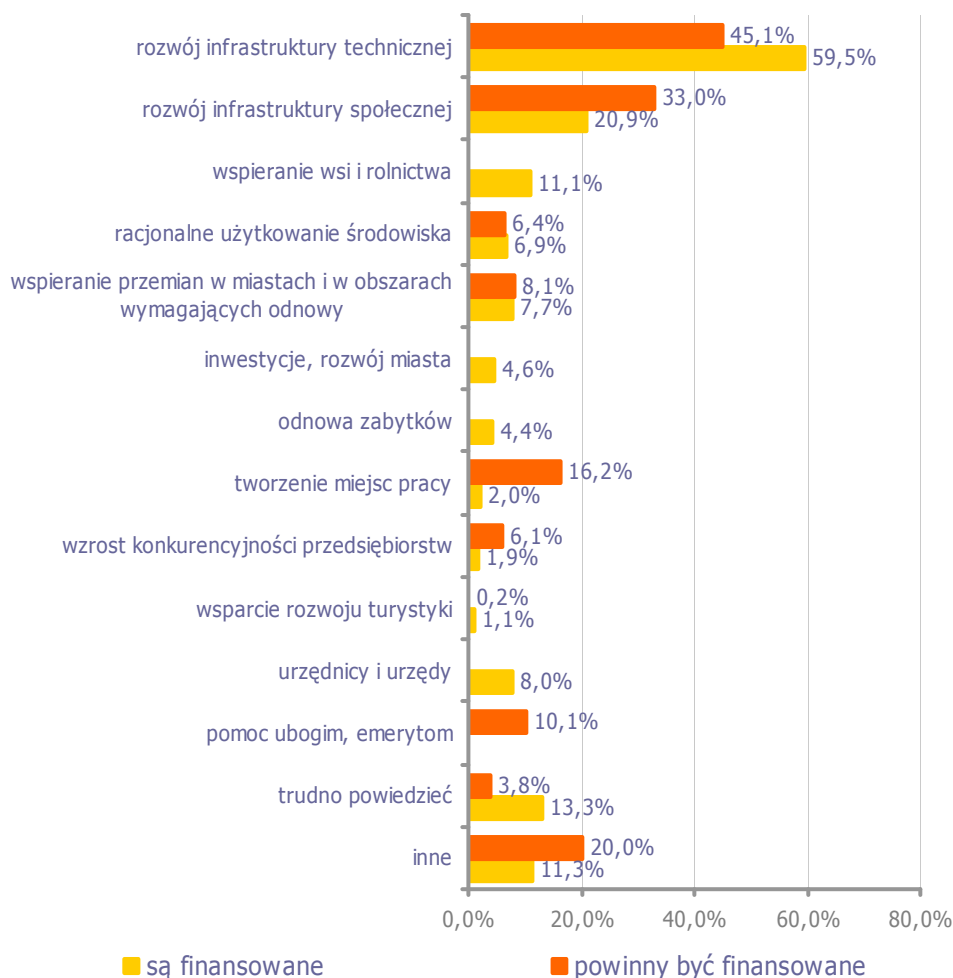
- wzrostu cen (37,9% wskazań),
- wzrostu podatków (18,4% wskazań).

Średnio co czwarta osoba (28,2%) z tej grupy nie potrafi wymienić oczekiwanych strat.

Skoro relatywnie tak mała część mieszkańców uważa, że oni i ich najbliżsi zyskają na realizacji programu, pojawia się pytanie, kto odniesie największe korzyści. W ocenie mieszkańców są to przede wszystkim władze miasta oraz urzędnicy (29,7% wskazań). Jednocześnie średnio co piąta osoba (21,8%) nie potrafi wskazać takich podmiotów. Zaledwie 14,3% osób wyraziło pogląd, że pieniądze wydawane w ramach RPO WK-P przyniosą korzyści wszystkim mieszkańcom województwa. Wskaźnik ten potwierdza małe przekonanie, że działania w ramach programu służą przede wszystkim mieszkańcom.

RPO WK-P w oczach mieszkańców wydaje się dość dobrze dopasowany do potrzeb województwa, ilustruje to wykres 12.

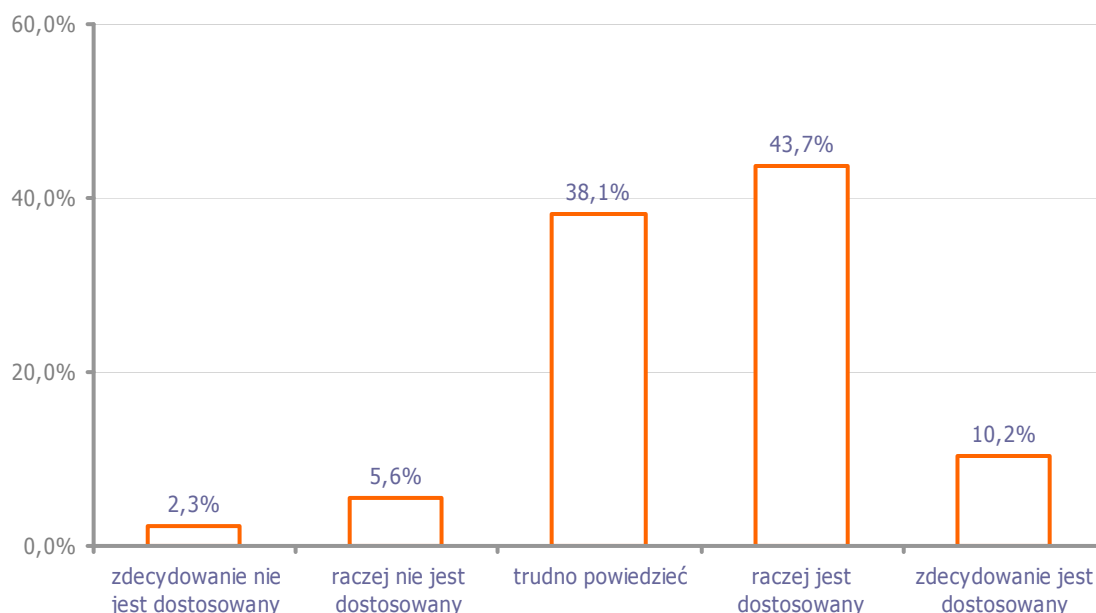
Wykres 12. Obszary objęte dofinansowaniem oraz wymagające dofinansowania w ramach RPO WK-P.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319).

Opinię o dość dobrym dopasowaniu zawartości RPO WK-P do potrzeb województwa kujawsko-pomorskiego potwierdzają potencjalni oraz rzeczywisti beneficjenci programu, ponad połowa z nich (53,9%) wyraziła taki pogląd. Niestety ponad jedna trzecia (38,1%) nie potrafi tego ocenić. Może to wynikać z faktu, że osoby te często nie znają całego programu, a jedynie tę jego część, która dotyczy ich działalności (w ramach której aplikują o dofinansowanie projektów).

Wykres 13. Stopień dopasowania RPO WK-P do potrzeb województwa w ocenie beneficjentów programu.



Źródło: Badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

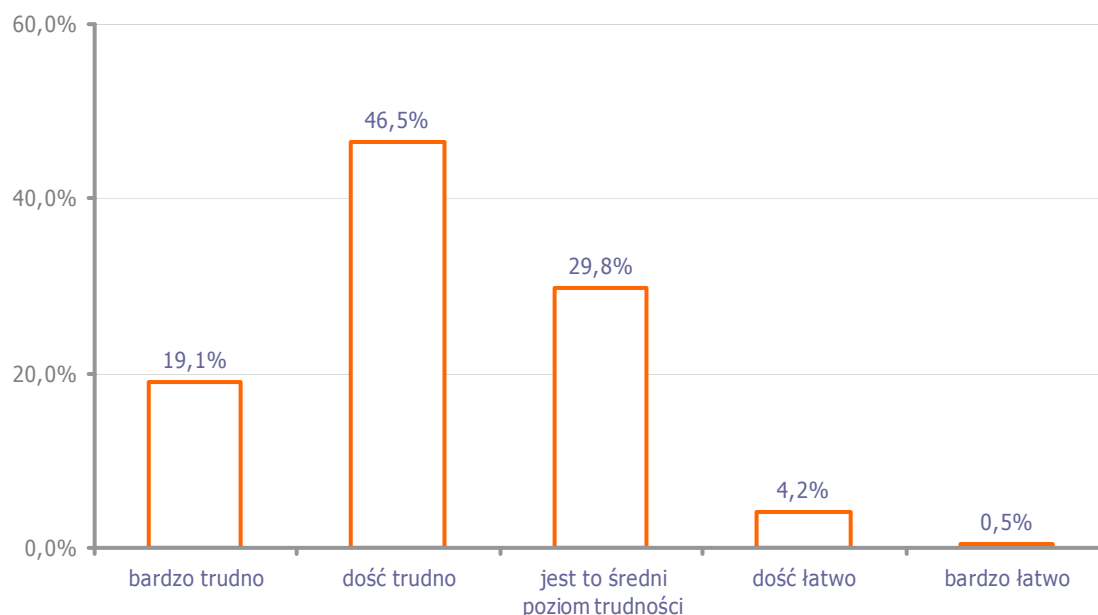
OCENY MOŻLIWOŚCI UZYSKANIA DOFINANSOWANIA W RAMACH RPO WK-P

Przede wszystkim należy zaznaczyć, że w ocenie potencjalnych oraz rzeczywistych beneficjentów RPO WK-P uzyskanie dofinansowania w ramach programu jest raczej trudne. Pokazuje to wykres 14.

Podstawowymi przeszkodami w ocenie tych osób są:

- procedury (61,5% wskazań),
- brak własny środków finansowych oraz trudności związane z uzyskaniem kredytów i zabezpieczeń finansowych (19,5% wskazań),
- brak potrzebnych informacji oraz zbyt mała liczba szkoleń (11,2% wskazań),
- zbyt duże wymagania wobec projektodawców (9,3% wskazań).

Wykres 14. Spostrzegana przez beneficjentów trudność uzyskania dofinansowania w ramach RPO WK-P.



Źródło: Badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

Konsekwencją wymienionych powyżej barier jest przekonanie ponad połowy beneficjentów (53,5%), że nie każdy uprawniony podmiot ma równe szanse na uzyskanie dofinansowania w ramach RPO WK-P. Według nich łatwiej jest przede wszystkim:

- podmiotom dużym lub posiadającym duży kapitał (57% wskazań),
- podmiotom z doświadczeniem w przygotowywaniu i realizacji podobnych projektów (19,3% wskazań),
- jednostkom finansów publicznych (12,3%).

WNIOSKI

- Poziom znajomości nazwy RPO WK-P wśród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego jest dość niski. Nazwę programu rozpoznaje średnio co czwarty mieszkaniec województwa (27,2%), a znajomość spontaniczna kształtuje się na poziomie 11,8%. Jest o połowę niższa niż najczęściej wymienianego programu – PO IiŚ.
- Również poziom znajomości logotypu RPO WK-P jest niezadowalający. Znajomość spontaniczna jest porównywalna ze spontaniczną znajomością nazwy – 10,8% (wobec 11,8%). Znajomość wspomagana jest wyższa – kształtuje się na poziomie 18,5%. Warto jednak zauważyć, że ten znak graficzny jest wykorzystywany do oznaczania wszystkich programów operacyjnych na lata 2007-2013, a więc jest prezentowany dość często i w szerszym kontekście niż tylko RPO WK-P.
- Najlepiej rozpoznawanym elementem RPO WK-P jest hasło „Mój region w Europie”. Kojarzy je 42% mieszkańców. Ponieważ, w przeciwieństwie do znaku graficznego, może on stanowić element charakterystyczny wyłącznie dla RPO WK-P, ten poziom rozpoznawalności jest dobrą bazą do budowania wyraźnego i odrębnego wizerunku programu wśród mieszkańców.
- Niezbyt dobra jest orientacja w wielkości finansowej programu. Rząd wielkości trafnie identyfikuje 28,9% mieszkańców oraz 38,6% beneficjentów. Szczególnie w odniesieniu do tej drugiej grupy należałoby podjąć działania naprawcze.
- Zarówno mieszkańcy, jak i beneficjenci dość dobrze orientują się w zakresie tematycznym RPO WK-P – potrafią wskazać główne kategorie działań, które mogą być dofinansowywane w ramach programu.
- Tylko połowa mieszkańców (52,5%) uważa, że realizacja programu spowoduje zmiany w sytuacji województwa do 2013 roku. Osoby, które oczekują zmian, sądzą przede wszystkim, że przyspieszy on rozwój województwa. W ich ocenie korzyści będą dotyczyły raczej województwa jako całości niż bezpośrednio ich i ich najbliższych.
- Lepiej oceniają program jego beneficjenci. Trzy czwarte z nich (73%) oczekuje

zmian w wyniku jego realizacji. Osoby te przede wszystkim są przekonane, że będą to zmiany pozytywne związane z przyspieszeniem rozwoju województwa.

- Zarówno mieszkańcy, jak i beneficjenci nie są zgodni, czy realizacja programu zwiększy czy zmniejszy różnice pomiędzy poszczególnymi regionami województwa. Jest to o tyle niepokojące, że „zmniejszenie różnic w rozwoju społecznym i gospodarczym pomiędzy obszarami, w tym obszarami wiejskimi i miejskimi” jest częścią składową celu strategicznego RPO WK-P.
- W ocenie beneficjentów programu uzyskanie dofinansowania projektu jest dość trudne. Podstawowymi przeszkodami są: procedury i wysokie wymagania (także finansowe) oraz trudność z uzyskaniem rzetelnych informacji.

B. POSTRZEGANIE URZĘDU MARSZAŁKOWSKIEGO WOJEWÓDZTWA KUJAWSKO-POMORSKIEGO

Prawie połowa mieszkańców województwa oraz jedna trzecia beneficjentów nie potrafi ocenić pracy Urzędu Marszałkowskiego w kontekście zarządzania RPO WK-P. Pozostali formułują raczej pozytywne oceny Urzędu. Warto podkreślić, że prawie połowa beneficjentów jest zadowolona z pracy IZ. Krytycznie wypowiada się średnio co piąty beneficjent, a zrzuty dotyczą przede wszystkim: niezadowolającego przygotowania merytorycznego pracowników, długiego okresu oczekiwania na decyzje, skomplikowanych procedur, niespójnych wymagań oraz udzielania niedostatecznej ilości informacji. O ile część tych czynników nie jest zależna wyłącznie od Urzędu Marszałkowskiego (np. procedury związane z uzyskaniem dofinansowania), o tyle dbanie o wysoki poziom przygotowania merytorycznego pracowników oraz prowadzenie skutecznej i dostosowanej do potrzeb odbiorców polityki informacyjnej powinno być jednym z priorytetów współpracy IZ z mieszkańcami, a w szczególności beneficjentami programu.

Prawie dwie trzecie badanych osób szacuje, że do 2013 roku uda się wydać nie więcej niż 80% środków przewidzianych w ramach RPO WK-P. Tylko co dziesiąta osoba uważa, że Urząd Marszałkowski wyda wszystkie zaplanowane środki.

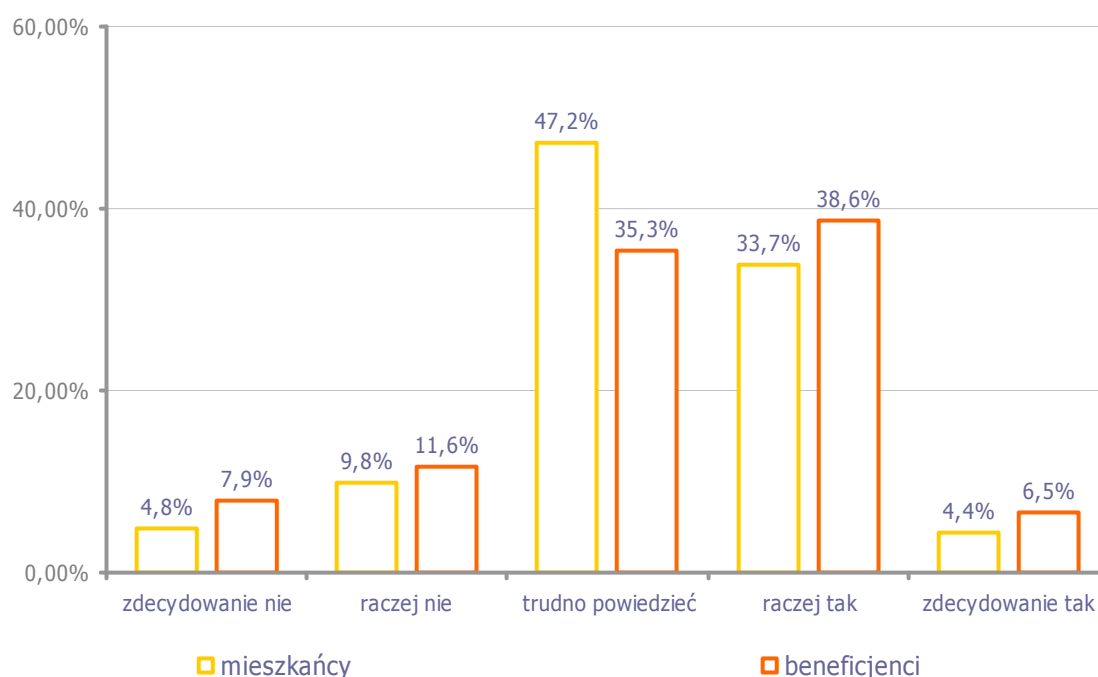
Funkcja IZ RPO WK-P jest jedną z wielu funkcji pełnionych przez Urząd Marszałkowski. Stąd oceny Urzędu, nawet formułowane w kontekście RPO WK-P są w pewnym stopniu odzwierciedleniem wszystkich podejmowanych działań oraz pracy całej instytucji. Odnosi się to szczególnie do ocen formułowanych przez mieszkańców województwa, którzy w niewielkim stopniu orientują się, a tym bardziej aktywnie interesują realizacją RPO WK-P. Dodatkowym „miernikiem” skuteczności pracy Urzędu może być oczekiwany przez mieszkańców oraz beneficjentów poziom wykorzystania do 2013 roku środków finansowych przewidzianych w ramach RPO WK-P.

Mieszkańcom województwa kujawsko-pomorskiego z racji małej orientacji w realizacji RPO WK-P trudno jest oceniać Urząd Marszałkowski w kontekście zarządzania programem. W efekcie prawie połowa (47,2%) nie chciała dokonać takiej oceny (odpowiedź „trudno powiedzieć”), a średnio co trzecia osoba sformułowała ocenę

umiarkowanie pozytywną – 33,7%. Zaledwie 13,6% mieszkańców negatywnie oceniło Urząd jako Instytucję Zarządzającą RPO WK-P. Takie nastroje stanowią dobre podłoże do budowania pozytywnego wizerunku Urzędu Marszałkowskiego.

O pozytywnym odbiorze pracy Urzędu może świadczyć fakt, że beneficjenci programu, siłą rzeczy lepiej niż mieszkańcy zorientowani w tym temacie, oceniają ją lepiej niż mieszkańcy. Wprawdzie nadal grupa osób unikających jednoznacznej oceny jest dość spora – jedna trzecia pytaných (35,3%), ale osoby zadowolone z pracy Urzędu stanowią prawie połowę beneficjentów programu (45,1%). Średnio co piąty beneficjent wypowiada się krytycznie na temat współpracy z Urzędem Marszałkowskim (19,5%).

Wykres 15. Oceny Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego jako IZ RPO WK-P.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319), oraz badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

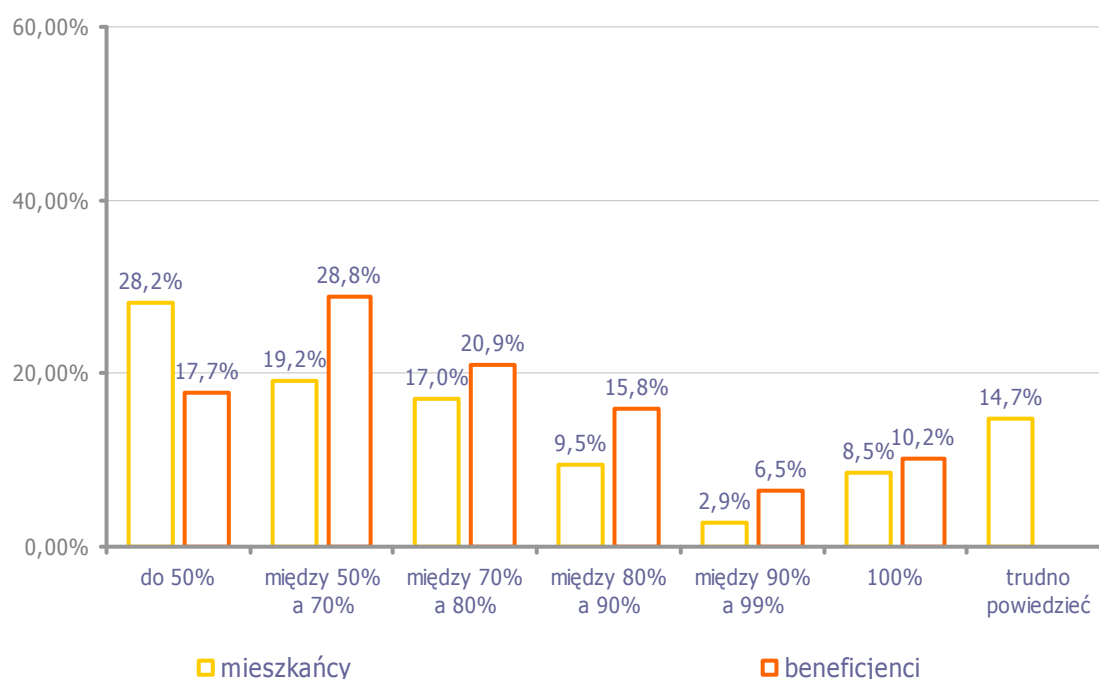
Podstawowe zarzuty do pracy Urzędu Marszałkowskiego związanej z wdrażaniem RPO WK-P, jakie formułują beneficjenci negatywnie oceniający tę pracę, to:

- brak przygotowania merytorycznego pracowników (45,2% wskazań),

- zbyt długi okres oczekiwania na decyzje dotyczące uzyskania dofinansowania projektu (19% wskazań),
- skomplikowane i nieprzyjazne procedury (16,7% wskazań),
- udzielanie niedostatecznych lub niespójnych informacji (11,9% wskazań),
- niespójne wymagania oraz kryteria oceny wniosków (11,9% wskazań).

Jednym z bardziej jednoznacznych wskaźników skuteczności pracy Urzędu jako IZ RPO WK-P jest poziom wydatkowania dostępnych środków finansowych. Zarówno mieszkańcy województwa, jak i beneficjenci programu są tutaj pesymistami.

Wykres 16. Szacunki dotyczące stopnia wykorzystania środków przewidzianych w ramach RPO WK-P do 2013 roku.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319), oraz badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

W obu grupach tylko około jedna na dziesięć osób uważa, że do 2013 roku uda się wydać całość środków przewidzianych w ramach RPO WK-P. W obu grupach prawie dwie trzecie szacuje, że będzie to nie więcej niż 80% dostępnych środków.

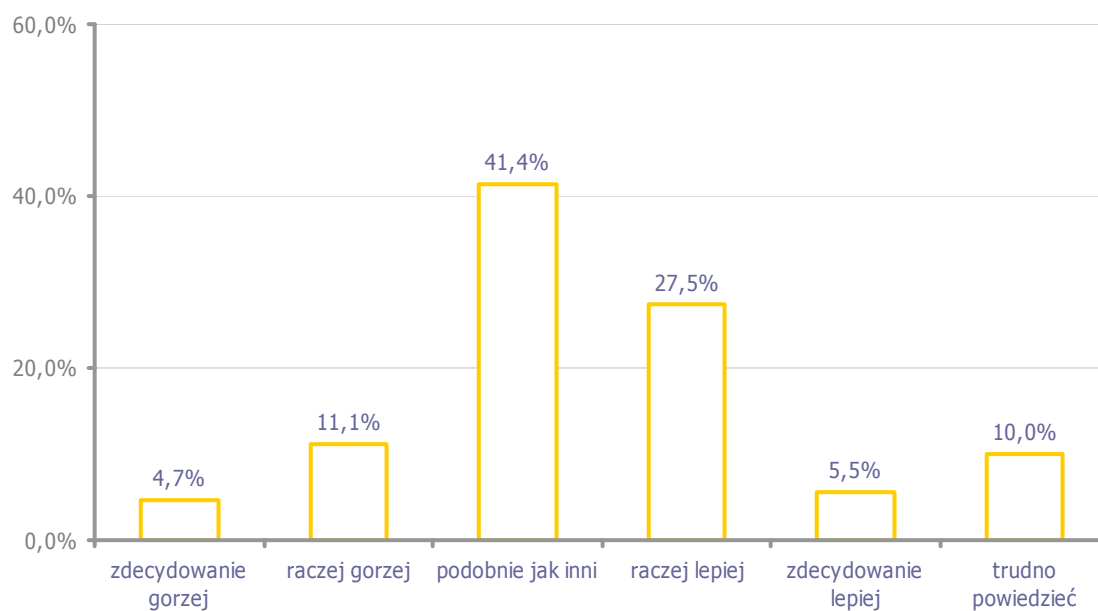
Wprawdzie obiektywnie poziom wydatkowania środków nie zależy jedynie od IZ, jednak w ocenie zdecydowanej większości mieszkańców zależy on głównie od jednostek administracji, w tym przede wszystkim administracji samorządowej (51,4% wskazań).

Według beneficjentów programu głównymi przeszkodami w sprawnym wydatkowaniu pieniędzy są:

- procedury (65,4% wskazań),
- długi czas oczekiwania na decyzję o dofinansowaniu projektu (15,9% wskazań),
- zbyt mała ilość informacji oraz brak kompetencji lub zła organizacja pracy urzędników (12,6% wskazań).

W pewnym stopniu pesymizm zarówno mieszkańców jak i beneficjentów wobec stopnia, w jakim zostaną wykorzystane środki finansowe dostępne w ramach RPO WK-P, może wynikać z medialnych doniesień o zbyt niskim stanie wykorzystania FE przewidzianych na lata 2007-2013. Mimo, że dwie trzecie pytaných sądzi, że województwo kujawsko-pomorskie zdąży wydać nie więcej niż 80% środków, średnio co trzecia osoba (33%) uważa, że będzie to wynik lepszy niż dla całego kraju. Jedynie 15,8% mieszkańców ocenia, że województwo kujawsko-pomorskie radzi sobie z wydatkowaniem środków w ramach RPO WK-P gorzej niż inne województwa.

Wykres 17. Oceny mieszkańców dotyczące skuteczności wydatkowania środków w ramach RPO WK-P w stosunku do innych województw.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319).

WNIOSKI

- Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego jest dość pozytywnie oceniany zarówno przez mieszkańców, jak i beneficjentów RPO WK-P. Zwraca uwagę, że w obu grupach dość duże odsetki (odpowiednio 47,2% oraz 35,3%) nie formułują jednoznacznej oceny pracy Urzędu. Grupy te, ze względu na swoją liczebność, powinny stać się adresatami działań promujących Urząd jako IZ RPO WK-P.
- Średnio co piąty beneficjent RPO WK-P (19,5%) krytycznie ocenia pracę Urzędu Marszałkowskiego związaną z zarządzaniem programem. Podstawowe zarzuty dotyczą w znacznej mierze niedostatecznego przygotowania merytorycznego pracowników oraz trudności w uzyskaniu spójnych i rzetelnych informacji.
- Ponad dwie trzecie pytanych – zarówno mieszkańców, jak i respondentów – szacuje, że do końca 2013 roku uda się wydać mniej niż 80% środków finansowych przewidzianych w ramach RPO WK-P. Co dziesiąta osoba ocenia, że Urząd zagospodaruje wszystkie środki. Odpowiedzialność za stopień wykorzystania środków mieszkańcy lokują w przedstawicielach administracji. Według beneficjentów podstawowymi przeszkodami są: procedury i długi czas oceny wniosków oraz zbyt mała ilość informacji i brak kompetencji pracowników urzędów.

C. SKUTECZNOŚĆ PODEJMOWANYCH DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH

I PROMOCYJNYCH

Ocena skuteczności działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych przez Urząd Marszałkowski w odniesieniu do RPO WK-P jest niejednoznaczna. Zdecydowanie lepiej wypada ocena działań kierowanych do beneficjentów programu. Większość z nich dość dobrze zna zakres programu (z wyjątkiem jego wartości finansowej) i odróżnia go od innych programów operacyjnych. W tej grupie udało się wytworzyć bardzo pozytywne nastawienie do realizacji programu – zdecydowana większość beneficjentów wyraża przekonanie, że pociągnie ona za sobą pozytywne zmiany w województwie.

Znacznie słabsze są efekty działań kierowanych do opinii publicznej. Większość mieszkańców województwa nie kojarzy nazwy oraz logotypu programu, dość dobrze natomiast rozpoznawane jest jego hasło. Połowa mieszkańców wyraża wątpliwości dotyczące zmiany województwa do 2013 roku w wyniku realizacji RPO WK-P, jednocześnie przeważają opinie, że program przyniesie korzyści przede wszystkim województwu i jego władzom, a nie zwykłym ludziom.

Warto zaznaczyć, że zarówno mieszkańcy jak i beneficjenci raczej pozytywnie oceniają Urząd Marszałkowski jako IZ RPO WK-P.

Niewątpliwie brakuje skutecznych działań poszerzających wiedzę na temat programu, szczególnie mieszkańców województwa – zdecydowana większość mieszkańców oraz ponad połowa beneficjentów stwierdza, że wie na temat programu mniej niż by chciała. Ponad jedna trzecia beneficjentów, a więc osób dość zaangażowanych w tematykę związaną z programem, uważa, że uzyskanie rzetelnych i dokładnych informacji o RPO WK-P jest łatwe, przeciwnego zdania jest średnio co czwarty beneficjent.

Celami działań informacyjnych i promocyjnych w odniesieniu do regionalnych programów operacyjnych są między innymi:

- dostarczanie opinii publicznej informacji na temat programu,
- upowszechnianie korzyści płynących z wykorzystania FE,
- budowa zaufania do instytucji zajmujących się wdrażaniem programu,
- tworzenie pozytywnego wizerunku programu.

W tym kontekście skuteczność działań promocyjnych i informacyjnych prowadzonych w odniesieniu do RPO WK-P przez Urząd Marszałkowski można mierzyć na kilka

sposobów. W niniejszym raporcie, do oceny tego procesu wykorzystano przede wszystkim:

- ocenę poziomu znajomości RPO WK-P,
- wizerunek programu w kontekście zakładanych celów procesu komunikacji,
- oceny mieszkańców województwa dotyczące poziomu ich wiedzy na temat RPO WK-P,
- opinie beneficjentów na temat posiadanej wiedzy o programie oraz łatwości uzyskania informacji.

Wyniki zaprezentowane w częściach raportu dotyczących: A. Znajomości i postrzegania RPO WK-P oraz B. Postrzegania Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego pokazują, że skuteczność realizowanych działań informacyjnych i promocyjnych kształtuje się na przeciętnym poziomie.

Generalnie dość dobrze wypadają efekty działań kierowanych do beneficjentów programu:

- rozróżniają oni RPO WK-P w doniesieniu do pozostałych programów operacyjnych,
- dobrze orientują się w jego zakresie tematycznym,
- w zdecydowanej większości wyrażają przekonanie, że jego realizacja spowoduje korzystne zmiany w województwie,
- raczej pozytywnie oceniają pracę Urzędu Marszałkowskiego jako IZ RPO WK-P,

choć jednocześnie oceniają uzyskanie dofinansowania w ramach RPO WK-P jako dość trudne. Część beneficjentów zwraca uwagę na zbyt długi czas rozpatrywania wniosków, nieprzyjemne procedury oraz niedostateczne kompetencje merytoryczne części pracowników UM, skutkujące trudnościami w zdobyciu konkretnych i rzetelnych informacji.

Zdecydowanie słabsze są efekty działań komunikacyjnych kierowanych do szerokiej opinii publicznej:

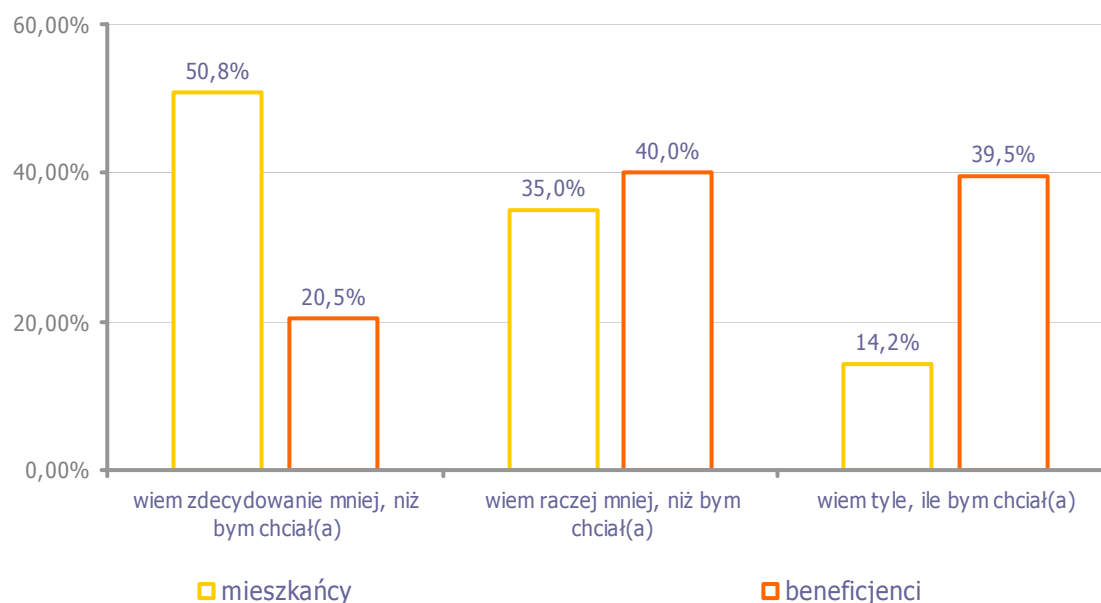
- poziom rozpoznawania nazwy oraz logotypu programu nie jest zbyt wysoki,
- dobrze rozpoznawane jest natomiast hasło – „Mój region w Europie”,
- prawie połowa mieszkańców nie jest przekonana, czy realizacja RPO WK-P spowoduje zmiany w województwie,
- osoby spodziewające się zmian, wprawdzie przewidują, że będą to zmiany na lepsze, ale nie są przekonane, że będzie się to wiązało ze zmniejszaniem różnic pomiędzy poszczególnymi regionami województwa,

- mieszkańcy postrzegają program przede wszystkim jako korzystny dla całego województwa lub dla władz regionu, ale nie niosący bezpośrednich korzyści dla nich i ich najbliższych.

Warto jednak zaznaczyć, że mieszkańcy dość pozytywnie oceniają działalność UM jako IZ RPO WK-P.

Poza omówionymi powyżej wskaźnikami, o zbyt niskiej skuteczności działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WK-P świadczy fakt, że zdecydowana większość mieszkańców województwa (85,8%) wyraża przekonanie, że wie na temat programu mniej, niż by chciała. Jednocześnie połowa (50,8%) twierdzi, że jest to „zdecydowanie mniej” niż by chciała.

Wykres 18. Oceny poziomu wiedzy na temat RPO WK-P.

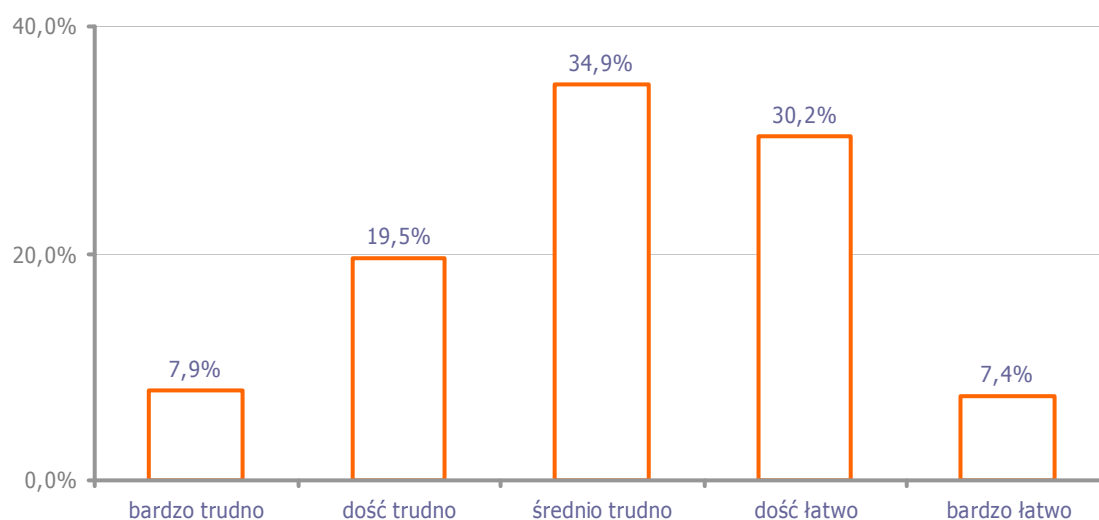


Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319), oraz badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

Nieco lepsza jest sytuacja potencjalnych i rzeczywistych beneficjentów programu. Ponieważ są to osoby bezpośrednio zainteresowane RPO WK-P, można zakładać, że aktywnie poszukują informacji na ten temat. Stąd znacznie wyższe oceny swojej wiedzy – ponad jedna trzecia z nich (39,5%) uważa, że wie na temat RPO WK-P tyle, ile by chciała. Nadal jednak 60,5% narzeka na brak informacji.

Wyniki te potwierdza rozkład odpowiedzi na pytanie o łatwość uzyskania rzetelnych i dokładnych informacji na temat RPO WK-P. O tym, że jest to łatwe jest przekonane 37,6% beneficjentów, a więc podobna grupa, jak osób zadowolonych z poziomu swojej wiedzy o programie. Średnio co czwarty beneficjent (27,4%) uważa, że zdobycie rzetelnych informacji o RPO WK-P jest trudne.

Wykres 19. Oceny łatwości uzyskania rzetelnych i dokładnych informacji o RPO WK-P.



Źródło: Badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

Jednocześnie ponad połowa beneficjentów programu (53%) narzeka na zbyt małą ilość informacji na temat RPO WK-P, według 40,9% ilość dostępnych informacji jest optymalna.

WNIOSKI

- Skuteczność podejmowanych działań promocyjnych i informacyjnych jest zdecydowanie wyższa w odniesieniu do beneficjentów programu niż w stosunku do szerokiej opinii publicznej.
- Zdecydowana większość mieszkańców (85,8%) chciałaby wiedzieć więcej o RPO WK-P. Wśród beneficjentów ta grupa jest mniejsza – 60,5%. Ponad jedna trzecia beneficjentów uważa, że wie na temat RPO WK-P tyle, ile potrzebuje.
- Oceny łatwości uzyskania rzetelnych i dokładnych informacji o RPO WK-P formułowane przez beneficjentów nie są jednoznaczne – 37,6% uważa, że jest to łatwe, według 27,4% - trudne. Najprawdopodobniej uzyskanie potrzebnych informacji wymaga pewnej wiedzy podstawowej lub chociaż orientacji w tematyce związanej ze środkami unijnymi. Osoby, które ją nabędą bez większych trudności odnajdują kolejne potrzebne informacje.

D. OCENY I PREFERENCJE DOTYCZĄCE POSZCZEGÓLNYCH KANAŁÓW INFORMACJI

Najsukuteczniejszymi kanałami działań informacyjnych i promocyjnych kierowanych do opinii publicznej są: telewizja, prasa oraz Internet. Większość mieszkańców za pośrednictwem tych mediów zetknęła się z nazwą RPO WK-P oraz z większością informacji na jego temat. Ważnym, choć trudniejszym do wykorzystania kanałem informacji są znajomi i rodzina.

Wykorzystywane kanały promowania programu są bardzo skuteczne w odniesieniu do jego beneficjentów – zdecydowana większość z nich korzystała ze strony internetowej poświęconej RPO WK-P, korzystała z Punktów Konsultacyjnych i zetknęła się z informacjami o RPO WK-P w prasie, radiu, telewizji oraz za pośrednictwem plakatów. Kanały te w większości służą jedynie promocji programu, podstawowymi źródłami informacji (a więc wiedzy) są dla beneficjentów: firmy konsultingowe, szkolenia oraz pracownicy urzędów.

Zarówno mieszkańcy, jak i beneficjenci deklarują, że najchętniej informacji o programie szukaliby: w Internecie, w Urzędzie Marszałkowskim, w Punktach Konsultacyjnych oraz wśród znajomych.

W niniejszym rozdziale przedstawiono wyniki badań odnoszące się do poszczególnych kanałów, za pośrednictwem których są lub mogą być prowadzone działania promocyjno-informacyjne dotyczące RPO WK-P. Przede wszystkim oceniono, za pośrednictwem jakich narzędzi mieszkańcy województwa oraz beneficjenci najczęściej stykają się z nazwą programu oraz informacjami na jego temat. W odniesieniu do beneficjentów dokonano rozróżnienia na kanały, za pośrednictwem których program można promować oraz kanały, które są wykorzystywane raczej jako źródła wiedzy na temat RPO WK-P. Krótko omówiono mocne i słabe kanałów wykorzystywanych przez UM: biuletynu (newslettera), bezpośrednich spotkań z pracownikami Urzędu, strony www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl, szkoleń oraz ulotek.

W dalszej kolejności omówiono źródła informacji preferowane przez mieszkańców województwa oraz beneficjentów programu, a także stopień korzystania przez mieszkańców z poszczególnych rodzajów mediów ogólnopolskich i regionalnych.

OCENY POSZCZEGÓLNYCH ŹRÓDEŁ INFORMACJI

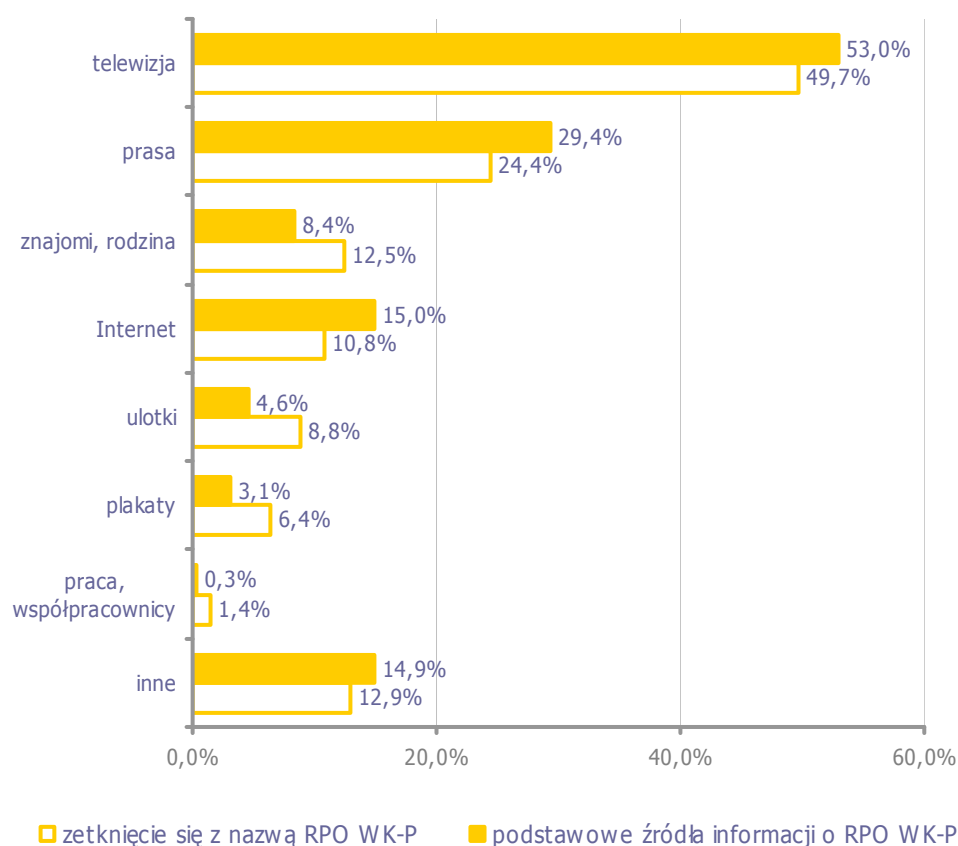
Spośród mieszkańców, którzy znają nazwę RPO WK-P największe grupy osób zetknęły się z informacjami o programie w:

- telewizji (49,7% wskazań),
- prasie (24,4% wskazań),
- od znajomych i rodziny (12,5% wskazań),
- Internecie (10,8% wskazań).

Te same kanały są wymieniane jako podstawowe źródła informacji o RPO WK-P.

Warto zauważyć, że o ile telewizja i prasa były równie często wymieniane przez osoby w różnym wieku i z różnym wykształceniem, o tyle Internet częściej wymieniali ludzie młodzi i w średnim wieku (od 25 do 54 roku życia) mający wykształcenie wyższe.

Wykres 20. Skuteczność poszczególnych kanałów informacyjno-promocyjnych. Opinie mieszkańców.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319).

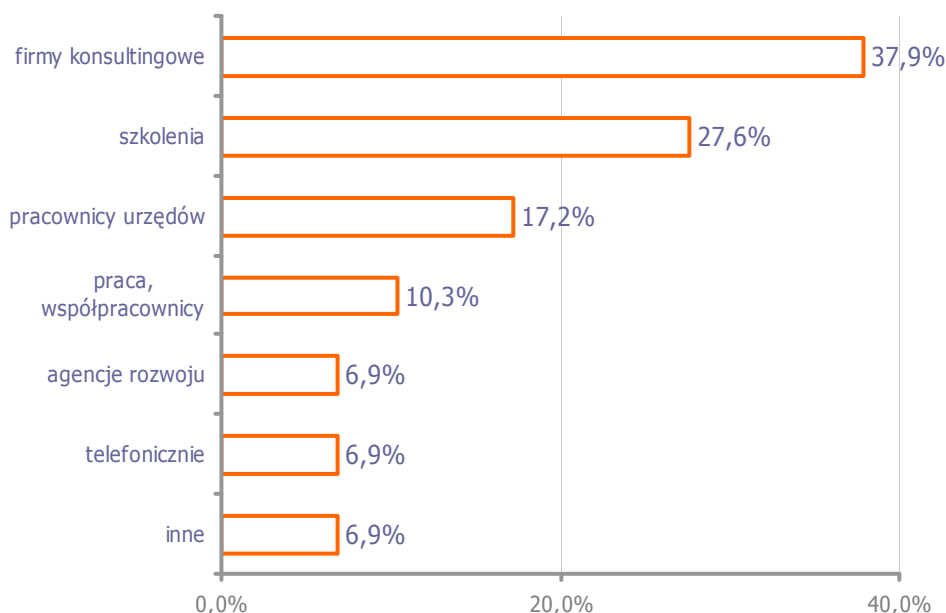
Beneficjenci RPO WK-P pamiętają więcej niż mieszkańcy źródeł informacji i promocji programu. Zdecydowana większość z nich deklaruje, że zetknęła się z treściami związanymi z RPO WK-P:

- na stronie internetowej www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl (87,9% wskazań),
- w prasie (75,3% wskazań),
- w radiu i telewizji (65,6% wskazań),
- w Punktach Konsultacyjnych (62,3% wskazań),
- na plakatach (61,9% wskazań).

Jednak na co dzień beneficjenci programu wiedzę o RPO WK-P czerpią przede wszystkim za pośrednictwem:

- firm konsultingowych i doradczych (37,9% wskazań),
- szkoleń (27,6% wskazań),
- pracowników urzędów (17,2% wskazań),
- miejsca pracy (10,3% wskazań).

Wykres 21. Podstawowe źródła wiedzy o RPO WK-P wykorzystywane przez beneficjentów programu.



Źródło: Badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

W oparciu o przeprowadzone badania jakościowe oraz ilościowe można dokonać krótkiej charakterystyki wybranych kanałów informacyjnych:

Biuletyn/newsletter

Jest jednym z najrzadziej wykorzystywanych źródeł informacji o RPO WK-P. Zdecydowana większość respondentów nie wie o jego istnieniu, pozostałe osoby zwykle go nie wykorzystują. Korzystają z niego zwykle urzędnicy, samorządowcy oraz przedstawiciele NGO. Jest on praktycznie nieznany wśród przedsiębiorców.

Pojawiały się opinie, że zawarte w nim informacje są mniej aktualne, niż informacje umieszczone na stronie internetowej programu.

Spotkania bezpośrednie z pracownikami IZ RPO WK-P

Są najlepszym źródłem informacji, przy założeniu, że trafi się na osobę kompetentną i przygotowaną do rozmowy. Dla beneficjentów bardzo ważna jest świadomość, że pracownik UM poświęca swój czas tylko i wyłącznie osobie, która przychodzi z danym problemem lub pytaniem. Informacje udzielane przez pracowników IZ RPO WK-P podczas bezpośrednich, umówionych spotkań są oceniane jako bardziej wyczerpujące oraz solidniejsze niż uzyskiwane innymi kanałami.

Strona www

Jest ważnym kanałem komunikowania się z beneficjentami programu – zdecydowana większość z nich wie o istnieniu strony www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl oraz odwiedza ją.

Zdaniem beneficjentów potencjalnych strona ta nie jest łatwa w obsłudze. Zastrzeżenia dotyczą przede wszystkim:

- częstotści aktualizacji informacji zawartych na stronie,
- poziomu szczegółowości zawartych informacji,
- małej przejrzystości strony,
- rozproszenia informacji dotyczących konkretnych działań.

Lepiej stronę oceniają beneficjenci RPO WK-P. Większość z nich nie miała uwag do jej przejrzystości oraz zawartości merytorycznej. Być może wiąże się to z dłuższym, niż w przypadku potencjalnych beneficjentów, stażem korzystania ze strony, a tym samym z lepszą orientacją w układzie jej treści.

Szkolenia

Są jednym z ważniejszych źródeł informacji o programie. Respondenci zwracali uwagę na jakość materiałów szkoleniowych – opisywali je jako przejrzyste i zrozumiałe. W ich

ocenie największą zaletą szkoleń jest możliwość bezpośredniego zadawania pytań oraz natychmiastowego uzyskiwania odpowiedzi.

Ulotki

Respondenci ocenili je jako całkowicie nieprzydatne. Większość z nich miała sporadyczny kontakt z ulotkami dotyczącymi RPO WK-P.

PREFEROWANE ŹRÓDŁA INFORMACJI

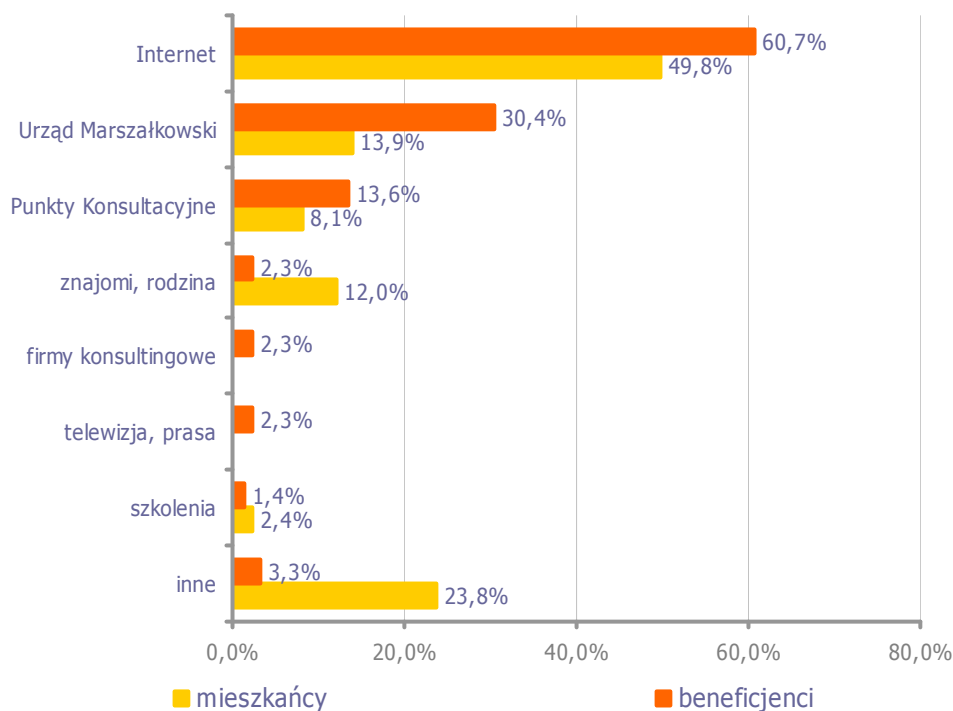
Mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego najchętniej szukaliby informacji o RPO WK-P w:

- Internecie (49,8% wskazań),
- Urzędzie Marszałkowskim (13,9% wskazań),
- wśród znajomych i rodziny (12% wskazań),
- Punktach Konsultacyjnych (8,1% wskazań).

Niemal identycznie układają się preferencje beneficjentów programu. Najchętniej szukaliby informacji o programie w:

- Internecie (60,7% wskazań),
- Urzędzie Marszałkowskim (30,4% wskazań),
- Punktach Konsultacyjnych (13,6% wskazań).

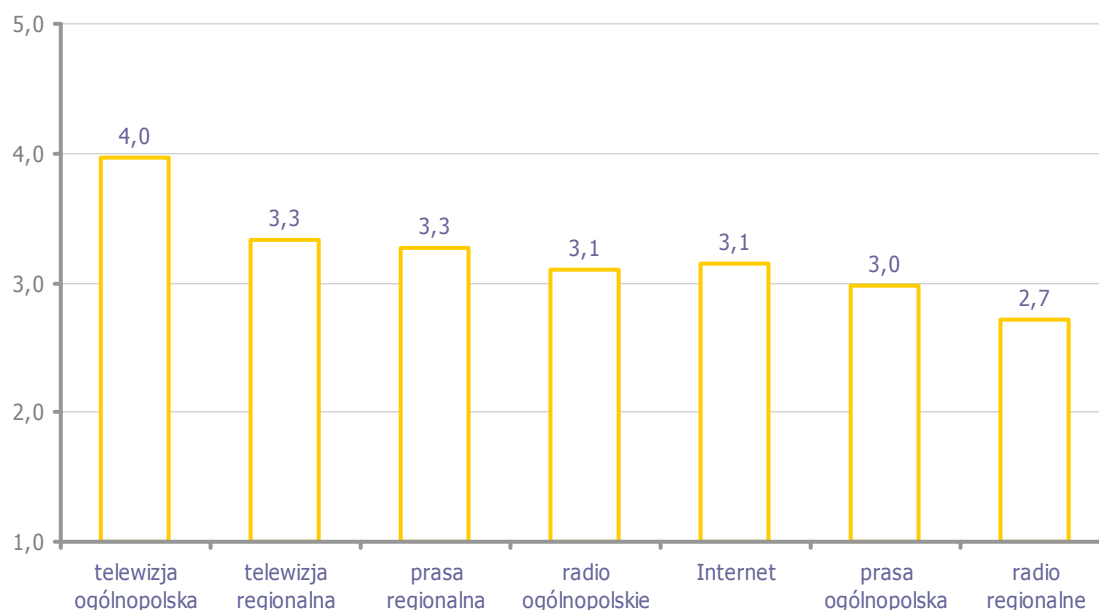
Wykres 22. Preferowane źródła informacji o RPO WK-P.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319), oraz badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

Działania promujące RPO WK-P, których adresatami mają być mieszkańcy województwa mogą być oparte o media. Najczęściej wykorzystywanym przez mieszkańców medium są ogólnopolskie stacje telewizyjne, a w dalszej kolejności: telewizje regionalne, regionalna prasa oraz ogólnopolskie stacje radiowe i Internet. Średnie częstotliwości korzystania z poszczególnych rodzajów mediów (wyrażone na skali do 1 – wcale nie korzysta do 5 – korzysta bardzo często) przedstawia wykres 23.

Wykres 23. Częstość korzystania przez mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego z poszczególnych rodzajów mediów. Średnie ocen wyrażanych na skali od 1-wcale nie korzysta do 5-korzysta bardzo często.



Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319).

Uwzględniając powyższe wyniki, regionalny charakter programu operacyjnego oraz ewentualny nakład kosztów można przyjąć, że działania promocyjne prowadzone za pośrednictwem mediów powinny opierać się przede wszystkim na:

- regionalnej telewizji,
- regionalnej prasie,
- Internecie.

WNIOSKI

- Najskuteczniejszymi kanałami informowania i promowania RPO WK-P wśród mieszkańców województwa są: telewizja, prasa i Internet. To ostatnie medium jest wykorzystywane przede wszystkim przez osoby między 24 a 54 rokiem życia z wyższym wykształceniem.
- Działania promocyjne RPO WK-P kierowane do mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego za pośrednictwem mediów powinny wykorzystywać przede wszystkim regionalną telewizję, regionalną prasę oraz Internet.
- W odniesieniu do mieszkańców istotnym źródłem informacji na temat RPO WK-P są znajomi i rodzina. Skuteczność oraz efekty prowadzonych działań komunikacyjnych wzrosną, jeśli uda się sprawić, aby mieszkańcy mówili o programie (o ile oczywiście komunikaty te będą zgodne z celami UM). Być może warto rozważyć wykorzystanie w promocji programu narzędzi „marketingu szeptanego” (Marketing szeptany to dawanie ludziom powodów do rozmawiania o marce lub produkcie służące wytworzeniu pozytywnego obrazu tej marki lub produktu).
- Skutecznymi kanałami promowania RPO WK-P wśród jego beneficjentów są: Internet, prasa, radio i telewizja, a także Punkty Konsultacyjne i plakaty. Zetknęła się z nimi większość beneficjentów.
- Podstawowymi źródłami wiedzy beneficjentów o programie są: firmy konsultingowe, szkolenia oraz pracownicy urzędów, przede wszystkim podczas bezpośrednich spotkań.
- Dużym atutem strony internetowej programu jest jej znajomość (pamięta ją zdecydowana większość beneficjentów), niestety jest ona zbyt mało czytelna dla nowych użytkowników. Wydaje się, że swobodne poruszanie się po stronie wymaga poznania jej (a więc czasu), a być może także dobrej orientacji w tematyce związanej z RPO WK-P. Jest to o tyle niepokojące, że strona powinna być jednym z podstawowych narzędzi informowania o programie również w odniesieniu do osób nie znających RPO WK-P.
- W odniesieniu do beneficjentów rzeczywistych i potencjalnych programu ważne jest

rozdzielanie działań promocyjnych oraz działań informacyjnych. Podczas tworzenia komunikatów kierowanych do tej grupy należy odpowiedzieć sobie na pytanie o główny cel – promowanie czy informowanie – i w zależności od odpowiedzi dobrać odpowiednie narzędzia i kanały komunikacji.

E. OCENY I PREFERENCJE DOTYCZĄCE ZAKRESU INFORMACJI

Mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego, przynajmniej na poziomie deklaracji, wyrażają bardzo duże zainteresowanie RPO WK-P. Większość z nich chciałaby dowiedzieć się więcej na temat programu. Ponad połowa jest zainteresowana informacjami dotyczącymi: projektów realizowanych ze środków RPO WK-P, możliwości uzyskania dofinansowania oraz wielkości środków dostępnych w ramach programu i postępów w ich wydatkowaniu.

Także beneficjenci RPO WK-P zwracają uwagę na zbyt małą dostępność informacji. W ich ocenie brakuje zarówno informacji ogólnych jak i bardziej szczegółowych. Dość pożądaną kategorią są także informacje dotyczące przygotowywania wniosków o dofinansowanie projektów.

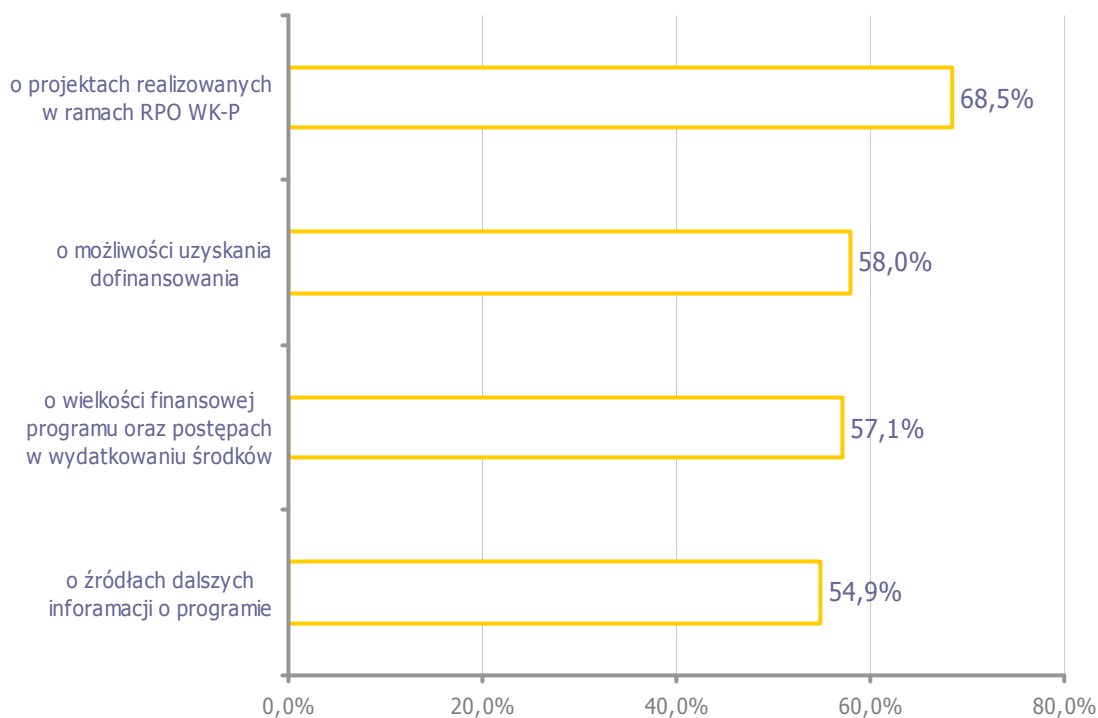
Jednym z warunków prowadzenia skutecznych i efektywnych działań promocyjno-informacyjnych jest rozpoznanie potrzeb oraz oczekiwań odbiorców dotyczących ich zakresu. Poniżej przedstawiono zakres treści wiążących się z RPO WK-P, które są interesujące dla mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego oraz dla beneficjentów programu.

OCZEKIWANIA MIESZKAŃCÓW WOJEWÓDZTWA

Mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego są zainteresowani informacjami dotyczącymi RPO WK-P – 85,8% z nich deklaruje, że wie na temat programu mniej niż by chciała. Jak pokazuje poniższy wykres, ponad połowa mieszkańców jest zainteresowana informacjami dotyczącymi:

- projektów realizowanych w ramach RPO WK-P,
- możliwości uzyskania dofinansowania realizacji projektu – kto, na co i w jaki sposób może otrzymać dofinansowanie,
- zakresu finansowego programu oraz postępów w wydatkowaniu tych środków,
- możliwości uzyskania dalszych, bardziej szczegółowych informacji na temat RPO WK-P.

Wykres 24. Oczekiwane przez mieszkańców informacje dotyczące RPO WK-P.

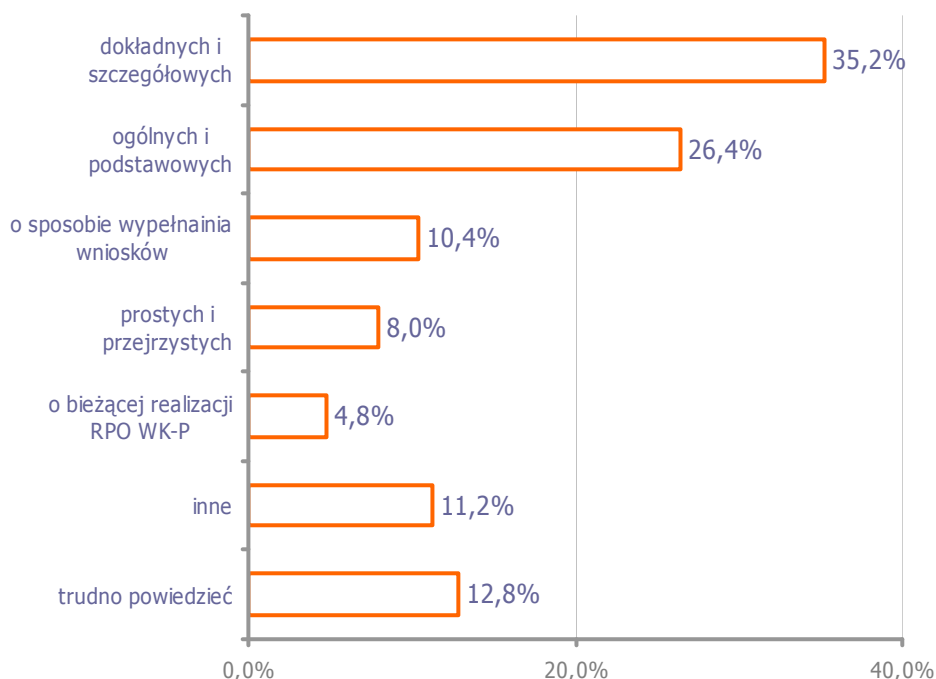


Źródło: Badanie PAPI mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (N=319).

OCZEKIWANIA BENEFICJENTÓW PROGRAMU

Jak wspomniano wyżej ponad połowa beneficjentów RPO WK-P (53%) narzeka na zbyt małą ilość informacji o programie. Warto zauważyć, że w ich ocenie braki dotyczą prawie wszystkich rodzajów informacji: zarówno dokładnych i szczegółowych (35,2% wskazań), jak i informacji ogólnych i podstawowych (26,4% wskazań) oraz informacji dotyczących przygotowywania wniosków o dofinansowanie projektów (10,4% wskazań).

Wykres 25. Rodzaje informacji oczekiwane przez beneficjentów RPO WK-P.



Źródło: Badanie CATI beneficjentów RPO WK-P (N=215).

WNIOSKI

- Większość mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego deklaruje, że chciałaby wiedzieć więcej o realizacji RPO WK-P. Interesujące są zarówno informacje dotyczące realizowanych projektów oraz postępów w wydatkowaniu przyznanych środków, jak i informacje związane z możliwościami uzyskania dofinansowania projektów.
- Wśród beneficjentów ponad połowa zwraca uwagę na zbyt małą ilość informacji dotyczących RPO WK-P. W ich ocenie brakuje zarówno informacji ogólnych jak i bardziej szczegółowych. Zbyt mało jest także informacji przydatnych na etapie przygotowywania wniosków o dofinansowanie projektów.

WNIOSKI I REKOMENDACJE

- Poziom znajomości nazwy RPO WK-P wśród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego jest dość niski. Nazwę programu rozpoznaje średnio co czwarty mieszkaniec województwa (27,2%), a znajomość spontaniczna kształtuje się na poziomie 11,8%. Jest o połowę niższa niż najczęściej wymienianego programu – PO IiŚ.
- Również poziom znajomości logotypu RPO WK-P jest niezadowalający. Znajomość spontaniczna jest porównywalna ze spontaniczną znajomością nazwy – 10,8% (wobec 11,8%). Znajomość wspomagana jest wyższa – kształtuje się na poziomie 18,5%. Warto jednak zauważyć, że ten znak graficzny jest wykorzystywany do oznaczania wszystkich programów operacyjnych na lata 2007-2013, a więc jest prezentowany dość często i w szerszym kontekście niż tylko RPO WK-P.
- Najlepiej rozpoznawanym elementem RPO WK-P jest hasło „Mój region w Europie”. Kojarzy je 42% mieszkańców. Ponieważ, w przeciwieństwie do znaku graficznego może on stanowić element charakterystyczny wyłącznie dla RPO WK-P, ten poziom rozpoznawalności jest dobrą bazą do budowania wyraźnego i odrębnego wizerunku programu wśród mieszkańców.
- Niezbyt dobra jest orientacja w wielkości finansowej programu. Rząd wielkości trafnie identyfikuje 28,9% mieszkańców oraz 38,6% beneficjentów. Szczególnie w odniesieniu do tej drugiej grupy należałoby podjąć działania naprawcze.
- Zarówno mieszkańcy, jak i beneficjenci dość dobrze orientują się w zakresie tematycznym RPO WK-P – potrafią wskazać główne kategorie działań, które mogą być dofinansowywane w ramach programu.
- Tylko połowa mieszkańców (52,5%) uważa, że realizacja programu spowoduje zmiany w sytuacji województwa do 2013 roku. Osoby, które oczekują zmian, sądzą przede wszystkim, że przyspieszy on rozwój województwa. W ich ocenie korzyści będą dotyczyły raczej województwa jako całości niż bezpośrednio ich i ich najbliższych.

- Lepiej oceniają program jego beneficjenci. Trzy czwarte z nich (73%) oczekuje zmian w wyniku jego realizacji. Osoby te przede wszystkim są przekonane, że będą to zmiany pozytywne związane z przyspieszeniem rozwoju województwa.
- Zarówno mieszkańcy, jak i beneficjenci nie są zgodni, czy realizacja programu zwiększy czy zmniejszy różnice pomiędzy poszczególnymi regionami województwa. Jest to o tyle niepokojące, że „zmniejszenie różnic w rozwoju społecznym i gospodarczym pomiędzy obszarami, w tym obszarami wiejskimi i miejskimi” jest częścią składową celu strategicznego RPO WK-P.
- W ocenie beneficjentów programu uzyskanie dofinansowania projektu jest dość trudne. Podstawowymi przeszkodami są: procedury i wysokie wymagania (także finansowe) oraz trudność z uzyskaniem rzetelnych informacji.
- Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego jest dość pozytywnie oceniany zarówno przez mieszkańców, jak i beneficjentów RPO WK-P. Zwraca uwagę, że w obu grupach dość duże odsetki (odpowiednio 47,2% oraz 35,3%) nie formułują jednoznacznej oceny pracy Urzędu. Grupy te, ze względu na swoją liczebność, powinny stać się adresatami działań promujących Urząd jako IZ RPO WK-P.
- Średnio co piąty beneficjent RPO WK-P (19,5%) krytycznie ocenia pracę Urzędu Marszałkowskiego związaną z zarządzaniem programem. Podstawowe zarzuty dotyczą w znacznej mierze niedostatecznego przygotowania merytorycznego pracowników oraz trudności w uzyskaniu spójnych i rzetelnych informacji.
- Ponad dwie trzecie pytanym – zarówno mieszkańców, jak i respondentów – szacuje, że do końca 2013 roku uda się wydać mniej niż 80% środków finansowych przewidzianych w ramach RPO WK-P. Co dziesiąta osoba ocenia, że Urząd zagospodaruje wszystkie środki. Odpowiedzialność za stopień wykorzystania środków mieszkańcy lokują w przedstawicielach administracji. Według beneficjentów podstawowymi przeszkodami są: procedury i długi czas oceny wniosków oraz zbyt mała ilość informacji i brak kompetencji pracowników urzędów.
- Skuteczność podejmowanych działań promocyjnych i informacyjnych jest zdecydowanie wyższa w odniesieniu do beneficjentów programu niż w stosunku do

szerokiej opinii publicznej.

- Zdecydowana większość mieszkańców (85,8%) chciałaby wiedzieć więcej o RPO WK-P. Wśród beneficjentów ta grupa jest mniejsza – 60,5%. Ponad jedna trzecia beneficjentów uważa, że wie na temat RPO WK-P tyle, ile potrzebuje.
- Oceny łatwości uzyskania rzetelnych i dokładnych informacji o RPO WK-P formułowane przez beneficjentów nie są jednoznaczne – 37,6% uważa, że jest to łatwe, według 27,4% - trudne. Najprawdopodobniej uzyskanie potrzebnych informacji wymaga pewnej wiedzy podstawowej lub chociaż orientacji w tematyce związanej ze środkami unijnymi. Osoby, które ją nabędą bez większych trudności odnajdują kolejne potrzebne informacje.
- Najskuteczniejszymi kanałami informowania i promowania RPO WK-P wśród mieszkańców województwa są: telewizja, prasa i Internet. To ostatnie medium jest wykorzystywane przede wszystkim przez osoby między 24 a 54 rokiem życia z wyższym wykształceniem.
- W odniesieniu do mieszkańców istotnym źródłem informacji na temat RPO WK-P są znajomi i rodzina. Skuteczność oraz efekty prowadzonych działań komunikacyjnych wzrosną, jeśli uda się sprawić, aby mieszkańcy mówili o programie (o ile oczywiście komunikaty te będą zgodne z celami UM). Być może warto rozważyć wykorzystanie w promocji programu narzędzi „marketingu szeptanego” (Marketing szeptany to dawanie ludziom powodów do rozmawiania o marce lub produkcie służące wytworzeniu pozytywnego obrazu tej marki lub produktu).
- Skutecznymi kanałami promowania RPO WK-P wśród jego beneficjentów są: Internet, prasa, radio i telewizja, a także Punkty Konsultacyjne i plakaty. Zetknęła się z nimi większość beneficjentów.
- Podstawowymi źródłami wiedzy beneficjentów o programie są: firmy konsultingowe, szkolenia oraz pracownicy urzędów, przede wszystkim podczas bezpośrednich spotkań.
- Dużym atutem strony internetowej programu jest jej znajomość (pamięta ją zdecydowana większość beneficjentów), niestety jest ona zbyt mało czytelna dla nowych użytkowników. Wydaje się, że swobodne poruszanie się po stronie wymaga

poznania jej (a więc czasu), a być może także dobrej orientacji w tematyce związanej z RPO WK-P. Jest to o tyle niepokojące, że strona powinna być jednym z podstawowych narzędzi informowania o programie również w odniesieniu do osób nie znających RPO WK-P.

- W odniesieniu do beneficjentów rzeczywistych i potencjalnych programu ważne jest rozróżnianie działań promocyjnych oraz działań informacyjnych. Podczas tworzenia komunikatów kierowanych do tej grupy należy odpowiedzieć sobie na pytanie o główny cel – promowanie czy informowanie – i w zależności od odpowiedzi dobrać odpowiednie narzędzia i kanały komunikacji.
- Działania promocyjne RPO WK-P kierowane do mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego za pośrednictwem mediów powinny wykorzystywać przede wszystkim regionalną telewizję, regionalną prasę oraz Internet.
- Większość mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego deklaruje, że chciałaby wiedzieć więcej o realizacji RPO WK-P. Interesujące są zarówno informacje dotyczące realizowanych projektów oraz postępów w wydatkowaniu przyznanych środków, jak i informacje związane z możliwościami uzyskania dofinansowania projektów.
- Wśród beneficjentów ponad połowa zwraca uwagę na zbyt małą ilość informacji dotyczących RPO WK-P. W ich ocenie brakuje zarówno informacji ogólnych jak i bardziej szczegółowych. Zbyt mało jest także informacji przydatnych na etapie przygotowywania wniosków o dofinansowanie projektów.

Tabela 1. Rekomendacje.

Lp.	Problem	Rekomendacja	Ważność rekomendacji	Adresat rekomendacji	Sugerowany termin realizacji rekomendacji	Uwagi Zamawiającego
A. Stopień rozpoznawalności oraz sposób postrzegania RPO WK-P.			Niski stopień znajomości i rozpoznawalności RPO WK-P wśród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego.			
1.	Niepostrzeganie RPO WK-P przez pryzmat indywidualnych korzyści mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, przez co Program jest niezauważalny lub mylony z innymi programami unijnymi.	Przeprowadzenie kampanii medialnej dla mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego. Przedmiotem kampanii powinny być osobiste korzyści uzyskane w wyniku realizacji projektu na terenie ich województwa, dzielnicy, osiedla, typu: mapa dobrych praktyk oraz bieżące informacje dotyczące lokalnych sukcesów związanych z realizacją projektów.	średnia	Biuro Komunikacji i Pomocy Technicznej	do końca 2010 roku	

Mój region w Europie

		<p>Skierowana do mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego kampania medialna powinna być zrealizowana poprzez preferowane przez nich kanały informacyjne: prasę, telewizję oraz Internet.</p> <p>Kolejne działania medialne powinny opierać się na kampanii medialnej i obracać się wokół hasła, które zostało dobrze przyjęte i jest unikalne.</p>				
2.	<p>W ocenie beneficjentów i potencjalnych beneficjentów Programu obraz RPO WK-P jawi się jako szansa trudna do</p>	Tabela 2	Tabela 2	Tabela 2	Tabela 2	

Mój region w Europie

	wykorzystania. Podstawowymi problemami są: procedury, wysokie wymagania oraz brak spójnych informacji.					
3.	Wiedza potencjalnych beneficjentów z mniejszych miejscowości na temat miejsc, gdzie mogliby uzyskać jakąkolwiek wstępną, a później bardziej zaawansowaną informację, jest bardzo ograniczona.	Dotarcie z informacją o ofercie IZ RPO WK-P (tworzenie budżetu, harmonogramu, sprawdzania wniosków) na temat programu do szerszego grona potencjalnych beneficjentów. Reklamowanie Punktów Informacyjnych.	średnia	Biuro Komunikacji i Pomocy Technicznej	do końca 1. kwartału 2010 roku.	

Mój region w Europie

B. Sposób postrzegania Urzędu Marszałkowskiego			Negatywny wpływ na stosunkowo dobrą ocenę pracy Urzędu Marszałkowskiego jako IZ RPO WK-P mają aspekty związane z przygotowaniem merytorycznym pracowników oraz oceną skuteczności wydatkowania środków pochodzących z RPO WK-P.			
4.	<p><i>Fundusze Europejskie są odbierane przez rynek poprzez indywidualne doświadczenie beneficjenta, co prowadzi do sytuacji, że każdy urzędnik jest reprezentantem Funduszy (Strategia Komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii spójności na lata 2007 – 2013).</i></p>	<p>Zweryfikowanie systemu szkoleń nowo przychodzącej kadry wsparte dodatkowo warsztatami prowadzonymi przez doświadczonych pracowników.</p> <p>Weryfikacja systemu motywacji płacowej i pozapłacowej dla pracowników z doświadczeniem.</p>	wysoka	<p>Naczelnik Wydziału Wyboru Projektów</p> <p>Naczelnik Wydziału Wdrażania Projektów</p>	do końca 2009 roku	

Mój region w Europie

	Zbyt duża rotacja pracowników w IZ RPO WK-P. Zmiany związane są z odchodzeniem z IZ RPO WK-P pracowników doświadczonych i zatrudnianiem osób bez odpowiedniego doświadczenia. Te sytuacje wpływają również na nie najlepszą ocenę merytoryczną pracowników IZ RPO WK-P.					
5.	Jedna na dziesięć osób (beneficjenci, potencjalni	Regularne informowanie o postępach w wydatkowaniu środków w odniesieniu do sumy	wysoka	Naczelnik Wydziału Wyboru	do końca 2009 roku	

Mój region w Europie

	beneficjenci, mieszkańcy) jest zdania, że IZ RPO WK-P uda się do 2013 roku wydać całość przeznaczoną na województwo kwoty.	przeznaczonej na cały rok i w odniesieniu do pełnej kwoty.		Projektów Naczelnik Wydziału Wdrażania Projektów		
6.	Urząd Marszałkowski w niewystarczającym stopniu promuje siebie jako IZ RPO WK-P, znaczna część osób nie potrafi ocenić, jak sobie radzi z tą funkcją.	Wykorzystanie potencjału PR, jaki daje bycie dystrybutorem tak dużej ilości środków, wykorzystanie których jest w stanie zmienić rzeczywistość badanych. Urząd Marszałkowski powinien podkreślać w różnorodnych materiałach, kampaniach, publikacjach swoją funkcję jako IZ RPO WK-P.	średnia	Biuro Komunikacji i Pomocy Technicznej	do końca 2010 roku	

C. Skuteczność działań promocyjnych i informacyjnych D. Oceny i preferencje kanałów komunikacji E. Oceny i preferencje dotyczące zakresu informacji			Pomimo tego, że istnieje pełen wachlarz narzędzi bazujących na zarówno na komunikacji pośredniej, jak i bezpośredniej, zarówno beneficjenci, potencjalni beneficjenci, jak i mieszkańcy podkreślają fakt swojej niewystarczającej wiedzy na temat Programu.			
7.	<p>Strona www jest najważniejszym narzędziem informacyjnym. O ile jest ona dobrze oceniana przez osoby często wykorzystujące to źródło informacji, o tyle korzystanie z niej stwarza trudności potencjalnym beneficjentom i mieszkańcom.</p>	<p>W stosunku do strony www należy zachować szczególną dbałość w związku z następującymi elementami: przejrzystość strony; wysoki poziom merytoryczny; aktualizacje. Dodatkowo, aby strona była bardziej przyjazna dla mieszkańców województwa, proponujemy wprowadzenie zakładki typu: Moje pierwsze kroki w RPO WK-P.</p>	wysoka	<p>Wydział Koordynacji</p> <p>Wydział Zarządzania RPO WK-P</p> <p>Wydział Wyboru Projektów</p> <p>Wydział Wdrażania Projektów</p>	działanie ciągłe	

Mój region w Europie

8.	Niewystarczająca wiedza wśród badanych na temat istnienia newslettera dedykowanego RPO WK-P.	Podjęcie działań promujących newsletter dedykowany RPO WK-P poprzez np. zamieszczenie na stronie www banerów informujących o możliwościach skorzystania z tego narzędzia.	wysoka	Administrator strony www	do końca 2009 roku	
9.	Otrzymywanie przez badanych – za pośrednictwem newslettera – informacji zbyt ogólnych.	Możliwość zdefiniowania przez osoby prenumerujące newsletter typów informacji, które chciałyby otrzymywać, np. tylko o naborach wniosków w ramach danego Priorytetu.	wysoka	Administrator strony www Wydział Koordynacji	do końca 2009 roku	
10.	Ocena szkoleń nie zawsze wypada pozytywnie, zwłaszcza pod względem merytorycznego przygotowania prowadzących. Z badania wynika, że	Położenie większego nacisku na analizę danych pochodzących z ankiet ewaluacyjnych (zawierających m.in. elementy oceny przygotowania merytorycznego, sposobu prowadzenia i umiejętności interpersonalnych trenerów).	wysoka	Wydział Koordynacji	do końca 2009 roku	

Mój region w Europie

	respondenci przywiązują ogromną wagę do szkoleń, traktując je jako główne – obok Internetu – źródło informacji.	Regularne udzielanie informacji zwrotnych trenerom.				
11.	Ocena szkoleń nie zawsze wypada pozytywnie, zwłaszcza pod względem merytorycznego przygotowania prowadzących. Z badania wynika, że respondenci przywiązują ogromną wagę do szkoleń, traktując je jako główne – obok Internetu – źródło	Zapewnienie trenerom z Urzędu Marszałkowskiego szkoleń w zakresie TOT (Training of Trainers), podnoszących ich kompetencje i umiejętności interpersonalne.	średnia	Wydział Koordynacji	do końca 2. kwartału 2010 roku	

Mój region w Europie

	informacji.					
12.	Nieprzydatność ulotek jako odrębnego narzędzia skierowanego do wszystkich zainteresowanych RPO WK-P.	Ulotka jako narzędzie informacyjne ma sens tylko i wyłącznie jako instrument wspierający inne przedsięwzięcia np. kampanię medialną, promujący inne narzędzia np. Punkty Informacyjne lub systematyzujący wiedzę na temat istotnych danych teleadresowych.	średnia	Biuro Komunikacji i Pomocy Technicznej	do końca 2010 roku	
13.	Niewystarczające korzystanie z nośników wielko formatowych jako bardzo efektywnego sposobu promowania RPO WK-P.	Wykorzystanie billboardów i citylightów w skutecznym docieraniu do jak najszerszego grona odbiorców.	średnia	Biuro Komunikacji i Pomocy Technicznej	do końca 2010 roku	
14.	Zróżnicowana ocena gadżetów promujących RPO WK-P.	Gadżety promujące RPO WK-P to istotny element kampanii informacyjno-promocyjnej, o ile są	średnia	Biuro Komunikacji i Pomocy	do końca 2010 roku	

Mój region w Europie

	P. Negatywne opinie zyskują te gadżety, które są skierowane do grup niezwiązanych bezpośrednio z aplikowaniem.	skromne, funkcjonalne, dopasowane do odbiorcy RPO WK-P (osoba dorosła).		Technicznej		
15.	Część firm/instytucji nie otrzymuje informacji związanych z interesującą ich ofertą informacyjno-szkoleniową w ramach RPO WK-P.	Tworzenie i regularne uaktualnianie branżowych baz danych osób, które skorzystały ze szkoleń w ramach RPO WK-P. Wykorzystywanie tych danych do regularnej wysyłki informacji o planowanych szkoleniach, spotkaniach, konferencjach z uwzględnieniem branż.	wysoka	Wydział Koordynacji	do końca 3. kwartału 2009 roku działanie ciągłe	

Mój region w Europie

Tabela 2. Rekomendacje związane z podstawowymi problemami dotyczącymi postrzegania RPO WK-P.

Lp.	Problem	Rekomendacja	Ważność rekomendacji	Adresat rekomendacji	Sugerowany termin realizacji rekomendacji	Uwagi Zamawiającego
1.	Istnieją zastrzeżenia co do kompetencji merytorycznych osób, które sprawdzają wnioski w IZ RPO WK-P.	Sprawdzanie wniosków przez osoby mające podstawową wiedzę z zakresu ekonomii czy przedsiębiorczości przyspieszy pracę nad nimi.	średnia	Biuro Obsługi Oceny Merytorycznej Projektów	do 2. kwartału 2010 roku	
2.	Długi czas oceny wniosku sprawia, że niektóre dokumenty tracą ważność, np. ważny 3 miesiące KRS firm.	Zrewidowanie listy wymaganych załączników składanych na etapie aplikowania wyłącznie do dokumentów niezbędnych do oceny wniosku w pierwszym etapie.	wysoka	Biuro Oceny Formalnej Projektów	do końca 2009 roku	
3.	W trakcie realizacji wniosku zdarzają się sytuacje, w których trzeba aneksować	Uelastycznienie zasad związanych z aneksowaniem umów i przesuwaniem środków pieniężnych. Odgórne zapewnienie	średnia	Biuro Programowania RPO WK-P	do końca 2. kwartału 2010 roku	

Mój region w Europie

	zawarte umowy, ze względu na niewykorzystanie środków pieniężnych.	możliwości przesuwania niewykorzystanych środków (np. w wyniku tańszego zakupu) na inne potrzeby w ramach realizowanego projektu bez konieczności każdorazowego konsultowania zmian z IZ RPO WK-P.				
4.	W dokumentacji umieszczono budzącą zastrzeżenia definicję „innovacyjności”, która – zdaniem beneficjentów – preferuje firmy najmniejsze, innym zaś utrudnia działania.	Zmiana zapisów proceduralnych odnoszące się do kwestii innovacyjności. Zmiana definicji „innovacyjności”.	średnia	Kierownik Biura Programowania RPO WK-P	do końca 2009 roku	
5.	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Poprawa działań informacyjnych związanych z wprowadzaniem jakichkolwiek zmian podczas	wysoka	Administrator strony WWW	3. kwartał 2009 roku	

Mój region w Europie

	<p>składający dany wniosek nie są świadomi zmian, które zachodzą w dokumentacji składanego wniosku.</p>	<p>składania wniosków, np. wyróżnienie kolorystyczne zmian na stronie WWW; wysyłanie e-mailem informacji do subskrybentów newslettera.</p>				
--	---	--	--	--	--	--

Rekomendacje odnoszące się do planowanego na rok 2009 przez IZ RPO WK-P badania ewaluacyjnego dotyczącego działań informacyjno-promocyjnych.

W wyniku badania ewaluacyjnego zaplanowanego przez IZ RPO WK-P należy przede wszystkim uzyskać szczegółowe informacje dotyczących wybranych narzędzi informacyjno-promocyjnych. W tym celu należy przeprowadzić następujące działania:

- Obserwacja uczestnicząca w trakcie szkoleń;
- Badanie metodą Tajnego Klienta w Punktach Informacyjnych (e-mail, telefoniczne, bezpośrednie);
- Pogłębione badania dotyczące strony www (przydatność, przejrzystość, poprawność merytoryczna, intuicyjność).

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1. Poziom spontanicznej znajomości nazw programów operacyjnych.....	- 21 -
Wykres 2. Poziom wspomaganej znajomości nazwy RPO WK-P.....	- 22 -
Wykres 3. Poziom wspomaganej znajomości logotypu RPO WK-P.....	- 23 -
Wykres 4. Wiedza na temat wielkości finansowej RPO WK-P wśród mieszkańców oraz beneficjentów programu.	- 24 -
Wykres 5. Obszary i działania finansowane w ramach RPO WK-P według mieszkańców i beneficjentów.	- 26 -
Wykres 6. Podmioty mogące ubiegać się o dofinansowanie projektów w ramach RPO WK-P według beneficjentów programu.....	- 27 -
Wykres 7. Oceny mieszkańców dotyczące obecności w UE.	- 28 -
Wykres 8. Oceny beneficjentów dotyczące obecności w UE.	- 29 -
Wykres 9. Opinie dotyczące wystąpienia zmian w województwie kujawsko-pomorskim na skutek realizacji RPO WK-P.	- 30 -
Wykres 10. Opinie o przyspieszeniu rozwoju województwa na skutek realizacji RPO WK-P. Oceny osób, które uważają, że realizacja programu pociągnie za sobą zmiany w województwie.	- 31 -
Wykres 11. Opinie dotyczące zmniejszenia różnic wewnątrz województwa na skutek realizacji RPO WK-P. Oceny osób, które uważają, że realizacja programu pociągnie za sobą zmiany w województwie.	- 32 -
Wykres 12. Obszary objęte dofinansowaniem oraz wymagające dofinansowania w ramach RPO WK-P.	- 34 -
Wykres 13. Stopień dopasowania RPO WK-P do potrzeb województwa w ocenie beneficjentów programu.	- 35 -
Wykres 14. Spostrzegana przez beneficjentów trudność uzyskania dofinansowania w ramach RPO WK-P.	- 36 -
Wykres 15. Oceny Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego jako IZ RPO WK-P.	- 40 -
Wykres 16. Szacunki dotyczące stopnia wykorzystania środków przewidzianych w ramach RPO WK-P do 2013 roku.	- 41 -
Wykres 17. Oceny mieszkańców dotyczące skuteczności wydatkowania środków w ramach RPO WK-P w stosunku do innych województw.	- 43 -
Wykres 18. Oceny poziomu wiedzy na temat RPO WK-P.	- 47 -

Wykres 19. Oceny łatwości uzyskania rzetelnych i dokładnych informacji o RPO WK-P. ... - 48 -	
Wykres 20. Skuteczność poszczególnych kanałów informacyjno-promocyjnych. Opinie mieszkańców..... - 51 -	
Wykres 21. Podstawowe źródła wiedzy o RPO WK-P wykorzystywane przez beneficjentów programu..... - 52 -	
Wykres 22. Preferowane źródła informacji o RPO WK-P. - 55 -	
Wykres 23. Częstość korzystania przez mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego z poszczególnych rodzajów mediów. Średnie ocen wyrażanych na skali od 1-wcale nie korzysta do 5-korzysta bardzo często..... - 56 -	
Wykres 24. Oczekiwane przez mieszkańców informacje dotyczące RPO WK-P..... - 60 -	
Wykres 25. Rodzaje informacji oczekiwane przez beneficjentów RPO WK-P..... - 61 -	

