

Ocena aktualnego stanu rozwoju punktów węzłowych Szlaku Jana III Sobieskiego

Raport z badania



1. Metoda i technika badania

Badanie zostało metodą CAWI (za pomocą elektronicznego formularza ankiety) oraz przy wykorzystaniu metody PAPI (za pomocą papierowego formularza ankiety). Głównym problemem badawczym było zdiagnozowanie potencjałów rozwojowych gmin objętych projektem.

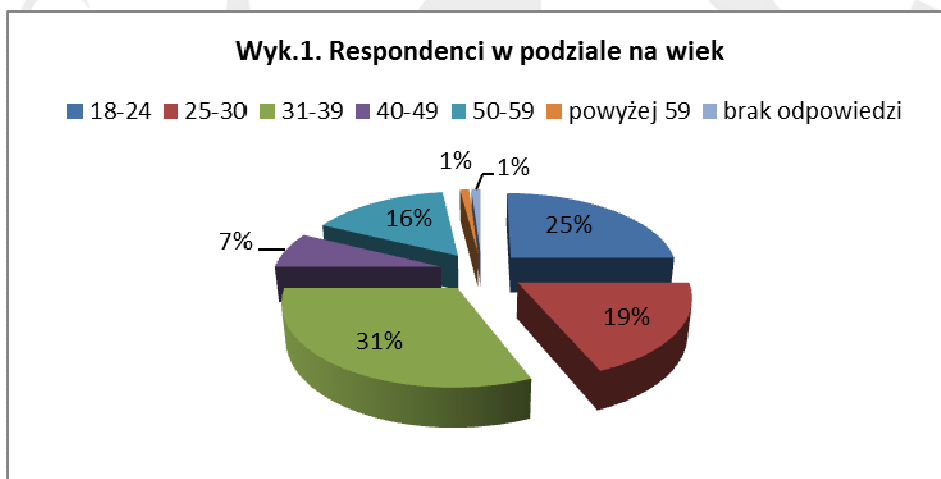
Zaproszenie do badania zostało zamieszczone pod wskazanymi witrynami internetowymi, były to:

- www.szlaksobieskiego.info,
- www.tarczasobieskiego.pl,
- www.melgiew.pl,
- www.piaski.pl,
- www.spiczyn.pl,
- www.wolka.pl,
- www.rybczewice.pl,

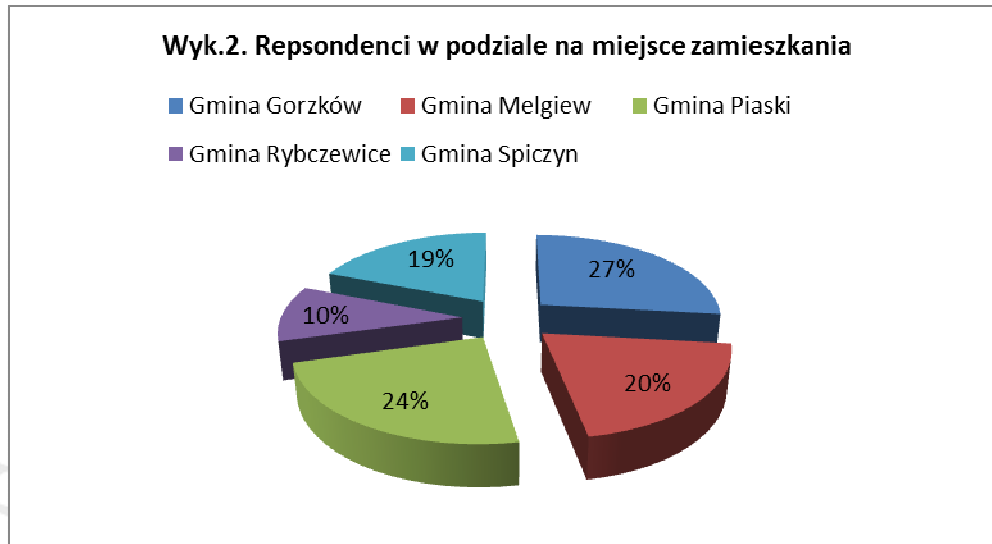
Ankiety w postaci formularzy papierowych zostały rozdysponowane w urzędach gmin – partnerów Projektu.

2. Profil społeczno-demograficzny respondentów

W badaniu udział wzięło 206 mieszkańców punktów węzłowych Szlaku Jana III Sobieskiego. Większość respondentów stanowiły kobiety - 53,1%. Pod względem wieku najbardziej liczną grupą byli ludzie młodzi z przedziałów: od 31 do 39 roku życia i od 18 do 24 roku życia – razem 56% wszystkich badanych. Najmniej respondentów – 1% stanowiły osoby powyżej 59 roku życia.



Wśród osób, które uczestniczyły w badaniu nieznacznie przeważają mieszkańcy Gminy Gorzków. Wyniki w poszczególnych gminach nie są jednak bardzo zróżnicowane. Wyjątek stanowi Gmina Rybczewice. Jako swoje miejsce zamieszkania wskazała ją jedynie 10% ankietowanych.



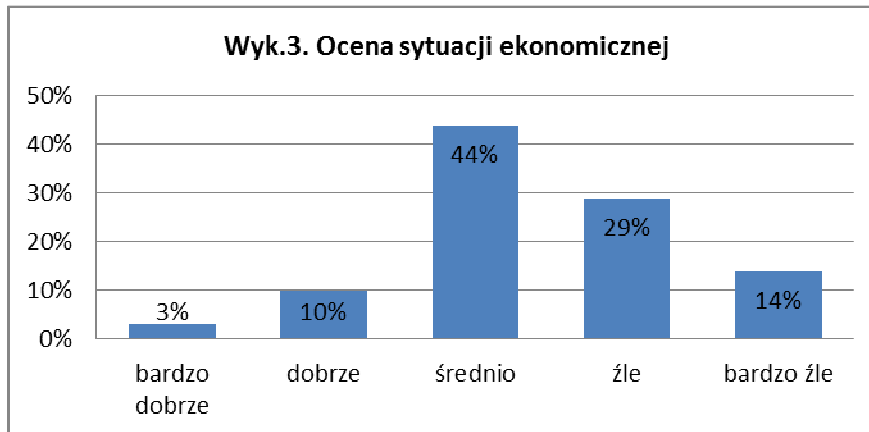
3. Wyniki

3.1. Ogólna ocena obecnej sytuacji w gminie

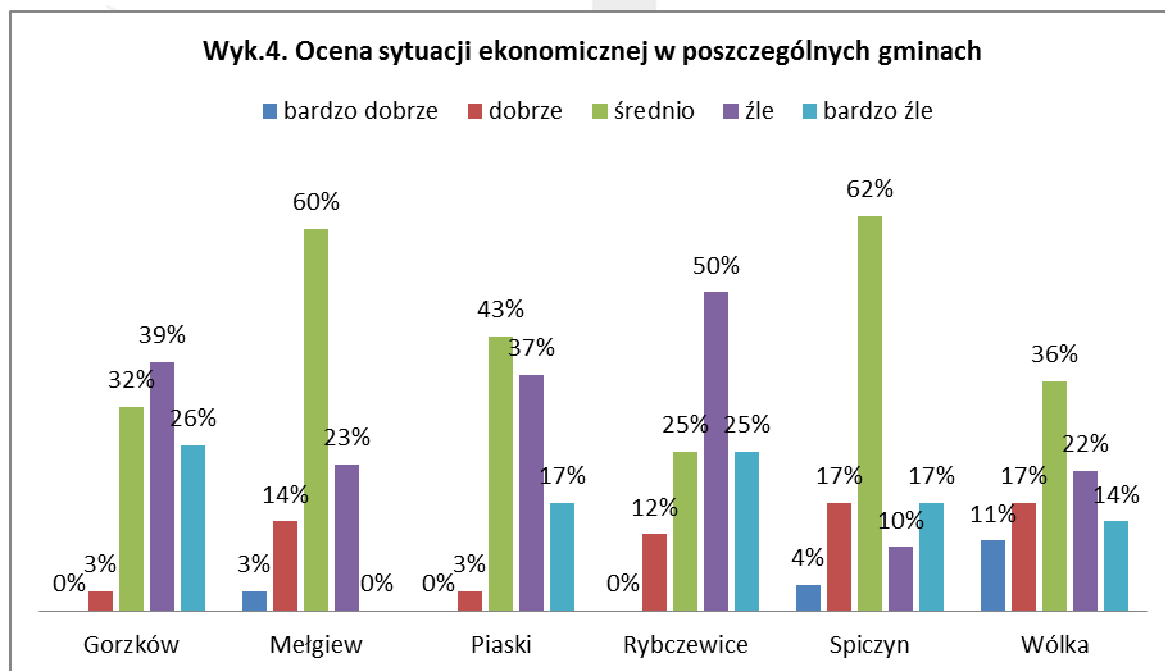
Mieszkańcy Punktów węzłowych Szlaku Jana III Sobieskiego w zdecydowanej większości badanych obszarów (ekonomicznym, społecznym, kulturowym, edukacji, współpracy z innymi gminami w regionie, współpracy międzynarodowej) sytuację w swojej gminie ocenili jako średnią. Tylko oceny dotyczące stanu środowiska naturalnego były w większości dobre.

3.1.1. Ocena sytuacji ekonomicznej gminy

Sytuację w gminie pod względem ekonomicznym respondenci ocenili jako średnią - 44% wszystkich badanych. Najrzadziej wybierali ocenę bardzo dobrą – tylko 3% wszystkich wskazań.

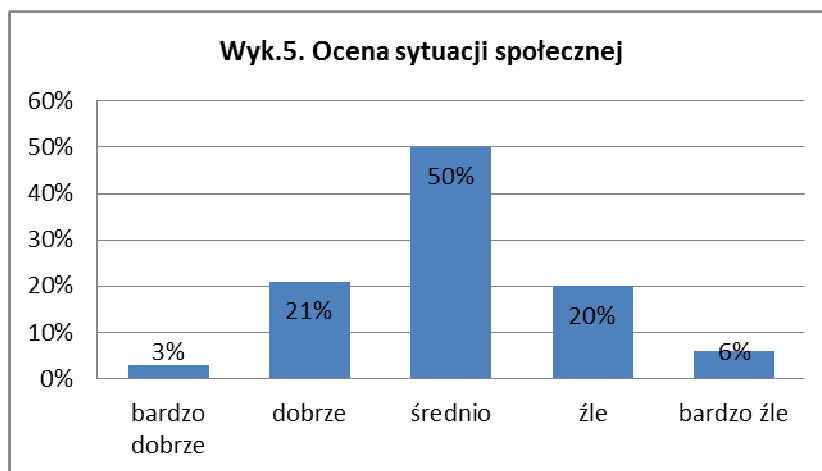


Najgorzej sytuację ekonomiczną oceniają mieszkańcy Gminy Rybczewice – w sumie 75% osób. Najlepsze zdanie na ten temat mają ankietowani zamieszkujący tereny należące do gminy Wólka – 28%.



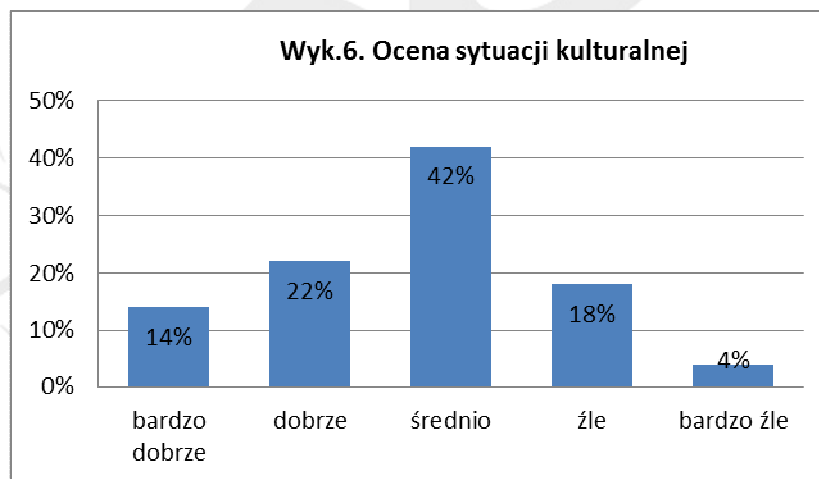
3.1.2. Ocena sytuacji społecznej

Bardzo podobnie wyniki rozkładają się jeśli chodzi o ocenę sytuacji społecznej w gminie. 50% wszystkich odpowiedzi to ocena średnia, najmniej – 3% to ocena bardzo dobra.



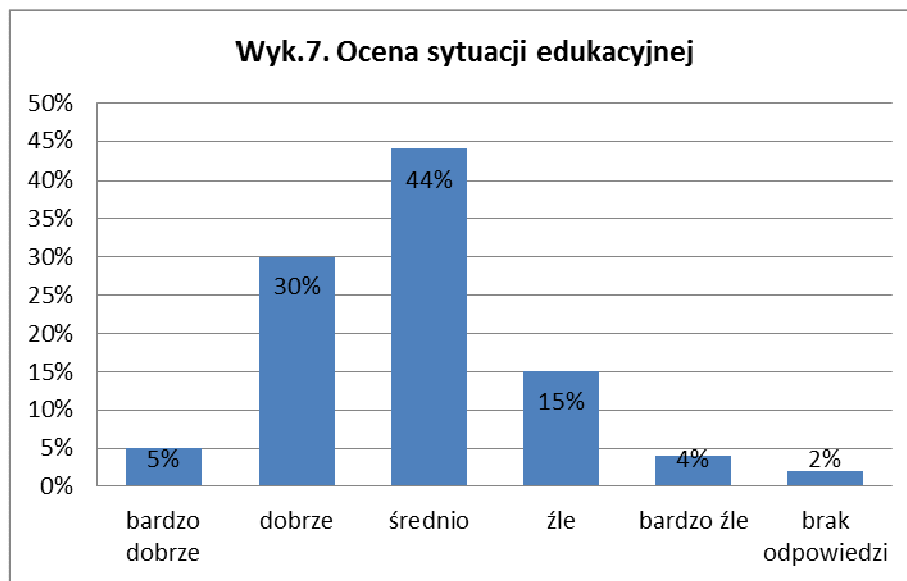
3.1.3. Ocena sytuacji kulturalnej

42% badanych oceniło sytuację kulturalną w swojej gminie jako średnią. 21% (Wyk.X) spodziewa się, że uczestnictwo w projekcie Szlak Jana III Sobieskiego może przyczynić się do poprawy tej sytuacji. Źle i bardzo źle o stanie kultury w gminie wypowiada się prawie co czwarty ankietowany (22%).



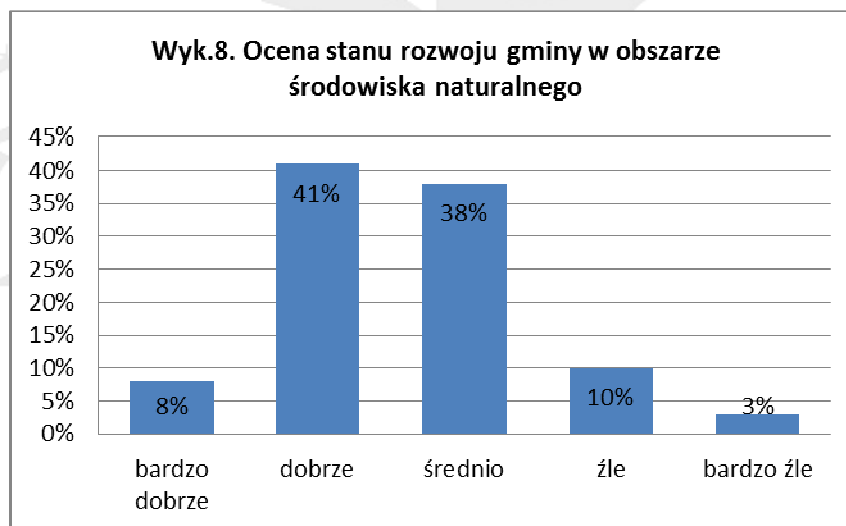
3.1.4. Ocena stanu rozwoju gminy w obszarze edukacji

Tak, jak opisywane dotąd obszary, tak samo stan gminy pod względem edukacji badani oceniają w większości średnio – 44% wszystkich odpowiedzi. Pozostali są w większości dobrego zdania na temat stanu edukacji w swojej gminie – 35% ocen dobrych i bardzo dobrych. Źłe opinie na ten temat ma w sumie 19% ankietowanych.



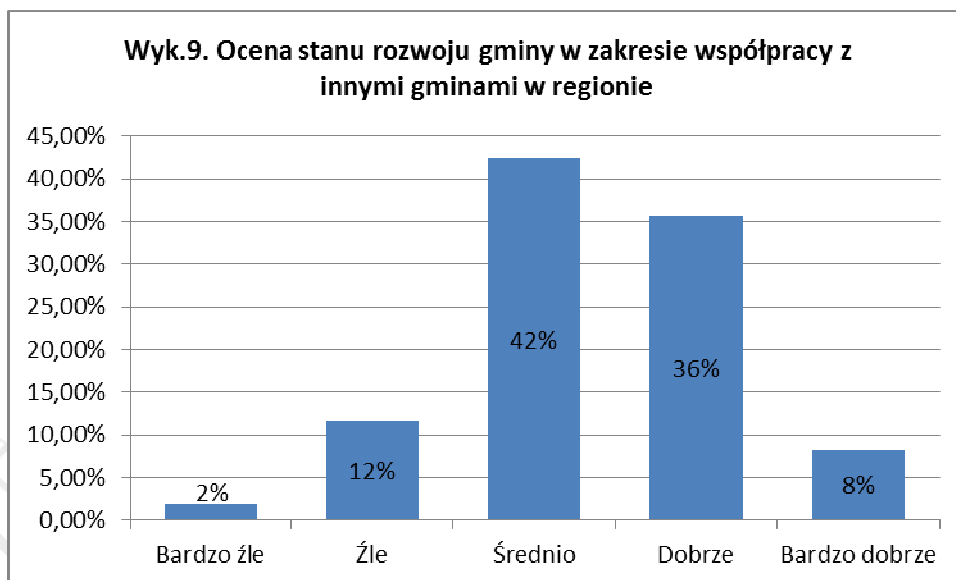
3.1.5. Ocena stanu rozwoju gminy w obszarze środowiska naturalnego

Wyjątkowo dobrze mieszkańcy oceniają stan swojej gminy w zakresie ochrony środowiska. Większość z nich jest zdania, że jest ona dobra lub bardzo dobra – 49% wszystkich odpowiedzi.



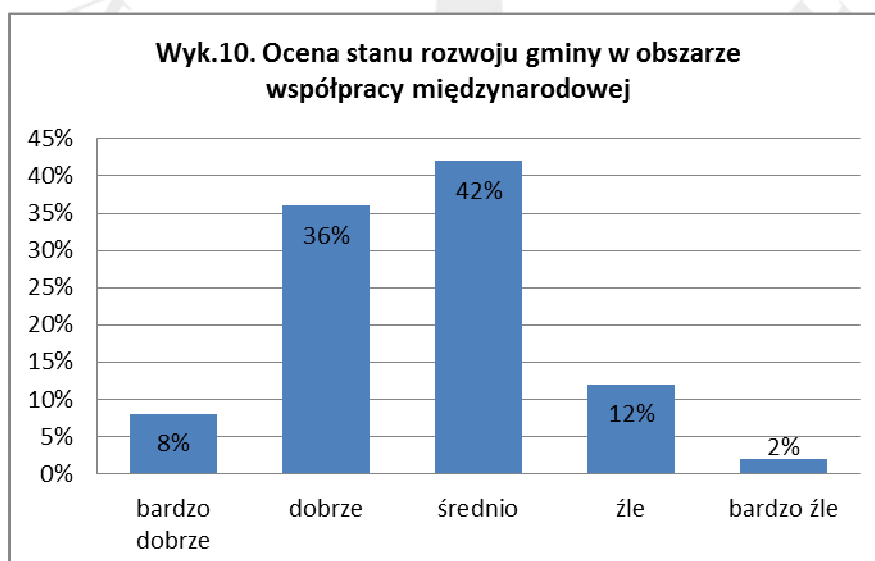
3.1.6. Ocena stanu gminy w obszarze współpracy z innymi gminami w regionie

Największy odsetek mieszkańców gminy określił stan współpracy swojej gminy z innymi gminami w regionie jako średni (42%). Jednak ocenę dobrą lub bardzo dobrą wybrało łącznie 44%, natomiast złą lub bardzo złą znacznie mniej, bo 14%.

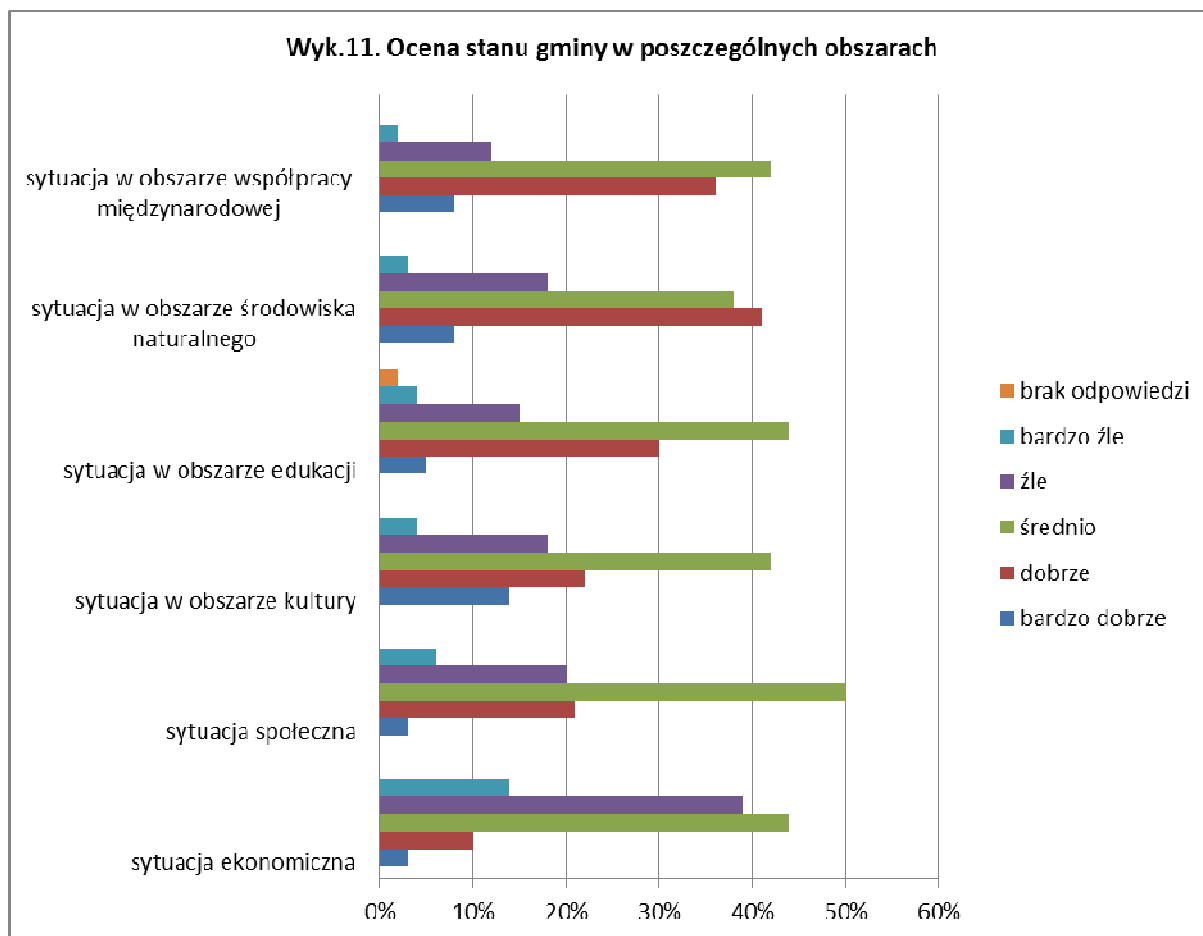


3.1.7. Ocena stanu gminy w obszarze współpracy międzynarodowej

Większość badanych wybrała także ocenę średnią jeśli chodzi o stan gminy w obszarze współpracy międzynarodowej – 42% odpowiedzi. Kiedy jednak podsumuje się oceny bardzo dobre i dobre, jest ich więcej od ocen średnich (44%).

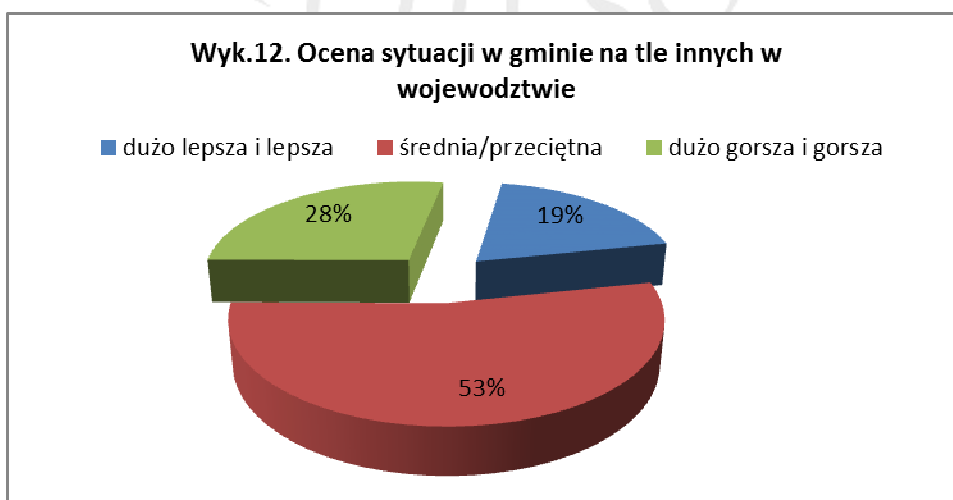


Zbiorcze zestawienie wszystkich obszarów oceny stanu gminy można znaleźć na poniższym wykresie.



3.2. Ogólna ocena sytuacji gminy na tle innych w województwie

Respondenci, poproszeni o dokonanie oceny obecnej sytuacji w swojej gminie w odniesieniu do sytuacji w gminach sąsiednich, najczęściej wybierali odpowiedź pośrednią – sytuacja jest średnia/przeciętna – 53%. W ich opinii nie jest ona ani dużo lepsza ani dużo gorsza (choć ta odpowiedź była wybierana nieco częściej – 28%).



3.3. Szlak Jana III Sobieskiego

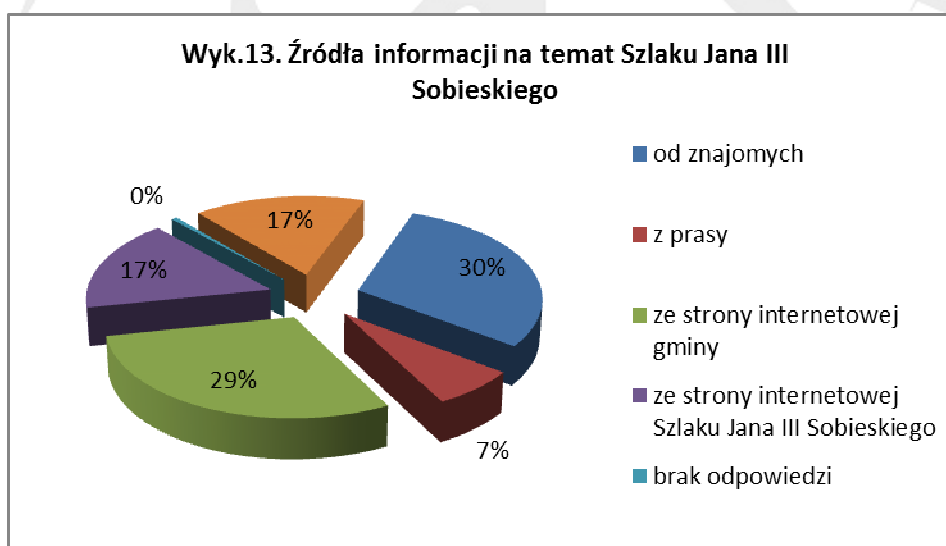
3.3.1. Rozpoznawalność projektu Szlak Jana III Sobieskiego

Na pytanie o to, czy słyszeli o Szlaku Jana III Sobieskiego w zdecydowanej większości ankietowani (88%) odpowiadali, że tak. Tylko 12% badanych przyznało się do tego, że nigdy nie słyszało o tym projekcie.

Respondenci, którzy mieli świadomość istnienia i działania Szlaku zostali poproszeni o wskazanie źródła, z którego się o tym dowiedzieli. Wśród odpowiedzi najczęściej pojawiały się stwierdzenia, że usłyszeli o nim od znajomych – aż 30% wszystkich odpowiedzi oraz że znaleźli informację na stronie internetowej swojej gminy. Stosunkowo rzadko respondenci wybierali odpowiedź, że o istnieniu Szlaku dowiedzieli się z prasy – 7% badanych. Stosunkowo dużą kategorię odpowiedzi stanowiły źródła, które nie zostały wymienione w kafeterii (17%). Wśród nich znalazły się między innymi:

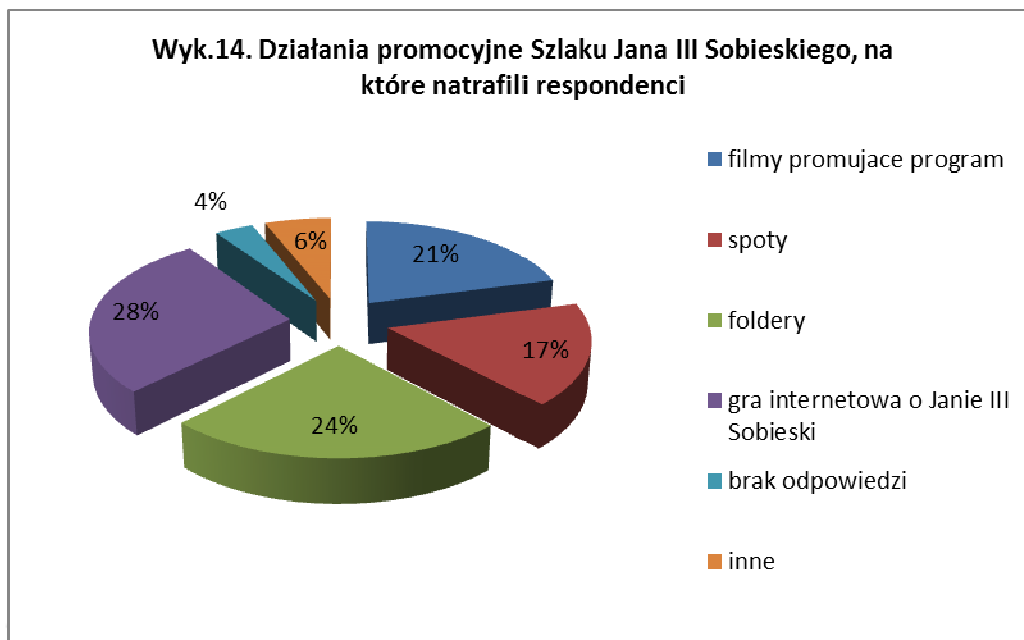
- telewizja regionalna,
- informacje udzielane przez pracowników gminy, biura Szlaku lub przez samych twórców projektu,
- facebook,

szkolenia (np. z zakresu pozyskiwania funduszy Unijnych przez organizacje pozarządowe).



3.3.2. Działania promocyjne projektu, na które natrafili respondenci

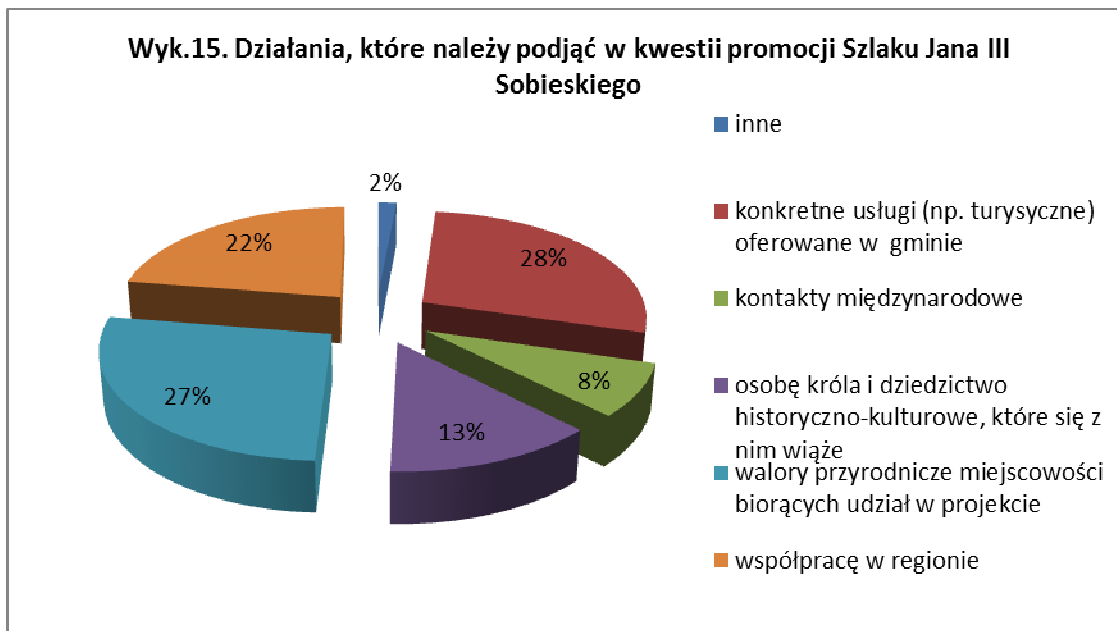
Najczęściej spotykanymi działaniami promocyjnymi Szlaku są – zgonie z odpowiedziami respondentów - gra internetowa o Janie III Sobieskim (28% odpowiedzi), foldery (24%) oraz filmy promujące program (21%).



Wśród pozostałych odpowiedzi pojawiły się takie jak konferencje, spotkania i imprezy (majówka).

3.3.3. Poprawa działań z zakresie promocji

W ocenie respondentów, w planowaniu przyszłych działań promocyjnych Szlaku Jana III Sobieskiego należałoby uwzględnić przede wszystkim konkretne usługi (np. turystyczne) – 28% odpowiedzi, walory przyrodnicze miejscowości biorących udział w projekcie – 27% oraz współpracę w regionie – 22%.



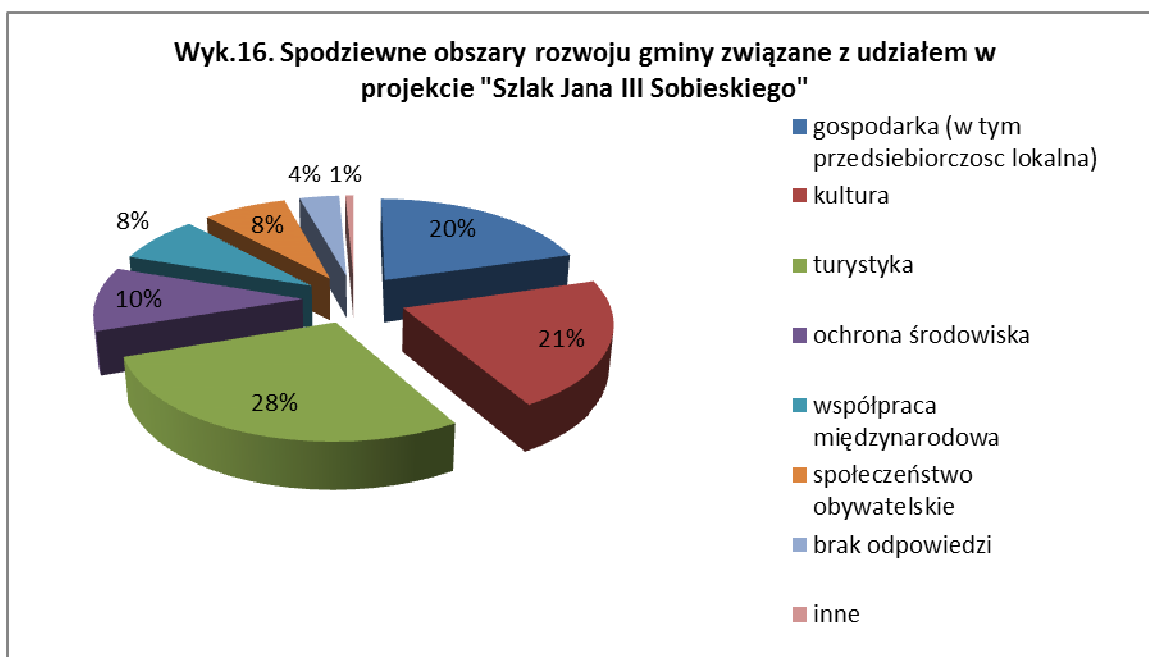
Wśród dodatkowych propozycji działań promocyjnych pojawiły się np.:

- skuteczniejsze upowszechnianie informacji wśród mieszkańców gmin członkowskich projektu – także przedstawienie korzyści, jakie mogą się z tym wiązać, a także sposobów na to, aby mieszkańcy mogli czynnie zaangażować się w działania związane z projektem,
- promowanie inicjatywy w dalszym otoczeniu gmin – punktów węzłowych Szlaku, by zwiększyć skuteczność samego projektu.

3.3.4. Szlak Jana III Sobieskiego szansą dla rozwoju gminy?

Wobec kwestii o to, czy udział w projekcie może przyczynić się do rozwoju gminy, respondenci mieli zdecydowanie pozytywne nastawienie – 85% z nich odpowiedziało, że „tak”. Przewidywane przez respondentów obszary tego rozwoju to w głównej mierze:

- turystyka – 28 wszystkich odpowiedzi,
- kultura – 21%
- gospodarka (w tym przedsiębiorczość lokalna) – 20%,



Stosunkowo najrzadziej respondenci oczekują zmian związanych z rozwojem społeczeństwa obywatelskiego (8%), poprawy sytuacji w obszarze współpracy międzynarodowej (8%) a także ochrony środowiska (10%). Wśród dodatkowych odpowiedzi pojawiły się takie obszary jak budownictwo i budowa ośrodka wodnej rekreacji.

3.4. Ocena gospodarczej i turystycznej atrakcyjności gminy

3.4.1. Ocena atrakcyjności gospodarczej gminy

- Nieznacznie więcej respondentów jest zdania, że ich gmina posiada dobry wizerunek, zachęcający do podejmowania na jej terenie działalności gospodarczej – 53%. Jednak prawie połowa wybrała odpowiedź, że nie – 47%. Badanych poproszono również o wskazanie działań, które w ich opinii mogłyby przyczynić się do poprawy sytuacji w tym zakresie. Wśród wymienionych propozycji najczęściej powtarzały się: intensywne promowanie gminy, ale i całego regionu („konieczne jest odpowiednie rozpromowanie zachodzących na terenie gminy zmian”; „pomogłaby dobra reklama - pokazanie jej walorów (gminy)”, „większa promocja regionu”, „promowanie marki”, „wyprodukować i wypromować jakąś markę, która będzie kojarzyła się z gminą”, „wykreowanie lokalnych produktów, wytwarzanych z wykorzystaniem potencjału regionu, które na stałe staną się wizytówką gminy”),

- pozyskiwanie inwestorów i promowanie działalności gospodarczej na terenie gminy i w regionie („zachęcić inwestorów do podejmowania działalności na terenie gminy”, „poszukiwanie chętnych firm do inwestycji na terenach wiejskich”, „prowadzić lepszą politykę zachęcającą przedsiębiorców do inwestowania”, „dobrym rozwiązaniem byłyby ulgi dla przedsiębiorców lub transakcje wiązane: umożnienia podatków, korzystne warunki dzierżawy lub wykupu gruntów pod inwestycje w zamian za gwarancje utworzenia miejsc pracy, tak aby korzystali na tym okoliczni mieszkańcy, można by też próbować wysyłania ofert do potencjalnych inwestorów, których zakres działalności harmonicznie współdziałał z działalnością mieszkańców (głównie produkcja rolnicza).
- wspieranie i podejmowanie działań związanych z rozwojem kultury, w tym organizowanie cyklicznych imprez o silnej renomie („więcej spotkań kulturalnych w szerszym zakresie i z większym echem”, „wspierać działania gminy o charakterze kulturowym”, „poprawa atrakcyjności oferty spędzania czasu wolnego przez mieszkańców gminy”, „cykliczne barwne imprezy z tradycjami lokalnymi”),
- rozwijanie i promowanie turystyki w gminie i w regionie („inwestycje w turystykę”, „rozwój branży turystyczno-wypoczynkowej w gminie, lepsze wykorzystanie terenów rekreacyjnych i turystycznych, zwiększenie atrakcyjności gminy jako ekologicznie czystej z atrakcjami sprzyjającymi spędzaniu czasu w sposób czynny i atrakcyjny”, „można stworzyć większe szanse rozwoju agroturystyki”).

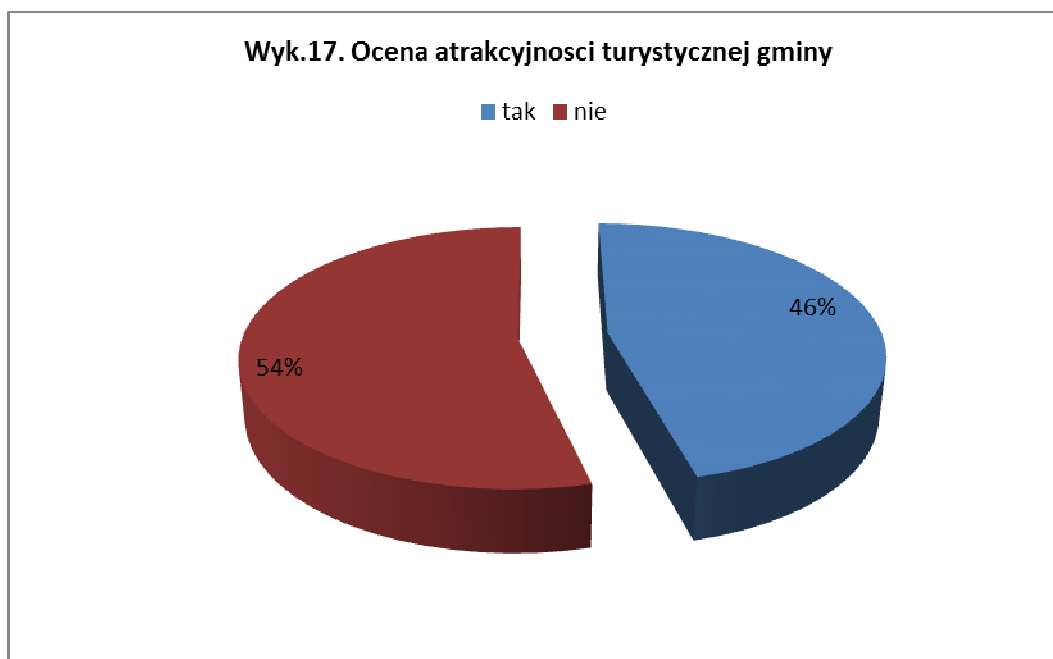
Dodatkowo pojawiły się też pomysły:

- prowadzenia w rolnictwie produkcji zdrowej żywności, która stanie się symbolem gminy,
- poprawy stanu infrastruktury w gminach – wprowadzenie planu zagospodarowania przestrzennego, budowa infrastruktury drogowej, oczyszczalni ścieków,
- zwiększenia bezpieczeństwa mieszkańców,
- szkolenia mieszkańców z zakresu różnych form pozyskiwania środków z Unii Europejskiej.

Badani są zdecydowanie przekonani o tym, że udział ich gminy w projekcie Szlak Jana III Sobieskiego może przyczynić się do rozwoju gospodarki w regionie – 81% wszystkich odpowiedzi.

3.4.2. Ocena atrakcyjności turystycznej gminy

Na pytanie o to, czy gmina jest miejscem atrakcyjnego wypoczynku turystów badani w większości odpowiedzieli, że nie – 54% odpowiedzi.



4. Wnioski

1. Mieszkańcy punktów węzłowych Szlaku Jana III Sobieskiego zdecydowanie najczęściej stan swoich gmin oceniają średnio i to zarówno pod względem ekonomicznym, społecznym, kulturowym, edukacji, współpracy z innymi gminami w regionie jak i współpracy międzynarodowej. Jednocześnie nie sądzą, aby ich sytuacja różniła się diametralnie od sytuacji w innych gminach w województwie.

2. 88% badanych słyszało o Szlaku Jana III Sobieskiego. Najczęściej o projekcie dowiadywali się za pośrednictwem znajomych i strony internetowej swojej gminy.

3. Najczęściej spotykanymi przez ankietowanych działaniami promocyjnymi Szlaku były gra internetowa o Janie III Sobieskim, foldery oraz filmy.

4. Mieszkańcy punktów węzłowych Szlaku Jana III Sobieskiego są zdania, że w planowaniu przyszłych działań promocyjnych Szlaku Jana III Sobieskiego należałoby przede wszystkim uwzględnić konkretne usługi (np. turystyczne), walory przyrodnicze miejscowości biorących udział w oraz współpracę w regionie.

5. Szlak odbierany jest generalnie jako szansa dla rozwoju gminy. Przede wszystkim w obszarach turystyki, kultury i gospodarki.

6. Aby podnieść atrakcyjność gospodarczą gminy, zdaniem mieszkańców należy zadbać o: promowanie gminy i regionu, pozyskiwanie inwestorów i sprzyjanie działalności gospodarczej na terenie gminy, wpieranie i podejmowanie działań związanych z rozwojem kultury oraz promowanie turystyki w gminie i w regionie.

