

**PUBLIC
PROFITS**

Public Profits Sp. z o.o.

ul. Paderewskiego 8
61-770 PoznańDział Badań:
ul. Grochowska 29a
60-277 Poznań
tel. 061 868 33 21
fax 061 860 95 81www.publicprofits.pl
biuro@publicprofits.plNIP 782-11-21-903
Regon 630582129

Raport z badania ewaluacyjnego „Informacja i promocja PO KL”

Zamawiający:

Województwo Zachodniopomorskie - Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie
ul. Mickiewicza 41, 70 - 383 Szczecin

Poznań, 14 grudnia 2009

SPIS TREŚCI

Spis skrótów użytych w Raporcie	4
Streszczenie raportu	5
Summary of report	15
I. Wprowadzenie.....	25
1. Zarys problematyki, kontekst badania ewaluacyjnego.....	25
2. Cele badania ewaluacyjnego	27
3. Zakres badania ewaluacyjnego.....	28
4. Skrócony opis zastosowanej metodologii badawczej.....	30
II. Ocena systemu informacji i promocji PO KL w województwie zachodniopomorskim	33
1. Podział obowiązków między instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie PO KL	33
2. Ocena systemu komunikacji funkcjonującego między instytucjami zaangażowanymi w realizację działań informacyjnych i promocyjnych	35
3. Ocena skuteczności działań informacyjnych i promocyjnych dot. PO KL	41
3.1. Poziom świadomości istnienia EFS i PO KL oraz najczęściej wymieniane źródła informacji - wyniki badania opinii publicznej.....	43
3.2. Zakres wiedzy na temat EFS i PO KL i poziom akceptacji dla działań prowadzonych w ich ramach - wyniki badania opinii publicznej	52
3.3. Ocena dostępności informacji nt. EFS i PO KL i preferowane źródła informacji - wyniki badania opinii publicznej	60
3.4. Ocena dostępności informacji nt. EFS i PO KL i ich preferowane źródła - wyniki badania opinii projektodawców i potencjalnych projektodawców PO KL	63
3.5. Główne deficyty informacyjne w województwie zachodniopomorskim i możliwości ich niwelowania	73
4. Rola i skuteczność Regionalnych Ośrodków EFS w systemie informacji i promocji PO KL w województwie zachodniopomorskim	75
5. Ocena jakości narzędzi komunikacyjnych wykorzystanych w działaniach informacyjnych i promocyjnych.....	77
5.1. Ocena stron internetowych dokonana przez potencjalnych projektodawców i projektodawców oraz przez członków zespołu badawczego	78
5.2. Ocena spotkań informacyjnych i szkoleń dokonana przez potencjalnych projektodawców i projektodawców oraz przez członków zespołu badawczego	83
5.3. Ocena dostępności i jakości materiałów informacyjno - promocyjnych dokonana przez potencjalnych projektodawców i projektodawców oraz przez członków zespołu badawczego.	86
5.4. Ocena jakości obsługi klienta kontaktującego się telefonicznie z pracownikami instytucji odpowiedzialnych za działania informacyjne i promocyjne.....	90

5.5. Ocena jakości obsługi klienta kontaktującego się osobiście z pracownikami instytucji odpowiedzialnych za działania informacyjne i promocyjne.....	92
5.6. Ocena jakości obsługi klienta kontaktującego się za pomocą poczty elektronicznej z pracownikami instytucji odpowiedzialnych za działania informacyjne i promocyjne.....	93
6. Zakres ewentualnego outsourcingu działań informacyjnych i promocyjnych	93
7. Grupy odbiorców komunikatów oraz kanały komunikacji w stosunku do nich najbardziej efektywne	94
8. Ogólna ocena jakości i wystarczalności działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych w województwie zachodniopomorskim.	95
9. Najważniejsze wnioski z badania ewaluacyjnego	97
10. Analiza mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń (analiza SWOT)	103
11. Model komunikacji do zastosowania w prowadzonych działaniach informacyjnych i promocyjnych uwzględniający wszystkie grupy odbiorców.....	106
12. Rekomendacje.....	109
Spis rysunków, tabel i wykresów	116

Spis skrótów użytych w Raporcie

EFS	Europejski Fundusz Społeczny
PO KL	Program Operacyjny Kapitał Ludzki
WUP	Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie
ROEFS	Regionalny Ośrodek EFS
IZ	Instytucja Zarządzająca
IP	Instytucja Pośrednicząca
IGR	Informacyjna Grupa Robocza
RIGR	Regionalna Informacyjna Grupa Robocza
CATI	Wywiady telefoniczne ze wspomaganie komputerowym (ang. Computer-Assisted Telephone Interviewing)
IDI	Indywidualne wywiady pogłębione (ang. Individual In-Depth Interviews)
FGI	Zogniskowane wywiady grupowe (ang. Focus Group Interviews)
Desk research	Analiza źródeł wtórnych (najczęściej danych, dokumentów zastanych)
Analiza SWOT	Analiza silnych (ang. strenghts) i słabych (ang. weaknesses) stron oraz szans (ang. opportunities) i zagrożeń (ang. threats)
Studium przypadku (ang. Case study)	Jest to jedna z metod badań jakościowych, w ramach której badacze w sposób zaplanowany, celowy i wielostronny zbierają a następnie analizują pod kątem elementów objętych badaniem istotne informacje dotyczące danego przypadku.
Mystery shopping (typy: Mystery Client, Mystery Calling)	Metoda badania poziomu obsługi klientów; relacjonuje przebieg prawdziwych doświadczeń klientów w wybranych miejscach - Tajemniczy klient składa wizytę (Mystery Client) lub telefonuje (Mystery Calling) do badanej instytucji i opisuje wynik w uprzednio przygotowanych kwestionariuszach.
Tajemniczy klient (ang. Mystery shopper, Mystery client)	Osoba wykonująca badania testowe, związane najczęściej z badaniem poziomu obsługi klienta. Zobowiązany jest do postępowania według określonych instrukcji, ustalonych w porozumieniu z firmą / instytucją zlecającą badanie. Zachowuje się naturalnie, posiada niewiele informacji o badanej firmie, by wiedza ta nie wpływała na jego opinie.

Streszczenie raportu

Niniejszy dokument stanowi streszczenie raportu z badania ewaluacyjnego „Informacja i promocja PO KL”, którego głównym celem była ocena systemu informacji i promocji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki na poziomie regionalnym w województwie zachodniopomorskim.

Celami szczegółowymi badania ewaluacyjnego było:

- określenie szczegółowej typologii głównych grup docelowych dla działań informacyjno-promocyjnych, określenie ich potrzeb informacyjnych oraz najlepszych kanałów komunikacji poszczególnych typów treści;
- ocena realizowanych działań informacyjno-promocyjnych w kontekście dotarcia do odpowiednich grup docelowych;
- ocena planowanych działań informacyjno-promocyjnych w kontekście dotarcia do odpowiednich grup docelowych;
- ocena istniejących oraz nowych (niewykorzystywanych dotychczas) form promocji i informacji w kontekście ich treści oraz potencjalnej efektywności dla konkretnych grup odbiorców;
- ocena zakresu działań informacyjno-promocyjnych, możliwych do zlecenia wykonawcy zewnętrznemu;
- ocena poziomu wiedzy na temat PO KL wśród wybranych grup społecznych (istotnych z uwagi na cele interwencji) w województwie zachodniopomorskim;
- uzyskanie rekomendacji w przedmiotowym zakresie oraz propozycji kolejnych zagadnień ewaluacyjnych.

Badanie ewaluacyjne objęło swoim zakresem:

- pracowników Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Szczecinie zaangażowanych w proces promocji i informacji: pracowników Wydziału Promocji, Punktów Konsultacyjnych w Szczecinie i w Koszalinie;
- pracowników Regionalnych Ośrodków EFS w Szczecinie i Koszalinie;
- wybrane grupy społeczne w województwie zachodniopomorskim (zgodne z „Planem komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007 - 2013”).

Poniżej przedstawiono główne wnioski z badania ewaluacyjnego:

1. Struktura organizacyjna IP została dostosowana do powierzonych jej zadań i nie budzi zastrzeżeń ze strony pracowników;
2. Zidentyfikowana została potrzeba wypracowania i wdrożenia funkcjonalnych procedur przekazu informacji między Punktami Konsultacyjnymi działającymi w WUP w Szczecinie oraz w filii WUP w Koszalinie a Regionalnymi Ośrodkami EFS w Szczecinie i Koszalinie - wdrożenie procedur powinno wpłynąć na zwiększenie efektywności przepływu informacji między instytucjami;
3. Zidentyfikowana została potrzeba wypracowania funkcjonalnych mechanizmów koordynowania

działań instytucji zaangażowanych we wdrażanie działań informacyjnych i promocyjnych w regionie. Prowadzić do tego powinno: zacieśnienie współpracy między wszystkimi instytucjami, zwł. na etapie działań planistycznych, m.in. poprzez częstszy udział wszystkich zainteresowanych stron w spotkaniach roboczych, ponadto w spotkaniach w ramach RIGR powinno uczestniczyć szerokie grono osób zaangażowanych w działania informacyjne i promocyjne dot. funduszy unijnych realizowane w regionie - powinno się to przyczynić do zwiększenia efektywności przepływu informacji między instytucjami, większej koordynacji prowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych a tym samym pozytywnie wpłynąć na efektywność pracy wspomnianych instytucji, w tym na skuteczność i użyteczność realizowanych przez nie działań;

4. Zidentyfikowana została potrzeba sformalizowania zasad współpracy pomiędzy Wydziałem Promocji a pozostałymi jednostkami zaangażowanymi w WUP w realizację działań informacyjnych i promocyjnych mającą na celu przede wszystkim dookreślenie zakresu zadań i kompetencji Wydziału Promocji - powinno się to przyczynić do zwiększenia efektywności i skuteczności działań realizowanych przez IP;
5. Uczestnicy wywiadów pogłębionych z placówek funkcjonujących w Koszalinie, zwrócili uwagę na problem z uzyskiwaniem z wyprzedzeniem informacji nt. dokładnych terminów planowanych konkursów. Problem ten należy wziąć pod uwagę dążąc do udoskonalenia systemu przepływu informacji między instytucjami - skoordynowanie podejmowanych działań promocyjnych i informacyjnych z aktualizowanym na bieżąco harmonogramem ogłaszania konkursów powinno zaowocować zwiększeniem efektywności działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych przez instytucje;
6. Uczestnicy wywiadów pogłębionych z ROEFS w Koszalinie sygnalizowali potrzebę swojego uczestnictwa w Komisji Oceny Projektów, dzięki czemu mogliby przekazywać potencjalnym wnioskodawcom bardziej konkretne wskazówki dot. przygotowywania wniosków niż tylko te, które wynikają z dość ogólnych planów działania lub dokumentacji konkursowych. Postulat ten należy wziąć pod uwagę organizując kolejne Komisje Oceny Projektów;
7. Potencjał instytucjonalny zaangażowany w prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dot. komponentu regionalnego PO KL w województwie zachodniopomorskim jest odpowiedni, uczestnicy wywiadów pogłębionych nie sygnalizowali potrzeby zmian kadrowych;
8. Instytucje zaangażowane w realizację działań informacyjnych i promocyjnych w regionie opracowują (lub też planują opracować - ROEFS w Szczecinie) strategię działań informacyjno - promocyjnych, co przyczynia się (lub przyczyni) do zwiększenia efektywności podejmowanych przez nie działań;
9. Instytucje zaangażowane w realizację działań informacyjnych i promocyjnych w regionie prowadzą monitoring podejmowanych działań oraz modyfikują je w zależności od jego wyników, co przyczynia się do zwiększenia efektywności podejmowanych przez nie działań;
10. Poziom znajomości EFS i PO KL wśród mieszkańców województwa zachodniopomorskiego należy uznać za znajdujący się na przeciętnym poziomie. W przypadku znajomości wspomaganej,

niemal połowa badanych mieszkańców zadeklarowała, że spotkała się z nazwą „Europejski Fundusz Społeczny” (48,1%, 481 osób) a czwarta część zadeklarowała znajomość nazwy: „Program Operacyjny Kapitał Ludzki” (25,1%, 251 osób). Znajomość znaku graficznego Europejskiego Funduszu Społecznego zadeklarowała trzecia część badanych osób (29,5%, 295 osób) a znajomość znaku graficznego Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki siódma część respondentów (14,3%, 143 osoby). Znacznie częściej znajomość zarówno nazwy jak i logo EFS oraz PO KL deklarowały osoby, które brały udział w jakimś projekcie dofinansowanym z EFS, osoby w wieku do 45 lat, zwł. osoby w wieku 24 - 44 lat oraz osoby pracujące i uczniowie/osoby uczące się. Najczęściej wymienianymi źródłami informacji w omawianym kontekście były: telewizja oraz budynki instytucji zaangażowanych we wdrażanie funduszy unijnych w regionie (m.in. WUP) a także billboardy, prasa oraz Internet. Respondenci spotykali się też z EFS i PO KL w pracy, szkole oraz na uczelni. Można zatem zauważyć, że z jednej strony preferowanym przez mieszkańców źródłem informacji jest telewizja, z drugiej strony - pozyskują oni informacje z dość szerokiego spektrum źródeł informacji;

11. Świadomość istnienia EFS i PO KL oraz poziom akceptacji dla realizowanych w ich ramach działań w przypadku mieszkańców województwa zachodniopomorskiego należy ocenić jako wysokie. Ponad połowa respondentów uważa, że projekty dofinansowane z PO KL przyniosą korzyści województwu zachodniopomorskiemu oraz miejscowości, w której mieszkają a blisko trzecia część z nich uważa, że projekty te mogą przynieść korzyści im osobiście. Ponad trzecia część badanych świadomych istnienia Funduszu, deklaruje chęć wzięcia udziału w projekcie dofinansowanym w jego ramach;
12. Mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego posiadają pewien zasób wiedzy odnośnie zakresu wsparcia, jakie oferuje EFS w ramach PO KL, lecz nie jest on wystarczający - zwł. gdy uwzględnimy, iż stanowią oni grupę potencjalnych uczestników projektów realizowanych w ramach Funduszu. Respondenci posiadają adekwatne do rzeczywistości skojarzenia z nazwami „Europejski Fundusz Społeczny” oraz „Program Operacyjny Kapitał Ludzki”, poprawnie identyfikują cele, które realizuje Fundusz. Równocześnie należy podkreślić, że skojarzenia z Funduszem są bardzo ogólne a badani mieszkańcy mieli duży kłopot ze wskazaniem adresatów wsparcia oferowanego w ramach PO KL oraz instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie Programu w województwie. Projektodawcy uczestniczący w grupowym wywiadzie pogłębionym przyznawali, że miewają problemy z rekrutacją uczestników do realizowanych przez siebie projektów. Z problemem tym spotykają się najczęściej prowadząc rekrutację na wsiach i w małych miastach czy chcąc zrekrutować pewne określone grupy uczestników, takie jak osoby niepełnosprawne czy bezrobotne. W ich opinii problem wynika z tego, że potencjalni uczestnicy projektów nie uświadamiają sobie często korzyści płynących z udziału w projektach (kursach, szkoleniach), ale również z tego, że nie posiadają często pewnych kluczowych z ich punktu widzenia informacji, jak np. to że oferowane szkolenia są bezpłatne. Również w opinii pracowników instytucji odpowiedzialnych za informowanie i promowanie POKL, świadomość nt. istnienia Programu

- zgłaszających się do nich po informacje mieszkańców istotnie się zwiększa, jednak wiedza o poszczególnych formach wsparcia jest wciąż niska;
13. Odnośnie preferowanych przez mieszkańców województwa źródeł informacji nt. EFS i PO KL rysuje się pewien dość wyraźny podział. Internet jest preferowany przez osoby w wieku 15 - 24 lat (59,3%) i 25 - 44 lat (53,1%); studentów/osoby uczące się (69,8%) oraz osoby pracujące (50,7%), mieszkańców gmin miejskich (47,7%). Na prasę, jako preferowane źródło informacji najczęściej wskazywali mieszkańcy gmin miejskich i miejsko-wiejskich. Natomiast takie narzędzia, jak publikacje informacyjno-promocyjne oraz telewizja są preferowane generalnie przez osoby w wieku 45 lat i więcej, emerytów/rencistów oraz osoby bezrobotne a także mieszkańców gmin wiejskich;
 14. Potencjalni projektodawcy i projektodawcy komponentu regionalnego PO KL uczestniczący w wywiadach telefonicznych nie mieli kłopotów z uzyskaniem informacji na temat PO KL. Grupa ta zna i korzysta z narzędzi komunikacji, za pomocą których przekazywane są informacje na temat Programu. Wykorzystują przede wszystkim informacja zamieszczone na stronach internetowych, zwł. na stronie internetowej IP. Znają oni również i w miarę potrzeby korzystają z usług oferowanych przez Punkty Konsultacyjne (spotkania informacyjne, kontakt osobisty, telefoniczny, e-mailowy) oraz Regionalne Ośrodki EFS (kontakt osobisty, telefoniczny, e-mailowy, szkolenia, doradztwo ekspertów). Ponadto grupa ta korzysta z informacji publikowanych w drukowanych materiałach informacyjnych i promocyjnych. Potwierdzają to wyniki zogniskowanego wywiadu pogłębionego przeprowadzonego z grupą projektodawców;
 15. Strony internetowe zawierające informacje dotyczącego PO KL stanowiły zdecydowanie najpopularniejsze źródło informacji dla potencjalnych projektodawców i projektodawców. Wymieniali je oni zdecydowanie najczęściej jako źródło informacji, z którego można się dowiedzieć o możliwości aplikowania o środki w ramach PO KL oraz jako źródło, z którego oni sami dowiedzieli się o takiej możliwości, a także jako źródło, z którego korzystali na etapie przygotowywania wniosku. Ponadto strony internetowe były wymieniane najczęściej jako najlepiej dostosowane do potrzeb potencjalnych projektodawców i projektodawców. We wszystkich tych kategoriach zdecydowanie najczęściej wymieniana była strona internetowa Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Szczecinie. Ponad połowa respondentów uznała stronę internetową WUP w Szczecinie za najlepiej dopasowane do ich potrzeb źródło informacji (68,9%);
 16. Projektodawcy uczestniczący w wywiadzie grupowym, choć doświadczeni w aplikowaniu o dofinansowanie i realizowaniu projektów, sygnalizowali problem z dotarciem do informacji szczegółowych. Problemy te wiążą się zarówno z pozyskaniem informacji dot. specyficznych wymagań odnośnie wniosku, który składają w odpowiedzi na dany konkurs (spotkania informacyjne dot. dokumentacji konkursowej ocenili jako mało skuteczne), jak też z pozyskaniem informacji potrzebnych im na etapie realizowania i rozliczania projektów. Należy wziąć ten aspekt pod uwagę projektując system informacji i promocji w kolejnych latach;

17. Według pracowników Punktów Konsultacyjnych i Regionalnych Ośrodków EFS, potencjalni projektodawcy orientują się coraz lepiej w zakresie oferowanych w ramach PO KL form wsparcia. Równocześnie podkreślali, że choć generalnie świadomość „że coś takiego istnieje” zwiększa się, potencjalnych projektodawców PO KL można podzielić na dwie grupy: takich, którzy dobrze orientują się w temacie pozyskiwania dofinansowania unijnego z EFS, śledzą informacje pojawiające się na stronach internetowych (zwł. odnośnie ogłaszanych konkursów), utrzymują kontakt z Ośrodkiem itp. oraz takich, którzy z różnych powodów nie wykazują inicjatywy w zakresie aplikowania o dofinansowanie lub mają duże problemy z przygotowaniem poprawnego wniosku. Pracownicy IP odpowiedzialni za ocenę formalną i merytoryczną wniosków, ich jakość oceniają generalnie raczej dobrze, choć podkreślali, że jakość wniosków zależy od Priorytetu, w ramach którego beneficjent ubiega się o dofinansowanie - pośrednio zależy od tego, na ile wnioskodawca jest doświadczony w ubieganiu się o dofinansowanie w ramach PO KL (do jakiej grupy potencjalnych beneficjentów należy, beneficjentami najmniej doświadczonymi są w ich opinii szkoły i stowarzyszenia);
18. Na obszarze województwa zachodniopomorskiego wyróżnić można zarówno pewne obszary geograficzne, jak też grupy potencjalnych beneficjentów, które są mniej aktywne w ubieganiu się o wsparcie oferowane w ramach komponentu regionalnego PO KL. Jak wynika z badania, zróżnicowanie aktywności dotyczy zarówno potencjalnych projektodawców, jak też potencjalnych uczestników projektów. Według uczestników wywiadów indywidualnych, możliwym powodem bierności potencjalnych beneficjentów jest ich niewiedza, w tym pewne stereotypy (że wbrew pozorom realizacja projektów kosztuje bo jest wymagany wkład własny, że współpraca z WUP-em jest trudna itd.). Kolejnym powodem jest według nich pewne niedocenianie inwestycji skierowanych na rozwój kapitału ludzkiego (inwestycje te są mniej widoczne w porównaniu z inwestycjami infrastrukturalnymi, trudniej zmierzyć ich skuteczność itd.). W podobny sposób uczestniczący w wywiadzie grupowym projektodawcy argumentowali zdarzające się trudności w rekrutowaniu odpowiedniej liczby uczestników projektu (niewiedza i brak przekonania, że rozwijanie kompetencji „miękkich” jest potrzebne). Realizowane w regionie działania informacyjne i promocyjne powinny zmierzać w kierunku zneutralizowania wspomnianych negatywnych czynników. Powinny szeroko promować korzyści wynikające z realizowania i uczestniczenia w projektach dofinansowanych z PO KL, przede wszystkim poprzez promowanie tzw. dobrych praktyk. Należy przy tym wykorzystywać optymalne, dostosowane do poszczególnych grup odbiorców, narzędzia informacji;
19. Jak wynika z badania, w przypadku grup mało aktywnych (takich jak mieszkańcy wsi, osoby bezrobotne, niepełnosprawne itd.), najlepszym kanałem przekazywania informacji jest kontakt bezpośredni - sprawdza się udział pracowników odpowiedzialnych za przekazywanie informacji w wydarzeniach gromadzących lokalną społeczność, takich jak festyny oraz dyżury w powiatowych urzędach pracy. Istotne jest również, by przekazywane informacje były osadzone w jak najbardziej lokalnym kontekście - formułowane komunikaty powinny informować o tym, co konkretnie mieszkańcy danej miejscowości czy dana kategoria osób może

zyskać dzięki udziałowi w PO KL oraz gdzie należy się udać po dalsze informacje. Istotnym narzędziem przekazywania informacji jest w tym kontekście prasa lokalna - informacje dot. PO KL powinny pojawiać się w gazetach lokalnych: powiatowych, gminnych (mogą być to artykuły pisane przez zatrudnionych tam dziennikarzy lub też jakiegoś typu dodatki, wkładki opracowywane przez pracowników odpowiedzialnych za działania informacyjne i promocyjne). Istotne jest zwiększenie roli Regionalnych Ośrodków EFS, skoncentrowanie się tych instytucji na pracy terenowej z beneficjentami (po uprzednim poznaniu deficytów i potrzeb informacyjnych lokalnych społeczności, specyficznych uwarunkowań które mogą powodować bierność jeśli chodzi o pozyskiwanie i korzystanie z dofinansowania itp.). Dodajmy, że uczestnicy wywiadów pogłębionych kładli nacisk, na konieczność informowania i promowania samego komponentu regionalnego, bardziej niż EFS czy całego PO KL;

20. Regionalne Ośrodki EFS wypełniają powierzone im zadania na wysokim poziomie. Projektodawcy i potencjalni projektodawcy mają świadomość istnienia Ośrodków, znają formy oferowanego wsparcia, korzystają z niego, wysoko oceniają jakość usług, zwł. oferowanych szkoleń. Do powierzonych im zadań Regionalne Ośrodki EFS podchodzą kreatywnie, starają się wychodzić naprzeciw potencjalnym projektodawcom, by skutecznie docierać do nich z informacjami dot. Programu (m.in. starają się dopasowywać narzędzia komunikacji do potrzeb mieszkańców terenów, na których działają). Aspektem funkcjonowania ROEFS-ów, który wymaga dopracowania jest jakość informacji przekazywanych osobom kontaktującym się z nimi osobiście, telefonicznie czy też mailowo. Należy pamiętać, iż w tej sytuacji informowanie bardzo ściśle wiąże się z promowaniem - kompetentni, pomocni i zaangażowani pracownicy powinni być wizytówkami Programu;
21. Strona www WUP w Szczecinie dotycząca komponentu regionalnego PO KL została oceniona pozytywnie. Strona działa bez zarzutu pod względem technicznym i stanowi użyteczne źródło najważniejszych informacji dla potencjalnych projektodawców oraz projektodawców. Równocześnie wskazane jest jej uzupełnienie o pewne elementy: najważniejszym jest wydzielenie na stronie części przeznaczonej dla mediów zawierającej m.in. bazę tekstów o realizowanych projektach, zdjęcia do wykorzystania czy zbiór ciekawych i aktualnych informacji o wdrażanym Programie przeznaczonych do zamieszczenia w prasie. Rekomendacja ta wiąże się ściśle z zalecanym promowaniem tzw. „dobrych praktyk”. Dodatkowo stopka strony powinna zostać uzupełniona o datę ostatniej aktualizacji strony. Pozytywne efekty przyniosłaby także modyfikacja architektury informacji umieszczonych na stronie: wydzielenie części odnoszącej się do potencjalnych uczestników projektu i części zawierającej informacje skierowane do potencjalnych projektodawców oraz opatrzenie ich jasnymi tytułami. Wskazane byłoby ponadto przeformułowanie nazw niektórych zakładów znajdujących się na stronie: np. zamiast „Szkolenia z EFS” warto byłoby napisać „Bezpłatne szkolenia dla mieszkańców województwa zachodniopomorskiego”. Wprowadzenie zmian w tym obszarze ułatwiłoby użytkownikom strony szybkie znajdowanie poszukiwanych informacji (zwł. potencjalnym uczestnikom projektu). Bardzo istotną zmianą, która wpłynęłaby na zwiększenie użyteczności

- strony byłoby także dodanie możliwości z korzystania forum dyskusyjnego - stanowić mogłoby ono bardzo przydatne forum wymiany informacji, doświadczeń czy pomysłów między poszczególnymi grupami użytkowników strony;
22. Szkolenia prowadzone przez IP i ROEFSY zostały ocenione bardzo wysoko. Równocześnie należy zaznaczyć, że zarówno projektodawcy i potencjalni projektodawcy, jak też pracownicy ROEFS-ów sygnalizowali zapotrzebowania na organizowanie większej liczby szkoleń. Koresponduje to z opinią uczestników wywiadu grupowego, którzy kładli nacisk na to, że instytucje odpowiedzialne za działania informacyjne i promocyjne powinny dostosować działania informacyjne do etapu wdrażania Programu - m.in. obecnie realizowana powinna być większa liczba szkoleń dot. realizowania projektów (zwł. aspektów finansowych) oraz ich rozliczania. Dodajmy, że szkolenia te powinny być możliwie łatwo dostępne zarówno dla potencjalnych projektodawców i projektodawców mieszkających w dużych miastach, jak też w mniejszych miejscowościach oraz na wsiach;
23. Dostępne materiały informacyjne i promocyjne ocenione zostały ogólnie dobrze pod kątem zakresu merytorycznego zamieszczonych w nich informacji oraz szaty graficznej. Równocześnie spektrum publikowanych wydawnictw wymaga poszerzenia: o profesjonalne ulotki tematyczne, zbliżone w formie do ulotki „Oddolne inicjatywy na obszarach wiejskich w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki” a poświęcone innym wybranym kluczowym obszarom (Priorytetom, obszarom), o ulotkę zawierającą informację o planowanych przez IP konkursach w danym roku czy też półroczu oraz o publikację poświęconą tzw. „dobrym praktykom” - (z)realizowanym w województwie wzorcowym lub ciekawym, nowatorskim projektem dofinansowanym z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

Po dokonaniu całościowej oceny realizowanych działań informacyjnych i promocyjnych, został opracowany model komunikacji, w którym wyróżniono narzędzia komunikacji o potencjalnie najwyższej skuteczności w odniesieniu do docelowych grup odbiorców działań dotyczących komponentu regionalnego PO KL w województwie zachodniopomorskim. Zaprezentowany poniżej model komunikacji powinien zostać uwzględniony przez IP oraz ROEFS-y w toku prowadzenia dalszych działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących komponentu regionalnego PO KL:

Docelowa grupa odbiorców komunikatów/ działań	Narzędzia komunikacji o potencjalnie najwyższej skuteczności	Pożądane cechy przekazu
Pracownicy instytucji zaangażowanych we wdrażanie komponentu regionalnego PO KL województwie zachodniopomorskim;	Częste spotkania robocze przedstawicieli wszystkich instytucji zaangażowanych w realizowanie działań informacyjnych i promocyjnych w województwie (w tym obydwu Punktów Konsultacyjnych, Regionalnych Ośrodków EFS); cykliczne spotkania RIGR odbywające się w jak w jak najszerszym gronie osób zaangażowanych w realizację	Bardzo istotna jest wymiana najbardziej aktualnych i użytecznych informacji a także doświadczeń i pomysłów;

	działań informacyjnych i promocyjnych w regionie); komunikacja bezpośrednia;	
Mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego - potencjalni uczestnicy projektów;	• Telewizja; • Internet; • Prasa (ogólnopolska, regionalna i lokalna); • Drukowane materiały informacyjne i promocyjne; • Marketing szeptany (informacje przekazywane przez uczestników projektów szczególnie przekonanych o ich wartości); • Spotkania animacyjne w mniejszych miejscowościach; • Informacje przekazywane przez urzędy gminy, urzędy miast, powiatowe urzędy pracy, ośrodki pomocy społecznej - wszelkie instytucje, z którymi kontaktować się mogą potencjalni uczestnicy projektów; • Informacje przekazywane podczas wydarzeń lokalnych gromadzących okolicznych mieszkańców;	Nacisk na precyzję, rzeczowość przekazywanych informacji; promocja tzw. „dobrych praktyk”; promowanie korzyści płynących z uczestnictwa w projektach dofinansowanych z EFS; możliwie duża precyzja informacji podawanych w kampanii telewizyjnej; materiały informacyjne i promocyjne opracowane pod kątem konkretnych grup uczestników projektów; nacisk na przedstawianie informacji w kontekście lokalnym;
Potencjalni projektodawcy	• Strony www IP i ROEFS; • Informacja prasowa (ogólnopolska, regionalna, lokalna, w tym wkładki do lokalnych gazet); • Regionalne Ośrodki EFS; • Spotkania informacyjne; • Szkolenia i doradztwo indywidualne; • Drukowane materiały informacyjno-promocyjne; • Spotkania animacyjne; • Informacje przekazywane przez urzędy gminy, urzędy miast, kuratoria, powiatowe urzędy pracy - wszelkie instytucje, z którymi kontaktować się mogą potencjalni projektodawcy; • Informacje przekazywane podczas wydarzeń lokalnych gromadzących potencjalnych projektodawców; • Mailing do wyodrębnionych grup potencjalnych projektodawców, (np. organizacji pozarządowych, stowarzyszeń, zwł. tych działających na terenach wiejskich);	Szczególnie istotne jest zidentyfikowanie zapotrzebowania na konkretne typy szkoleń i organizowanie odpowiednio dużej liczby szkoleń, szczególnie tych dot. obszarów problematycznych oraz pełna i aktualna informacja zamieszczana na stronie www; materiały informacyjne i promocyjne opracowane pod kątem konkretnych grup realizatorów projektów; Nacisk na precyzję, rzeczowość przekazywanych informacji; promocja tzw. „dobrych praktyk”; promowanie korzyści płynących z realizowania projektów dofinansowanych z EFS; możliwie duża precyzja informacji podawanych w kampanii telewizyjnej; nacisk na przedstawianie informacji w kontekście lokalnym;

Projektodawcy	• Strona www IP; • Szkolenia; • Bezpośredni kontakt z opiekunem projektu; • Kontakty z innymi projektodawcami;	Zidentyfikowanie zapotrzebowania na konkretne typy szkoleń, w tym tych dot. najbardziej problematycznych dla projektodawców obszarów i organizowanie odpowiedniej liczby szkoleń; pełna i aktualna informacja zamieszczana na stronach www IP;
Media	• Strony www IP (poprzez materiały kierowane specjalnie do dziennikarzy, w tym zdjęcia); • Briefingi prasowe; • Stosowanie zasad tzw. „media relations” („relacje z mediami”): polegają na utrzymywaniu kontaktu z dziennikarzami, dzięki którym w mediach (prasie, radio, telewizji) będą pojawiały się istotne i ciekawe informacje związane z wdrażaniem komponentu regionalnego PO KL; aby te informacje się pojawiały, konieczne jest korzystanie z odpowiednich narzędzi, takich jak: informacja prasowa, wywiad okolicznościowy w gazecie, relacja telewizyjna z imprezy, program radiowy, konferencja prasowa, stała rubryka w gazecie lokalnej, kontakty nieformalne itp.	Konieczna jest przekazywanie informacji jak najbardziej aktualnych i interesujących (z punktu widzenia danego dziennikarza, danej gazety).

Na podstawie badań sformułowano następujące rekomendacje:

1. Wypracowanie i wdrożenie procedur regulujących przepływ informacji między instytucjami realizującymi działania informacyjne i promocyjne;
2. Organizowanie spotkań roboczych, oraz regularne organizowanie spotkań RIGR (co najmniej raz na kwartał);
3. Doprecyzowanie zakresu zadań Wydziału Promocji w systemie informacji i promocji dot. PO KL;
4. Zwiększenie roli Regionalnych Ośrodków EFS w docieraniu do grup mniej aktywnych, służyć temu powinno: opracowywanie przez ROEFS-y strategii działań informacyjnych i promocyjnych opartych na doświadczeniu oraz wiedzy nt. problemów tych obszarów, na których działają;
5. Promowanie tzw. dobrych praktyk, przy wykorzystaniu najbardziej optymalnych narzędzi informacji, spośród których rekomendowane są prasa lokalna oraz wydarzenia gromadzące lokalną społeczność (typu festyny);
6. Skoordinowanie podejmowanych działań promocyjnych i informacyjnych z aktualizowanym na bieżąco harmonogramem ogłaszania konkursów;
7. Realizując działania informacyjne i promocyjne dot. komponentu regionalnego PO KL należy

znaleźć równowagę między działaniami skierowanymi do potencjalnych projektodawców oraz do mieszkańców;

8. W przypadku kampanii skierowanej do mieszkańców należy realizować ją przy wykorzystaniu preferowanych przez nich kanałów informacji takich jak telewizja, internet, prasa, drukowane materiały informacyjno-promocyjne;

9. W kampanii skierowanej do mieszkańców należy dbać o to, by przekazywane informacje były jak najbardziej konkretne, rzeczowe, zwiększające ich wiedzę na temat PO KL;

10. W kampanii skierowanej do mieszkańców należy skupić się na promowaniu korzyści wynikających z udziału w projektach dofinansowanych z PO KL, na pokazywaniu konkretnego wpływu projektów na ludzkie życie, promowaniu tzw. dobrych praktyk;

11. Zwiększenie liczby szkoleń organizowanych przez ROEFS-y, zwł. szkoleń organizowane „w terenie”, szkoleń dotyczących zróżnicowanej tematyki, w tym również dot. aspektów związanych z realizowaniem i rozliczaniem projektów;

12. Poprawa jakości obsługi klientów kontaktujących się telefonicznie z ROEFS-em w Szczecinie i w Koszalinie;

13. Poprawa jakości obsługi klienta kontaktującego się osobiście i za pomocą poczty elektronicznej w ROEFS-ie w Koszalinie;

14. Poszerzenie spektrum publikowanych i dystrybuowanych wydawnictw;

15. Ulotki powinny zawierać informacje skierowane zarówno do potencjalnych beneficjentów, jak też do potencjalnych uczestników projektów; treść materiałów powinna być zrozumiała także dla osób posiadających niewielką wiedzę na temat komponentu regionalnego PO KL, informacje powinny być przedstawione w sposób spersonalizowany, osadzone powinny być w lokalnym kontekście, pokazywać powinny korzyści wynikające z uczestnictwa i realizacji projektów; powinny w pewnym zakresie promować dobre praktyki: zawierać zdjęcia czy wypowiedzi uczestników ze zrealizowanych już projektów;

16. Wykorzystanie całego potencjału strony internetowej dot. PO KL poprzez dostosowanie jej do potrzeb informacyjnych mieszkańców województwa i przedstawicieli mediów: wydzielenie na stronie informacji kierowanych do tych dwóch grup, zebranie i uporządkowanie informacji zawartych na stronie skierowanych do potencjalnych uczestników projektu, zamieszczenie materiałów dla mediów, w tym bazy tekstów, interesujących informacji, zdjęć;

17. Kierowanie komunikatów przekazywanych poprzez różne media do poszczególnych grup wiekowych potencjalnych odbiorców;

18. Należy zmaksymalizować sposób przygotowywania dokumentacji konkursowych i spotkań informacyjnych pod kątem jak największej użyteczności dla potencjalnych wnioskodawców; umieszczać w nich konkretne, rzeczowe informacje poszerzać je w czasie spotkań informacyjnych.

Summary of report

This document is a summary of the contents of the report from the evaluative study „Information and Promotion as part of the Human Capital Operational Programme”, the chief objective of which was the evaluation of the system of information and promotion used for the Human Capital Operational Programme at regional level in the Zachodniopomorskie Voivodship.

Specific objectives of the study:

- Identification of details of typology of the main target groups for information-promotion actions, identification of their communication needs and the best communication channels for different types of content;
- evaluation of implemented information-promotion actions in the context of reaching the relevant target groups;
- evaluation of planned information-promotion actions in the context of reaching the relevant target groups;
- evaluation of the existing and new (not yet used) forms of promotion and information in the context of their content and potential effectiveness for relevant target groups;
- evaluation of the scope of information-promotion actions which could be outsourced;
- evaluation of the knowledge level about Human Capital Operational Programme among selected social groups (relevant from the viewpoint of the intervention’s objectives) in the Zachodniopomorskie Voivodship;
- finding recommendations in the subject area and suggestions of areas for future evaluation.

The evaluation study covered:

- the staff of the Voivodship Labour Office in Szczecin (Wojewódzki Urząd Pracy - WUP) involved in the promotion and information process: personnel of the WUP Promotion Department, the Consultation Points in Szczecin and Koszalin;
- staff of the ESF Regional Offices in Szczecin and Koszalin;
- selected social groups in the Zachodniopomorskie Voivodship (as per the „Communication Plan for Human Capital Operational Programme 2007 - 2013”).

Outline of main findings of the evaluation study:

1. The organizational structure of CFO’s (CFO = Co-Financing Organisation) has been adapted to conform to its objectives, and did not generate any misgivings among the staff.
2. the study identified the need to develop and implement functional procedures for information exchange between the Consultation Points operating at the WUP in Szczecin and at the WUP branch-office at Koszalin on one hand, and the ESF Regional Office in Szczecin and Koszalin on

- the other - implementation of said procedures should enhance the effectiveness of information flow between these institutions;
3. The study identified the need for the development of working mechanisms for the coordination of actions of the institutions involved in the implementation of information and promotion actions in the region. This should be achieved through closer cooperation between all institutions involved, especially at the planning stage, e.g. through more frequent participation in working meetings. Furthermore, RIGR (Regionalnej Informacyjnej Grupy Roboczej - Regional Information Work Group) meetings should bring together a broad spectrum of people involved with information and promotion actions for EU funds carried out in the region - this should lead to improved effectiveness of information flow between institutions, a higher level of coordination of the effected information and promotion actions, thus making a positive impact on the quality of work of the aforementioned institutions, this including the effectiveness and usefulness of their actions;
 4. the study identified the need to introduce a formal framework to the cooperation between the Promotion Department of WUP and other WUP units involved in the implementation of information and promotion actions, the main objective of this being to delimitate in finer detail the scope of tasks and responsibilities of the WUP Promotion Department - this should lead to improved effectiveness of the CFO's actions;
 5. IDI respondents from Koszalin units pointed out the problems in obtaining advance information about the planned dates of tenders. This issue should be considered in the efforts aimed at improving the system for information flow between institutions - coordination of undertaking information and promotion actions with current and updated timetables of tenders should lead to improved effectiveness of information and promotion actions undertaken by the various institutions;
 6. IDI respondents from the ESF RO in Koszalin voiced their need for participation in the Project Evaluation Committee, which would allow them to pass on more detailed pointers concerning applications to potential Providers, more detailed than those based solely on action plans or tender documentation. This suggestion should be taken into account in the organization of Project Evaluation Committee in the future;
 7. The potential and expertise of the institutions involved in the running of information and promotion actions for the regional component Human Capital Operational Programme in the Zachodniopomorskie Voivodship is appropriate, the IDI respondents not mentioning any needs for personnel changes;
 8. The institutions involved in the running of information and promotion actions in the Region are developing (or plan to do so - ESF RO in Szczecin) a strategy for information promotion actions, which leads to (or will lead to) enhancing the effectiveness of undertaken actions;
 9. The institutions involved in the running of information and promotion actions in the Region are monitoring undertaken efforts, and modify their actions in light of achieved results, thus making their work more effective;

10. The level of awareness of ESF and Human Capital Operational Programme among the populace of the Zachodniopomorskie Voivodship should be considered to be average. As concerns assisted awareness, close to half of the population declared to have had come across the name „Europejski Fundusz Społeczny” (48,1%, 481 people), and one fourth declared to know the name - „Program Operacyjny Kapitał Ludzki” (25,1%, 251 people). The awareness of the ESF logo was declared by some one third of the interviewed (29,5%, 295 people), while the graphical sign of the Human Capital Operational Programme was known to one person out of seven (14,3%, 143 people). Awareness of the both the names of logos of ESF and Human Capital Operational Programme was higher amongst those who had taken part in some project co-financed by the EFS, people under 46 years of age, particularly in the 24 - 44 y/o age bracket, the employed and pupils/students. The most often mentioned sources of awareness were TV and the buildings of the institutions involved in the implementation of EU funds in the Region (inc. WUP), as well as billboards, the press and the Internet. The respondents had contact with ESF and Human Capital Operational Programme at the workplace, school, or university. Thus we can see, that even though the respondents' preferred medium is TV, they do acquire information from a broad spectrum of sources;
11. The awareness of the existence of ESF and Human Capital Operational Programme, as well as the acceptance level of the actions undertaken within their brief among the inhabitants of the Zachodniopomorskie Voivodship should be judged to be high. Over half of the respondents thought, that the projects co-financed from Human Capital Operational Programme will bring benefits to the Zachodniopomorskie Voivodship and the town where they lived, while close to one third sees some scope for personal gain from these projects. Over one third of those aware of the Fund declared intention to take part in a project co-financed by it;
12. The inhabitants of the Zachodniopomorskie Voivodship possess a certain level of knowledge concerning the scale of support offered by ESF as part of Human Capital Operational Programme, but this level is not satisfactory - particularly if one considers that these people are potential Providers of projects carried out as part of the Fund. The respondents have appropriate associations with the names „Europejski Fundusz Społeczny” and „Program Operacyjny Kapitał Ludzki”, and correctly identify the objectives of the Fund. Yet one should underscore that associations with the Fund are highly general and vague, with the respondents having major problems in identification of the recipients of aid offered by Human Capital Operational Programme and the institutions responsible for the implementation of the Programme in the Voivodship. The Providers which took part in the Focused Group Interviews (FGI) admitted to experience problems in recruiting participants for the projects they were realizing. This problem is more often encountered when recruiting in villages and small towns, or when aiming to recruit specific types of participants, such as the disabled or the unemployed. Their opinion is that the potential participants often not only are not aware of the benefits from taking part in the projects (courses, training), but frequently also lack the basic - for them - information, e.g. the course being free of charge. The staff of institutions

- responsible for the informing about, and the promotion, of the Human Capital Operational Programme, see a marked increase in awareness levels about the Programme among members of the public asking them for information, yet consider knowledge about the various forms of support to be still low;
13. Among the population of the Voivodship we note a quite sharp split as to the preferred sources of information about the ESF and Human Capital Operational Programme. The Internet is preferred by people in the 15 - 24 (59,3%) and 25 - 44 y/o age brackets (53,1%); by pupils/students (69,8%) and those in paid jobs (50,7%), or living in Urban Communes (47,7%). The press, as preferred source, was mentioned mostly by inhabitants of Rural and Urban-Rural Communes. Tools such as information-promotion publications are generally preferred by those older than 45, pensioners/retired, the unemployed, and the population of Rural Communes;
 14. Potential Providers and the Providers of the Regional Component of Human Capital Operational Programme interviewed by telephone did not experience problems in obtaining information about the Human Capital Operational Programme. This group of people is aware - and uses - the communications channels employed in passing on information about the Programme. They chiefly used the information on the web sites, particularly those on the CFO's webpage. They also are aware and use, when necessary, the services offered by the Consultation Points (information meetings, personal contact, by telephone, by e-mail) and ESF Regional Offices (personal contact, by telephone, training, and experts' counsel). Furthermore, this group also uses the information published in the printed information and promotion materials. The data from telephone interviews was supported by feedback collected at the FGI with Providers;
 15. Among potential Providers and Providers definitely the most popular sources of information about the Human Capital Operational Programme were the relevant websites. The web pages were by far the most often mentioned source which could provide information about the possibility of applying for funds under the Human Capital Operational Programme, and as the source which they themselves had used at the application preparing stage. Additionally, websites were the most often mentioned as being the best adapted to the needs of the potential Providers and Providers. In all those categories the single most often mentioned website was that of the Voivodship Labour Office in Szczecin. More than half of the respondents judged the WUP w Szczecin website to be the information source which fitted their needs best (68,9%);
 16. The Providers who took part in the FGI, even though experienced in applying for project co-financing and realisation, pointed out problems in reaching detailed information. Such problems are associated with both obtaining information about specific project requirements when submitting applications in response to a specific tender (the effectiveness of information meetings concerning tender documentation was rated as low), as well as the obtaining of information they needed at project realisation and ex-post stage. This aspect should be taken into account when designing the system of information and promotion for future years;
 17. The staff of Consultation Points and ESF Regional Offices consider the potential Providers to

- reveal ever growing knowledge about the forms of support offered by the Human Capital Operational Programme. At the same time they brought up the issue, that even though the awareness of „there is something of that sort” is increasing, the potential Providers can be divided into two groups: into those who are well versed in arranging co-financing from the EFS, who follow information released through websites (particularly as concerns the announced tenders), who stay in contact with the Regional Office, etc., and those who, for all sorts of reasons, do not show any initiative in applying for co-financing, or who have major problems with preparing an application correctly. CFO’s personnel responsible for formal and contents’ control of the applications judged their quality to be quite good. However, the quality appears to be connected with the Priority within which the beneficent is applying for co-financing - and indirectly related with the Provider’s experience in obtaining co-financing from Human Capital Operational Programme (which group of potential beneficiaries does he belong to, with the perception being that the least experienced beneficiaries are schools and associations);
18. It is possible to distinguish in the Zachodniopomorskie Voivodship certain geographic areas and human groups (potential beneficiaries), which are less active in seeking support offered as part of the regional component Human Capital Operational Programme. The study shows that different levels of activity can be found among both potential Providers as well as potential project beneficiaries. FGI respondents said that one of the possible reasons behind the passivity of potential beneficiaries is their lack of knowledge, this including a set of stereotypes (that contrary to common wisdom the realisation of projects involves own “match funding”, that working with the WUP is tough etc.). Another possible cause is the certain lack of appreciation given to investment targeting the development of human capital (such projects are less visible than those in infrastructure, their effectiveness is more difficult to measure, etc.). In similar vein the Providers taking part in FGI explained their difficulties in recruiting appropriate numbers of participants (ignorance and lack of belief that „soft skills” are worth developing). The information and promotion actions carried out in the region should aim at elimination of the aforementioned negative factors. These actions should broadly propagate the benefits from the realisation and participation in projects co financed by the Human Capital Operational Programme, particularly those involving so-called „good practice”. For this end the information vehicles should be optimized for specific target groups;
19. The study shows that for rather passive groups (such as villagers, the unemployed, disabled, etc.), the best communication channel is personal contact - provided through the presence of personnel responsible for passing information at events bringing together local communities, such as Fairs/Festivals or open days at Powiat level Labour Offices. It is also important for the communicated information to be presented in the local context as far as possible - the messages should clearly state what the inhabitants of a particular locality, or specific target group can expect to gain from taking part in the Human Capital Operational Programme, and where to turn to for more information. In this framework an important communication vehicle is the local press - information about the Human Capital Operational Programme should be

carried by local titles, circulating on Powiat or Commune level (and this can be either articles written by journalists of said titles, or flyers/extras prepared by staff responsible for information and promotion actions). One cannot overlook the importance of increasing the role of ESF Regional Offices, of these institutions focusing on fieldwork with beneficiaries (after gauging the information deficit and needs of the local communities, after identification of potential local conditions fomenting passivity as concerns the search for and use of co-financing, etc.). We may add that IDI respondents emphasized the need for informing about, and promotion, of the regional component itself, more than of the ESF or the whole Human Capital Operational Programme;

20. The ESF Regional Offices perform their allocated tasks to a high standard. The Providers and potential Providers are aware of the existence of the Regional Offices, know the offered forms of support, use them, have a high opinion of the quality of service, particularly of the offered training. The ESF Regional Offices are creative in fulfilling their duties, strive to meet potential Providers half way, to be effective in reaching them with information about the Programme (e.g. they try to adapt communication tools to the needs of the populace of the areas where they operate). An aspect of ESF RO' operations which calls for refinement is the quality of imparted information to those who contract the Regional Offices in person, by telephone or by email. Here one should keep in mind that in such situations informing is very closely linked to promotion - competent, helpful and involved personnel should be the visiting card of the Programme;
21. The WUP Szczecin website dedicated to the regional component Human Capital Operational Programme was positively rated. From a technical viewpoint the webpage works smoothly, and is a useful source of the most relevant information for potential Providers and Providers. Yet it is commendable to add certain elements to the site; the most important being a separate subsection for the media, with e.g. a library of text about realized projects, photographs which can be used free of charge, or a collection of interesting and up-to-date snippets about the realized Programmes - all of which can be used by publications. This suggestion is closely related with the recommended promotion of so-called „good practice”. Also, the website should present the date of the latest update. Some fine tuning of the page layout would bring about a positive result - delimitation of the parts addressing potential beneficiaries and that with information for potential Providers, with clear captions stating which is which. The names of some tags could be improved - e.g. instead of „Szkolenia z EFS” (ESF Training) it could be worthwhile to use „Bezpłatne szkolenia dla mieszkańców Zachodniopomorskie Voivodship” (Free Training for inhabitants of the Zachodniopomorskie Voivodship). Introduction of such changes to the website could speed up the search for information (especially by potential beneficiaries). A very significant change, which would boost the effectiveness of the site, would be the addition of a discussion forum - which could serve as a very useful vehicle for the sharing of information, experience or ideas between the site's users;

22. The training provided by CFO's and ESF RO were very highly rated. Yet it should be mentioned that both Providers and potential Providers, as well as ESF RO staffers pointed out the need to increase the number of training sessions. This dovetails with the views of the FGI respondents, who emphasizes the fact that the institutions responsible for the information and promotion actions should adapt their information efforts to the current stage of the Programme - e.g. at present there should be more training on the implementation/ realisation of projects (particularly their financial side) and their financial ex-post reporting. We may add that these trainings should be equally easily accessible by potential Providers and Providers from larger cities as by those from smaller towns and the countryside;
23. In terms of content and graphical design the available information and promotion materials were generally well regarded. However, the spectrum of published material should be broadened, by the addition of a/ professional single-topic leaflets, similar in form to the „Oddolne inicjatywy na obszarach wiejskich w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki” (Grassroots Initiatives in Rural Areas as part of the Human Capital Operational Programme) leaflet, and dedicated to other specific Key Areas (Priority, Area), b/ a leaflet carrying information about the tenders planned by the CFO's in a given year or 6 month period, and c/ a publication devoted to so-called „good practice” - completed or undergoing completion in the benchmark Voivodship, or interesting, innovative projects co financed by the Human Capital Operational Programme.

After a comprehensive evaluation of the realized information and promotion actions, a communication model was developed. This model defines the communication tolls with potentially highest effectiveness towards the various target groups for information and promotion actions for the regional component Human Capital Operational Programme w Zachodniopomorskie Voivodship. The Model presented below should be considered by the CFO's and ESF RO' in future information and promotion actions for the regional component Human Capital Operational Programme:

Target group of communication/ actions	Communication tools with highest effectiveness potential	Desirable features of communication
Staff of institutions involved in the implementation of the regional component Human Capital Operational Programme in the Zachodniopomorskie Voivodship;	Frequent work meetings of representatives of all institutions involved in information and promotion actions in the Voivodship (including both Consultation Points and ESF Regional Offices); cyclic RIGR meetings bring together the largest number possible of people involved in the realisation of information and promotion actions in the Region); direct communication;	It is extremely important to share the latest and useful information, as well as experience and ideas;
General public of the Zachodniopomorskie	- TV; - Internet;	Stress on precise, concrete information;

Voivodship - potential Providers;	• Press (national, regional, local); • Printed Information and promotion materials; • Whispered marketing (information imparted by project beneficiaries with particularly strong belief in their worth); • Animation meetings in smaller towns; • Information passed by Commune Councils, City Govt', Powiat UP, Social Relief Centres - all institutions which potential Providers could have contact with; • Information communicated during local events bringing the local populace (i.e. potential Providers) together;	Promotion of co-called "good practice"; promotion of benefits derived from participation in projects co-financed by EFS; Highest possible precision of information communicated through TV campaigns; Information and promotion materials designed for specific target groups of project beneficiaries; emphasis on presenting information in a local context;
Potential Providers	• The CFO's and ESF RO' websites; • Press releases (national, regional, local, including inserts/extras in local titles); • ESF Regional Offices; • Information meetings; • Training sessions and individual counsel; • Printing of information and promotion materials; • Animation meetings; • Information communicated by Commune Councils, City Councils, Education Boards, Powiat UP - all institutions which potential Providers could have contact with; • Information communicated during local events bringing the local populace (i.e. potential Providers) together; • Mailing campaigns targeting selected groups of potential Providers, (e.g. NGOs, associations, especially those operating in rural areas);	Of particular importance is the identification of need for specific types of training, including those on aspects posing the most difficulties to the Providers, and providing an adequate number of trainings, as well as complete and up-to-date information on the website; Information and promotion materials designed for specific target groups of Providers; Stress on precise, concrete information; Promotion of co-called "good practice"; promotion of benefits derived from participation in projects co-financed by EFS; Highest possible precision of information communicated through TV campaigns; emphasis on presenting information in a local context;
Providers	• CFO website; • training; • direct contact with project mentors; • contact with other Providers;	Identification of need for specific types of training, including those on aspects posing the most difficulties to the Providers, and providing an adequate number of trainings; Full and up-to-date information given on the CFO's website;
Media	• CFO website (through the use of materials designed for journalists,	It is necessary to provide the journalists with up-to-

	including photographs); • Press briefings; • Implementation of a „media relations” policy: staying in touch with journalists, thus leading to the media (press, radio, TV) featuring relevant and interesting information about the implementation of the regional component Human Capital Operational Programme; in order for such news/materials to be featured, the appropriate tools must be used: press releases, interviews given to the press, TV coverage of events, radio programmes, press conferences, a regular column in a local newspaper, informal contacts, etc.	date and relevant (for the reporter/station/title) information.
--	---	---

The study led to the formulation of the following recommendations:

1. Development and implementation of procedures regulating information flow between the institutions carrying out information and promotion actions;
2. Organization of working meetings, and regular RIGR meetings (at least once per quarter);
3. More detailed specification of the tasks of the Promotion Department WUP in the information and promotion system for Human Capital Operational Programme;
4. increasing the role of ESF Regional Offices in reaching less active groups, which could be effected through the individual ESF RO' developing a strategy for information and promotion actions based upon their knowledge and experience with the areas they operate in;
5. Promotion of so-called „good practices”, using the optimal information tools, the most commendable of which are the local press and events which make the community congregate at some venue, e.g. a Fair or Festival;
6. Coordination of information and promotion actions with the updated timetable of announced tenders;
7. When implementing information and promotion actions for the regional component Human Capital Operational Programme one should maintain a balance between actions targeting potential Providers and the general public;
8. Campaigns addressing the general public should use their preferred information channels such as TV, the Internet, the press, printed information and promotion materials;
9. Campaigns targeting the general public should be designed in a way as to make the communicated information the most concrete, specific possible, as to increase public knowledge about the Human Capital Operational Programme;
10. Campaigns targeting the general public should focus on the dissemination of the benefits derived from taking part in projects co financed by the Human Capital Operational Programme,

using concrete examples of a project's impact on human lives, and the promotion of so-called “good practice”;

11. Increasing the number of training organized by the ESF RO-y, especially those „in the country” training on various topics, including aspects related with the realisation and ex-post financial reporting of projects;

12. Improving the quality of service provided to clients contacting the ESF RO in Szczecin and Koszalin by telephone;

13. Improving the quality of service provided to clients contacting the ESF RO in Koszalin in person and by e-mail;

14. Broadening the spectrum of printed and distributed publications;

15. The leaflets should carry information for both potential beneficiaries, as well as potential project Providers; the contents of the printed materials should be understandable also to those with scant knowledge about the regional component Human Capital Operational Programme; the information should be presented in personalized form, should be embedded in a local context, should present the benefits derived from participating in projects, and by realisation of these projects; in some way these materials should also promote “good practice”: should show or present photographs or statements from Providers of already realized projects;

16. Fuller use of the potential of the Human Capital Operational Programme website, by tailoring it to the information needs of the general public and representatives of the media: separation of information for those two groups on the website, and also collecting and arranging information for potential Providers, giving access to a library of materials for the media, including a database of articles, interesting news, photographs;

17. Addressing messages carried by different media to different age groups of potential recipients;

18. The manner of preparing tender documentation should be maximized, and information meetings should be designed in a manner as to make them more useful for potential Providers; to present concrete, specific information and add further detail during information meetings.

I. Wprowadzenie

1. Zarys problematyki, kontekst badania ewaluacyjnego

Działania informacyjne i promocyjne mają kluczowe znaczenie w kontekście powodzenia wdrażania i efektywnego wykorzystania funduszy unijnych, w tym także tych pozyskanych z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Bez prowadzenia skutecznych działań informacyjnych i promocyjnych nie pojawia się bowiem wiedza ogólna, szczegółowa i instrumentalna na temat ubiegania się o środki unijne i sprawnego realizowania dofinansowanych projektów.

Program Operacyjny Kapitał Ludzki jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego oraz środków krajowych i koncentruje wsparcie w następujących obszarach: zatrudnienie, edukacja, integracja społeczna, rozwój potencjału adaptacyjnego pracowników oraz przedsiębiorstw, a także zagadnienia związane z budową sprawnej i skutecznej administracji publicznej oraz wdrażaniem zasady dobrego rządzenia. Celem głównym Programu jest: wzrost zatrudnienia i spójności społecznej a do osiągnięcia tego celu przyczynia się realizacja sześciu celów strategicznych, do których należą:

1. Podniesienie poziomu aktywności zawodowej oraz zdolności do zatrudnienia osób bezrobotnych i biernych zawodowo;
2. Zmniejszenie obszarów wykluczenia społecznego;
3. Poprawa zdolności adaptacyjnych pracowników i przedsiębiorstw do zmian zachodzących w gospodarce;
4. Upowszechnienie edukacji społeczeństwa na każdym etapie kształcenia przy zwiększeniu jakości usług edukacyjnych i ich silniejszym powiązaniu z potrzebami gospodarki opartej na wiedzy;
5. Zwiększenie potencjału administracji publicznej w zakresie opracowywania polityk i świadczenia usług wysokiej jakości oraz wzmocnienie mechanizmów partnerstwa;
6. Wzrost spójności terytorialnej.

PO KL składa się z 10 Priorytetów, realizowanych zarówno na poziomie centralnym, jak i regionalnym. Na poziomie regionalnym - w ramach tzw. komponentu regionalnego - realizowane są następujące Priorytety:

- Priorytet VI: „Rynek pracy otwarty dla wszystkich”;
- Priorytet VII: „Promocja integracji społecznej”;
- Priorytet VIII: „Regionalne kadry gospodarki”;
- Priorytet IX: „Rozwój wykształcenia i kompetencji w regionach”.

Podstawowym dokumentem, określającym kierunki działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących Europejskiego Funduszu Społecznego podejmowanych w latach 2007 - 2013, jest „Plan komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007 - 2013”. Określa on przede wszystkim:

- cele działań komunikacyjnych;
- docelowe grupy odbiorców działań komunikacyjnych;
- podmioty odpowiedzialne za działania komunikacyjne;
- narzędzia komunikacji;
- oczekiwane efekty podjętych działań komunikacyjnych;
- podstawowe zasady związane z podejmowanymi działaniami informacyjno-promocyjnymi;
- instrumenty realizacji działań informacyjno-promocyjnych.

Zgodnie z „Planem komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007 - 2013”, [głównym celem długofalowym podejmowanych działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących POKL powinno być wspieranie celów zawartych w Programie oraz zbudowanie spójnego i pozytywnego wizerunku EFS, ponadto wspieranie realizacji celów określonych w Narodowej Strategii Spójności, służących zapewnieniu maksymalnego i efektywnego wykorzystania środków pochodzących z Unii Europejskiej.](#)

Ogólnymi celami podejmowanych działań informacyjnych i promocyjnych powinny być:

- podniesienie świadomości społecznej na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym w zakresie funkcji, jakie spełnia EFS;
- upowszechnienie korzyści płynących z wykorzystania środków unijnych, a pośrednio z integracji z Unią Europejską;
- pomoc beneficjentom w procesie pozyskiwania środków z EFS poprzez profesjonalną informację, motywację, doradztwo i wsparcie;
- stworzenie sprawnego systemu komunikacji pomiędzy instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie POKL.

Natomiast cele szczegółowe działań informacyjnych i promocyjnych zostały określone następująco:

- stworzenie odpowiedniego zaplecza technicznego umożliwiającego skuteczną, jednolitą i spójną komunikację z otoczeniem;
- uproszczenie języka komunikatów i ujednolicenie ich formy;
- ustalenie podziału obowiązków pomiędzy instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie PO KL i beneficjentami w zakresie promocji i informowania o EFS;
- zapewnienie obecności informacji o roli Unii Europejskiej w zakresie udzielania pomocy w ramach projektów POKL;
- zidentyfikowanie kanałów przekazu informacji i dotarcie ze szczegółową i dobraną do specyficznych potrzeb informacją o środkach dostępnych w ramach EFS, do wszystkich grup potencjalnych projektodawców;
- zapewnienie, by uczestnicy projektów byli poinformowani, że korzystają z projektów współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej;
- zwiększenie przejrzystości działań Unii Europejskiej i instytucji uczestniczących w realizacji POKL;
- zapewnienie potencjalnym projektodawcom właściwej informacji o produktach w ramach

poszczególnych priorytetów PO KL w celu umożliwienia im skutecznego aplikowania o środki¹. Wspomniany dokument wymienia szereg docelowych grup odbiorców, do których kierowane powinny być działania informacyjne i promocyjne prowadzone w związku z wdrażaniem POKL. Są to przede wszystkim:

1. Opinia publiczna;
2. Instytucje uczestniczące w realizacji Programu, ze szczególnym uwzględnieniem Komitetu i Podkomitetów Monitorujących;
3. Projektodawcy i potencjalni projektodawcy, w tym m.in.:
 - instytucje rynku pracy i pomocy społecznej,
 - instytucje edukacyjne i szkoleniowe,
 - jednostki samorządu terytorialnego,
 - szkoły i uczelnie,
 - przedsiębiorcy,
 - partnerzy społeczno-gospodarczy,
 - organizacje pozarządowe.
4. Uczestnicy projektów i potencjalni uczestnicy projektów, w tym m.in.:
 - osoby bezrobotne,
 - osoby pracujące,
 - osoby dyskryminowane na rynku pracy, w tym osoby niepełnosprawne,
 - młodzież (w szczególności uczniowie i studenci),
 - kadra naukowa i akademicka,
 - przedsiębiorcy.
5. Media
6. Decydenci oraz inni multiplikatorzy informacji, w tym lokalni i regionalni liderzy.

2. Cele badania ewaluacyjnego

Głównym celem badania ewaluacyjnego była ocena systemu informacji i promocji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki na poziomie regionalnym w województwie zachodniopomorskim.

Celami szczegółowymi badania ewaluacyjnego było:

- określenie szczegółowej typologii głównych grup docelowych dla działań informacyjno-promocyjnych, określenie ich potrzeb informacyjnych oraz najlepszych kanałów komunikacji poszczególnych typów treści;
- ocena realizowanych działań informacyjno-promocyjnych w kontekście dotarcia do odpowiednich grup docelowych;
- ocena planowanych działań informacyjno-promocyjnych w kontekście dotarcia do odpowiednich grup docelowych;

¹ Źródło: „Plan komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007 - 2013”, Warszawa, 4 lutego 2009 r., s. 7.

- ocena istniejących oraz nowych (niewykorzystywanych dotychczas) form promocji i informacji w kontekście ich treści oraz potencjalnej efektywności dla konkretnych grup odbiorców;
- ocena zakresu działań informacyjno-promocyjnych, możliwych do zlecenia wykonawcy zewnętrznemu;
- ocena poziomu wiedzy na temat PO KL wśród wybranych grup społecznych (istotnych z uwagi na cele interwencji) w województwie zachodniopomorskim;
- uzyskanie rekomendacji w przedmiotowym zakresie oraz propozycji kolejnych zagadnień ewaluacyjnych.

3. Zakres badania ewaluacyjnego

Badanie ewaluacyjne objęło swoim zakresem:

- pracowników Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Szczecinie zaangażowanych w proces promocji i informacji: pracowników Wydziału Promocji, Punktów Konsultacyjnych w Szczecinie i w Koszalinie;
- pracowników Regionalnych Ośrodków EFS w Szczecinie i Koszalinie;
- wybrane grupy społeczne w województwie zachodniopomorskim (zgodne z „Planem komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007 - 2013”).

W wyniku realizacji badania ewaluacyjnego, uzyskaliśmy odpowiedź na następujące pytania badawcze:

1. W jakim stopniu system promocji i informacji na poziomie regionu spełnia swoją funkcję?

1.1 Jak przebiega realizacja przedmiotowych działań i czy potencjał instytucjonalny zaangażowany do ich realizacji jest odpowiedni z punktu widzenia realizowanych operacji?

1.2 W jakim stopniu ROEFS (Szczecin, Koszalin) spełnia założoną dla nich rolę w systemie informacji i promocji?

1.2.1 Czy potencjalni projektodawcy i projektodawcy wiedzą o:

- możliwości udziału w szkoleniach organizowanych przez ROEFS-y;
- możliwości skorzystania z doradztwa ekspertów w ROEFS-ach?

Czy osoby, które skorzystały z tych form pomocy złożyły wnioski o dofinansowanie projektu? Z jakim skutkiem?

1.2.2 W jaki sposób ROEFS-y aktywizują lokalne społeczności, wspierają instytucje i organizacje w nawiązywaniu partnerstw?

1.3 Jakie narzędzia komunikacji są stosowane i czy są one adekwatne do celów?

1.3.1 Czy działania/materiały informacyjne i promocyjne są dobrej jakości?

1.3.2 Czy publikacje instytucji odpowiedzialnych za działania informacyjno-promocyjne zawierają użyteczne, w przystępny sposób przedstawione informacje?

1.3.3 Czy potencjalni projektodawcy i projektodawcy wiedzą o możliwości udziału w szkoleniach organizowanych przez IP/ROEFS? Czy szkolenia organizowane przez instytucje

odpowiedzialne za działania informacyjno-promocyjne są dobrze oceniane przez ich uczestników/ spełniają swoje funkcje?

1.3.4 Czy zdaniem potencjalnych projektodawców i projektodawców oraz potencjalnych uczestników projektu (mieszkańców województwa) informacja na temat PO KL jest łatwo dostępna? Czy grupy te napotkały na jakiegokolwiek bariery w uzyskaniu informacji na temat PO KL? Jeżeli tak: na jakie, z czego wynikały?

1.3.5 Czy potencjalni projektodawcy i projektodawcy wiedzą, że funkcjonują Punkty Konsultacyjne? Jeżeli tak: czy korzystali? Jeżeli nie korzystali: dlaczego? Czy grupy te wiedzą, że mają możliwość pozyskiwania informacji poprzez kontakt e-mailowy i/lub telefoniczny z Punktem Konsultacyjnym? Jaką formę kontaktu z Punktem Konsultacyjnym preferują?

1.3.6 Czy potencjalni projektodawcy i projektodawcy wiedzą gdzie szukać informacji dotyczących EFS/PO KL?

1.3.7 Czy potencjalni projektodawcy i projektodawcy znają strony www IP oraz ROEFS-ów dotyczące PO KL? Czy z nich korzystają? Jeśli nie: dlaczego? Jeśli tak: jak je oceniają?

2. Do jakich grup kierowane powinny być działania informacyjno-promocyjne, jakimi kanałami?

2.1 Jakie są główne grupy/podgrupy odbiorców? Jaka jest ich charakterystyka ilościowa?

2.2 Jakie są potrzeby/deficyty informacyjne w regionie (grupy docelowe, obszary geograficzne)?

2.3 W jaki sposób zniwelować zidentyfikowane deficyty?

2.3.1 Czy instytucje odpowiedzialne za działania informacyjno-promocyjne wykorzystują zróżnicowane / komplementarne kanały dotarcia do odbiorców?

2.4 Jakie kanały komunikacji są najbardziej efektywne w stosunku do poszczególnych grup?

2.4.1 Czy instytucje odpowiedzialne za działania informacyjno-promocyjne wykorzystują optymalne narzędzia komunikacji w stosunku do poszczególnych grup odbiorców?

3. Jaki jest możliwy zakres ewentualnego outsourcingu działań informacyjno - promocyjnych?

3.1 Jakie mechanizmy zastosować w celu kontroli nad wysokim poziomem merytorycznym zleconych działań?

4. Jaki jest poziom wiedzy/ rozpoznawalności PO KL wśród poszczególnych grup docelowych (benchmark będący podstawą do oceny zmiany w kolejnych badaniach)?

4.1 Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego wiedzą, co to jest EFS / PO KL?

4.2 Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego, którzy mogą zostać objęci wsparciem w ramach komponentu regionalnego PO KL znają logo PO KL / EFS?

4.3 Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego wiedzą czemu służą działania współfinansowane z EFS / PO KL (jaki jest ich cel)?

4.4 Z jakiego źródła mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego dowiedzieli się o istnieniu EFS?

4.5 Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego uważają, że wsparcie EFS jest potrzebne?

4.6 Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego i potencjalni projektodawcy wiedzą, jakie działania mogą być dofinansowane z EFS?

4.7 Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego i potencjalni projektodawcy wiedzą, jakie instytucje są zaangażowane we wdrażanie PO KL w województwie?

4.8 Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego i potencjalni projektodawcy wiedzą, do jakich grup kierowane są działania w ramach PO KL?

5. Jakie działania powinny zostać podjęte, w celu zwiększenia efektywności, skuteczności systemu informacji i promocji oraz dopasowania go do potrzeb odbiorców?

5.1 Czy między instytucjami odpowiedzialnymi za działania informacyjno - promocyjne (IP, ROEFS-y) został stworzony sprawny system komunikacji (odbywają się spotkania robocze, wprowadzony został podział kompetencji itp.)?

5.2 Czy instytucje odpowiedzialne za działania informacyjno - promocyjne (IP, ROEFS) opracowują strategię działań informacyjnych i promocyjnych? Jeśli tak, na jakiej podstawie? Jeśli nie, dlaczego?

5.3 Czy instytucje odpowiedzialne za działania informacyjno - promocyjne (IP, ROEFS) monitorują efekty prowadzonych przez nich działań informacyjnych i promocyjnych? Jeżeli tak: czy na podstawie ich wyników dokonują modyfikacji prowadzonych działań?

4. Skrócony opis zastosowanej metodologii badawczej

Zgodnie z naczelną zasadą przeprowadzania badań ewaluacyjnych, w badaniu wykorzystano następujące metody triangulacji:

- triangulację źródeł danych - poddano analizie zarówno dane zastane, jak też dane wywołane (tj. uzyskane w trakcie badania);
- triangulację metod badawczych - zastosowano różne metody badawcze celem dogłębnego poznania i zrozumienia badanych zjawisk, zastosowano zarówno ilościowe jak i jakościowe metody badań, co umożliwiło testowanie tej samej hipotezy bez obciążenia błędami wynikającymi z ograniczeń i wad poszczególnych metod badawczych;
- triangulację perspektyw badawczych - badanie ewaluacyjne przeprowadzone zostało przez pięciu członków zespołu badawczego, dzięki czemu uzyskany obraz przedmiotu badania jest pełniejszy, bardziej wiarygodny i obiektywny.

Wykorzystano następujące metody realizacji badań:

➡ **Analiza dokumentów** - analizie poddano dokumenty programowe, a także dokumenty wytworzone na poziomie Instytucji Pośredniczącej;

➡ **Indywidualne wywiady pogłębione (IDI)** - przeprowadzono 17 wywiadów, których uczestnikami byli: pracownicy Instytucji Pośredniczącej zaangażowani w realizowanie działań informacyjnych i promocyjnych oraz odpowiedzialni za ocenę formalną i merytoryczną wniosków, pracownicy Regionalnych Ośrodków Europejskiego Funduszu Społecznego oraz przedstawiciel Ministerstwa Rozwoju Regionalnego;

➡ **Wywiady telefoniczne metodą CATI** zrealizowane w dwóch grupach respondentów: 1) z potencjalnymi projektodawcami oraz projektodawcami PO KL (w tym z beneficjentami systemowymi) na próbie N=300 (wywiady zostały zrealizowane z bazy projektodawców dostarczonej

przez Zamawiającego); 2) wśród mieszkańców województwa zachodniopomorskiego z uwzględnieniem grup adresatów wsparcia w ramach PO KL, na próbie N=1000 (wywiady zostały zrealizowane z bazy mieszkańców pozostającej w dyspozycji Wykonawcy);

➤ **Studium przypadku** - w ramach studium przypadku dokonano analizy przebiegu oraz oceny losowo wybranego szkolenia zorganizowanego przez instytucję zaangażowaną w realizację działań informacyjnych i promocyjnych w województwie zachodniopomorskim;

➤ **Analiza zawartości strony internetowej** - analizie poddano stronę internetową dotyczące komponentu regionalnego PO KL administrowaną przez IP;

➤ **Analiza drukowanych materiałów informacyjno - promocyjnych (biuletynów, broszur, ulotek itp.)** - analizie poddane zostały materiały dotyczące komponentu regionalnego PO KL publikowane i dystrybuowane przez IP;

➤ **Badanie typu Mystery Calling** - analiza dotyczyła jakości obsługi klientów dokonywanej za pośrednictwem kontaktu telefonicznego przez Punkty Konsultacyjne i Regionalne Ośrodki EFS;

➤ **Badanie typu Mystery Client** - analiza dotyczyła jakości obsługi klientów dokonywanej przez Punkty Konsultacyjne i Regionalne Ośrodki EFS w czasie indywidualnej wizyty oraz za pośrednictwem kontaktu e-mailowego;

➤ **Zogniskowany wywiad grupowy** - przeprowadzono 1 wywiad, którego uczestnikami byli projektodawcy komponentu regionalnego PO KL wdrażanego w województwie zachodniopomorskim;

W ramach badania wykorzystano następujące metody analizy wyników badań:

➤ Analiza danych jakościowych;

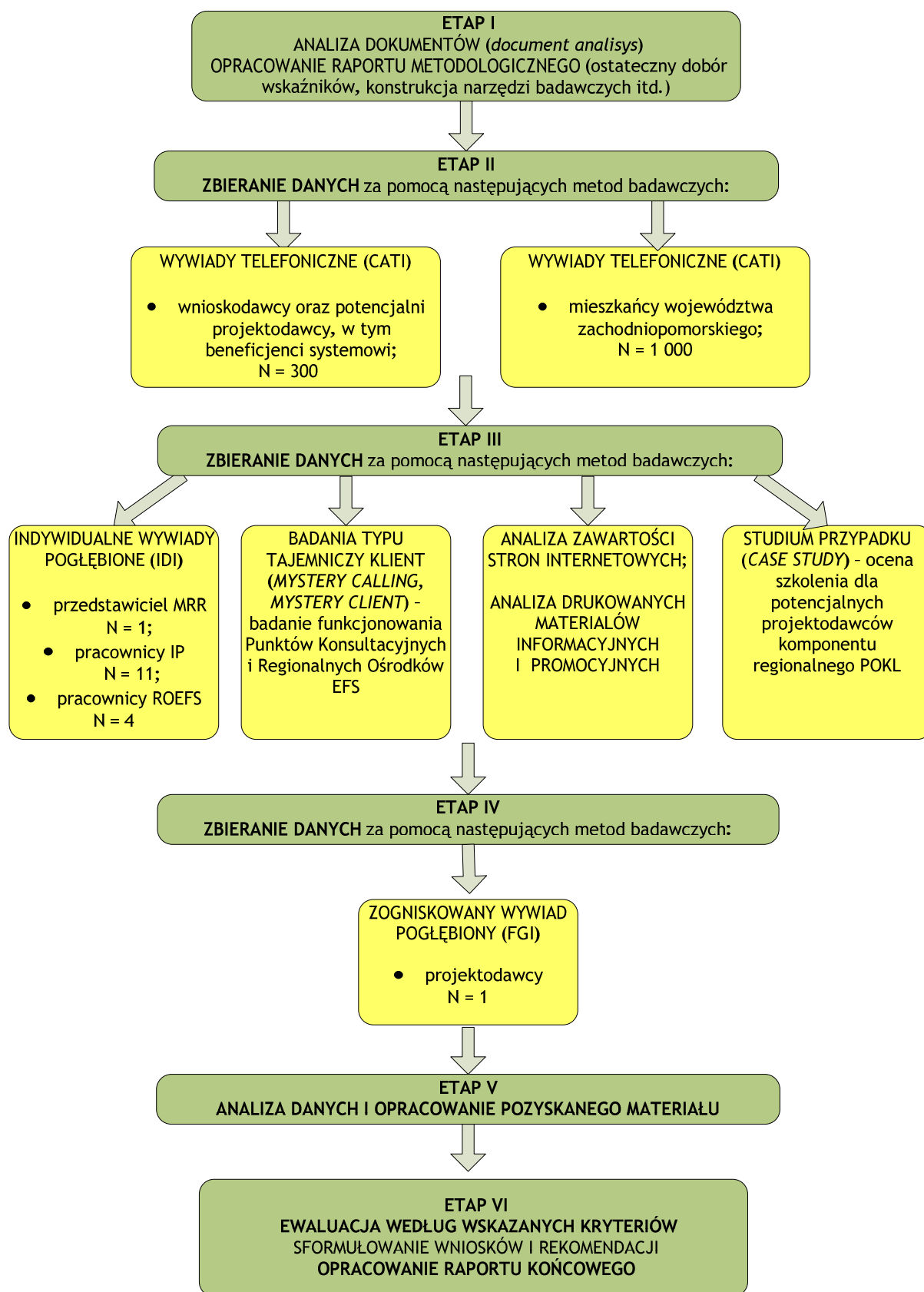
➤ Analiza danych ilościowych.

Następnie, na podstawie wyników zrealizowanych badań, dokonana została analiza mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń (analiza SWOT), skonstruowany został model kampanii informacyjno - promocyjnej uwzględniający wszystkie grupy docelowe odbiorców oraz sformułowane zostały rekomendacje.

W badaniu uwzględniono następujące dwa główne kryteria ewaluacyjne:

1. **Skuteczność** - Ocena według tego kryterium pozwoliła odpowiedzieć na pytanie, w jakim stopniu osiągnięte zostały zakładane cele działań informacyjnych i promocyjnych;
2. **Użyteczność** - Kryterium to pozwoliło ocenić użyteczność poszczególnych instrumentów zastosowanych w procesie informacji i promocji z perspektywy różnych uczestników procesu;
3. **Efektywność** - Kryterium to pozwoliło ocenić efektywność rozumiana jako stosunek poniesionych kosztów na realizację działań informacyjnych i promocyjnych do osiągniętych wyników zdiagnozowanych w przedmiotowym badaniu.

Rysunek 1. Przebieg procesu badawczego, w tym zastosowane metody badawcze i dobór próby badawczej.



II. Ocena systemu informacji i promocji PO KL w województwie zachodniopomorskim

1. Podział obowiązków między instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie PO KL

Za koordynację działań informacyjnych i promocyjnych POKL na poziomie całego Programu odpowiada Instytucja Zarządzająca zgodnie z zasadą proporcjonalności i subsydiarności. Rolę IZ POKL pełni Ministerstwo Rozwoju Regionalnego. Za wdrażanie komponentu regionalnego w województwie zachodniopomorskim odpowiada Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie pełniący rolę Instytucji Pośredniczącej we wdrażaniu Programu na poziomie regionalnym. W WUP w Szczecinie Program realizowany jest przez następujące wydziały:

- Wydział Koordynacji POKL;
- Wydział Projektów Rynku Pracy POKL;
- Wydział Projektów Integracji Społecznej POKL;
- Wydział Projektów dla Przedsiębiorców POKL;
- Wydział Projektów Edukacji POKL;
- Wydział Kontroli;
- Wydział Promocji;
- Wydział Organizacyjno - Administracyjny.

W realizację procesu informacji i promocji zaangażowane są ponadto: Komitet Monitorujący oraz Podkomitety Monitorujące, Krajowy oraz Regionalne Ośrodki EFS (ROEFS), Instytucja Koordynująca Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia, a także Komisja Europejska. W realizację tego procesu zaangażowani są także projektodawcy, którzy zobowiązani są do promocji własnych projektów współfinansowanych ze środków EFS².

W celu zapewnienia i monitorowania koordynacji działań informacyjnych i promocyjnych w zakresie EFS, IZ POKL powołuje IGR (Informacyjną Grupę Roboczą), która jest ciałem opiniodawczo - doradczym w zakresie polityki informacyjnej i promocji EFS. W skład IGR wchodzi przedstawiciele IZ, IP oraz przedstawiciel Krajowej Instytucji Wspomagającej i Krajowego Ośrodka EFS (oraz w miarę możliwości Regionalnych Ośrodków EFS). Członkowie IGR spotykają się w celu omówienia bieżących planów i problemów związanych z realizacją działań informacyjnych i promocyjnych nie rzadziej niż raz na kwartał oraz kontaktują się za pośrednictwem narzędzi elektronicznych (forum dyskusyjne, e-mail). Raz w roku IGR spotyka się w celu podsumowania działań w danym roku oraz prezentacji (aktualizacji) Planów IP, Krajowej Instytucji Wspierającej i/lub Krajowego Ośrodka EFS na kolejny rok.

Do zadań IGR należy:

- opracowanie polityki informacyjnej EFS na lata 2007-2013;
- wyodrębnienie poszczególnych etapów czasowych realizacji polityki informacyjnej PO KL;
- podział zadań informacyjnych między Instytucjami Pośredniczącymi PO KL;
- wypracowanie efektywnego systemu wymiany informacji pomiędzy Instytucjami

² Źródło: Ibidem, s. 5.

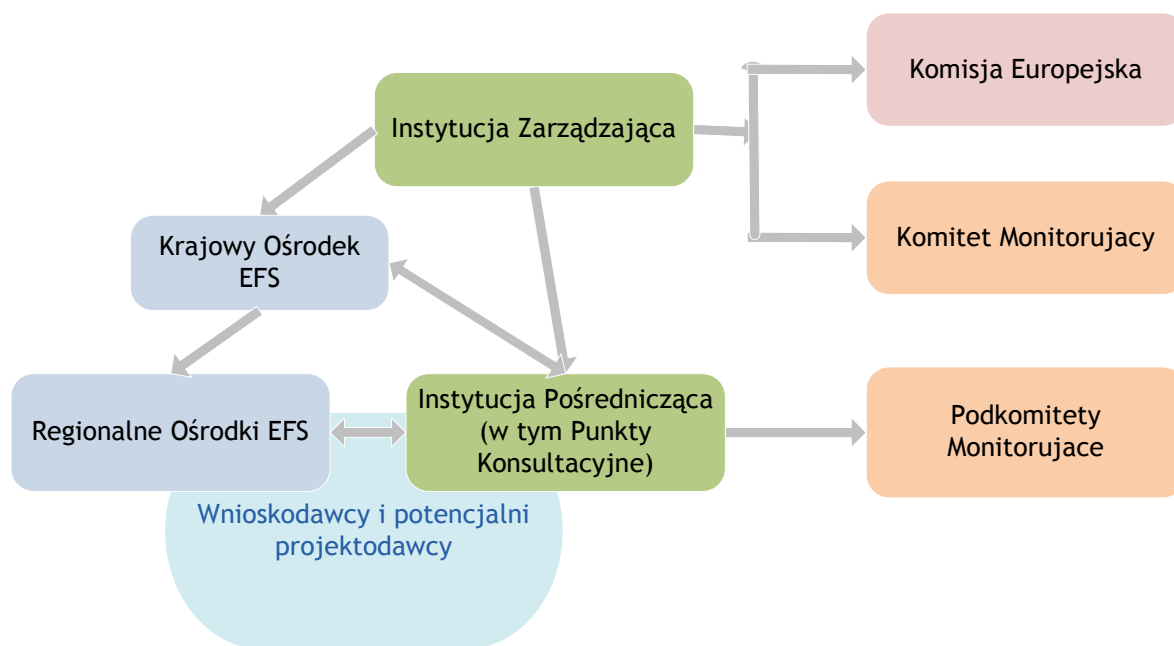
Pośredniczącymi POKL;

- opiniowanie rocznych planów promocji POKL i innych dokumentów związanych z polityką informacyjną i promocyjną Programu;
- analiza, ewaluacja i modyfikacja realizacji polityki informacyjnej EFS i POKL;
- realizacja szczegółowych ustaleń z IZ dotyczących promocji i informowania.

Celem działań tej grupy jest:

- sformalizowanie i usystematyzowanie bieżących działań;
- poprawa jakości działań dzięki wymianie doświadczeń;
- ułatwienie przygotowywania działań krajowych tam, gdzie jest to konieczne, w odniesieniu do wszystkich obszarów działania Programu;
- intensyfikacja działań w niektórych regionach, zwłaszcza mających ograniczone doświadczenie związane z realizacją funduszy europejskich lub dysponujących ograniczonymi zasobami.

Rysunek 2. Przepływ informacji między instytucjami zaangażowanymi w działania informacyjne i promocyjne dotyczące EFS i PO KL.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie „Planu komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007 - 2013”

Instytucja Zarządzająca POKL odpowiedzialna jest za koordynację całości działań informacyjnych i promocyjnych dot. PO KL - w ujęciu ogólnopolskim. Za działania informacyjne i promocyjne w regionach odpowiadają natomiast Instytucje Pośredniczące i/lub Instytucje Wdrażające ustanowione w poszczególnych województwach - w województwie zachodniopomorskim WUP w Szczecinie. Instytucjom tym pozostawiony zostaje duży zakres swobody w podejmowanych przez siebie działaniach z omawianego obszaru (zobowiązane są do przestrzegania zapisów „Planu

komunikacji PO KL” oraz do informowania IZ o podejmowanych działaniach zwł. poprzez przesyłanie do IZ rocznych „Planów informacji i promocji”).

2. Ocena systemu komunikacji funkcjonującego między instytucjami zaangażowanymi w realizację działań informacyjnych i promocyjnych

- Jak przebiega realizacja przedmiotowych działań i czy potencjał instytucjonalny zaangażowany do ich realizacji jest odpowiedni z punktu widzenia realizowanych operacji? (pyt. 1.1)
- Czy między instytucjami odpowiedzialnymi za działania informacyjno - promocyjne (IP, ROEFS-y) został stworzony sprawny system komunikacji (odbywają się spotkania robocze, wprowadzony został podział kompetencji itp.)? (pyt. 5.1)
- Czy instytucje odpowiedzialne za działania informacyjno-promocyjne (IP, ROEFS) opracowują strategię działań informacyjnych i promocyjnych? Jeśli tak, na jakiej podstawie? Jeśli nie, dlaczego? (pyt. 5.2)
- Czy instytucje odpowiedzialne za działania informacyjno-promocyjne (IP, ROEFS) monitorują efekty prowadzonych przez nich działań informacyjnych i promocyjnych? Jeżeli tak: czy na podstawie ich wyników dokonują modyfikacji prowadzonych działań? (pyt. 5.3)

Zadania związane z informacją i promocją PO KL realizowane są w WUP w Szczecinie przede wszystkim przez:

- Punkt Konsultacyjny w ramach Wydziału Koordynacji PO KL w siedzibie WUP w Szczecinie;
- Punkt Konsultacyjny w filii WUP znajdującej się w Koszalinie;
- Częściowo Wydział Promocji w WUP w Szczecinie;
- Częściowo za realizację działań związanych z zakresem badania (m in. w zakresie stosowania ustawy „Prawo zamówień publicznych”) odpowiedzialny jest również Wydział Organizacyjno-Administracyjny.

Koordynacja działalności komunikacyjnej w ramach komponentu regionalnego PO KL prowadzona jest na poziomie województwa poprzez Regionalną Informacyjną Grupę Roboczą. W skład tej grupy wchodzi przedstawiciele IP, Regionalnych Ośrodków EFS oraz dodatkowo, w zależności od potrzeb, np. osoby odpowiedzialne za promocję i informację w ramach odpowiedniego Regionalnego Programu Operacyjnego lub przedstawiciele innych instytucji mających wpływ na działania informacyjno - promocyjne EFS. Członkowie RIGR spotykają się w celu omówienia bieżących planów i problemów związanych z realizacją działań informacyjnych i promocyjnych nie rzadziej niż raz na kwartał oraz kontaktują się za pośrednictwem narzędzi elektronicznych (forum dyskusyjne, e-mail). Raz w roku RIGR spotyka się w celu podsumowania działań w danym roku oraz przygotowania i omówienia Planu Działania IP na kolejny rok. RIGR jest ciałem opiniodawczo-konsultacyjnym dla IP w kwestii promocji i informacji w regionie oraz ma zapewnić komplementarność działań promocyjnych dot. EFS z działaniami z zakresu Regionalnych Programów Operacyjnych. Decyzje

RIGR mają charakter opiniodawczy dla IP i zapadają w drodze konsensusu. Koordynacja prac RIGR należy do IP, która decyduje (przy wsparciu RIGR) o podziale zadań oraz środków na działania informacyjno-promocyjne w województwie.

Do zadań RIGR należy:

1. Czuwanie nad sprawnym funkcjonowaniem systemu informacji i promocji w regionie;
2. Wyodrębnienie poszczególnych etapów czasowych realizacji polityki informacyjnej na poziomie województwa;
3. Podział zadań informacyjnych między poszczególne podmioty w ramach województwa;
4. Wypracowanie efektywnego systemu wymiany informacji pomiędzy IP II, Instytucją Zarządzającą Regionalnym Programem Operacyjnym i Regionalnymi Ośrodkami EFS;
5. Opiniowanie rocznych Planów Działań i innych dokumentów związanych z polityką informacyjną i promocyjną województwa;
6. Realizacja wraz z IP szczegółowych ustaleń dotyczących promocji i informowania.

Do kluczowych elementów systemu informacji i promocji należą, jak wspomnieliśmy, dwa Punkty Konsultacyjne funkcjonujące w głównej siedzibie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Szczecinie oraz w filii Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Koszalinie. Poniżej zaprezentowaliśmy skrótowo zakres zadań pełnionych przez Punkty Konsultacyjne.

- Podstawowym zadaniem Punktu Konsultacyjnego jest udzielanie nieodpłatnie rzetelnych i wyczerpujących informacji zainteresowanym osobom w zakresie PO KL i EFS - informacje udzielane są telefonicznie, e-mailowo, w formie konsultacji indywidualnej podczas osobistej wizyty w Punkcie ;
- Organizacja otwartych spotkań informacyjnych dla potencjalnych wnioskodawców i wnioskodawców komponentu regionalnego PO KL, konferencji;
- Udostępnianie nieodpłatnie publikacji dotyczących PO KL i EFS wydawanych przez Instytucje zaangażowane w realizację PO KL;
- Udostępnianie dokumentacji konkursowej i programowej niezbędnej do przygotowania wniosku o dofinansowanie realizacji projektu;
- Inicjowanie i prowadzenie akcji informacyjnych mających na celu promowanie wiedzy o EFS;
- Śledzenie procesu wdrażania programów operacyjnych w ramach EFS;
- Współpraca z mediami - udzielanie bieżących informacji na temat wdrażania PO KL;
- Uaktualnianie stron internetowych przez wprowadzanie bieżących informacji dotyczących POKL;
- Współpraca z instytucjami wdrażającymi pozostałe programy operacyjne w zakresie wymiany doświadczeń i informacji ważnych dla potencjalnych beneficjentów (np.: w której instytucji dany projekt może zostać przyjęty do realizacji w ramach Działań przez nią wdrażanych);
- Opracowywanie sprawozdań dotyczących przebiegu działań promocyjnych i informacyjnych;
- Nadzór merytoryczny nad Regionalnymi Ośrodkami EFS w województwie zachodniopomorskim.

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że podział kompetencji między Punktami jest wyznaczony terytorialnie, tzn. Punkt Konsultacyjny w Koszalinie obejmuje swoim działaniem obszar byłego

województwa koszalińskiego, natomiast Punkt Konsultacyjny w Szczecinie, pozostałą część województwa zachodniopomorskiego. Nadzór nad obydwoma Regionalnymi Ośrodkami EFS pełni Punkt Konsultacyjny w Szczecinie.

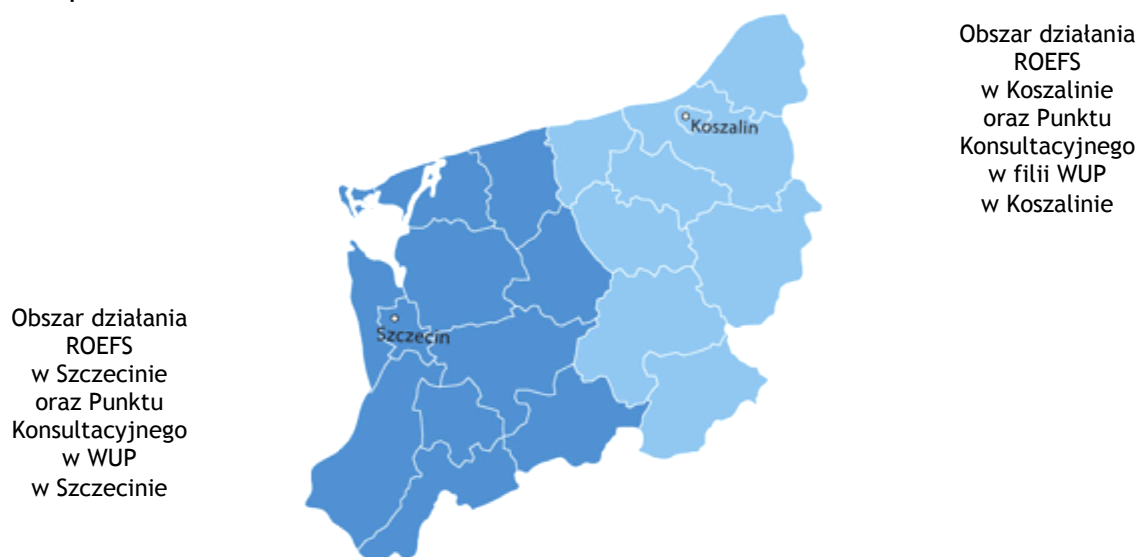
Kolejnymi istotnymi elementami systemu informacji i promocji są Regionalne Ośrodki EFS. Mówiąc najogólniej, do kluczowych zadań ROEFS należy oddziaływanie na „podaż” projektów oraz ich jakość. Zadania te są realizowane poprzez:

- szkolenia oraz doradztwo dla instytucji zainteresowanych realizacją projektów w ramach PO KL;
- wzmacnianie lokalnych inicjatyw na rzecz realizacji projektów w ramach PO KL oraz wsparcie w tworzeniu partnerstw między instytucjami.

W województwie zachodniopomorskim funkcjonują dwa Regionalne Ośrodki EFS: w Szczecinie oraz w Koszalinie. Zgodnie z Umową zawartą 24.10.2008 r. z WUP w Szczecinie, Regionalny Ośrodek EFS w Szczecinie prowadzony jest przez Zachodniopomorską Agencję Rozwoju Regionalnego S.A., natomiast Koszalińska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. prowadzi Regionalny Ośrodek EFS w Koszalinie (w partnerstwie z Fundacją Nauka dla Środowiska).

Podobnie, jak w przypadku Punktów Konsultacyjnych, obszary działania poszczególnych Ośrodków obejmują: w przypadku ROEFS w Szczecinie obszar byłego województwa szczecińskiego, powiaty: choszczeński, goleniowski, gryficki, gryfiński, kamieński, łobeski, m. Szczecin, m. Świnoujście, myśliborski, policki, pyrzycki, stargardzki. ROEFS w Koszalinie obejmuje swoim działaniem pozostałe powiaty województwa: białogardzki, drawski, kołobrzeski, koszaliński, m. Koszalin, sławieński, szczecinecki, świdwiński, wałecki.

Rysunek 3. Obszary działania Punktów Konsultacyjnych i Regionalnych Ośrodków EFS w województwie zachodniopomorskim.



Źródło: www.szczecin.roefs.pl

Istotnym podmiotem w systemie informacji i promocji jest ponadto Wydział Promocji funkcjonujący w WUP w Szczecinie. Wydział Promocji jest jednostką zajmującą się kwestiami promocji całego Urzędu, w tym wykonuje również część zadań związanych z promocją i informacją odnośnie PO KL (w czwartej części finansowany jest ze środków pomocy technicznej PO KL). Zadaniemi tymi są przede wszystkim:

- Utrzymywanie kontaktów z mediami;
- Administrowanie podstroną internetową WUP w Szczecinie prezentującą informacje dot. PO KL;
- Udział w przygotowywaniu materiałów informacyjno-promocyjnych prezentowanych w mediach: informacji prasowych, audycji radiowych, reklamowych spotów telewizyjnych, informacji do umieszczenia w kwartalniku wydawanym przez WUP itp.;
- Organizowanie zakupu gadżetów promocyjnych oraz druku materiałów informacyjno-promocyjnych dot. PO KL.

Rolą Wydziału Promocji jest zatem wspieranie niejako Punktu Konsultacyjnego w Szczecinie w działaniach mających na celu informowanie i promowanie PO KL, zwł. w tych kwestiach, które niejako z natury należą do Wydziału Promocji - związanych z kontaktowaniem się z mediami.

Ważnym elementem badania ewaluacyjnego dot. systemu informacji i promocji PO KL była ocena systemu komunikacji funkcjonującego między kluczowymi podmiotami realizującymi przedmiotowe działania. W tym kontekście współpraca między Wydziałem Promocji i Punktem Konsultacyjnym w WUP w Szczecinie została oceniona pozytywnie. Równocześnie, należy wspomnieć, iż w trakcie wywiadów indywidualnych, zidentyfikowana została potrzeba większego sformalizowania zasad współpracy pomiędzy wspomnianymi jednostkami, mająca na celu przede wszystkim dookreślenie zakresu zadań i kompetencji Wydziału Promocji (nie bez znaczenia jest tu zapewne fakt, że Wydział Promocji jest komórką stosunkowo nową, funkcjonuje od maja 2008 roku).

Współpraca z Wydziałem Administracyjno - Organizacyjnym jest w opinii uczestników wywiadów pogłębionych ścisła i przebiega bez problemów.

Kolejną istotną jednostką funkcjonującą w systemie informacji i promocji PO KL w województwie jest Punkt Konsultacyjny w filii WUP w Koszalinie. W trakcie prowadzonej analizy systemu współpracy między jednostkami zaangażowanymi w realizację działań informacyjnych i promocyjnych, zidentyfikowana została potrzeba wypracowania i wdrożenia funkcjonalnych sformalizowanych procedur przekazu informacji między Punktami, które zwiększyłyby efektywność przepływu informacji między Punktem Konsultacyjnym funkcjonującym w WUP w Szczecinie oraz Punktem Konsultacyjnym działającym w ramach filii WUP w Koszalinie. Ponadto uczestnicy wywiadów pogłębionych sygnalizowali potrzebę większego zaangażowania pracowników Punktu Konsultacyjnego w Koszalinie w czynności planistyczne związane z realizowaniem działań informacyjnych i promocyjnych (zacieśnienia współpracy w tym obszarze z Punktem Konsultacyjnym w Szczecinie z ROEFS-ami również poprzez częstszy udział we wspólnych spotkaniach), co przyczynić powinno się do zwiększenia efektywności przepływu informacji między instytucjami

i pozytywnie wpłynie na efektywność pracy wspomnianych instytucji, w tym realizowanych przez nie działań.

Głównymi partnerami Punktów Konsultacyjnych w realizacji działań informacyjnych i promocyjnych dot. komponentu regionalnego PO KL w poszczególnych rejonach województwa są Regionalne Ośrodki EFS (przy czym ROEFS w Koszalinie współpracuje głównie z koszalińskim Punktem Konsultacyjnym a ROEFS w Szczecinie z Punktem w Szczecinie). Punkty Konsultacyjne i Ośrodki ściśle ze sobą współpracują realizując działania informacyjne i promocyjne na przypisanych sobie obszarach. Obie strony oceniają tę współpracę zasadniczo pozytywnie.

Pracownicy Punktu Konsultacyjnego w filii WUP w Koszalinie oraz ROEFS w Koszalinie zwracali generalnie uwagę na problemy z dostępem do informacji. Uczestnicy wywiadów pogłębionych zwracali uwagę na to, że współpraca między Punktami Konsultacyjnymi i Ośrodkami EFS opiera się bardziej na kontaktach osobistych, brak jest natomiast procedur regulujących przepływ informacji a poszczególnym instytucjom poza bieżącym współdziałaniem brakuje wiedzy o podejmowanych (w tym planowanych) przez siebie działaniach. Sygnalizowali braki w zakresie koordynacji działań podejmowanych przez wszystkie instytucje zaangażowane w realizację działań informacyjnych i promocyjnych.

Uczestnicy wywiadów pogłębionych z Punktu Konsultacyjnego w Koszalinie zwrócili uwagę na problem z uzyskaniem aktualnych informacji nt. m.in. dokładnych terminów konkursów (informacje takie zawierane są w rocznych Planach działania, jednak rzeczywisty harmonogram konkursów zmienia się trakcie w roku). Stanowi to w ich opinii utrudnienie w podejmowaniu działań informacyjnych i promocyjnych. Kiedy pracownicy instytucji odpowiedzialnych za informowanie potencjalnych wnioskodawców, o ogłoszonym konkursie dowiadują się ze strony internetowej, nie przed beneficjentami ale w tym samym czasie - zazwyczaj nie mają już czasu na przeprowadzenie akcji informacyjnej skierowanej na dany typ działań czy beneficjentów, których dotyczyć będzie konkurs. Należy o tym pamiętać dążąc do udoskonalenia systemu przepływu informacji między instytucjami. Lepsze skoordynowanie podejmowanych działań promocyjnych i informacyjnych z aktualizowanym na bieżąco harmonogramem ogłaszania konkursów zaowocuje zwiększeniem efektywności tych działań.

Z kolei uczestnicy wywiadów pogłębionych z ROEFS w Koszalinie sygnalizowali potrzebę swojego uczestnictwa w projektów komisji Oceny Projektów - dzięki temu mogliby oni przekazywać potencjalnym wnioskodawcom bardziej konkretne wskazówki niż tylko te, które wynikają z dość ogólnych planów działania lub dokumentacji konkursowych. Zauważmy nieco na marginesie, że na bardzo dużą ogólność informacji przekazywanych w dokumentacji konkursowej zwracali uwagę projektodawcy uczestniczący w grupowym wywiadzie pogłębionym. Sygnalizowali oni również problem z dotarciem do bardziej szczegółowych informacji na ten temat (spotkania informacyjne dot. dokumentacji konkursowej ocenili jako mało skuteczne). Również ten aspekt należy wziąć pod uwagę projektując system informacji i promocji w kolejnych latach.

Przypomnijmy, iż koordynacja oraz planowanie działań instytucji zaangażowanych w realizację działań informacyjnych i promocyjnych w regionie odbywa się powinna przede wszystkim poprzez

regularne spotkania Regionalnej Informacyjnej Grupy Roboczej. W jej spotkaniach, które powinny odbywać się co najmniej raz na kwartał, uczestniczyć powinni przedstawiciele wszystkich jednostek zaangażowanych w realizację działań informacyjnych i promocyjnych odnośnie PO KL ale też innych programów dofinansowanych z funduszy unijnych. W województwie zachodniopomorskim odbyło się dotychczas jedno spotkanie tej grupy i w opinii respondentów miało ono charakter raczej organizacyjny. Biorąc to wszystko pod uwagę, IP odpowiadająca za koordynację prac RIGR powinna na kolejnych spotkaniach Grupy położyć nacisk na usprawnienie współpracy między jednostkami zaangażowanymi w realizację działań informacyjnych i promocyjnych w województwie, zwł. w zakresie przepływu informacji oraz skoordynowania podejmowanych działań (podziału kompetencji, skonkretyzowania planu działania na przyszły rok). Spotkania Grupy są bardzo istotne w kontekście po pierwsze liczby podmiotów, które są w regionie zaangażowane w realizowanie działań informacyjnych i promocyjnych, po wtóre również sytuacja, w której podział kompetencji między instytucjami funkcjonującymi w Koszalinie i w Szczecinie opiera się na zasadzie podziału terytorialnego wymaga wzmoczenia wysiłków prowadzących do skoordynowania prowadzonych działań. Warto wspomnieć, że dużą uwagę do sprawnego, efektywnego funkcjonowania RIGR-ów przywiązuje IZ POKL, przedstawiciele tej instytucji podkreślali, że istotne jest by w pracach RIGR uczestniczyło szerokie grono osób zaangażowanych w działania informacyjne i promocyjne dot. funduszy unijnych realizowane w danych regionach.

Jak wynika z badania, potencjał instytucjonalny zaangażowany w prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dot. komponentu regionalnego PO KL w województwie zachodniopomorskim jest odpowiedni. Uczestnicy wywiadów pogłębionych nie sygnalizowali potrzeby zaangażowania w omawiane działania dodatkowych instytucji. Z badania wynika również, iż większość instytucji dysponuje odpowiednim zapleczem kadrowym w kontekście realizacji działań informacyjno-promocyjnych - zarówno jeśli chodzi o posiadane przez pracowników kompetencje i doświadczenie, jak też o ich liczbę. Wspomnieć należy w tym miejscu, iż pracownicy ROEFS w Koszalinie sygnalizowali potrzebę wsparcia działań podejmowanych przez Ośrodek poprzez większą ilość nakładów finansowych, dodatkowy etat.

WUP w Szczecinie jako IP opracowuje strategię działań informacyjnych i promocyjnych - Roczne Plany Działań Informacyjno - Promocyjnych (są one konsultowane z pozostałymi jednostkami zaangażowanymi w realizację omawianych działań podczas spotkań RIGR). Jeśli chodzi o Regionalne Ośrodki EFS działają one w ramach zapisów dwuletnich Umów podpisanych z WUP w Szczecinie, przy czym co roku ich oferta zaproponowana w ramach Umowy jest aktualizowana. W tym aspekcie, istotny jest fakt, że zaktualizowana oferta działań Regionalnych Ośrodków EFS, która stanowi również plan ich działań na dany rok, opracowywana jest w odniesieniu do Planów Działań Informacyjno - Promocyjnych opracowywanych przez IP, w ramach ścisłych konsultacji z IP. Dzięki temu działania podejmowane przez ROEFS-y przyczyniają się do realizacji celów i działań określonych w Planie Działań Informacyjno - Promocyjnych IP. Dzięki takiej strukturze powiązań, Regionalne Ośrodki EFS mogą być partnerem IP w realizacji działań informacyjnych i promocyjnych, wspierać ich na bieżąco pomocą i doradztwem.

Równocześnie Regionalne Ośrodki EFS dostrzegają potrzebę tworzenia własnych planów działań informacyjnych i promocyjnych (co jest zrozumiałe, gdyż mają one do spełnienia własne zadania w zakresie informacji i promocji związane np. z działaniami na rzecz wzmocnienia partnerstw lokalnych). ROEFS w Koszalinie opracowuje na przyszły rok plan działań informacyjnych i promocyjnych oparty na harmonogramie konkursów. ROEFS w Szczecinie opracowuje strategię promocji Ośrodka, przygotowuje się także do opracowania strategii działań informacyjnych i promocyjnych na przyszły rok (dotychczas działań na podstawie oferty przygotowanej dla IP oraz kalendarza konkursów i budżetu). Zaznaczmy, że są to działania idące w słusznym kierunku, postrzegane pozytywnie przez IZ PO KL.

Instytucje zaangażowane w realizację działań informacyjnych i promocyjnych w regionie prowadzą monitoring podejmowanych działań oraz modyfikują je w zależności od jego wyników. IP sporządza ankiety monitorujące zawierające liczbowe dane dotyczące prowadzonych działań (takie jak liczba informacji przekazanych mediom, zorganizowanych szkoleń, konferencji, liczba ich uczestników, statystyki wejść na stronę www itp.). W IP prowadzony jest ponadto w pełni profesjonalny (od tego roku również elektroniczny) monitoring mediów, przede wszystkim prasy (obejmuje kilka tytułów prasy ogólnopolskich i kilka tytułów regionalnych, umożliwia pracownikom Urzędu zapoznawanie się na bieżąco z artykułami opublikowanymi w interesujących ich obszarach tematycznych dot. PO KL). Regionalne Ośrodki EFS monitorują spełnianie wskaźników ustalonych w ofercie dla IP. Ponadto Regionalny Ośrodek EFS w Koszalinie prowadził badania beneficjentów (za pomocą wywiadów telefonicznych oraz analizy dokumentacji, badanie zostało przeprowadzone przez studentów socjologii z Uniwersytetu Warszawskiego w ramach praktyk studenckich). W Ośrodku tym zauważono również przydatność prowadzenia statystyk wejść na stronę www (co powinno być możliwe w przyszłym roku po koniecznych modyfikacjach technicznych). Na podstawie prowadzonego monitoringu ROEFS w Koszalinie nasilił działanie lokalne - m.in. zaplanowane zostało tworzenie dodatków do gazet gminnych, lokalnych.

3. Ocena skuteczności działań informacyjnych i promocyjnych dot. PO KL

Ocena skuteczności działań informacyjnych i promocyjnych dot. PO KL podejmowanych przez podmioty zaangażowane w ich realizację w województwie dokonana została przede wszystkim na podstawie badań (wywiadów telefonicznych) przeprowadzonych wśród mieszkańców województwa zachodniopomorskiego, którzy są równocześnie potencjalnymi uczestnikami projektów realizowanych w ramach PO KL oraz wśród projektodawców i potencjalnych projektodawców komponentu regionalnego PO KL z terenu województwa zachodniopomorskiego.

Wyniki badań przedstawimy w następującej kolejności: najpierw wyniki badania opinii publicznej, następnie wyniki badania opinii projektodawców i potencjalnych projektodawców PO KL.

Opinia respondentów wywiadów telefonicznych uzupełniona została o opinie projektodawców wywiadu pogłębionego, pracowników IP (w tym pracowników Punktów Konsultacyjnych oraz pracowników odpowiedzialnych za ocenę formalną i merytoryczną wniosków) oraz pracowników Regionalnych Ośrodków EFS.

Wskaźnikami skuteczności przeprowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych dot. PO KL, w odniesieniu do ogółu mieszkańców województwa zachodniopomorskiego, są:

- poziom świadomości istnienia EFS i PO KL (tym spontaniczna i wspomagana znajomość nazwy i logo EFS i PO KL);
- ocena dostępności informacji nt. EFS i POKL oraz znane i preferowane źródła informacji;
- poziom akceptacji dla działań podejmowanych w ramach EFS i PO KL;
- zakres wiedzy nt. EFS i PO KL (w tym celów, możliwych obszarów wsparcia, potencjalnych beneficjentów, instytucji zaangażowanych w ich wdrażanie itp.).

W badaniu opinii publicznym udział wzięło 1 000 mieszkańców województwa zachodniopomorskiego. Zanim przejdziemy do prezentacji wyników badania opinii publicznej, w tabeli poniżej prezentujemy szczegółowe dane dotyczące mieszkańców województwa zachodniopomorskiego, którzy wzięli udział w wywiadzie telefonicznym:

Tabela 1. Charakterystyka uczestników wywiadu telefonicznego - mieszkańców województwa zachodniopomorskiego.

Kategorie	Zmienne	Liczebność	Dane w %
Płeć	Kobieta	520	52,0
	Mężczyzna	480	48,0
Wiek	15 - 24 lat	177	17,7
	25 - 44 lat	339	33,9
	45 lat i więcej	484	48,4
Status zawodowy	Student, osoba ucząca się	119	11,9
	Osoba pracująca	401	40,1
	Osoba bezrobotna (pozostająca bez pracy)	150	15,0
	Emeryt, rencista	323	32,3
	Odmowa	7	0,7
Gmina	Gmina miejska	426	42,6
	Gmina miejsko-wiejska	359	35,9
	Gmina wiejska	103	10,3
	Odmowa	112	11,2
Wielkość miejscowości zamieszkania	Miasta powyżej 25 tys. mieszk.	466	46,6
	Miasta poniżej 25 tys. mieszk.	234	23,4
	Wieś	300	30,0
Udział w projekcie dofinansowanym ze środków unijnych	Tak	127	12,7
	Nie	862	86,2
	Odmowa	11	1,1

Warto w tym miejscu poczynić jeszcze jedno zestawienie. Województwo zachodniopomorskie utworzono w 1999 roku z następujących części administracyjnych: województwa szczecińskiego (w całości), województwa koszalińskiego (w całości), województwa gorzowskiego (gminy powiatów choszczeńskiego i myśliborskiego), województwa pilskiego (gminy powiatu wateckiego) oraz województwa słupskiego (3 gminy powiatu sławieńskiego: Sławno (m.), Sławno (w.).

i Postomino). W związku z tym warto wspomnieć, iż ponad połowa z mieszkańców biorących udział w wywiadach była mieszkańcami byłego województwa szczecińskiego (54,2%) oraz byłego województwa gorzowskiego - 5,1% (są to powiaty leżące w obszarze działania ROEFS i Punktu Konsultacyjnego w Szczecinie), natomiast trzecia część respondentów była mieszkańcami byłego województwa koszalińskiego (27,7%), byłego województwa pilskiego - 2,0% oraz byłego województwa słupskiego - 2,1% (są to powiaty leżące w obszarze działania ROEFS i Punktu Konsultacyjnego w Koszalinie); dość znaczny odsetek badanych odmówił podania nazwy gminy, w której mieszka (8,9%).

3.1. Poziom świadomości istnienia EFS i PO KL oraz najczęściej wymieniane źródła informacji - wyniki badania opinii publicznej

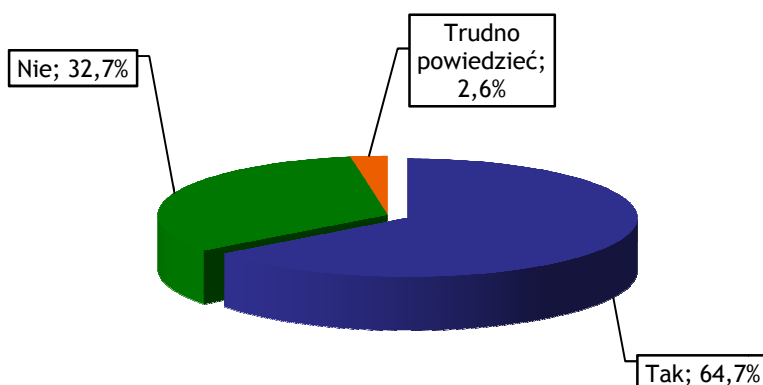
- Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego wiedzą, co to jest EFS / PO KL? (pyt. 4.1)
- Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego, którzy mogą zostać objęci wsparciem w ramach komponentu regionalnego PO KL znają logo PO KL / EFS? (pyt. 4.2)
- Z jakiego źródła mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego dowiedzieli się o istnieniu EFS? (pyt. 4.4)
- Jaki jest poziom wiedzy/rozpoznawalności PO KL wśród poszczególnych grup docelowych (benchmark będący podstawą do oceny zmiany w kolejnych badaniach)? (pyt. 4)

Jak wspomnieliśmy, jednym z elementów prowadzonego badania ewaluacyjnego było określenie poziomu świadomości PO KL i EFS mieszkańców województwa zachodniopomorskiego, którzy mogą zostać objęci wsparciem w ramach komponentu regionalnego PO KL (są oni potencjalnymi uczestnikami projektu). Należy zaznaczyć, że badana była znajomość spontaniczna przedmiotowych zagadnień.

W pierwszej kolejności mieszkańców województwa zachodniopomorskiego biorących udział w badaniach telefonicznych (N=1000) zapytaliśmy, czy słyszeli o jakichkolwiek programach dofinansowywanych ze środków Unii Europejskiej. Blisko dwie trzecie respondentów odpowiedziało, że słyszała o takich programach (64,7%) [wykres 1]. Równocześnie jednak większość spośród tych osób nie potrafiła wymienić nazwy żadnego programu dofinansowanego ze środków unijnych. Zaledwie 2,8% badanych wymieniło w odpowiedzi na pytanie „O jakich programach dofinansowanych ze środków unijnych P. słyszał/a?” nazwę PO KL. 1,1% respondentów wymieniło w odpowiedzi na to pytanie EFS, 0,5% program PHARE, 0,3% ZPORR, 0,2% EFRR. Nie znając generalnie nazw programów respondenci, w odpowiedzi na przytoczone pytanie wymieniali często działania, z którymi związane (i zwyczajowo kojarzone) jest dofinansowanie unijne (np. na szkolenia, kursy; na działalność gospodarczą) lub adresatów tych działań (np. dla przedsiębiorstw, na szkolnictwo, na rolnictwo, infrastrukturę). Ponad piąta część badanych odmówiła odpowiedzi na to pytanie (25,7%).

Wykres 1. Spontaniczna znajomość EFS i PO KL

Na podstawie P.1. „Czy słyszał/a P. o jakichś programach dofinansowanych ze środków Unii Europejskiej?”, N=1000

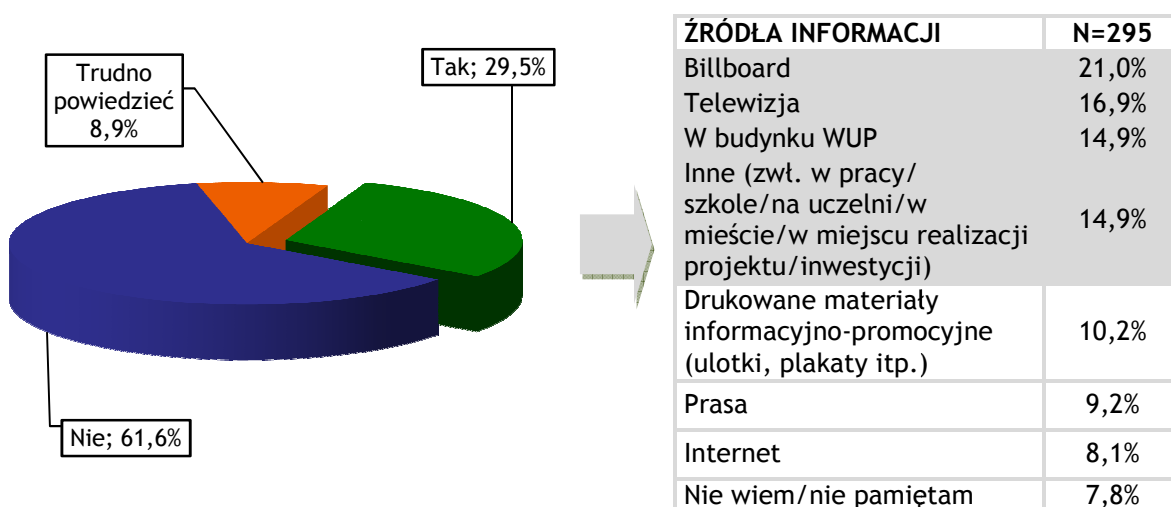


Mieszkańców województwa zachodniopomorskiego zapytaliśmy także o znajomość logo Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

Blisko trzecia część respondentów zadeklarowała, że spotkała się z logo Europejskiego Funduszu Społecznego (29,5%, 295 osoby). Najwięcej badanych spośród osób, które spotkały się z logo EFS (N=295) spotkało się z nim na billboardzie (21,0%), w telewizji (16,9%) oraz w budynku instytucji odpowiedzialnych za zarządzanie funduszami z EFS: w Wojewódzkim Urzędzie Pracy (14,9%). Na kolejnych miejscach wymieniane były takie źródła informacji, jak: drukowane materiały informacyjno-promocyjne: ulotki, czasopisma, broszury, plakaty itp. (10,2%), prasa (9,2%), internet (8,1%) [wykres 2].

Wykres 2. Stopień rozpoznawalności logo Europejskiego Funduszu Społecznego i źródła pozyskania informacji

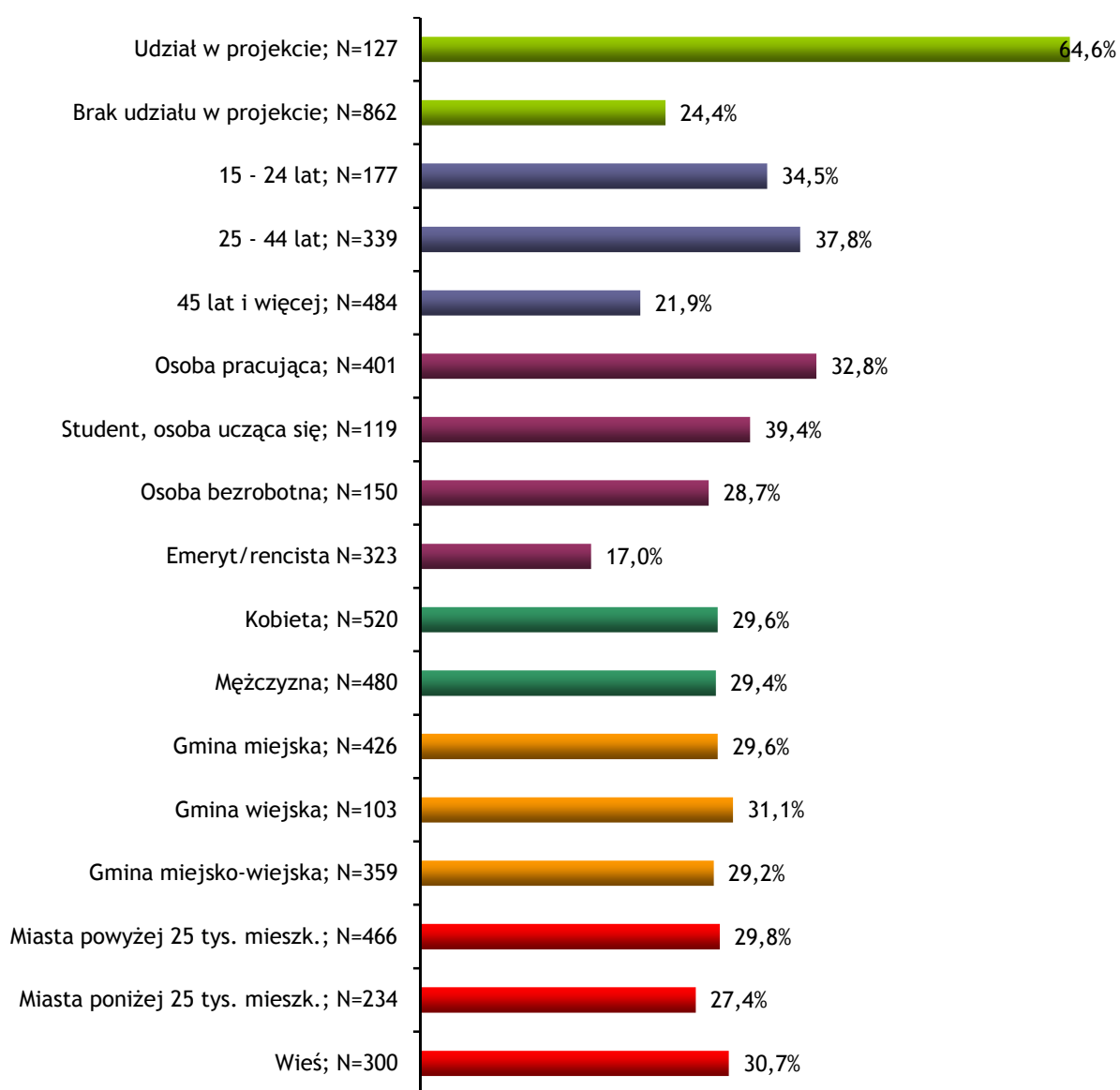
Na podstawie P.3. „Czy kiedykolwiek widział/a P. znak graficzny (logo) Europejskiego Funduszu Społecznego?” oraz 4. „Proszę powiedzieć, gdzie widział/a P. znak graficzny (logo) Europejskiego Funduszu Społecznego?”



Zdecydowanie częściej znajomość logo Europejskiego Funduszu Społecznego deklarowały osoby, które brały udział w jakimś projekcie dofinansowanym z EFS (64,6%). Lepszą znajomością logo EFS wykazywały się ponadto osoby w od 25 do 44 oraz od 15 do 24 lat (w sumie 72,3%) niż osoby w wieku 45 lat i więcej (21,9%). Osoby pracujące oraz studenci/osoby uczące się (39,4% oraz 32,8%) deklarowały znajomość logo EFS częściej niż osoby bezrobotne (28,7%) i zdecydowanie częściej niż emeryci/renciści (17,0%). Nie było istotnych różnic jeżeli chodzi o deklarowaną znajomość logo EFS w grupie kobiet i mężczyzn oraz w podziale ze względu na wielkość i typ miejscowości zamieszkania [wykres 3].

Wykres 3. Stopień rozpoznawalności logo Europejskiego Funduszu Społecznego w podziale na różne grupy respondentów.

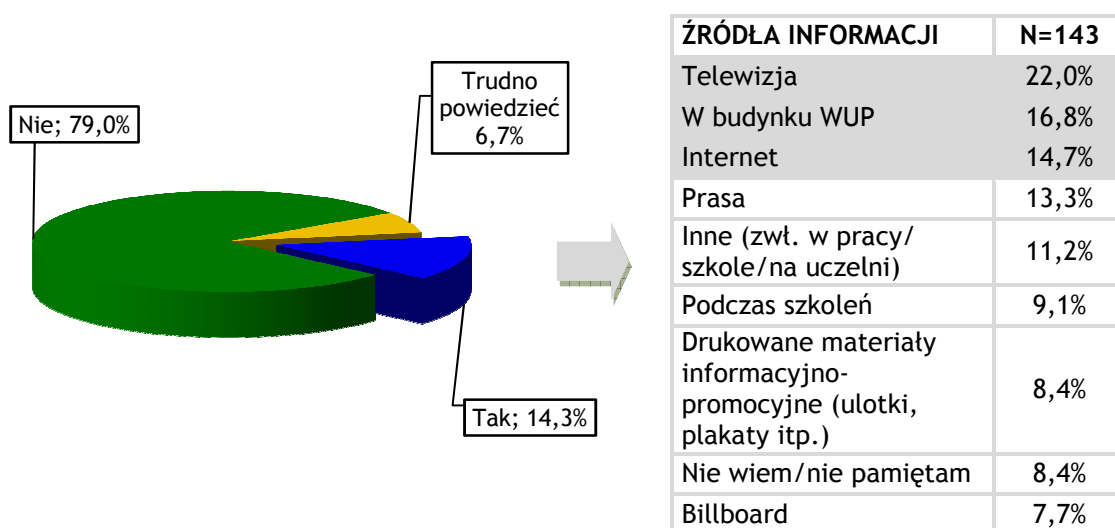
Na podstawie P.3. „Czy kiedykolwiek widział/a P. znak graficzny (logo) Europejskiego Funduszu Społecznego?”, N=1000



Logo Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki jest rozpoznawane na o wiele niższym poziomie niż logo Europejskiego Funduszu Społecznego. Znajomość logo PO KL zadeklarowało zaledwie 14,3% badanych mieszkańców województwa zachodniopomorskiego (143 osoby). Z logo PO KL najwięcej badanych spotkało się w telewizji (19,6%), w internecie (18,3%) oraz w budynku instytucji odpowiedzialnych za zarządzanie funduszami z EFS, np. w Wojewódzkim Urzędzie Pracy (16,5%). Mniejszy odsetek badanych spotkał się z nim w prasie (14,7%) i na billboardzie (8,3%) [wykres 4].

Wykres 4. Stopień rozpoznawalności logo Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki i źródła pozyskania informacji.

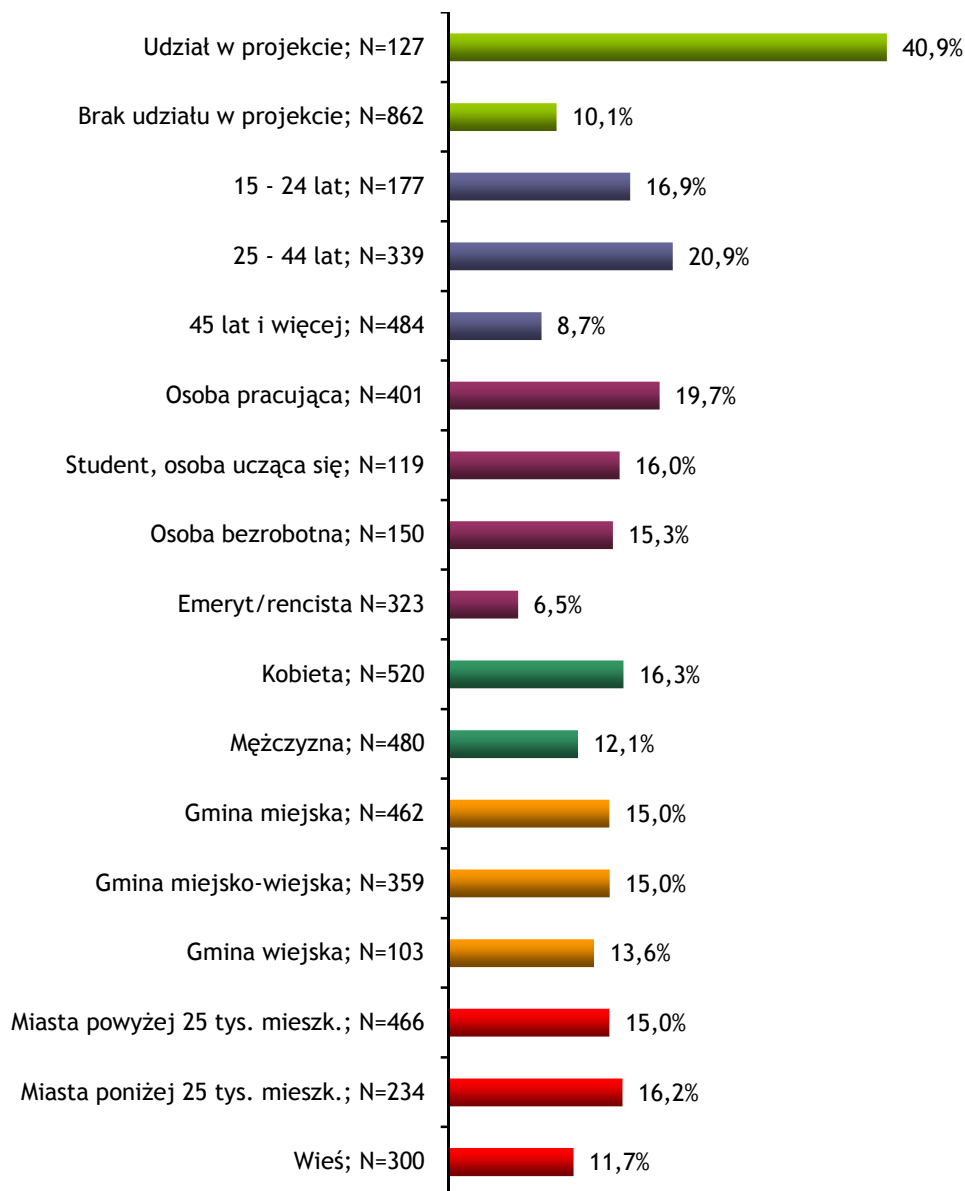
Na podstawie P.5. „Czy kiedykolwiek widział/a P. znak graficzny (logo) Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki?” oraz P.6. „Gdzie widział/a P. znak graficzny (logo) Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki?”



Podobnie, jak w przypadku logo Europejskiego Funduszu Społecznego, znajomość logo Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki częściej deklarowały osoby, które brały udział w jakimś projekcie dofinansowanym z EFS (40,9%). Większą znajomością logo PO KL wykazywały się osoby w wieku od 25 do 44 lat (20,9%) i od 15 do 24 lat (16,9%) niż osoby w wieku 45 lat i więcej (8,7%). Osoby pracujące deklarowały znajomość logo PO KL (19,7%) nieco częściej niż studenci/osoby uczące się (16,0%) i osoby bezrobotne (15,3%) oraz znacznie częściej niż emeryci/renciści (6,5%). Ponadto znajomość logo deklarowały nieco częściej kobiety niż mężczyźni (15,0% w stosunku do 12,1%) oraz nieco częściej mieszkańcy miast poniżej 25 tys. mieszkańców i miast powyżej 25 tys. mieszkańców w porównaniu z mieszkańcami wsi (15,0% i 16,2% w stosunku do 11,7%) [wykres 5].

Wykres 5. Stopień rozpoznawalności logo Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki w podziale na różne grupy respondentów.

Na podstawie P.5. „A czy kiedykolwiek widział/a P. znak graficzny (logo) Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki?”, N=1000

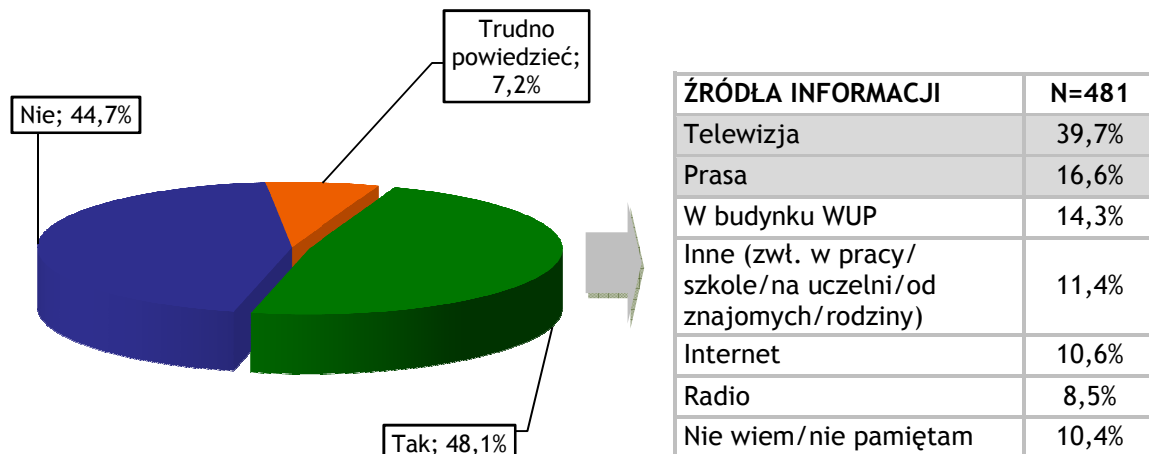


Badanych mieszkańców województwa zachodniopomorskiego zapytaliśmy również o to, czy kiedykolwiek spotkali się z nazwą: „Europejski Fundusz Społeczny” oraz z nazwą „Program Operacyjny Kapitał Ludzki”. Tych respondentów, którzy zadeklarowali znajomość nazw, spytaliśmy o źródła informacji na ten temat.

Z nazwą „Europejski Fundusz Społeczny” zetknęła się niemal połowa respondentów (48,1%; 481 osób). Zdecydowanie najczęściej wymienianym źródłem informacji była telewizja (39,7%), na dalszych miejscach wymieniane były prasa (16,6%), w budynku WUP (14,3%), inne, zwł. w pracy/szkole/na uczelni (11,4%), internet (10,6%) i radio (8,5%) [wykres 6].

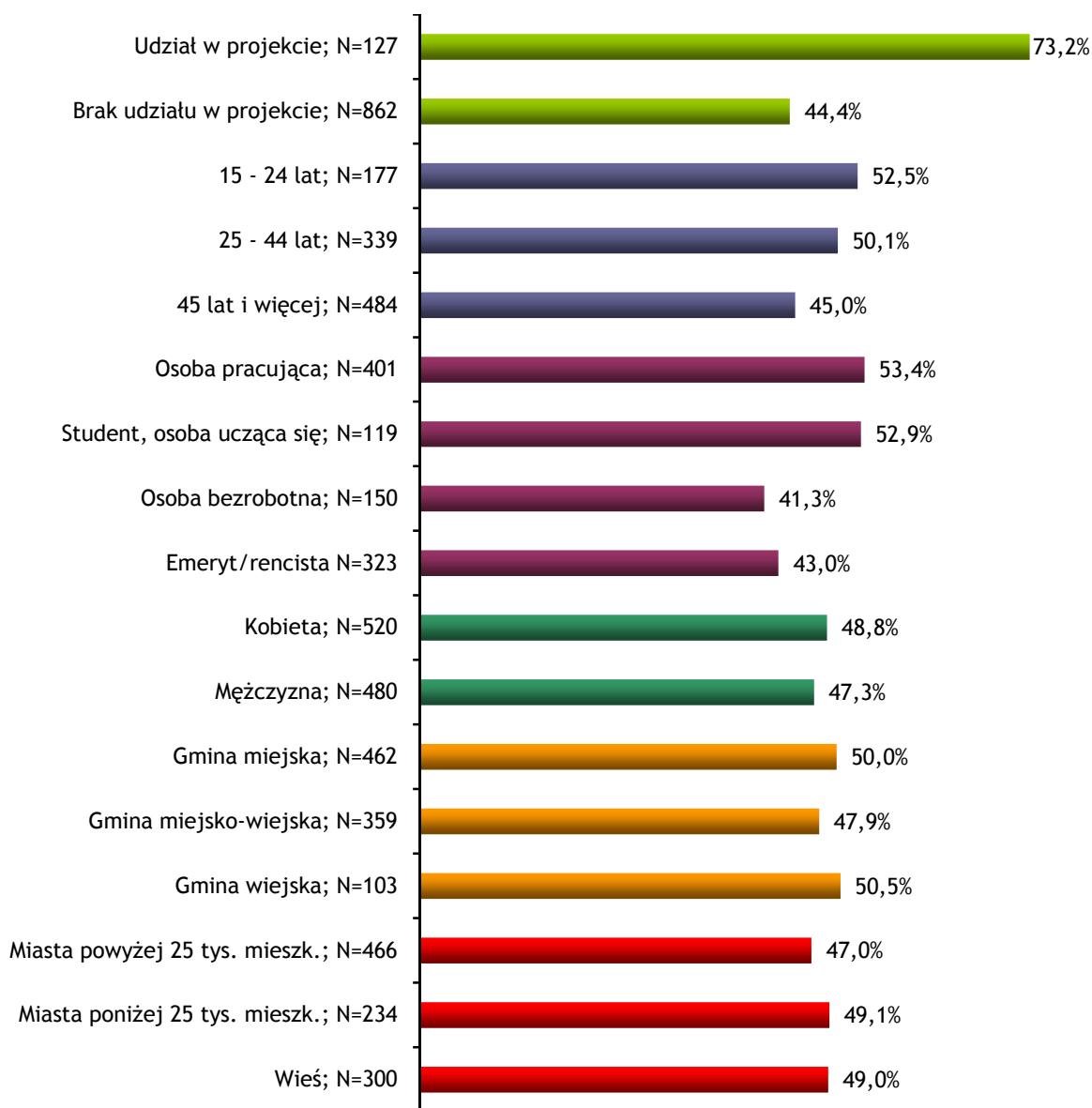
Wykres 6. Znajomość nazwy „Europejski Fundusz Społeczny” i źródła pozyskania informacji.

Na podstawie P.7. „Czy kiedykolwiek spotkał/a się P. z nazwą „Europejski Fundusz Społeczny”? oraz P.8. „Gdzie spotkał/a się P. z nazwą „Europejski Fundusz Społeczny”?



Znajomość nazwy „Europejski Fundusz Społeczny” deklarowały zdecydowanie częściej osoby, które brały udział w projekcie dofinansowanym z EFS (73,2%) oraz osoby w wieku 15 - 24 lat (52,5%) i 25 - 44 lata (50,1%) nieco częściej niż osoby w wieku powyżej 45 lat i więcej (45,0%) oraz częściej osoby pracujące (53,4%) i studenci/ osoby uczące się (52,9%) niż emeryci/renciści (43,0%) i osoby bezrobotne (41,3%). W przypadku pozostałych grup: podział ze względu na płeć, typ gminy, wielkość miejscowości zamieszkania nie odnotowano istotnych różnic [wykres 7].

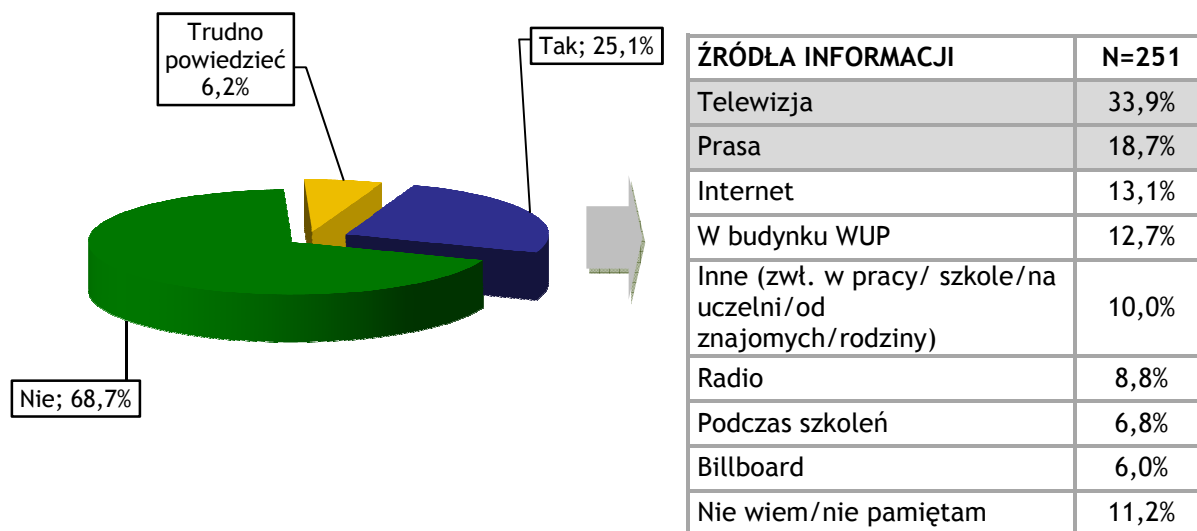
Wykres 7. Znajomość nazwy „Europejski Fundusz Społeczny” w podziale na różne grupy respondentów.
Na podstawie P.7. „Czy kiedykolwiek spotkał/a się P. z nazwą „Europejski Fundusz Społeczny”?, N=1000



Znacznie mniej, bo tylko czwarta część badanych zadeklarowała, że spotkała się z nazwą „Program Operacyjny Kapitał Ludzki” (25,1%, 251 osób). Najczęściej wymienianym w tym kontekście źródłem informacji była telewizja (42,4%), na dalszym miejscu znalazły się: prasa (26,7%), internet (19,3%), radio (10,3%) [wykres 8].

Wykres 8. Znajomość nazwy „Program Operacyjny Kapitał Ludzki” i źródła pozyskania informacji.

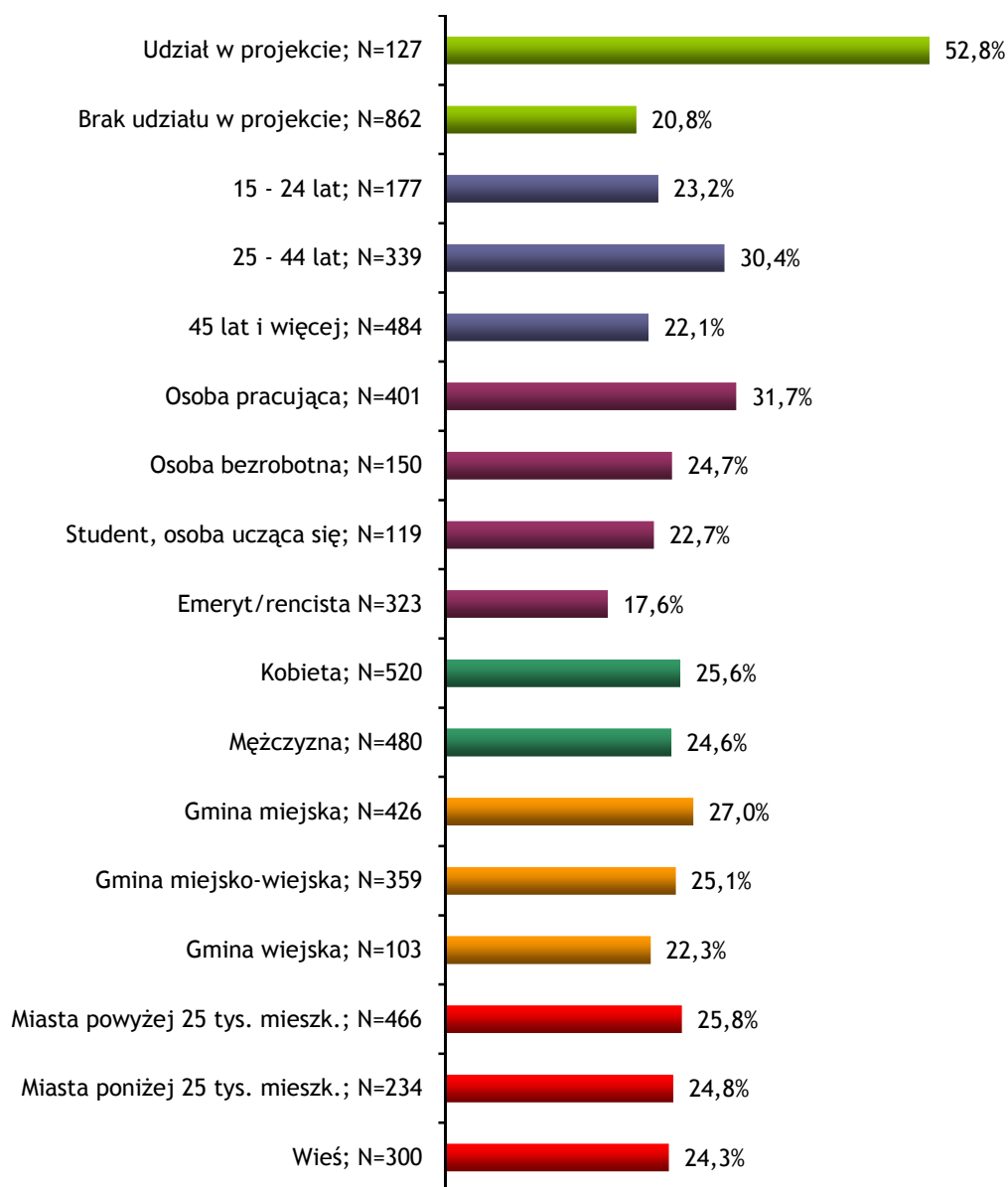
Na podstawie P.12. „A czy kiedykolwiek spotkał/a się P. z nazwą „Program Operacyjny Kapitał Ludzki”? oraz P.13. „Gdzie spotkał/a się P. z nazwą „Program Operacyjny Kapitał Ludzki”?



Wśród osób, które deklarowały znajomość nazwy „Program Operacyjny Kapitał Ludzki”, zdecydowanie częściej były to osoby, które brały udział w projekcie dofinansowanym z EFS (52,8%). Ponadto zdecydowanie częściej były to osoby pracujące (31,7%) niż osoby bezrobotne (24,7%) czy studenci/osoby uczące się (22,7%) czy emeryci/renciści (17,6%) oraz częściej osoby w wieku od 25 do 44 lat (30,4%) niż osoby wieku 15 - 24 lat (23,2%) i osoby w wieku 45 lat i więcej (22,1%). Nieco częściej znajomość tej nazwy wykazywały mieszkańcy gmin miejskich i miejsko-wiejskich w porównaniu z mieszkańcami gmin wiejskich (27,0% i 25,1% w stosunku do 22,3%). W przypadku podziału ze względu na płeć oraz wielkość miejscowości zamieszkania nie odnotowano istotnych różnic [wykres 9].

Wykres 9. Znajomość nazwy „Program Operacyjny Kapitał Ludzki” w podziale na różne grupy respondentów.

Na podstawie P.12. „A czy kiedykolwiek spotkał/a się P z nazwą „Program Operacyjny Kapitał Ludzki”?, N=1000



Podsumowując, poziom znajomości EFS i PO KL wśród mieszkańców województwa zachodniopomorskiego należy uznać za znajdujący się na przeciętnym poziomie³. Bardzo niski jest poziom znajomości spontanicznej EFS i PO KL, natomiast w przypadku znajomości wspomaganej niemal połowa badanych zadeklarowała, że spotkała się z nazwą „Europejski Fundusz Społeczny”

³ Por. m. in. raporty: „Ewaluacja kampanii informacyjno - promocyjnej Europejskiego Funduszu Społecznego na Dolnym Śląsku”, Public Profits Sp. z o.o., Poznań, styczeń 2009; „Badanie ewaluacyjne w zakresie efektywności i skuteczności działań informacyjno - promocyjnych, prowadzonych w województwie mazowieckim przez instytucje zaangażowane we wdrażanie regionalnego komponentu Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007 - 2013”, Public Profits Sp. z o.o., Poznań, czerwiec 2009.

(48,1%, 481 osób) a czwarta część respondentów deklaruje znajomość nazwy: „Program Operacyjny Kapitał Ludzki” (25,1%, 251 osób). Jeśli chodzi o znajomość logo, znajomość znaku graficznego Europejskiego Funduszu Społecznego zadeklarowała trzecia część badanych osób (29,5%, 295 osób) a znajomość znaku graficznego Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki siódma część respondentów (14,3%, 143 osoby).

Podkreślić w tym miejscu należy, że znacznie częściej znajomość zarówno nazwy jak i logo EFS oraz PO KL deklarowały osoby, które brały udział w projekcie dofinansowanym z EFS, osoby w wieku do 45 lat, zwł. osoby w wieku 24 - 44 lat oraz osoby pracujące i uczniowie/osoby uczące się.

Najczęściej wymienianymi źródłami informacji w omawianym kontekście były: telewizja oraz budynki instytucji zaangażowanych we wdrażanie funduszy unijnych w regionie (m.in. WUP) a także billboardy, prasa oraz internet. Respondenci spotykali się też z EFS i PO KL w pracy, szkole oraz na uczelni. Można zatem zauważyć, że z jednej strony preferowanym przez mieszkańców źródłem informacji jest telewizja, z drugiej strony - pozyskują oni informacje z dość szerokiego spektrum źródeł informacji.

3.2. Zakres wiedzy na temat EFS i PO KL i poziom akceptacji dla działań prowadzonych w ich ramach - wyniki badania opinii publicznej

- Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego wiedzą czemu służą działania współfinansowane z EFS / PO KL (jaki jest ich cel)? (pyt. 4.3)
- Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego uważają, że wsparcie z EFS jest potrzebne? (pyt. 4.5)
- Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego i potencjalni projektodawcy wiedzą, jakie działania mogą być dofinansowane z EFS? (pyt. 4.6)
- Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego i potencjalni projektodawcy wiedzą, do jakich grup kierowane są działania w ramach PO KL? (pyt. 4.8)
- Czy mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego i potencjalni projektodawcy wiedzą, jakie instytucje są zaangażowane we wdrażanie PO KL w województwie? (pyt. 4.7)

W dalszej części telefonicznych wywiadów prowadzonych z mieszkańcami województwa zachodniopomorskiego, dążyliśmy do poznania ich wiedzy odnośnie EFS i PO KL, w tym znajomości dofinansowywanych z EFS działań, znajomości instytucji zaangażowanych we wdrażanie PO KL w województwie zachodniopomorskim oraz akceptacji dla wspomnianych działań.

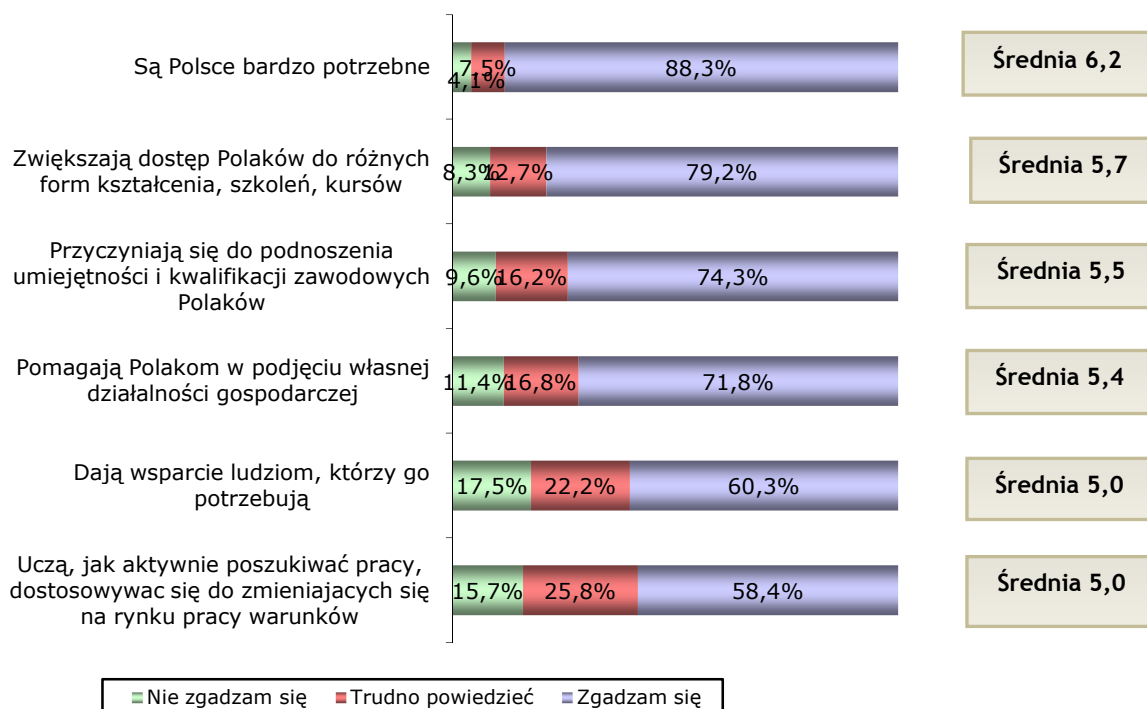
Osoby, które zadeklarowały znajomość nazwy „Europejski Fundusz Społeczny” (N=481), zapytaliśmy o opinie na temat różnych stwierdzeń obrazujących poziom akceptacji dla działań dofinansowywanych z EFS. Jak wynika z odpowiedzi, większość badanych odnosi się do EFS pozytywnie: 88,3% respondentów uważa, że prowadzone działania są Polsce bardzo potrzebne; 79,2% badanych uważa, że zwiększają dostęp Polaków do różnych form kształcenia, szkoleń, kursów. Znaczny odsetek badanych zgodził się także ze stwierdzeniami, iż: działania dofinansowane

z EFS w ramach PO KL: przyczyniają się do podnoszenia umiejętności i kwalifikacji zawodowych Polaków (74,3%) oraz pomagają Polakom w podjęciu własnej działalności gospodarczej (71,8%). Najmniejszy odsetek badanych uznał, że działania te dają wsparcie ludziom, którzy go potrzebują (60,3%) oraz uczą jak aktywnie poszukiwać pracy, dostosowywać się do zmieniających się na rynku pracy warunków (58,4%) [wykres 10].

Wykres 10. Wizerunek Europejskiego Funduszu Społecznego.

Na podstawie P.11. „Na ile zgadza się P. lub nie zgadza z poniższymi twierdzeniami dotyczącymi działań dofinansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego?”. Oceny proszę dokonać na skali od 1 do 7, gdzie 1 oznacza zdecydowanie się nie zgadzam, natomiast 7 zdecydowanie się zgadzam, N=481

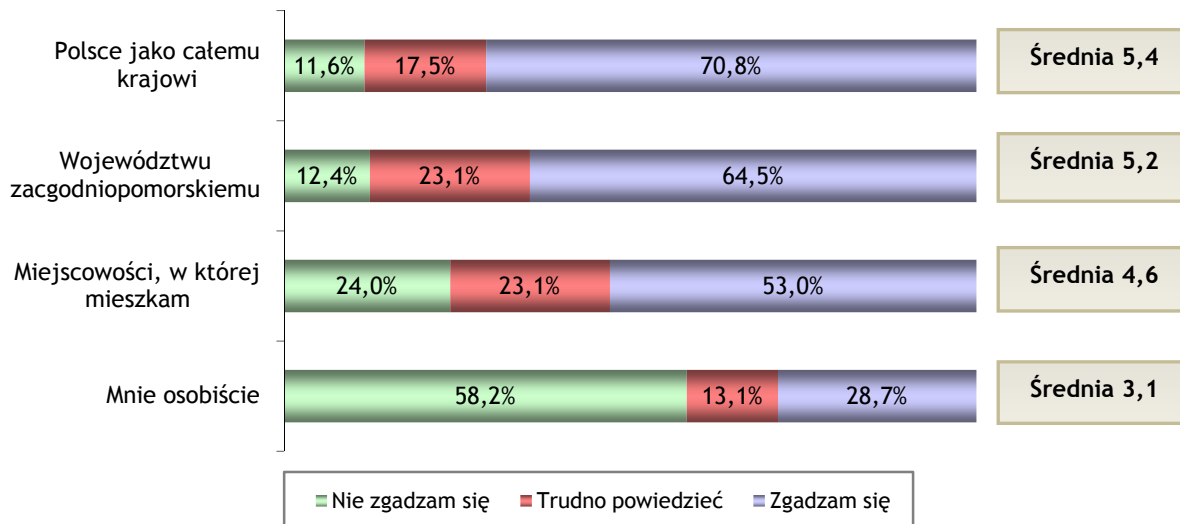
Działania dofinansowane z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach PO Kapitał Ludzki...



Osoby, które zadeklarowały znajomość nazwy Program Operacyjny Kapitał Ludzki (N=251), zapytaliśmy z kolei o opinie na temat różnych stwierdzeń, które obrazowały sposób ich postrzegania tego Programu, pewien poziom „bliskości” działań dofinansowywanych z EFS w ramach PO KL. Pytanie miało na celu pośrednie sprawdzenie czy respondenci dostrzegają fakt, że Program dzieli się na dwa komponenty: centralny, który odnosi się do działań podejmowanych na skalę krajową oraz regionalny, który odnosi się do działań, które przynajmniej teoretycznie powinny być odbierane przez respondentów, jako coś im „bliższego”. Jak wynika z odpowiedzi 70,8% respondentów uważa, że projekty dofinansowane z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki przyniosą korzyści Polsce jako całemu krajowi; 64,5% badanych uważa, że przyniosą one korzyści województwu zachodniopomorskiemu; 53,0% respondentów uważa, że projekty te przyniosą korzyści miejscowościom (miastom, wsiom), w których mieszkają. Najmniejsza część respondentów uważa, że projekty dofinansowane z PO KL przyniosą korzyści im osobiście (28,7%) [wykres 11].

Wykres 11. Wizerunek Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

Na podstawie P.15. „Na ile zgadza się P. lub nie zgadza z poniższymi twierdzeniami dotyczącymi projektów dofinansowanych z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki?”. Oceny proszę dokonać na skali od 1 do 7, gdzie 1 oznacza zdecydowanie się nie zgadzam, natomiast 7 zdecydowanie się zgadzam, N=251

Projekty dofinansowane z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki przynoszą korzyści...

Kolejne pytania miały na celu określenie poziomu wiedzy mieszkańców województwa na temat EFS i PO KL. Na początek, respondenci, którzy zadeklarowali znajomość nazw lub logo EFS i PO KL, zostali zapytani o to, z czym kojarzą im się nazwy „Europejski Fundusz Społeczny” oraz „Program Operacyjny Kapitał Ludzki”. Nazwa „Europejski Fundusz Społeczny” kojarzy się respondentom przede wszystkim ze słowem *dofinansowanie, dotacje* (36,5%). Ponadto kojarzy im się ona ogólnie mówiąc z pomocą dla ludzi (17,5%), pomocą społeczną (8,7%), szkoleniami/kursami (6,9%). Przy czym równocześnie znacząca grupa badanych nie miała żadnych skojarzeń z nazwą Europejski Fundusz Społeczny (17,5%), dla (N=481).

Natomiast nazwa „Program Operacyjny Kapitał Ludzki” kojarzy się respondentom przede wszystkim z ogólnie pojętym doskazytaniem, podnoszeniem kwalifikacji (25,2%) oraz dofinansowaniem, dotacjami (6,0%). Również w tym wypadku, znaczny odsetek badanych nie miał żadnych skojarzeń z tą nazwą (20,4%), dla N=251.

Należy uznać zatem, że respondenci mają adekwatne do rzeczywistości skojarzenia z omawianymi nazwami, jednak trzeba podkreślić, że są one dość ogólne. Niepokojący jest także fakt, że znaczny odsetek badanych deklarujących znajomość nazw EFS i PO KL nie miał następnie żadnych skojarzeń z tymi nazwami⁴.

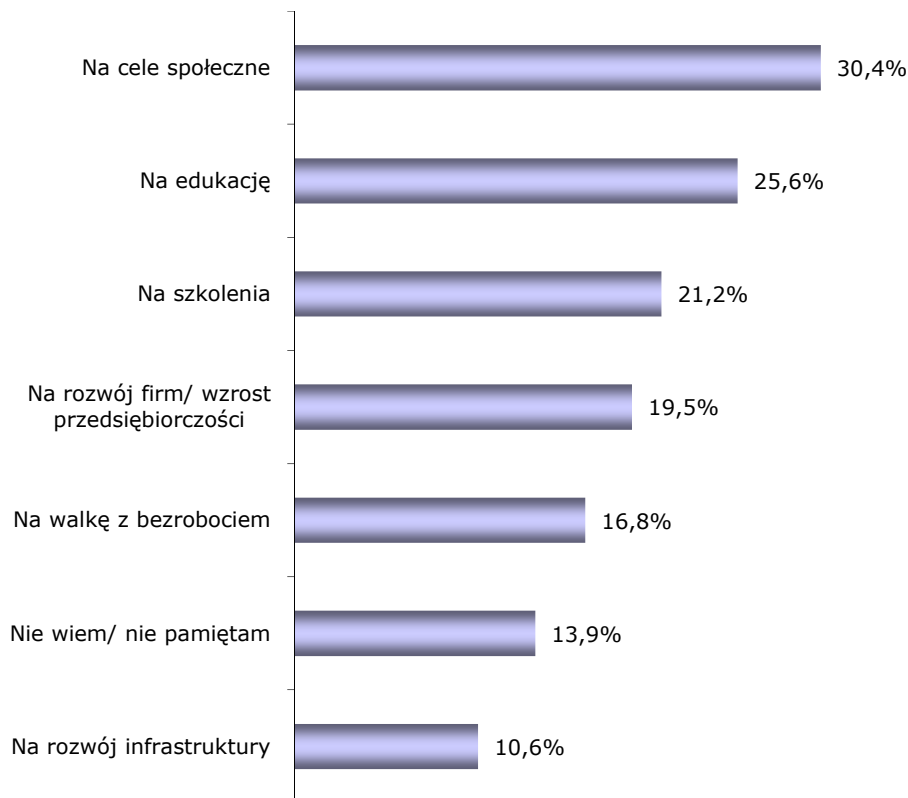
Osoby, które zadeklarowały znajomość nazwy „Europejski Fundusz Społeczny” (N=481) poprosiliśmy również, aby wymienić cele, na jakie są przeznaczone pieniądze z EFS. Najwięcej osób wskazało

⁴ Źródło: na podstawie P.9. „Z czym kojarzy się P, nazwa „Europejski Fundusz Społeczny?” oraz P. 14. „Z czym kojarzy się P. nazwa „Program Operacyjny Kapitał Ludzki?”.

ogólnie, że są to cele społeczne (30,4%), następnie zaś: edukacja (25,6%), szkolenia (21,2%) oraz rozwój firm/wzrost przedsiębiorczości (19,5%) i walkę z bezrobociem (16,8%) [wykres 12].

Wykres 12. Znajomość celów, na jakie przeznaczone są środki z EFS.

Na podstawie P.10. „Na jakie cele P. zdaniem przeznaczone są środki z Europejskiego Funduszu Społecznego?”, N=481



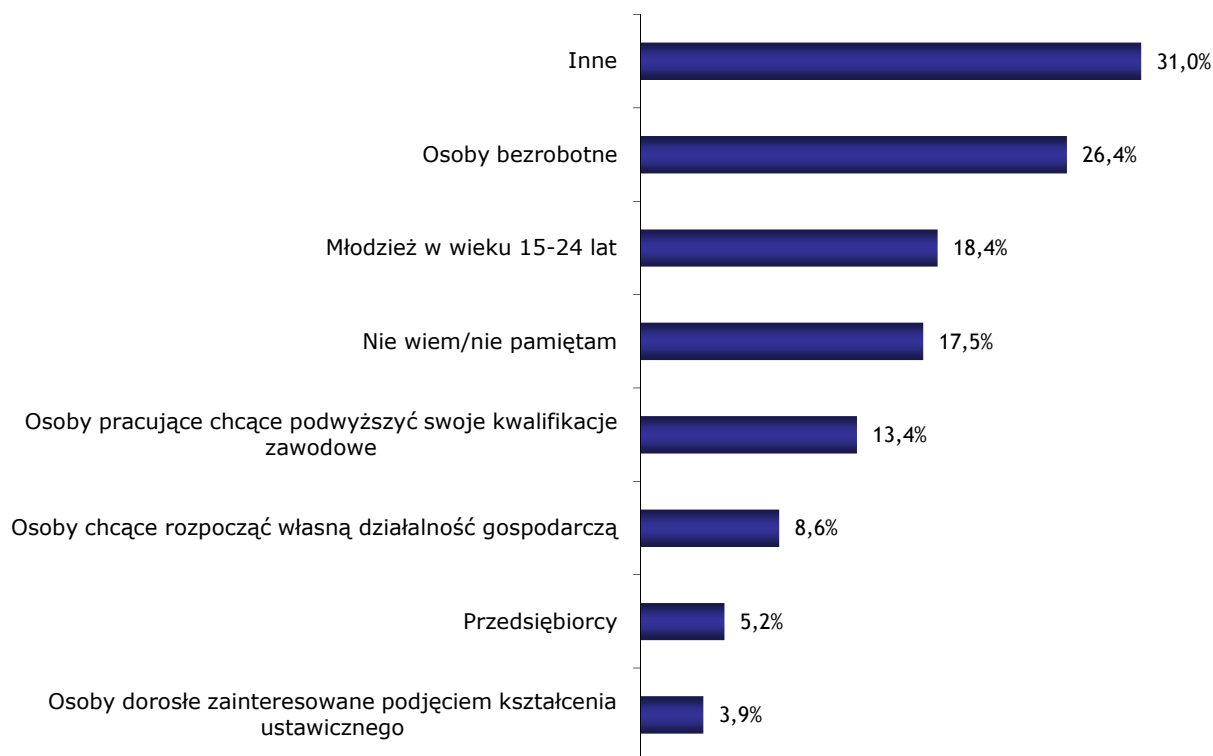
Pozostałe poniżej 10,0%: Na rolnictwo, na rozwój gospodarczy kraju, na rozwój regionalny, na cele kulturalne, na służbę zdrowia, na wsparcie niepełnosprawnych, na niepotrzebne wydatki, na ochronę środowiska.

Respondentom, którzy zadeklarowali znajomość nazw „Europejski Fundusz Społeczny” i/lub „Program Operacyjny Kapitał Ludzki” (N=538) zadaliśmy również pytanie o to, kto może ich zdaniem uczestniczyć w projektach dofinansowanych z EFS w ramach PO KL.

Badani mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego nie potrafili najczęściej wskazać adresatów działań prowadzonych w ramach PO KL: najczęściej udzielali odpowiedzi „inne”, pod którymi kryły się odpowiedzi bardzo ogólne typu „dla wszystkich”, „dla ludzi, którzy mają pomysły/dla ludzi twórczych” lub odpowiedzi nieistotne (31,0%). Dość duży odsetek badanych nie potrafił udzielić żadnej odpowiedzi na to pytanie (17,5%). Spośród odpowiedzi istotnych, nieco ponad czwarta część badanych wskazała na osoby bezrobotne, jako potencjalnych beneficjentów wsparcia udzielanego w ramach PO KL (26,4%). Poza tym respondenci wskazywali na młodzież w wieku 15 - 24 lat (18,4%), osoby pracujące chcące podwyższyć swoje kwalifikacje zawodowe (13,4%), osoby chcące rozpocząć własną działalność gospodarczą (8,6%), przedsiębiorców (5,2%), osoby dorosłe zainteresowane podjęciem kształcenia ustawicznego (3,9%) [wykres 13].

Wykres 13. Znajomość potencjalnych beneficjentów wsparcia udzielanego w ramach PO KL.

Na podstawie P. 16. „A kto może według P. uczestniczyć w projektach dofinansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki?”, N=538



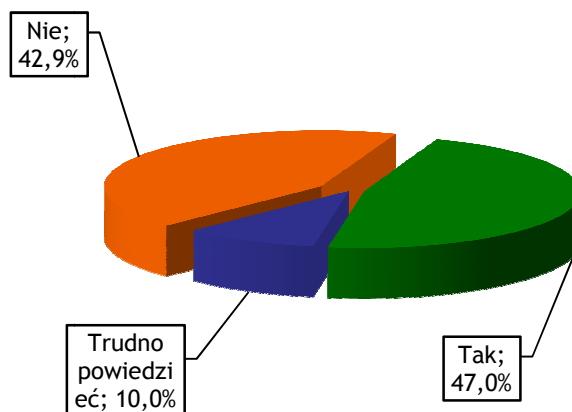
Pozostałe poniżej 3,0%: mieszkańcy gmin wiejskich, miejsko wiejskich oraz miast do 25 tys.; osoby zagrożone wykluczeniem społecznym (niepełnosprawne, uchodźcy, cudzoziemcy, osoby opuszczające zakłady karne, uzależnione, bezdomne itp.); rolnicy zamierzający podjąć pracę poza sektorem rolniczym; kobiety; klienci instytucji rynku pracy; pracownicy podmiotów ekonomii społecznej (organizacji pozarządowych, spółdzielni: pracy, inwalidów, socjalnych); kadra naukowa i akademicka; pracownicy instytucji pomocy i integracji społecznej (m.in. ośrodków pomocy społecznej i powiatowych centrów pomocy rodzinie, centrów integracji społecznej, zakładów aktywności zawodowej itp.); osoby zajmujące się aktywizacją zawodową osób bezrobotnych (pracownicy instytucji rynku pracy, pośrednicy pracy, doradcy zawodowi itp.); klienci instytucji pomocy społecznej (osoby korzystające ze świadczeń socjalnych); kadra pedagogiczna.

Respondentów zapytaliśmy także o to, jakie formy wsparcia oferują projekty dofinansowane z EFS w ramach PO KL oraz skąd dowiedzieli się o możliwości uzyskania takiej formy wsparcia (N=538). Zdecydowana większość odpowiedziała ogólnie, że w ramach projektów można uzyskać dofinansowanie, dotacje (80,8%). Pozostałe wskazania nie przekroczyły 2,0%. O wskazanych formach wsparcia respondenci dowiadali się najczęściej z telewizji (40,3%), z prasy (27,5%), z innych źródeł, zwł. od znajomych/rodziny oraz w pracy/szkole/na uczelni (19,2%) i z internetu (18,0%). Pewien odsetek badanych, jako źródło informacji o możliwym wsparciu, wskazał informacje uzyskane w Wojewódzkim Urzędzie Pracy i/lub Regionalnym Ośrodku EFS (10,9%).

Respondenci, którzy zadeklarowali znajomość EFS i PO KL, zostali także zapytani bezpośrednio o to, czy ich zdaniem mogliby sami wziąć udział w jakimś projekcie dofinansowanym z EFS. Twierdząco odpowiedziało na to pytanie blisko połowa respondentów (47,0%) [wykres 14].

Wykres 14. Znajomość warunków pozyskania wsparcia z EFS w ramach PO KL.

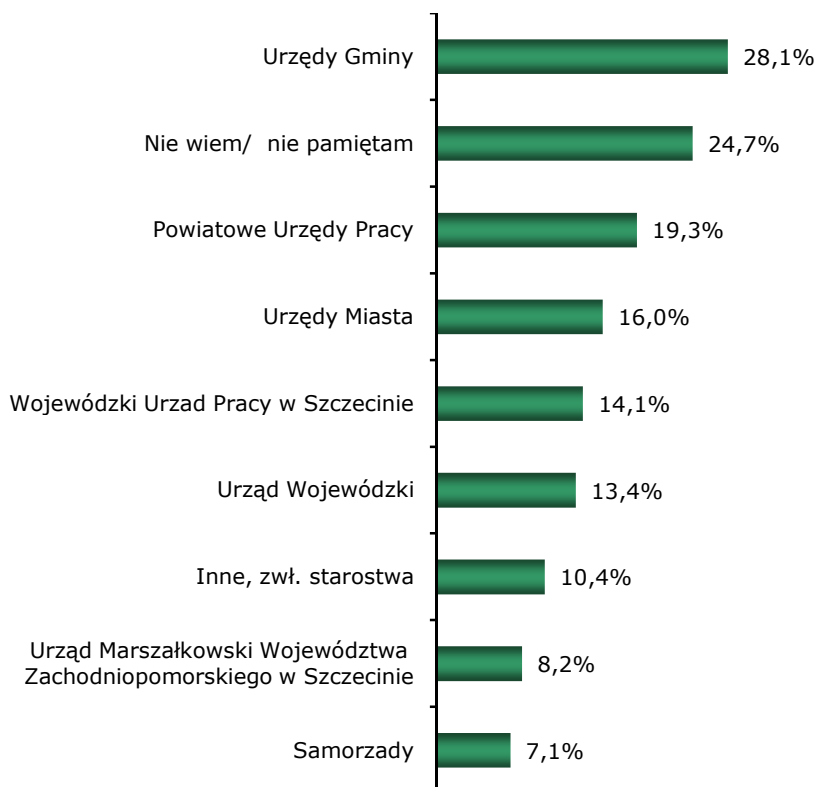
Na podstawie P. 17. „A czy P. zdaniem, P. mógłby/mogłaby wziąć udział w projekcie dofinansowanym z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki?”, N=538



Mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego, którzy zadeklarowali znajomość przynajmniej z nazwy EFS i PO KL, zostali poproszeni również o wymienienie instytucji, które ich zdaniem dysponują środkami z Europejskiego Funduszu Społecznego.

Największa grupa badanych (N=538), wskazała na urzędy gminy jako dysponentów środków z Europejskiego Funduszu Społecznego (28,1%). Mniejsze grupy respondentów wskazywały na takie instytucje jak: Powiatowe Urzędy Pracy (19,3%), Urzędy Miasta (16,0%). Blisko czwarta część respondentów nie potrafiła wskazać żadnych instytucji dysponującej środkami z EFS (24,7%). Instytucję faktycznie odpowiedzialną za wdrażanie komponentu regionalnego PO KL - Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie - wskazało niewielki odsetek badanych (14,1%) [wykres 15].

Wykres 15. Znajomość instytucji dysponujących środkami z Europejskiego Funduszu Społecznego w Polsce.
Na podstawie P. 22. „Jakie instytucje dysponują P. zdaniami środkami z Europejskiego Funduszu Społecznego w Polsce?”, N=538

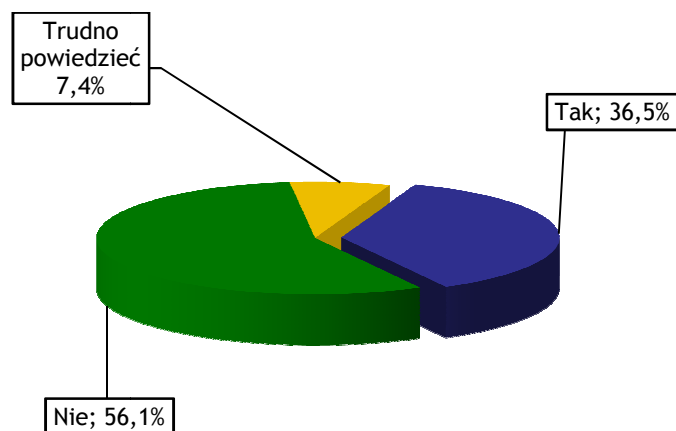


Pozostałe, poniżej 5,0%: Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, ośrodki pomocy społecznej, placówki oświatowe, organizacje pozarządowe/fundacje, instytucje związane z pomocą społeczną; organizacje pozarządowe/fundacje; Regionalny Ośrodek Europejskiego Funduszu Społecznego, instytucje związane z pomocą społeczną, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości; Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych; Powiatowe Centra Pomocy Rodzinie; Ministerstwo Edukacji Narodowej.

Mieszkańców województwa zachodniopomorskiego, którzy zadeklarowali znajomość przynajmniej z nazwy EFS i PO KL, zapytaliśmy także o to, czy są zainteresowani wzięciem udziału w projekcie dofinansowanym z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Twierdząco odpowiedziała ponad trzecia część badanych (36,5%) [wykres 16].

Wykres 16. Zainteresowanie udziałem w projekcie dofinansowanym z EFS.

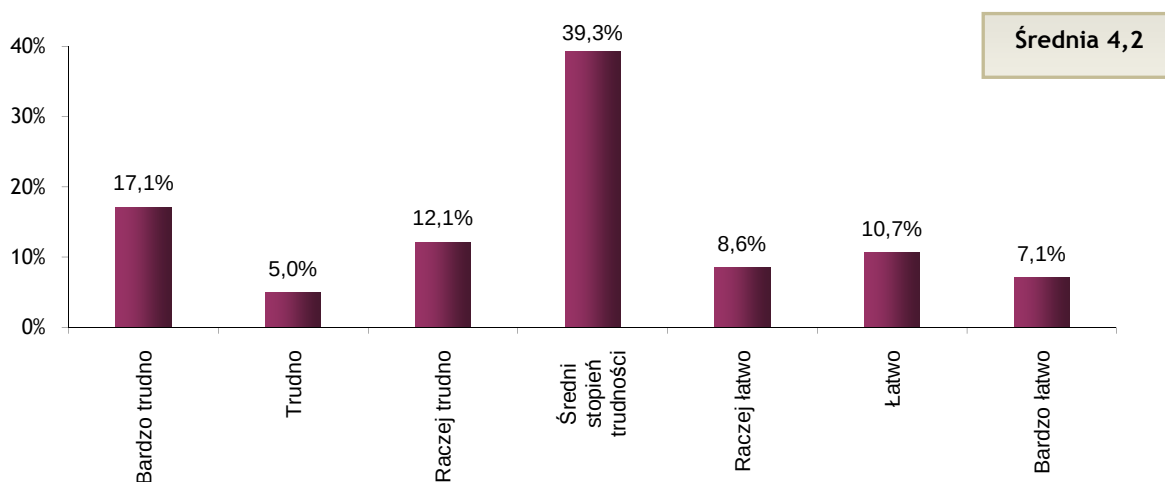
Na podstawie P. 18. „A czy jest P. zainteresowany/a wzięciem udziału w projekcie dofinansowanym z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki?”, N=715



Następnie respondenci zainteresowani udziałem w projekcie dofinansowanym z EFS (N=140) zostali zapytani czy łatwo jest w ich opinii spełnić wymagania umożliwiające udział w takim projekcie. Większość badanych stwierdziła, że spełnienie wymagań cechuje średni stopień trudności (39,3%), nieco ponad trzecia część badanych stwierdziła, że trudno jest spełnić wymagania umożliwiające udział w projekcie dofinansowanym z EFS (w sumie 34,2%) a blisko trzecia część badanych stwierdziła, że łatwo jest spełnić wspomniane wymagania (26,4%) [wykres 17].

Wykres 17. Stopień trudności pozyskania wsparcia z EFS w ramach PO KL.

Na podstawie P. 19. „Czy według P. łatwo jest spełnić wymagania umożliwiające udział w projekcie dofinansowanym z Europejskiego Funduszu Społecznego? Oceny proszę dokonać na skali od 1 do 7, gdzie jeden oznacza bardzo łatwe, natomiast 7 bardzo trudne, natomiast 4 średni stopień trudności”, N=191



Z danych przedstawionych powyżej wynika, że mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego w bardzo wysokim stopniu akceptują działania dofinansowywane z Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Warto jeszcze raz przypomnieć, iż ponad połowa respondentów uważa, że projekty dofinansowane z PO KL przyniosą korzyści województwu

zachodniopomorskiemu oraz miejscowości, w której mieszkają a blisko trzecia część z nich uważa, że projekty te mogą przynieść korzyści im osobiście. Bardzo pozytywnym wskaźnikiem jest również to, że duży odsetek badanych świadomych istnienia Funduszu, ponad trzecia część z nich, deklaruje chęć wzięcia udziału w projekcie w jego ramach dofinansowanym. Ogólnie mówiąc, świadomość istnienia EFS i PO KL oraz akceptację dla realizowanych w ich ramach działań należy ocenić jako wysokie.

Równocześnie jednak, z przeprowadzonych wywiadów wynika, że mieszkańcy województwa posiadają pewną wiedzę odnośnie zakresu wsparcia, które oferuje EFS w ramach PO KL, lecz nie jest ona wystarczająca gdy uwzględnimy iż stanowią oni zarazem grupę potencjalnych uczestników projektów realizowanych w ramach komponentu regionalnego PO KL. Respondenci posiadają adekwatne do rzeczywistości skojarzenia z omawianymi nazwami, poprawnie identyfikują cele, które realizuje Fundusz, choć należy podkreślić, że skojarzenia są raczej ogólne, także jeśli chodzi o oferowane formy wsparcia. Szczególnie podkreślić należy, że badani mieszkańcy mieli kłopot ze wskazaniem potencjalnych beneficjentów działań, adresatów wsparcia oferowanego w ramach PO KL oraz instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie Programu w województwie (dysponujących zarazem informacjami o Programie). W tym miejscu należy przywołać opinie projektodawców uczestniczących w wywiadzie pogłębionym, którzy przyznają, iż miewają problemy z rekrutacją uczestników do realizowanych przez siebie projektów. Z problemem tym spotykają się najczęściej rekrutując uczestników projektów na wsiach i w małych miastach, a ponadto prowadząc rekrutację wśród pewnych grup potencjalnych uczestników, zwł. osób niepełnosprawnych, bezrobotnych. W ich opinii problem ten wynika z tego, że potencjalni uczestnicy projektów nie uświadamiają sobie często korzyści płynących z udziału w projektach (kursach, szkoleniach), ale również z tego, że nie posiadają często pewnych kluczowych z ich punktu widzenia informacji, jak np. to że oferowane szkolenia, kursy SA całkowicie bezpłatne. Pewnym potwierdzeniem wyników badania CATI są również opinie pracowników instytucji odpowiedzialnych za informowanie i promowanie POKL, którzy są zgodni, co do tego, że świadomość zgłaszających się do nich po informację mieszkańców nt. istnienia Programu istotnie się zwiększa, jednak wiedza o poszczególnych formach wsparcia jest wciąż niska.

3.3. Ocean dostępności informacji nt. EFS i PO KL i preferowane źródła informacji - wyniki badania opinii publicznej

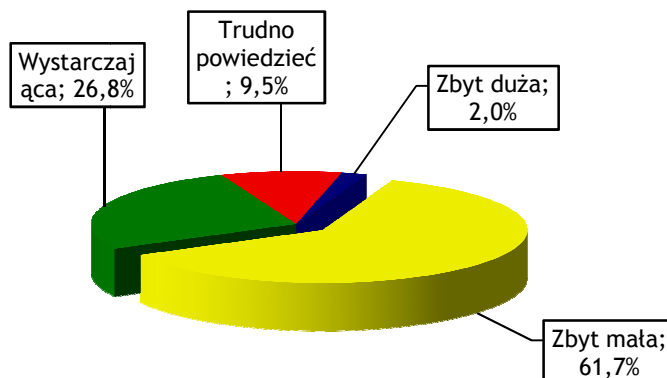
➤ Czy zdaniem potencjalnych projektodawców i projektodawców oraz potencjalnych uczestników projektu (mieszkańców województwa) informacja na temat PO KL jest łatwo dostępna? Czy grupy te napotkały na jakiegokolwiek bariery w uzyskaniu informacji na temat PO KL? Jeżeli tak: na jakie, z czego wynikały? (pyt. 1.3.4)

Mieszkańców województwa zachodniopomorskiego, którzy zadeklarowali znajomość, przynajmniej z nazwy, EFS i PO KL, zapytaliśmy także o opinie na temat dostępności informacji na temat EFS i PO

KL. Większość respondentów uznała, że tych informacji jest zbyt mało (61,7%), wystarczającą ilość informacji otrzymuje niespełna trzecia część respondentów (26,8%) [wykres 18].

Wykres 18. Dostępność informacji dotyczących EFS i PO KL.

Na podstawie P. 23. „Czy według P. ilość informacji dotyczących Europejskiego Funduszu Społecznego i Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki jest: zbyt mało; wystarczająca; zbyt duża?”, N=538

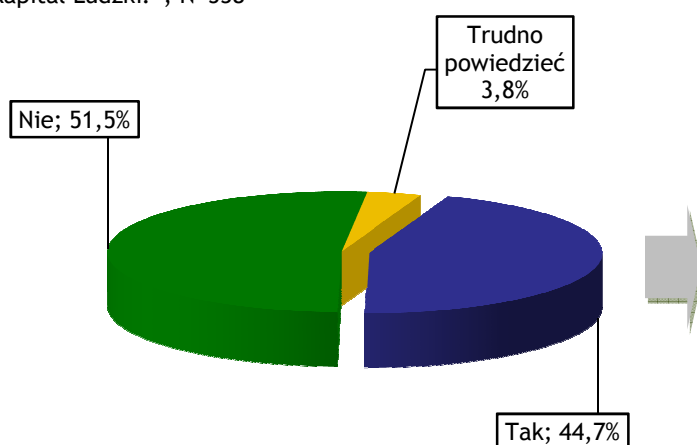


Uczestniczący w wywiadach telefonicznych mieszkańcy, którzy zadeklarowali znajomość EFS i PO KL, zostali zapytani o to czy są zainteresowani otrzymywaniem informacji o EFS i PO KL oraz jakie źródła informacji w tym kontekście preferują.

Zainteresowanie otrzymywaniem informacji na temat EFS i PO KL zadeklarowało 44,7% respondentów (447 osób). Prawie połowa respondentów zainteresowanych otrzymywaniem informacji wskazała internet jako preferowane źródło informacji (42,5%), na kolejnych miejscach wskazane zostały: publikacje informacyjno-promocyjne (32,4%), telewizja (30,4%), prasa (20,6%), radio (9,4) [wykres 19].

Wykres 19. Zainteresowanie informacjami na temat EFS i PO KL.

Na podstawie P. 24. „Czy jest P. zainteresowany/a otrzymywaniem informacji na temat Europejskiego Funduszu Społecznego/Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki?” oraz P.25. „Z jakiego źródła informacji chciałby/aby P. pozyskiwać informacje na temat Europejskiego Funduszu Społecznego/Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki?”, N=538



PREFEROWANE ŹRÓDŁA INFORMACJI	N=447
Internet	42,5%
Publikacje informacyjno-promocyjne (ulotki, czasopisma, broszury, plakaty itp.)	32,4%
Telewizja	30,4%
Prasa	20,6%
Radio	9,4%
Inne, zwł. pocztą tradycyjną i e-mailowa oraz telefonicznie	8,1%
Nie wiem/nie pamiętam	2,7%

Na podstawie całości wyników otrzymanych z badania opinii publicznej oraz opinii uczestników wywiadów pogłębionych należy stwierdzić, iż polityka informacyjna prowadzona w odniesieniu do mieszkańców województwa zachodniopomorskiego przynosi pozytywne rezultaty, takie jak wzrost świadomości istnienia EFS, PO KL, duża akceptacja dla działań podejmowanych w ich ramach itp. Równocześnie z badań wynika, iż mieszkańcy biorący udział w badaniach CATI zgłaszają zapotrzebowanie na większą ilość informacji odnośnie POKL i wskazując preferowane źródła informacji. Z przeprowadzonych wywiadów indywidualnych oraz wywiadu grupowego płyną kolejne ważne wnioski, mówiące o konieczności odpowiedniego nacechowania komunikatów kierowanych do opinii publicznej - powinni być oni informowani o konkretnych korzyściach płynących z udziału w projektach (również o korzyściach płynących z ich osobistego uczestniczenia w nich). Również przedstawiciel IZ POKL, którego poprosiliśmy o opinię na temat działań informacyjnych i promocyjnych dot. POKL podkreślał, że instytucje działające w regionach nie powinny się skupiać jedynie na potencjalnych projektodawcach i projektodawcach podejmując działania informacyjne i promocyjne, że powinny one pamiętać o mieszkańcach jako potencjalnych uczestnikach projektu i także w tym przypadku starać się docierać do grup szczególnie mało aktywnych (np. poprzez działania podejmowane przez ROEFS-y). Biorąc pod uwagę etap wdrażania Programu, jak również poziom świadomości mieszkańców, należy skupić się bardziej na informowaniu o korzyściach, konkretnych efektach jego wdrażania (m.in. przez nacisk na promocję dobrych praktyk, pozytywnych zmian w regionach płynących z wdrażania PO KL), niż na promowaniu, że taki Program jest wdrażany. Zwłaszcza w tych regionach, gdzie liczba składanych wniosków jest bardzo duża (a tak jest w województwie zachodniopomorskim) instytucje odpowiedzialne za informację i promocję powinny skupiać się coraz bardziej na informowaniu o efektach, skutkach wdrożenia komponentu regionalnego PO KL (zauważmy, iż komunikaty o liczbie składanych wniosków choć świadczą pozytywnie o funkcjonowaniu systemu wdrażania Programu w danym regionie nie mają silnego oddziaływania marketingowego na mieszkańców województwa).

W tym momencie przechodzimy do prezentacji wyników badań telefonicznych zrealizowanych z grupą projektodawców i potencjalnych projektodawców komponentu regionalnego PO KL w województwie zachodniopomorskim.

Wskaźnikami skuteczności przeprowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych dot. komponentu regionalnego PO KL, w odniesieniu do tej grupy respondentów, są:

- ocena dostępności informacji nt. EFS i POKL oraz znane i preferowane źródła informacji;
- zakres wiedzy nt. EFS i PO KL (w tym możliwych obszarów wsparcia, instytucji zaangażowanych w ich wdrażanie itp.).

W badaniu telefonicznym wzięło udział w sumie 300 projektodawców i potencjalnych projektodawców komponentu regionalnego PO KL. Przez potencjalnych projektodawców rozumiemy osoby zainteresowane realizacją projektów dofinansowanych w ramach Programu (osoby składające wnioski aplikacyjne, uczestniczące w szkoleniach itp.), projektodawcy to natomiast osoby, których

projekty zostały wytypowane do dofinansowania w ramach komponentu regionalnego PO KL. Tak jak poprzednio, zanim przejdziemy do prezentacji wyników badania opinii projektodawców potencjalnych projektodawców komponentu regionalnego PO KL, w tabeli poniżej prezentujemy szczegółowe dane dotyczące przedstawicieli tych grup, którzy wzięli udział w badaniu telefonicznym:

Tabela 2. Charakterystyka grupy uczestników wywiadów telefonicznych - projektodawców i potencjalnych projektodawców komponentu regionalnego PO KL.

Kategorie	Zmienne	Liczebność	Dane w %
Tryb składania wniosku	Konkursowy	204	68,0
	Systemowy	67	22,3
	Nie aplikowali o środki	29	9,7
Przynależność do określonej grupy zawodowej	Pracownicy instytucji rynku pracy i pomocy społecznej	40	13,3
	Pracownicy instytucji edukacyjnych i szkoleniowych	30	10,0
	Pracownicy jednostek samorządu terytorialnego	73	24,4
	Pracownicy szkół i uczelni	104	34,7
	Przedsiębiorcy	16	5,3
	Pracownicy organizacji pozarządowych	28	9,3
	Inni: pracownicy samorządowych instytucji kultury (3), pracownicy zakładów karnych (2), pracownik przedszkola (1), pracownik Szczecińskiego Parku Naukowo - Technologicznego (1); 2 osoby nie chciały ujawnić, w jakiego typu firmie/instytucji pracują - w sumie 3,0%		
Skutek aplikowania o dofinansowanie (dotyczy firm /instytucji, które aplikowały o środki w trybie konkursowym, N=204)	Projekt został zakwalifikowany do dofinansowania	104	51,0
	Wniosek został umieszczony na liście rezerwowej	3	1,5
	Wniosek przeszedł pozytywnie etap oceny formalnej i jest na etapie oceny merytorycznej	20	9,8
	Wniosek przeszedł pozytywnie etap oceny formalnej i merytorycznej lecz nie został wytypowany do dofinansowania	5	2,5
	Wniosek przeszedł negatywnie etap oceny merytorycznej	14	10,7
	Wniosek jest na etapie oceny formalnej	16	7,8
	Wniosek przeszedł negatywnie etap oceny formalnej	36	17,6
	Wniosek został wycofany	4	2,0
	Został złożony protest (oczekują na jego rozstrzygnięcie)	2	1,0
Czy firma/instytucja składała wniosek w poprzednim okresie programowania?	TAK	163	54,3
	NIE	137	45,7

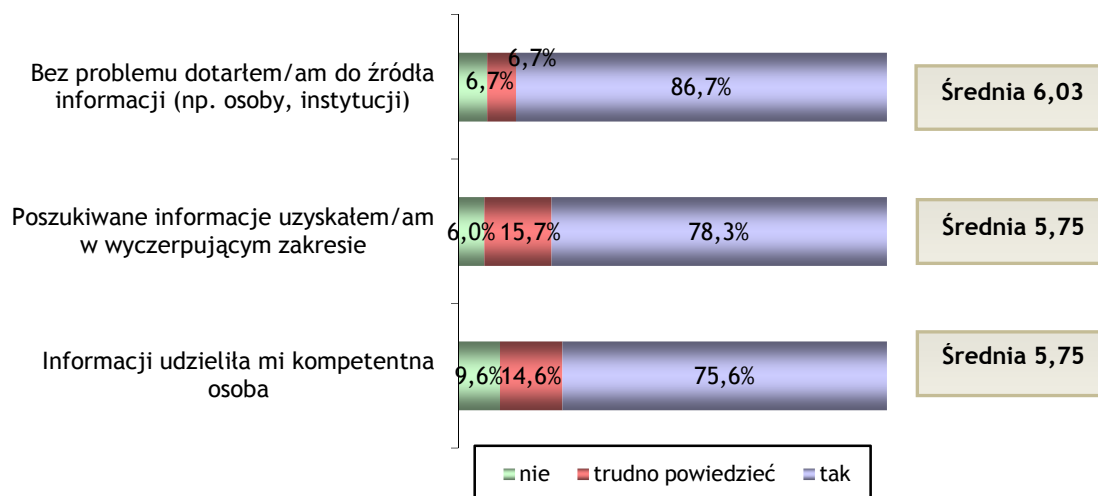
3.4. Ocena dostępności informacji nt. EFS i PO KL i ich preferowane źródła - wyniki badania opinii projektodawców i potencjalnych projektodawców PO KL

➤ Czy potencjalni projektodawcy i projektodawcy wiedza gdzie szukać informacji dotyczących EFS / PO KL? (pyt. 1.3.6)

Dostępność informacji o możliwości aplikowania o środki w ramach komponentu regionalnego PO KL w województwie zachodniopomorskim oceniona została przez projektodawców i potencjalnych projektodawców na wysokim poziomie. Bez problemu do źródła informacji (osoby, instytucji) dotarło zdecydowanie ponad dwie trzecie respondentów (86,7%), tylko nieco mniej z nich zadeklarowało, że poszukiwane informacje uzyskali w wyczerpującym zakresie (78,3%). Również więcej niż dwie trzecie respondentów pozytywnie oceniło kompetencje osób udzielających informacji (75,6%) [wykres 20].

Wykres 20. Dostępność informacji o możliwości aplikowania o środki w ramach PO KL.

Na podstawie P.1. „Na początek proszę o ustosunkowanie się do twierdzeń dotyczących dostępności informacji o możliwości aplikowania o środki z EFS w ramach komponentu regionalnego PO KL w województwie zachodniopomorskim, N=300



Potencjalnych projektodawców i projektodawców zapytaliśmy również, czy napotkali oni na jakiegokolwiek trudności w uzyskaniu informacji dot. komponentu regionalnego PO KL oraz czego one ewentualnie dotyczyły. Zdecydowana większość z nich (N=300), zadeklarowała, że nie miała żadnych problemów (82,7%) w uzyskaniu informacji⁵. 47 respondentów, którzy wspomnieli o problemach, wymieniali wśród nich: trudność w pozyskaniu informacji drogą telefoniczną czy też e-mailową, brak przejrzystości w przepisach, brak szczegółowych informacji, niekompetencje pracowników lub też odmówiło udzielenia odpowiedzi na to pytanie⁶.

Następnie respondenci udzielili odpowiedzi na szereg pytań dotyczących znanych im i wykorzystywanych źródeł informacji na temat EFS i PO KL.

Strony internetowe zawierające informacje dotyczącego PO KL stanowiły zdecydowanie najpopularniejsze źródło informacji dla potencjalnych projektodawców i projektodawców. Wymieniali je oni zdecydowanie najczęściej jako źródło informacji, z którego można się dowiedzieć

⁵ Źródło: Na podstawie P.42. Czy napotkał/a P. na jakiegokolwiek problemy w uzyskaniu informacji dot. komponentu regionalnego PO KL w województwie zachodniopomorskim?”

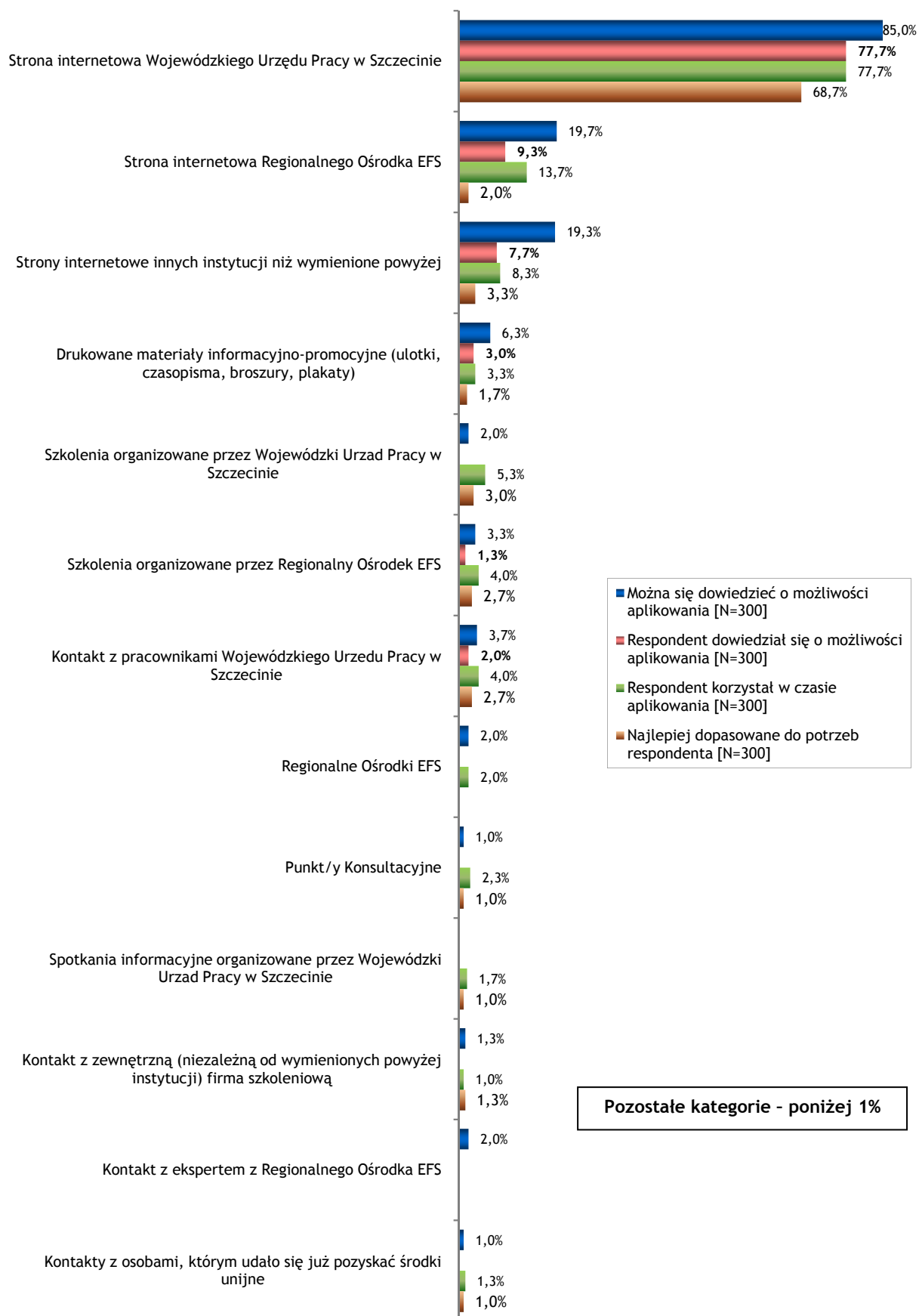
⁶ Źródło: Na podstawie P.43. „Proszę krótko opisać, na czym polegały te problemy?”.

o możliwości aplikowania o środki w ramach PO KL oraz jako źródło, z którego oni sami dowiedzieli się o takiej możliwości, a także jako źródło, z którego korzystali na etapie przygotowywania wniosku. Ponadto strony internetowe były wymieniane najczęściej jako najlepiej dostosowane do potrzeb potencjalnych projektodawców i projektodawców.

We wszystkich tych kategoriach zdecydowanie najczęściej wymieniana była strona internetowa Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Szczecinie. Zdecydowanie ponad dwie trzecie respondentów dowiedziało się z niej o możliwości aplikowania o środki finansowe w ramach PO KL oraz korzystało z niej w trakcie aplikowania (77,7%). Zdecydowanie ponad połowa respondentów uznała stronę internetową WUP w Szczecinie za najlepiej dopasowaną do ich potrzeb źródło informacji (68,9%) [wykres 21].

Wykres 21. Potencjalne i rzeczywiste źródła informacji nt. PO KL. Źródła wykorzystywane w czasie przygotowywania wniosku. Ocena dopasowania źródeł do potrzeb respondentów.

Na podstawie P.5. „Z jakich źródeł informacji można się według P. dowiedzieć się o możliwościach aplikowania o środki finansowe w ramach komponentu regionalnego PO KL?”, P.6. „Z których z wymienionych przez siebie źródeł informacji dowiedział/a się P. o możliwości aplikowania o środki w ramach komponentu regionalnego PO KL?”, P.7. „Z których źródeł informacji skorzystał/a P. podczas przygotowywania wniosku w ramach komponentu regionalnego PO KL?” oraz P.9. „Które z tych źródeł jest w największym stopniu dopasowane do P. potrzeb?”, N=300

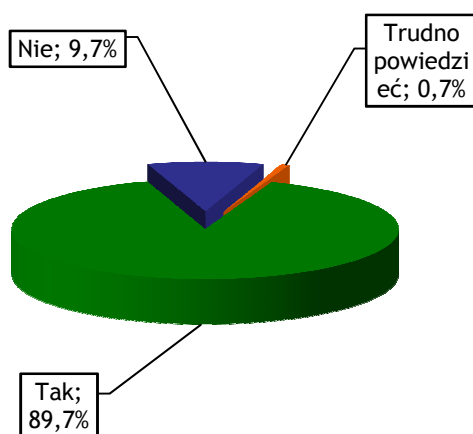


- Czy potencjalni projektodawcy i projektodawcy wiedzą, że funkcjonują Punkty Konsultacyjne? Jeżeli tak: czy korzystali? Jeżeli nie korzystali: dlaczego? Czy grupy te wiedzą, że mają możliwość pozyskiwania informacji poprzez kontakt e-mailowy i/lub telefoniczny z Punktem Konsultacyjnym? Jaka formę z Punktem Konsultacyjnym preferują? (pyt. 1.3.5)
- Czy potencjalni projektodawcy i projektodawcy wiedzą o: możliwości udziału w szkoleniach organizowanych przez ROEFS-y?, możliwości skorzystania z doradztwa ekspertów w ROEFS-ach? Czy osoby, które skorzystały z tych form pomocy złożyły wnioski o dofinansowanie projektu? Z jakim skutkiem? (pyt. 1.2.1)
- Czy potencjalni projektodawcy i projektodawcy wiedzą o możliwości udziału w szkoleniach organizowanych przez IP/ROEFS-y? Czy szkolenia organizowane przez te instytucje odpowiedzialne za działania informacyjno-promocyjne są dobrze oceniane przez ich uczestników /spełniają swoje funkcje? (pyt. 1.3.3)

Zdecydowana większość respondentów wie, że w województwie zachodniopomorskim funkcjonują Punkty Konsultacyjne (89,7%) [wykres 22].

Wykres 22. Wiedza na temat istnienia Punktów Konsultacyjnych

Na podstawie P. 10. „Czy wie P., że w województwie zachodniopomorskim funkcjonują Punkty Konsultacyjne?”, N=300



Zdecydowana większość respondentów, która wie o istnieniu Punktów Konsultacyjnych (N=269), wie również o możliwości pozyskiwania informacji nt. komponentu regionalnego PO KL poprzez kontakt osobisty, e-mailowy i/lub telefoniczny z Punktem Konsultacyjnym (261 osób, 96,7%)⁷. Odnosnie zaś preferowanej formy kontaktu z Punktem Konsultacyjnym (N=269), respondenci wskazywali w pierwszej kolejności na kontakt telefoniczny (156 osób, 58,0%), następnie osobisty (133 osoby, 49,4%), a następnie e-mailowy (105 osób, 39,0%)⁸.

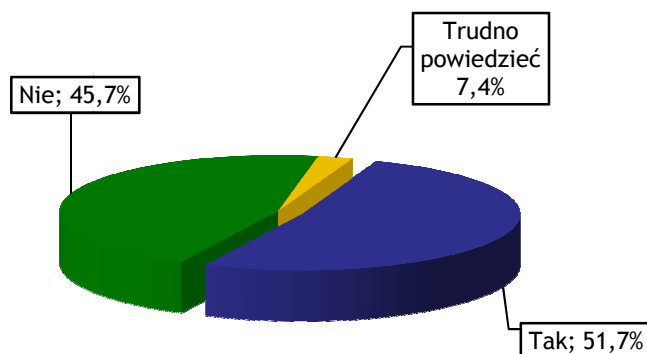
⁷ Źródło: Na podstawie P.11. „Czy wie P. o możliwości pozyskiwania informacji nt. komponentu regionalnego PO KL poprzez kontakt osobisty, e-mailowy i/lub telefoniczny z Punktem Konsultacyjnym?”.

⁸ Źródło: Na podstawie P. 12. „Jaka formę kontaktu z Punktem Konsultacyjnym P. preferuje?” (odpowiedzi nie

Równocześnie tylko nieco ponad połowa badanych, którzy wiedzieli o istnieniu Punktów Konsultacyjnych (N=269), skorzystała z ich usług (51,7%) [wykres 23].

Wykres 23. Korzystanie z usług oferowanych przez Punkty Konsultacyjne.

Na podstawie P. 13. „Czy korzystał/a P. z usług oferowanych przez Punkt Konsultacyjny w zakresie pomocy w ubieganiu się o dofinansowanie i/lub realizacji projektów w ramach komponentu regionalnego PO KL?”, N=269



Respondenci, którzy nie skorzystali z oferty Punktów Konsultacyjnych (N=123), pytani o powód dlaczego tego nie uczynili, odpowiadali najczęściej, iż „nie było takiej potrzeby” (39,8%) lub odmawiali odpowiedzi na to pytanie (30,9%). 6,5% respondentów po pomoc sięgało do innych źródeł⁹.

Spośród respondentów, którzy skorzystali z oferty Punktów Konsultacyjnych (N=139), zdecydowana większość skorzystała z doradztwa i konsultacji (77,7%) oraz ze szkoleń (14,4%)¹⁰. Zdecydowana większość respondentów, która skorzystała z oferty Punktów (N=133), jakość usług oceniła pozytywnie (79,7%)¹¹.

Zdecydowana większość respondentów zadeklarowała również wiedzę o tym, że w województwie zachodniopomorskim funkcjonują Regionalne Ośrodki EFS (87,0%) [wykres 24].

sumują się do stu, gdyż respondenci mogli wybrać więcej niż jedna odpowiedź).

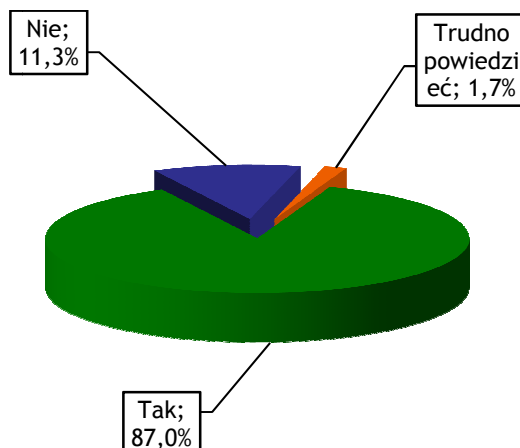
⁹ Źródło: Na podstawie P. 16. „Dlaczego nie korzystał/a P. z usług oferowanych przez Punkt Konsultacyjny w zakresie pomocy w realizacji projektu/ów w ramach komponentu regionalnego PO KL?”.

¹⁰ Źródło: Na podstawie P.14 Z jakich usług oferowanych przez Punkt Konsultacyjny w zakresie pomocy w ubieganiu się o dofinansowanie i/lub realizacji projektów w ramach komponentu regionalnego PO KL P. skorzystał/a?”.

¹¹ Źródło: Na podstawie P. 15. „Jak ocenia P. jakość usług, z których P. skorzystał w Punkcie Konsultacyjnym w zakresie pomocy w ubieganiu się o dofinansowanie i/lub realizacji projektów w ramach komponentu regionalnego PO KL?”.

Wykres 24. Wiedza na temat istnienia Regionalnych Ośrodków EFS

Na podstawie P. 17. „Czy wie P., że w województwie zachodniopomorskim funkcjonują Regionalne Ośrodki EFS”, N=300



Zdecydowana większość respondentów, która wie o funkcjonowaniu Regionalnych Ośrodków EFS (N=261), wie również o możliwości pozyskiwania informacji nt. komponentu regionalnego PO KL poprzez kontakt osobisty, e-mailowy i/lub telefoniczny z Ośrodkiem (244 osoby, 93,5%)¹². Odnosnie preferowanej formy kontaktu z Regionalnym Ośrodkiem EFS (N=261), respondenci wskazywali najczęściej na kontakt telefoniczny (157 osób, 60,2%), następnie osobisty (113 osób, 43,3%), a następnie na e-mailowy (101 osób, 38,7%)¹³.

Zdecydowana większość spośród omawianej grupy respondentów wie również o możliwości udziału w szkoleniach dot. ubiegania się o dofinansowanie i realizacji projektów w ramach komponentu regionalnego PO KL organizowanych przez Regionalne Ośrodki EFS (245 osób, 93,9%)¹⁴. Tylko nieco mniej respondentów spośród omawianej grupy wie również o możliwości skorzystania w regionalnych Ośrodkach EFS z doradztwa ekspertów (223 osoby, 85,4%)¹⁵.

Równocześnie, tylko niespełna połowa badanych, którzy wiedzieli o istnieniu Regionalnych Ośrodków EFS (N=261), skorzystała z ich usług (49,8%) [wykres 25].

¹² Źródło: Na podstawie P.18. „Czy wie P. o możliwości pozyskiwania informacji nt. komponentu regionalnego PO KL poprzez kontakt osobisty, e-mailowy i/lub telefoniczny z pracownikami Regionalnego Ośrodka EFS?”.

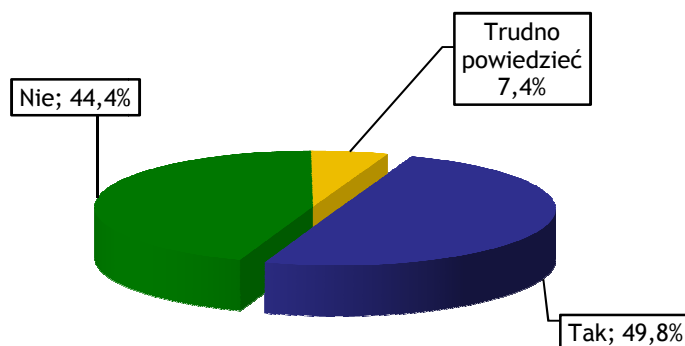
¹³ Źródło: Na podstawie P. 19. „Jaka formę kontaktu z Regionalnym Ośrodkiem EFS P. preferuje?” (odpowiedzi nie sumują się do stu, gdyż respondenci mogli wybrać więcej niż jedna odpowiedź).

¹⁴ Źródło: Na podstawie P.20. „Czy wie P. o możliwości udziału w szkoleniach dot. ubiegania się o dofinansowanie, realizacji projektów w ramach komponentu regionalnego PO KL organizowanych przez Regionalne Ośrodki EFS?”.

¹⁵ Źródło: Na podstawie P.21. „Czy wie P. o możliwości skorzystania w regionalnych Ośrodkach EFS przez instytucje zainteresowane realizacją projektów w ramach komponentu regionalnego PO KL doradztwa ekspertów?”.

Wykres 25. Korzystanie z usług oferowanych przez Regionalne Ośrodki EFS.

Na podstawie P. 22. „Czy korzystał/a P. z usług oferowanych przez Regionalne Ośrodki EFS w zakresie pomocy w ubieganiu się o dofinansowanie i/lub realizacji projektów w ramach komponentu regionalnego PO KL?”, N=261



Respondenci, którzy nie skorzystali z oferty Regionalnych Ośrodków EFS (N=116), pytani o powód dla czego tego nie uczynili, odpowiadali najczęściej, iż „nie było takiej potrzeby” (37,1%) lub odmawiali odpowiedzi na to pytanie (36,2%). 3,4% respondentów po pomoc sięgało do innych źródeł (w tym WUP-u)¹⁶.

Spośród respondentów, którzy skorzystali z oferty Regionalnych Ośrodków EFS (N=129), zdecydowana większość skorzystała z doradztwa i konsultacji (51,2%) oraz ze szkoleń (50,4%)¹⁷. Zdecydowana większość respondentów, która skorzystała z oferty Ośrodków (N=123), jakoś ich usług oceniła pozytywnie (92,7%)¹⁸.

Nieco ponad połowa spośród wszystkich projektodawców i potencjalnych projektodawców biorących udział w badaniu (N=300), brała udział w spotkaniach informacyjnych dot. komponentu regionalnego PO KL (61,7%)¹⁹. Ponad połowa z respondentów uczestniczących w spotkaniu (N=185), uczestniczyła w spotkaniu organizowanym przez WUP w Szczecinie (64,3%), pewien odsetek badanych brał udział w spotkaniu organizowanym przez Regionalne Ośrodki EFS (14,6%)²⁰.

Większość respondentów, którzy brali udział w tego typu spotkaniu (N=185), dowiedziała się o nim ze strony internetowej instytucji organizującej spotkanie (57,3%) lub poprzez informację e-mailową

¹⁶ Źródło: Na podstawie P. 25. „Dlaczego nie korzystał/a P. z usług Regionalnych Ośrodków EFS w zakresie pomocy w ubieganiu się o dofinansowanie, realizacji projektu/ów w ramach komponentu regionalnego PO KL?”.

¹⁷ Źródło: Na podstawie P.23. „Z jakich usług oferowanych przez Regionalne Ośrodki EFS w zakresie pomocy w ubieganiu się o dofinansowanie i/lub realizacji projektów w ramach komponentu regionalnego PO KL P. skorzystał/a?”.

¹⁸ Źródło: Na podstawie P. 24. „Jak ocenia P. jakość usług, z których P. skorzystał w Regionalnym Ośrodku EFS w zakresie pomocy w ubieganiu się o dofinansowanie i/lub realizacji projektów w ramach komponentu regionalnego PO KL?”.

¹⁹ Źródło: Na podstawie P.30. „Proszę powiedzieć, czy brał/a P. udział w spotkaniu/ach informacyjnym/ych dot. komponentu regionalnego PO KL organizowanym przez Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie lub Regionalny Ośrodek EFS?”.

²⁰ Źródło: Na podstawie P.32. Jaka instytucja organizowała konkretnie spotkanie/a informacyjne dot. komponentu regionalnego PO KL, w którym brał/a P. udział?”.

lub zaproszenie (24,9%), pewien odsetek badanych dowiedział się o spotkaniu z materiałów informacyjno-promocyjnych (6,5%)²¹. Respondentów, którzy nie brali udziału w spotkaniu/ach informacyjnym/ych (N=108) zapytaliśmy o powody, dla których nie brali oni udziału w tego typu spotkaniu. Większość z nich odmówiła odpowiedzi na to pytanie (38,9%) lub też stwierdziła, że „nie miała informacji na temat spotkania” (19,4%) lub też, że „nie było takiej potrzeby” (18,5%)²².

Równocześnie należy zaznaczyć, że zdecydowana większość respondentów, którzy brali udział w spotkaniach informacyjnych (N=185) odczuwał/a konieczność poszerzania swojej wiedzy na temat komponentu regionalnego PO KL po udziale w spotkaniu (72,4%)²³.

Także ponad połowa spośród wszystkich projektodawców i potencjalnych projektodawców biorących udział w badaniu (N=300), brała udział w szkoleniu/ach dot. komponentu regionalnego PO KL organizowanym przez Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie lub Regionalny Ośrodek EFS (59,7%)²⁴. Blisko połowa z respondentów uczestniczących w szkoleniach (N=178), uczestniczyła w szkoleniu organizowanym przez Regionalne Ośrodki EFS (41,6%), ponad trzecia część respondentów uczestniczyła w szkoleniu organizowanym przez WUP w Szczecinie (35,4%)²⁵. Większość respondentów, którzy brali udział w tego typu spotkaniu (N=179), dowiedziała się o nim ze strony internetowej instytucji organizującej spotkanie (55,3%) lub z innych stron www (7,3%) lub też poprzez informację e-mailową lub zaproszenie (25,1%), pewien odsetek badanych dowiedział się o spotkaniu od przełożonego (6,1%) oraz z materiałów informacyjno-promocyjnych (6,1%)²⁶. Respondentów, którzy nie brali udziału w szkoleniu/ach (N=105) zapytaliśmy o powody, dla których nie brali oni udziału w tego typu spotkaniu. Większość z nich odmówiła odpowiedzi na to pytanie (48,6%) lub też stwierdziła, że „nie miała informacji na temat spotkania” (18,1%) lub też, że „nie było takiej potrzeby” (13,3%)²⁷.

Równocześnie należy zaznaczyć, że zdecydowana większość respondentów, którzy brali udział w szkoleniu (N=179) odczuwał/a konieczność poszerzania swojej wiedzy na temat komponentu regionalnego PO KL (67,6%)²⁸.

²¹ Źródło: Na podstawie P.31. W jaki sposób dowiedział/a się P. o możliwości wzięcia udziału w spotkaniu/ach informacyjnym/ych dot. komponentu regionalnego PO KL organizowanym przez tą instytucję?”

²² Na podstawie P.35. Dlaczego nie brał/a P. udziału w żadnym spotkaniu informacyjnym dot. komponentu regionalnego PO KL?”

²³ Źródło: Na podstawie P. 34. „Czy po udziale w spotkaniu informacyjnym (spotkaniach informacyjnych) odczuwał/a lub odczuwa P. konieczność poszerzenia swojej wiedzy na temat komponentu regionalnego PO KL?”

²⁴ Źródło: Na podstawie P.36. „Proszę powiedzieć, czy brał/a P. udział w szkoleniu/ach dot. komponentu regionalnego PO KL organizowanym przez Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie lub Regionalny Ośrodek EFS?”

²⁵ Źródło: Na podstawie P.38. Jaka instytucja organizowała konkretnie szkolenie dot. komponentu regionalnego PO KL, w którym brał/a P. udział?”

²⁶ Źródło: Na podstawie P.37. „W jaki sposób dowiedział/a się P. o możliwości wzięcia udziału w szkoleniu/ach dot. komponentu regionalnego PO KL organizowanym przez tą instytucję?”

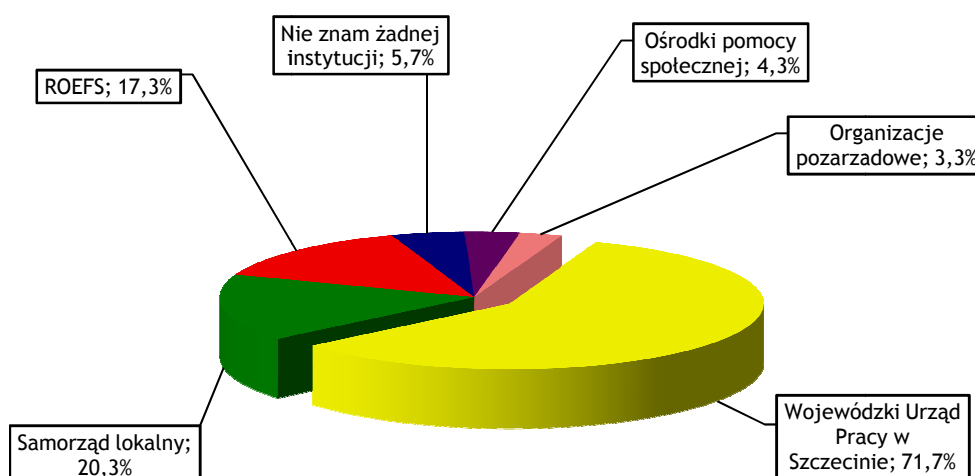
²⁷ Źródło: Na podstawie P.41. „Dlaczego nie brał/a P. udziału w żadnym szkoleniu dot. komponentu regionalnego PO KL?”

²⁸ Źródło: Na podstawie P. 40. „Czy po udziale w szkoleniu (szkoleniach) odczuwał/a lub odczuwa P. konieczność poszerzenia swojej wiedzy na temat komponentu regionalnego PO KL?”

Ważnym elementem wiedzy o PO KL jest również znajomość instytucji zaangażowanych we wdrażanie komponentu regionalnego PO KL w województwie zachodniopomorskim. Okazało się, iż główną instytucję w systemie wdrażania, Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie, wskazało ponad dwie trzecie badanych (71,7%), następnie pewien odsetek badanych wskazał samorząd lokalny (20,3%) oraz Regionalne Ośrodki EFS (17,3%) [wykres 26].

Wykres 26. Znajomość instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie PO KL.

Na podstawie P.2. Jakie instytucje są według P. zaangażowane we wdrażanie komponentu regionalnego PO KL w województwie zachodniopomorskim. Proszę je wymienić”, N=365



Jak widać na podstawie powyższych wyników, potencjalni projektodawcy i projektodawcy komponentu regionalnego PO KL nie mieli kłopotów z uzyskaniem informacji na temat dostępu do informacji odnośnie PO KL. Ponadto ta grupa odbiorców zna i korzysta z narzędzi komunikacji, za pomocą których przekazywane są informacje na temat Programu. Projektodawcy i potencjalni projektodawcy korzystają przede wszystkim ze stron internetowych, przede wszystkim strony internetowej IP, znają oni również i w miarę potrzeby korzystają z usług oferowanych przez Punkty Konsultacyjne (spotkania informacyjne, kontakt osobisty, telefoniczny, e-mailowy) oraz Regionalne Ośrodki EFS (kontakt osobisty, telefoniczny, e-mailowy, szkolenia, doradztwo ekspertów). Ponadto grupa ta korzysta z informacji publikowanych w drukowanych materiałach informacyjnych i promocyjnych. Należy uznać, że grupa potencjalnych projektodawców i projektodawców jest dobrze poinformowana o Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki w tym sensie, że wie gdzie może poszukiwać informacji. Potwierdzają to również wyniki wywiadu pogłębionego przeprowadzonego z projektodawcami.

Według pracowników Punktów Konsultacyjnych i Regionalnych Ośrodków EFS biorących udział w wywiadach pogłębionych, potencjalni projektodawcy orientują się coraz lepiej również w zakresie oferowanych w ramach PO KL form wsparcia. Równocześnie podkreślają, że choć ogółem świadomość „że coś takiego istnieje” zwiększa się, potencjalnych beneficjentów PO KL można podzielić na dwie grupy: takich, którzy dobrze orientują się w temacie pozyskiwania dofinansowania

unijnego z EFS, śledzą informacje pojawiające się na stronach internetowych (zwł. odnośnie ogłaszanych konkursów), utrzymują kontakt z Ośrodkiem itp. oraz takich, którzy z różnych powodów nie wykazują inicjatywy w zakresie aplikowania o dofinansowanie lub wykazują ale mają duże problemy z przygotowaniem poprawnego wniosku. Także w opinii pracowników IP odpowiedzialnych za ocenę formalną i merytoryczną wniosków (N=5), potencjalni projektodawcy i projektodawcy otrzymują wystarczającą ilość informacji potrzebnych im do złożenia poprawnie napisanego wniosku. Większość błędów, które popełniają na etapie aplikowania, zwł. na etapie formalnej oceny wniosków, wynika według nich z braku dokładności (uczestnicy wywiadów pogłębionych wskazali ponadto na takie błędy jak popełniane przez aplikujących, jak: nieprawidłowo sformułowane cele, produkty, nieprawidłowa diagnoza sytuacji, błędy w obliczaniu kosztów, brak spójności wniosku jako całości, błędy w stosowaniu zasady równości płci, brak zrozumienia polityki PO KL). Ogólnie jakość wniosków została oceniona dość dobrze, choć niewątpliwie ich jakość zależy od Priorytetu, w ramach którego beneficjent ubiega się o dofinansowanie, a pośrednio od tego, na ile potencjalny beneficjent jest doświadczony w ubieganiu się o dofinansowanie w ramach PO KL (do jakiej grupy potencjalnych beneficjentów należy).

Równocześnie należy pamiętać o tym, że uczestnicy wywiadu grupowego, choć doświadczeni w aplikowaniu o dofinansowanie i realizowaniu projektów, sygnalizowali problem z dotarciem do informacji bardziej szczegółowych. Problemy te wiążą się zarówno z pozyskaniem informacji dot. specyficznych wymagań dot. wniosku, który składają w odpowiedzi na dane konkursy, jak też z pozyskaniem informacji potrzebnych im na etapie realizowania i rozliczania projektów. W ich opinii instytucje odpowiedzialne za działania informacyjne i promocyjne powinny dostosować działania informacyjne do etapu wdrażania Programu m.in. realizować więcej szkoleń dot. realizowania projektów (zwł. aspektów finansowych) oraz ich rozliczania.

3.5. Główne deficyty informacyjne w województwie zachodniopomorskim i możliwości ich niwelowania

- Jakie są główne potrzeby/deficyty informacyjne w regionie (grupy docelowe, obszary geograficzne)? (pyt. 2.2)
- W jaki sposób zniwelować zidentyfikowane deficyty? (pyt. 2.3)

Niemal wszyscy uczestnicy wywiadów pogłębionych zrealizowanych w ramach badania ewaluacyjnego podkreślali, że na obszarze województwa zachodniopomorskiego wyróżnić można zarówno pewne obszary geograficzne, jak też grupy potencjalnych beneficjentów, które są mniej aktywne w ubieganiu się o wsparcie oferowane w ramach komponentu regionalnego PO KL. Z badania wynika również, że to zróżnicowanie aktywności dotyczy zarówno potencjalnych projektodawców, jak też potencjalnych uczestników projektu.

Do grupy potencjalnych projektodawców najmniej aktywnych w pozyskiwaniu środków należą

ogólnie rzecz ujmując gminy i małe miasta. Można też mówić o szczególnie mało zaangażowanych w Program powiatach (wskazywano powiaty choszczeński, łobeski i kamieński). W tym kontekście respondenci wskazywali również na szkoły (ich zaangażowanie w pozyskiwanie środków jest dość duże, jednak jakość składanych przez te instytucje wniosków jest niska) i ośrodki pomocy społecznej. W opinii pracowników odpowiedzialnych za ocenę wniosków, najlepsze jakości wnioski składane są w ramach Priorytetu 8, najłabsze w ramach Priorytetu 9, w ramach którego o dofinansowanie projektów ubiegają się mało doświadczeni wnioskodawcy (szkoły, stowarzyszenia). Jeśli chodzi o grupy potencjalnych uczestników projektów słabo zaangażowane w Program, wskazywano na mieszkańców wsi i małych miast, osoby niepełnosprawne, osoby bezrobotne, osoby po 45 roku życia.

Powody występowania pewnych „białych plam” na mapie aplikowania o środki są różnorakie. Niektóre z nich są bardziej obiektywne, a zarazem trwałe, jak np. słabość instytucjonalna instytucji funkcjonujących na wsiach czy w małych miastach (np. brak kadry niezbędnej w sytuacji realizowania projektów, np. księgowych), niedorozwój niższy poziom rozwoju niektórych powiatów. W tym przypadku możliwość oddziaływania na podaż projektów przy pomocy instrumentów wykorzystywanych w działaniach informacyjnych i promocyjnych jest nieco ograniczona, choć niezwykle istotnym działaniem jest wspieranie rozwoju partnerstw lokalnych. Równocześnie, jak podkreślali respondenci w wywiadach indywidualnych, możliwym powodem bierności potencjalnych beneficjentów jest również ich niewiedza, w tym pewne stereotypy: wbrew pozorom realizacja projektów kosztuje (bo jest wymagany wkład własny), współpraca z WUP-em jest trudna itd. Kolejnym powodem jest pewne niedocenianie inwestycji skierowanych na rozwój kapitału ludzkiego, skłanianie się ku realizowaniu projektów twardych, inwestycji bardziej spektakularnych jak kanalizacja czy oświetlenie miejscowości. W takiej sytuacji zdarza się, że z oferty PO KL korzystają firmy, które traktują to jako wzmocnienie ich oferty komercyjnej oraz najsilniejsze organizacje pozarządowe, te które nauczyły się już funkcjonować „projektowo”. Przypomnijmy, że w podobny sposób uczestniczący w wywiadzie grupowym projektodawcy argumentowali zdarzające się trudności w zrekrutowaniu odpowiedniej liczby uczestników projektu (niewiedza i brak przekonania, że inwestycje w siebie są potrzebne). Realizowane w regionie działania informacyjne i promocyjne powinny zmierzać w kierunku zneutralizowania wspomnianych przeszkód: powinny szeroko promować korzyści wynikające z realizowania i uczestniczenia w projektach dofinansowanych z PO KL.

Największą siłę przekonywania i promowania mają niewątpliwie dobre przykłady. Jak ujął to jeden z rozmówców, najbardziej stymulująca dla potencjalnych projektodawców jest pozytywna zazdrość o atrakcyjne inwestycje realizowane „przez sąsiada”: w sąsiedniej szkole, sąsiedniej gminie. Dlatego też działaniem zmierzającym do zniwelowania różnic w poziomie aktywności w aplikowaniu o środki powinno być promowanie tzw. dobrych praktyk, przy wykorzystaniu najbardziej optymalnych narzędzi informacji, spośród których rekomendowane są prasa lokalna (przy czym lepsze oddziaływanie mają w tym kontekście wkładki do gazet lokalnych niż ogłoszenia prasowe, które jak wynika z praktyki często są traktowane jako reklama i pomijane przez czytelników) oraz

wydarzenia gromadzące lokalną społeczność (typu festyny). Jak podkreślali rozmówcy, w przypadku grup mało aktywnych, najlepszą formą kontaktu jest kontakt bezpośredni oraz przekazywanie informacji osadzonej w jak najbardziej lokalnym kontekście (czyli formułowanie kontaktów mówiących o tym, co konkretnie mieszkańcy danej miejscowości czy dana kategoria osób może zyskać dzięki udziałowi w PO KL). Dodajmy, że uczestnicy wywiadów pogłębionych podkreślali w tym kontekście konieczność informowania i promowania samego komponentu regionalnego, bardziej niż EFS czy całego POKL.

Niezwykle istotne w celu poprawy istniejącej sytuacji jest zatem zwiększenie roli Regionalnych Ośrodków EFS, ich aktywności, by jak najwięcej potencjalnych beneficjentów dowiedziało się o możliwości aplikowania, skoncentrowanie się tych instytucji na pracy terenowej z beneficjentami. Respondenci zwracali uwagę, że także inne instytucje, takie jak WUP, powiatowe urzędy pracy, urzędy miast powinny podjąć się aktywnego poszukiwania beneficjentów należących do grup, które najmniej aktywnie ubiegają się o dofinansowanie, lub takich, gdzie konkurencja w ubieganiu się o środki jest niewielka (tzn. tam, gdzie o środki ubiegają się wciąż ci sami beneficjenci).

Istotnym zaleceniem powinno być również to, by ROEFS-y realizując swoje zadania w terenie różnicowali podejmowane działania w zależności od poszczególnych grup odbiorców. Segmentacji powinni dokonać na bazie zdobytego już doświadczenia oraz „znajomości terenu” (kierowanie się tą zasadą sygnalizowali pracownicy ROEFS w Koszalinie, przeprowadzili oni segmentację odbiorców swoich działań, starają się dobierać kanały przekazu informacji i ich treść w odróżnieniu od tego czy grupa odbiorców są gminy - tu najlepiej sprawdza się mailing czy też organizacje pozarządowe, gdzie najlepiej sprawdza się informacja przekazywana za pośrednictwem strony internetowej, poprzez gminy oraz sieci nieformalne albo szkoły, gdzie sprawdza się informacja przekazywana przez kuratorium oraz na spotkaniach międzyszkolnych).

4. Rola i skuteczność Regionalnych Ośrodków EFS w systemie informacji i promocji PO KL w województwie zachodniopomorskim

- W jakim stopniu ROEFS (Szczecin, Koszalin) spełniają założoną dla nich rolę w systemie informacji i promocji? (pyt. 1.2)
- W jaki sposób ROEFS-y aktywizują lokalne społeczności, wspierają instytucje i organizacje w nawiązywaniu partnerstw? (pyt. 1.2.2)

Rola Regionalnych Ośrodków EFS w systemie informacji i jest dwojaka. Z jednej strony zapewniają one informację i wsparcie dla osób, które się po nie same zgłaszają korzystając z możliwości kontaktu (telefonicznego, osobistego czy też mailowego). Takie osoby mogą liczyć ze strony ROEFS-ów na pewien wachlarz szkoleń, doradztwo ekspertów, pomoc w rozwiązywaniu konkretnych problemów czy to na etapie aplikowania czy realizowania projektów. Warto wspomnieć, że jedną z rzeczy, które różnią ofertę ROEFS-ów od oferty Punktów Konsultacyjnych, jest to że w Regionalnych Ośrodkach EFS wnioskodawcy mogą liczyć na pomoc w pracy nad konkretnym

wnioskiem. Liczba takich osób, które zgłaszają się do ROEFS-ów zwiększa się według ich pracowników wraz ze wzrostem świadomości funkcjonowania PO KL.

W opinii pracowników Regionalnych Ośrodków EFS, potencjalni projektodawcy i projektodawcy bardzo dobrze orientują się w zakresie oferty pomocy, jaką mogą uzyskać z ROEFS (Ośrodki przykładają dużą uwagę do promowania swojej oferty). Również wyniki badania telefonicznego wskazują na to, że potencjalni projektodawcy i projektodawcy wiedzą o istnieniu Ośrodków (87,5%) i oferowanych przez nich usługach, a połowa z respondentów z tych usług skorzystała - zwł. z konsultacji i doradztwa oraz szkoleń. Zdecydowana większość z respondentów wywiadów telefonicznych korzystających z usług Regionalnych Ośrodków EFS pozytywnie oceniła ich usługi (92,7%). Bardzo wysoko ocenione zostały ocenione szkolenia organizowane przez Regionalne Ośrodki EFS. Również strona internetowa ROEFS-ów jest w pewnym stopniu wykorzystywana przez potencjalnych projektodawców i projektodawców i została przez nich dość dobrze oceniona jako źródło informacji nt. komponentu regionalnego.

Druga strona działalności Regionalnych Ośrodków EFS to z kolei szeroko pojmowana aktywizacja lokalnych społeczności. Aktywizacja ta oznacza w początkowym etapie promowanie PO KL oraz pokazywanie korzyści płynących z realizacji „miękkich projektów” oraz informowanie, że instytucją wdrażającą Program jest WUP oraz o tym, że istnieją ROEFS-y - instytucje stworzone po to, by pomagać w realizacji projektów wszystkim zainteresowanym osobom. Swoje zadania w tym zakresie ROEFS-y wypełniają poprzez uczestniczenie swoich pracowników w spotkaniach informacyjnych organizowanych przez WUP oraz we wszelkiego rodzaju innych spotkaniach wyjazdowych, realizowanych w terenie (w tym przez wójtów, sołtysów, powiatowe rady zatrudnienia - ROEFS w Koszalinie). Ważnym działaniem podejmowanym przez ROEFS w Koszalinie jest budowanie pewnej siatki komunikacyjnej służącej do przekazywania informacji - w tym celu pracownicy tego Ośrodka nawiązują kontakty z kuratorium oświaty, starostwami powiatowymi itp., które następnie przekazują informacje na temat działań Ośrodków wśród gmin, szkół oraz wśród swoich pracowników. Z inicjatywy ROEFS w Koszalinie odbyła się duża konferencja dla przedstawicieli szkół, ponadto funkcjonują punkty doradcze w powiatach, w ramach których raz w miesiącu w danym starostwie powiatowym można się spotkać z przedstawicielem Ośrodka, z doradcą. Wprowadzenie tego rodzaju dyżurów, ułatwiających kontakt z pracownikami Ośrodka, rozważa również ROEFS w Szczecinie.

Kolejnym zadaniem Regionalnych Ośrodków EFS realizowanych po stronie aktywizacji lokalnych społeczności jest wspieranie tworzenia partnerstw lokalnych, mówiąc ściślej wspieranie instytucji i organizacji w ich nawiązaniu. W tym celu Ośrodki nawiązują bezpośrednie kontakty z silnymi organizacjami czy firmami działającymi na danym terenie, przekonywanie ich, że warto podejmować się realizacji projektów dofinansowanych również z PO KL, w tym również przekonywanie ich do podejmowania partnerstw tam, gdzie jest to możliwe. Następnie do zadań pracowników ROEFS-ów należy szczegółowe informowanie, jak powinno przebiegać takie partnerstwo?, jak podzielić się obowiązkami czy odpowiedzialnością finansową z partnerem? itd., tworzenie ramowych umów partnerskich a także doradzanie konkretnym organizacjom, które chcą

nawiązać partnerstwo.

Rola Regionalnych Ośrodków EFS w systemie informacji i promocji POKL jest jak widać ogromna, wręcz kluczowa. Wspominaliśmy o tym, że Ośrodki aktualizują swoją ofertę konsultując ją ściśle z IP. Dzięki temu mogą realizować w terenie działania zaplanowane przez IP w danym roku. Ponadto ROEFS-y posiadają lub też planują przygotować własne plany działania, by móc jeszcze skuteczniej realizować swoje zadania.

Na podstawie przeprowadzonych badań widać, że Regionalne Ośrodki EFS wypełniają powierzone im zadania na wysokim poziomie: projektodawcy i potencjalni projektodawcy mają świadomość ich istnienia i form oferowanego wsparcia, korzystają z niego, wysoko oceniają jakość usług, zwł. oferowanych szkoleń. Do powierzonych im zadań Regionalne Ośrodki EFS podchodzą kreatywnie, starają się wychodzić naprzeciw potencjalnym projektodawcom, dostarczać im w skuteczny sposób informacje. Wykorzystywane narzędzia komunikacji starają się dopasowywać optymalnie do potrzeb mieszkańców terenów, na których działają. Co bardzo ważne, pracownicy Regionalnych Ośrodków EFS zdają sobie sprawę z istnienia terenów czy grup ludzi mało aktywnych w pozyskiwaniu dofinansowania. ROEFS w Szczecinie planuje zintensyfikowanie swojej działalności w powiatach, które są mniej aktywne (choszczeńskim, łobeskim, kamieńskim). Uczestnicy wywiadów pogłębionych sygnalizowali potrzebę organizowania większej liczby szkoleń w terenie - z pewnością powinno to wpłynąć na większe doinformowanie grup mniej aktywnych w aplikowaniu o środki z EFS.

5. Ocena jakości narzędzi komunikacyjnych wykorzystanych w działaniach informacyjnych i promocyjnych

- Jakie narzędzia komunikacji są stosowane i czy są one adekwatne do celów? (pyt. 1.3)
- Czy instytucje odpowiedzialne za działania informacyjno-promocyjne wykorzystują zróżnicowane / komplementarne kanały dotarcia do odbiorców? (pyt. 2.3.1)
- Czy działania/materiały informacyjne i promocyjne są dobrej jakości? (pyt. 1.3.1)

Ocena jakości narzędzi komunikacyjnych wykorzystanych przez instytucje zaangażowane w realizację działań informacyjnych i promocyjnych została dokonana na podstawie wyników wywiadów telefonicznych przeprowadzonych z potencjalnymi projektodawcami i projektodawcami komponentu regionalnego PO KL oraz ich opinii uzyskanych w trakcie zogniskowanego wywiadu pogłębionego przeprowadzonego na dalszym etapie badań. W uzasadnionych przypadkach, w celu dokonania oceny poszczególnych narzędzi komunikacyjnych, zastosowane zostały dodatkowe techniki badawcze: *Mystery Calling*, *Mystery Client*, *Case study* oraz ekspercka ocena członków zespołu badawczego realizującego badanie. Na podstawie przeprowadzonych badań możliwa będzie odpowiedź na pytanie czy realizowane działania są dobrej jakości?, jaki charakter powinny mieć działania prowadzone przyszłości?, czy w stosunku do poszczególnych narzędzi przekazu informacji powinny nastąpić jakieś zmiany?

5.1. Ocena stron internetowych dokonana przez potencjalnych projektodawców i projektodawców oraz przez członków zespołu badawczego

- Czy potencjalni projektodawcy i projektodawcy znają strony www IP oraz ROEFS-ów dotyczące PO KL? Czy z nich korzystają? Jeśli nie: dlaczego? Jeśli tak: jak je oceniają? (pyt. 1.3.7)

Dzięki portalom internetowym istnieje możliwość udostępnienia bardzo dużej ilości informacji szerokim kręgom odbiorców. Skuteczna komunikacja nie oznacza jednak jedynie udostępnienia określonych wiadomości, ale wymaga upewnienia się, że dany komunikat dotarł do odbiorcy, był dla niego zrozumiały, użyteczny, a także doprowadził do osiągnięcia oczekiwanych rezultatów.

Potencjalni projektodawcy i projektodawcy biorący udział w wywiadach telefonicznych wysoko ocenili informacje o możliwościach aplikowania w ramach PO KL zamieszczone na stronach www Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Szczecinie. Średnie ocen pod kątem pięciu wskazanych kryteriów wyniosły odpowiednio: aktualność - 5,93; kompletność - 5,81; użyteczność - 5,81; przejrzystość prezentacji (łatwość odnajdowania poszukiwanych informacji) - 5,76; zrozumiałość - 5,70²⁹.

Tylko nieco niżej niż w przypadku strony www Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Szczecinie, ocenili informacje o możliwościach aplikowania w ramach PO KL zamieszczone na stronach internetowych Regionalnych Ośrodków EFS w Szczecinie i Koszalinie. Średnie ocen pod kątem pięciu wskazanych kryteriów wyniosły odpowiednio: zrozumiałość - 5,64; użyteczność - 5,62; aktualność - 5,61; przejrzystość prezentacji (łatwość odnajdowania poszukiwanych informacji) - 5,57; kompletność - 5,55³⁰.

Ze względu na znaczenie strony www, która także w „Planie komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007 - 2013” została uznana za główne źródło przekazu informacji nt. EFS, członkowie zespołu badawczego dokonali analizy strony www administrowanej przez IP.

Tabela poniżej prezentuje wyniki analizy zawartości i funkcjonalności strony www administrowanej przez WUP w Szczecinie pod kątem czterech głównych kryteriów: dostępności, atrakcyjności wizualnej, aktualności oraz przejrzystości i komunikatywności.

²⁹ Źródło: Na podstawie P26. „Proszę teraz ocenić informacje o możliwości aplikowania o środki/ realizowania projektów w ramach komponentu regionalnego PO KL dostępne na stronach internetowych Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Szczecinie pod kątem następujących kryteriów. Podczas odpowiedzi proszę się posłużyć skalą od 1 do 7, gdzie 1 oznacza ocenę bardzo niską, natomiast 7 bardzo wysoką”.

³⁰ Na podstawie P27. „Proszę teraz ocenić informacje o możliwości aplikowania o środki/ realizowania projektów w ramach komponentu regionalnego PO KL dostępne na stronach internetowych Regionalnych Ośrodków EFS w Szczecinie i/lub w Koszalinie pod kątem następujących kryteriów. Podczas odpowiedzi proszę się posłużyć skalą od 1 do 7, gdzie 1 oznacza ocenę bardzo niską, natomiast 7 bardzo wysoką”.

Tabela 3. Analiza strony www administrowanej przez Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie.

Kryteria główne i szczegółowe oceny strony www		Ocena
1. Kryterium: DOSTĘPNOŚĆ		Ocena ogólna: Pozytywna
1.1	Zapewnienie prostego adresu dla strony; strona może być bardziej widoczna i łatwiejsza do znalezienia niż zestaw stron stanowiących podzbiór całej instytucji (np. IP), zalecanym rozwiązaniem jest stosowanie subdomeny w domenach regionalnych lub domenach instytucji, np. www.efs.zachodniopomorskie.pl ;	Pozytywna <u>Uwaga:</u> Wskazane byłoby zadbanie o większą widoczność odnośnika do podstrony dotyczącej PO KL na stronie internetowej WUP (obecnie odpowiednia <i>zakładka</i> nie wyróżnia się w żaden sposób spośród innych umieszczonych na stronie);
1.2	Dobre wypoźycjonowanie strony (test dla wyszukiwarki Google, dla słów kluczowych: PO KL Szczecin, PO KL zachodniopomorskie);	Raczej pozytywna
1.3	Zapewnienie maksymalnej zgodności strony (poprawnego wyświetlania się) z najczęściej używanymi przeglądarkami internetowymi: Internet Explorer od wersji 6.0 wzwyż, Mozilla Firefox, Opera, Netscape Nawigator, Safari (zgodność ze standardem XHTML lub HTML4);	Pozytywna
1.4	Zaprojektowanie strony w sposób umożliwiający oglądanie jej przy użyciu sprzętu komputerowego i oprogramowania o słabej specyfikacji technicznej oraz niezależnie od warunków korzystania z Internetu (zapewnienie szybkiego ładowania strony, nawet przy niskiej przepustowości łączy (ma to implikacje dla stosowania ruchomych obrazów i dużych grafik);	Pozytywna
1.5	Jasna organizacja strony (przejrzystość witryny) i łatwość nawigowania umożliwiające łatwe i szybkie odnalezienie poszukiwanych informacji;	Pozytywna <u>Uwaga:</u> Wskazane byłoby bardziej precyzyjne sformułowanie nazw <i>zakładek</i> umieszczonych po lewej stronie, by szybciej można było się zorientować, jakie informacje można znaleźć w danym miejscu (np. Szkolenia i konferencje [dla kogo?], poza tym patrz uwagi do podpunktu 1.5.2);
1.5.1	Jasna struktura strony: odpowiednie rozłożenie poszczególnych modułów strony, pozostawienie odpowiedniej ilości miejsca na treść zasadniczą;	Pozytywna

1.5.2	Informacje wyraźnie podzielone z uwagi na odbiorcę, tj. np. wydzielenie części dla ubiegających się o dofinansowanie, dla realizujących projekty oraz dla chcących wziąć udział w projekcie;	Negatywna <u>Uwaga:</u> Informacje na stronie nie zostały podzielone ze względu na odbiorcę, wskazany byłby podział na części przeznaczone dla projektodawców i potencjalnych projektodawców oraz dla potencjalnych uczestników projektu, należy rozważyć umieszczenie tych informacji pod oddzielnymi głównymi zakładkami (podobnie jak zostało to uczynione na stronie www.efs.gov.pl) tak, by podział ten był od razu widoczny dla zainteresowanych;
1.5.3	Widoczny logotyp (nazwa i slogan), który pozwala użytkownikowi szybko zorientować się czy strona, którą otworzył, zawiera to, czego oczekuje;	Pozytywna
1.5.4	System nawigacji umożliwiający użytkownikom poruszanie się wśród zasobów serwisu bez poczucia zagubienia i frustracji (paski nawigacyjne kierujące do najważniejszych informacji znajdujących się na stronie, ułożone według odpowiedniej hierarchii, pogrupowane tematycznie (np. w pasku poziomym i pionowym i/lub znajdującym się po lewej i po prawej stronie), w miarę potrzeb zastosowanie zakładek oraz „klikalnych” elementów graficznych dotyczących tekstów będących linkami, umożliwiających szybkie przekierowanie użytkownika na inne strony;	Raczej pozytywna <u>Uwaga:</u> patrz uwaga do podpunktu 1.5.2
1.5.5	Zastosowanie funkcjonalności takich jak: wyszukiwarka wewnątrz serwisu, mapa serwisu ułatwiających szybki dostęp do zawartości dla tych użytkowników, którzy poszukują konkretnej informacji czy dokumentu oraz możliwość wygenerowania „wersji do druku”;	Pozytywna <u>Uwaga:</u> brak możliwości wygenerowania wersji do druku;
1.5.6	Udogodnienia techniczne dla osób niedowidzących (możliwość zwiększenia czcionki i/lub kontrastu i/lub wersja strony dla osób niedowidzących);	Negatywna
1.5.7	Stopka strony zawierająca istotne informacje dodatkowe, zwł. datę ostatniej aktualizacji strony;	Negatywna <u>Uwaga:</u> brak jest istotnej informacji o dacie ostatniej aktualizacji strony;
1.5.8	Strony www powinny umożliwiać generowanie statystyk dotyczących liczby wejść (<i>visits</i>) oraz liczby osób odwiedzających stronę (<i>visitors</i>) w ujęciu miesięcznym.	Pozytywna
2. Kryterium: ATRAKCYJNOŚĆ WIZUALNA		Ocena ogólna: Pozytywna
2.1	Wizualizacja strony zgodna z wizualizacją całego Programu (np. obecność logotypu i sloganu PO KL) przy uwzględnieniu specyfiki instytucjonalnej (w celu zachowania spójności architektury i wyglądu stron www EFS);	Pozytywna

2.2	Strony www, w sytuacji, gdy są współfinansowane z projektu, powinny zawierać przynajmniej na stronie głównej informację o współfinansowaniu wraz z logotypami (o ile to możliwe logotypy PO KL i UE powinny się również znaleźć na kolejnych stronach), np. w nagłówku, stopce;	Pozytywna
2.3	Odpowiednia grafika strony: równowaga między elementami graficznymi i tekstem, odpowiednia kolorystyka, „czytelne” kroje czcionek, grafika dopasowana do treści;	Pozytywna
2.4	Zastosowanie elementów dodatkowych, takich jak: forum dyskusyjne, mapy interaktywne, galeria zdjęć itp.;	Negatywna
2.5	Możliwość ściągnięcia potrzebnych plików graficznych (np. logotypów);	Pozytywna
2.6	Podstrony z linkami, w tym odniesienie (link) do strony www.efs.gov.pl .	Pozytywna
3. Kryterium: AKTUALNOŚĆ		Ocena ogólna: Raczej pozytywna
3.1	Bezwzględna aktualność danych zawartych na stronie;	Pozytywna
3.2	Zapewnienie natychmiastowej widoczności ważnych spraw bieżących, podstrony z „newsami”;	Raczej pozytywna <u>Uwaga:</u> Wskazane jest dbanie o większą natychmiastową widoczność spraw najbardziej aktualnych, np. ogłoszeń o nowych konkursach, wprowadzeniu zmian w dokumentacji konkursowej (np. poprzez ogłoszenia w formie pop-upów, tj. wyskakujących okien otwierających się automatycznie przy wejściu na stronę);
3.3	Oznaczanie czy dany zasób zgromadzony w ramach serwisu www jest zasobem archiwalnym czy aktualnym;	Pozytywna
3.4	Możliwość subskrybowania newslettera, RSS;	Pozytywna <u>Uwaga:</u> Istnieje możliwość subskrybowania newslettera.
4. Kryterium: PRZEJRZYSTOŚĆ I KOMUNIKATYWNOŚĆ		Ocena ogólna: Pozytywna
4.1	Należyte proporcje między kompletną zawartością komunikacyjną a zwięzłością komunikatów zamieszczanych na stronie;	Pozytywna
4.2	Odpowiedni zakres informacji, w tym:	Pozytywna
4.2.1	Podstawowe dokumenty, w tym wzory wniosków o dofinansowanie i o płatność, wzór umowy o dofinansowanie;	Pozytywna <u>Uwaga:</u> wskazane byłoby by podstawowe dokumenty znajdowały się pod oddzielną, odpowiednio zatytułowaną zakładką;
4.2.2	Przewodnik po Programie (kategorie działań/ listy uprawnionych projektodawców);	Pozytywna

4.2.3	Plan Działania na bieżący rok oraz archiwalne Plany Działania;	Pozytywna
4.2.4	Bieżąca informacja o otwartych naborach i dostępnych alokacjach finansowych w ramach otwartych konkursów;	Pozytywna
4.2.5	Wykaz projektodawców, tytułów projektów i przyznanych im kwot dofinansowania;	Pozytywna
4.2.6	Serwis poświęcony aktualnie realizowanym projektom;	Pozytywna
4.2.7	Informacje o planowanych konkursach;	Pozytywna
4.2.8	Informacje o planowanych szkoleniach;	Pozytywna
4.2.9	Odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania (FAQ);	Pozytywna
4.2.10	Listy teleadresowe punktów udzielających porad i informacji;	Pozytywna
4.2.11	Wydzielona część dla dziennikarzy zawierająca m.in. bazę tekstów o realizowanych projektach i zdjęć do wykorzystania;	Negatywna <u>Uwaga:</u> brak jest materiałów przeznaczonych do potencjalnego wykorzystania przez dziennikarzy (zwł. bazy zdjęć);
4.2.12	Materiały i instrukcje potrzebne projektodawcom do promocji (wymagane znaki graficzne, logotypy, slogany, informacje techniczne, np. o rozdzielczości plików przygotowywanych do zamieszczenia w prasie, porady, jak efektywnie promować projekty itp.);	Pozytywna
4.2.13	Sprawozdania okresowe, roczne i końcowe z realizacji Programu.	Pozytywna
4.2.14	Generator wniosków aplikacyjnych	Pozytywna
4.2.15	Generator wniosków płatniczych	Pozytywna

Ogólnie, podstronę www WUP w Szczecinie dotyczącą komponentu regionalnego PO KL należy ocenić pozytywnie. Omawiana strona www spełnia wymogi określone w „Wytocznych Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji” oraz w „Strategii komunikacji Funduszy Unijnych”. Strona działa bez zarzutu pod względem technicznym i stanowi z pewnością użyteczne źródło najważniejszych informacji dla potencjalnych projektodawców oraz projektodawców Programu.

Równocześnie należy zaznaczyć, iż strona nie wykorzystuje wszystkich możliwych funkcjonalności, które czyniłyby z niej jeszcze lepsze źródło informacji. Spośród elementów, o które w pierwszej kolejności wskazane byłoby ją uzupełnić najważniejszym jest wydzielenie na stronie części przeznaczonej dla mediów zawierającej m.in. bazę tekstów o realizowanych projektach, zdjęcia do wykorzystania czy zbiór ciekawych i aktualnych informacji o wdrażanym Programie przeznaczonych do zamieszczenia w prasie. Rekomendacja ta wiąże się ściśle z dotychczas zalecanym w różnych punktach Raportu działaniem polegającym na promowaniu tzw. „dobrych praktyk”. Dodatkowo

stopka strony powinna zostać uzupełniona o datę ostatniej aktualizacji strony.

Pozytywne efekty przyniosłaby także modyfikacja architektury informacji umieszczonych na stronie: wydzielenie części odnoszących się do potencjalnych projektodawców, projektodawców oraz potencjalnych uczestników projektu i opatrzenie ich jasnymi tytułami.

Ponadto sugerowane byłoby przeformułowanie nazw niektórych zakładek znajdujących się na stronie: np. zamiast „Szkolenia z EFS” - „Bezpłatne szkolenia dla mieszkańców województwa zachodniopomorskiego”. Wprowadzenie zmian w tym obszarze ułatwiłoby użytkownikom strony szybkie znajdowanie na niej poszukiwanych informacji.

Bardzo istotną zmianą, która wpłynęłaby na zwiększenie użyteczności strony byłoby także dodanie możliwości z korzystania forum dyskusyjnego na stronie - stanowić mogłoby bardzo przydatne forum wymiany informacji między poszczególnymi grupami użytkowników strony. Przywołajmy w tym miejscu opinię uczestników wywiadu grupowego, według których informacje pozyskane od innych osób realizujących projekty w ramach POKL, stanowiły bardzo często realną pomoc w momencie pojawienia się jakichś wątpliwości czy trudności w trakcie realizowania przez nich projektów, informacji tych poszukiwali na forach internetowych, u znajomych, przeszukując zasoby Internetu.

W dalszej kolejności wskazane byłoby zadbanie o jeszcze większą natychmiastową widoczność „newsów”, spraw najbardziej aktualnych, np. poprzez ogłoszenia w formie „pop-upów” (tj. wyskakujących okien otwierających się automatycznie przy wejściu na stronę) oraz stworzenie pełnej wersji strony dla osób niedowidzących. Dzięki sugerowanym zmianom zwiększyłaby się dostępność informacji przekazywanych za pomocą strony wszystkim osobom zainteresowanym Programem, w tym szybkość ich przekazu.

5.2. Ocena spotkań informacyjnych i szkoleń dokonana przez potencjalnych projektodawców i projektodawców oraz przez członków zespołu badawczego

Jak wspomnieliśmy, ponad połowa spośród wszystkich projektodawców i potencjalnych projektodawców biorących udział w badaniu telefonicznym (N=300), brała udział w spotkaniach informacyjnych dot. komponentu regionalnego PO KL (61,7%).

Ponad połowa z respondentów uczestniczących w spotkaniu informacyjnym (N=185), uczestniczyła w spotkaniu organizowanym przez WUP w Szczecinie (64,3%). Jeśli chodzi o ocenę, większość z respondentów oceniła pozytywnie poszczególne aspekty spotkania: zwłaszcza sposób organizacji spotkania - średnia ocen 5,84; jakość otrzymanych materiałów informacyjnych - 5,58; kompetencje osoby/osób prowadzących spotkanie - średnia ocen 5,54; czas trwania spotkania biorąc pod uwagę poruszane zagadnienia - 5,44; użyteczność uzyskanych informacji - średnia ocen 5,43; zakres merytoryczny uzyskanych informacji - 5,41.

Pewien odsetek badanych (N=185), brał udział w spotkaniu informacyjnym zorganizowanym przez Regionalne Ośrodki EFS (14,6%). Spotkania te zostały ocenione nieco wyżej w porównaniu ze spotkaniami organizowanymi przez WUP. Szczególnie wysoko ocenione zostały kompetencje osoby/osób prowadzących spotkanie - średnia ocen 6,19; sposób organizacji spotkania - średnia ocen

6,00 ale także czas trwania spotkania biorąc pod uwagę poruszane zagadnienia - 5,89; natomiast jakość otrzymanych materiałów informacyjnych - średnia ocen 5,74 oraz zakres merytoryczny uzyskanych informacji i użyteczność uzyskanych informacji - średnia ocen 5,70³¹.

Także nieco ponad połowa spośród wszystkich projektodawców i potencjalnych projektodawców biorących udział w badaniu telefonicznym (N=300), brała udział w szkoleniu/ach dot. komponentu regionalnego PO KL organizowanym przez Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie lub Regionalny Ośrodek EFS (59,7%)³².

Ponad trzecia część respondentów (N=178), uczestniczyła w szkoleniu organizowanym przez WUP w Szczecinie (35,4%). Jeśli chodzi o ocenę szkoleń zorganizowanych przez WUP w Szczecinie, większość z respondentów oceniła pozytywnie poszczególne jego aspekty: zwłaszcza jakość otrzymanych materiałów informacyjnych - średnia ocen 6,33; sposób organizacji spotkania - średnia ocen 6,22; kompetencje osoby/osób prowadzących spotkanie - średnia ocen 6,11 a także czas trwania spotkania biorąc pod uwagę poruszane zagadnienia - średnia ocen 6,11; zakres merytoryczny uzyskanych informacji - średnia ocen 6,00; użyteczność uzyskanych informacji - średnia ocen 5,78.

Ponad połowa z respondentów uczestniczących w szkoleniach (N=178), uczestniczyła w szkoleniu zorganizowanym przez Regionalne Ośrodki EFS (41,6%). Zostały one ocenione nieco wyżej biorąc pod uwagę poszczególne kryteria. Szczególnie wysoko ocenione zostały: kompetencje osoby/osób prowadzących spotkanie - średnia ocen 6,30; sposób organizacji szkolenia - średnia ocen 6,25; użyteczność uzyskanych informacji - średnia ocen 6,22; zakres merytoryczny uzyskanych informacji - średnia ocen 6,18; jakość otrzymanych materiałów informacyjnych - średnia ocen 6,03 oraz czas trwania spotkania biorąc pod uwagę poruszane zagadnienia - średnia ocen 5,97³³.

Szkolenia i spotkania informacyjne a także wszelkiego innego rodzaju oddziaływanie na podażową stronę projektów, jak również działania mające na celu podniesienie jakości składanych, jak i realizowanych projektów są jednym z podstawowych celów działań komunikacyjnych. Dlatego też przedstawiciel firmy Public Profits wziął udział w jednym z organizowanych w czasie trwania badania ewaluacyjnego szkoleń, a członkowie zespołu badawczego dokonali jego oceny w ramach tzw. studium przypadku („case study”). Przedstawiciel obecny był na szkoleniu zorganizowanym przez ROEFS w Szczecinie pt. „Przygotowanie wniosku aplikacyjnego w ramach PO KL (Generator wniosków bez tajemnic)”.

Oceny szkolenia dokonaliśmy posługując się następującymi głównymi kryteriami:

³¹ Źródło: Na podstawie P.33. „Teraz proszę(a)bym o dokonanie oceny na skali od 1 do 7, gdzie 1 oznacza bardzo złą, natomiast 7 bardzo dobrą, następujących aspektów spotkania informacyjnego (spotkań informacyjnych) dot. komponentu regionalnego PO KL organizowanych przez tę instytucję, w którym/ych wziął/ęła P. udział”.

³² Źródło: Na podstawie P.36. „Proszę powiedzieć, czy brał/a P. udział w szkoleniu/ach dot. komponentu regionalnego PO KL organizowanym przez Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie lub Regionalny Ośrodek EFS?”.

³³ Źródło: Na podstawie P.39. Teraz proszę(a)bym P. o dokonanie oceny na skali od 1 do 7, gdzie 1 oznacza bardzo złą, natomiast 7 bardzo dobrą, następujących aspektów szkolenia (szkoleń) dot. komponentu regionalnego PO KL organizowanych przez tę instytucję, w którym/ych wziął/ęła P. udział.

⇒ Wyraźny cel i ukierunkowanie na odbiorców docelowych

Każde szkolenie powinno mieć jasno sprecyzowany cel oraz grupę potencjalnych uczestników.

⇒ Organizacja w celu maksymalizacji uczestnictwa i skutków

Szkolenie powinno zostać zorganizowane w miejscu dostępnym a organizacja szkoleń powinna być szeroko promowana z dużym wyprzedzeniem.

⇒ Zaangażowanie odbiorców

Podczas szkolenia należy zapewnić odpowiednią ilość czasu na pytania. Umożliwia to wyjaśnienie spraw „hurtowo” i wykorzystanie zbioru wiedzy w celu wygenerowania nowego spojrzenia. W przypadku warsztatów, należy wykorzystać techniki kreatywne, np. odgrywanie ról i burzę mózgów, w celu maksymalizacji aktywnego uczestnictwa.

⇒ Dobór materiałów

Należy przygotować dobrej jakości materiały szkoleniowe, które będą wykorzystywane w dłuższej perspektywie. Istotne wnioski ze szkoleń powinny zostać odnotowane, na stronie www lub w biuletynie, przede wszystkim przy wykorzystaniu formuły FAQ - (ang. Frequently Asked Questions) a więc zbiorów „często zadawanych pytań” i odpowiedzi na nie, tworzonych głównie po to, by uwolnić się od odpowiadania na pytania stale powtarzające się.

⇒ Ocena

Należy zbierać informacji zwrotne od uczestników szkolenia (np. w formie ankiety ewaluacyjnej) i wdrażać wnioski z nich płynące organizując kolejne tego typu spotkania.

Szkolenie, poddane ocenie w ramach studium przypadku, skierowane było do osób zainteresowanych poznaniem zasad przygotowywania wniosków aplikacyjnych w generatorze wniosków.

Szkolenie zostało ocenione wysoko w zakresie sposobu organizacji - w opinii osoby obserwującej szkolenie, zapewniał on uczestnikom komfortowy odbiór i usłyszenie oraz zrozumienie przekazywanych treści. Do przeprowadzenia szkolenia wykorzystany został sprzęt niezbędny w pracy z generatorem wniosków (rzutnik, sprzęt komputerowy dla wszystkich uczestników). Szkolenie zostało zorganizowane w miejscu łatwo dostępnym dla uczestników, promowane było tak, jak i inne szkolenia Ośrodka na stronie internetowej. Zastrzeżeń nie budzi termin zorganizowania szkolenia (zwł. że jego tematyka jest „zawsze aktualna”) ani też czas jego trwania.

Kompetencje osoby prowadzącej szkolenie zostały ocenione bardzo wysoko. Szkolenie prowadziła doświadczona trenerka, posiadająca duży zasób wiedzy, zarówno teoretycznej, jak i praktycznej, dzięki czemu przekazywane treści teoretyczne obrazowane były przykładami, trenerka mogła informować uczestników o najczęściej pojawiających się błędach w pracy z generatorem itp. Uczestnikom szkolenia przekazany został bogaty zbiór aktualnych, użytecznych, konkretnych informacji, poparty przykładami i pracą na „żywym wniosku” monitorowaną przez kompetentną trenerkę.

Osoba prowadząca poinformowała uczestników o dokumentach, z którymi powinni się zapoznać przystępując do przygotowywania wniosków oraz o źródłach, skąd mogą czerpać dodatkowe informacje.

Warte podkreślenia jest bardzo duże zaangażowanie osoby prowadzącej w działanie - w opinii przedstawiciela naszej firmy, trenerka nastawiała pozytywnie uczestników szkolenia do nietatwego zadania, jakim jest napisanie dobrego wniosku aplikacyjnego, starała się podpowiadać, jak radzić sobie w razie problemów, jak uniknąć najczęściej popełnianych błędów. Osoba prowadząca odpowiadała na pytania z sali, zachęcała do ich zadawania, ewentualnie również po zakończeniu szkolenia.

Uczestnikom szkolenia przekazane zostały bardzo dobrej jakości materiały szkoleniowe.

Od uczestników szkolenia zebrane zostały informacje zwrotne - w formie standardowych ankiet ewaluacyjnych.

Omawiane szkolenie należy ocenić bardzo wysoko pod kątem spełniania wszystkich kluczowych elementów opisanych we wstępie do tego podrozdziału.

Ogółem szkolenia prowadzone przez IP i ROEFS-y należy ocenić bardzo wysoko. Równocześnie respondenci zgłaszali zapotrzebowanie na organizowanie większej liczby szkoleń. Potrzebę taką sygnalizowali również pracownicy ROEFS-ów.

Ważną kwestią, na którą zwracali uwagę uczestnicy wywiadu pogłębionego, jest ponadto dążenie do zapewnienia wszystkim projektodawcom informacji na różnych poziomach zaawansowania (przekazywanej zwł. w formie szkoleń) - także na obszarach wiejskich należy dbać o to, by potencjalni projektodawcy i projektodawcy mieli dostęp nie tylko do szkoleń, na których zyskują informację nt. możliwości i sposobów ubiegania się o dofinansowanie projektów ale także do szkoleń dotyczących różnych aspektów realizacji projektów oraz ich rozliczania (w opinii uczestników wywiadu szkolenia z zagadnień bardziej zaawansowanych w dużo większym stopniu dostępne są w dużych miastach regionu, zwł. w Szczecinie).

Biorąc pod uwagę bardzo duże zainteresowanie potencjalnych projektodawców i projektodawców szkoleniami, zwł. szkoleniami przeznaczonymi dla instytucji realizujących już projekty, dot. rozliczeń itp., zdecydowanie wartą rozpowszechnienia praktyką jest udostępnienie na stronach WUP oraz ROEFS-ów najbardziej wartościowych materiałów szkoleniowych, w formie prezentacji w Power Point (takie prezentacje są wykorzystywane przez zdecydowaną większość osób szkolących) lub ewentualnie w formie pliku tekstowego, którego treść będzie odzwierciedlała treść szkolenia (materiał taki jest rozdawany zazwyczaj uczestnikom szkoleń). Przy czym rzeczą oczywistą jest, że materiały szkoleniowe muszą zostać najpierw bardzo dobrze opracowane.

5.3. Ocena dostępności i jakości materiałów informacyjno - promocyjnych dokonana przez potencjalnych projektodawców i projektodawców oraz przez członków zespołu badawczego.

➤ Czy publikacje instytucji odpowiedzialnych za działania informacyjno-promocyjne zawierają użyteczne, w przystępny sposób przedstawione informacje? (pyt. 1.3.2)

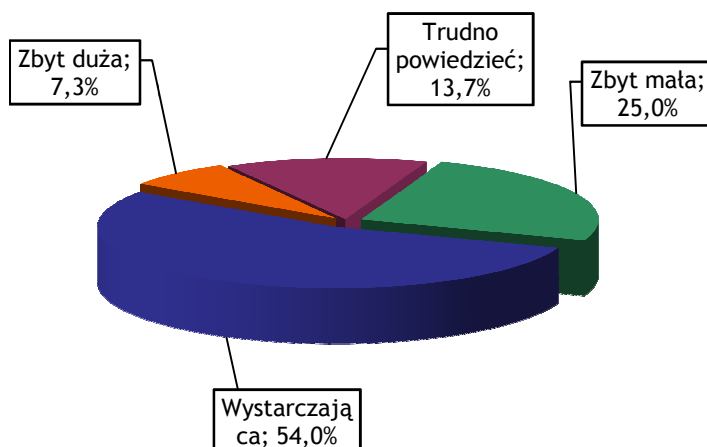
Uczestnicy wywiadów telefonicznych - projektodawcy i potencjalni projektodawcy komponentu

regionalnego PO KL zostali także poproszeni o ocenę dostępności i jakości drukowanych materiałów informacyjno - promocyjnych dot. komponentu regionalnego PO KL rozpowszechnianych m.in. przez Punkty Konsultacyjne oraz przez Regionalne Ośrodki EFS w Szczecinie i Koszalinie.

Ponad połowa respondentów uznała, że liczba dostępnych drukowanych publikacji informacyjno - promocyjnych jest wystarczająca (54,0%), jednocześnie czwarta część badanych uznała, że jest ich zbyt mało (25,0%) [wykres 27].

Wykres 27. Dostępność drukowanych materiałów informacyjno-promocyjnych.

Na podstawie P29. „Czy według P. liczba materiałów promocyjno-informacyjnych dotyczących komponentu regionalnego PO KL (ulotek, czasopism, broszur, plakatów itp.) dostępnych w WUP w Szczecinie, w Regionalnych Ośrodkach EFS, w Punktach Konsultacyjnych jest: zbyt mała, wystarczająca, zbyt duża”, N=300



Respondenci pozytywnie ocenili informacje dotyczące EFS/PO KL zamieszczone w drukowanych materiałach promocyjno-informacyjnych: ulotkach, czasopismach, broszurach itp. Średnie ocen pod kątem pięciu wskazanych kryteriów wyniosły odpowiednio: zrozumiałość - 5,81; przejrzystość prezentacji (łatwość odnajdowania poszukiwanych informacji) - 5,74; aktualność - 5,64; kompletność - 5,56, użyteczność - 5,51³⁴.

Ze względu na wagę drukowanych materiałów informacyjno - promocyjnych jako źródła informacji, także członkowie zespołu badawczego dokonali ich oceny. Ocena została dokonana przy wykorzystaniu następujących kryteriów, opisanych w „Planie komunikacji PO KL 2007 - 2013”:

➔ **Dostępność**

Wszystkie publikacje opracowywane przez odpowiedzialne za to instytucje powinny być dostępne w formie drukowanej (w przypadku dokumentów podlegających częstym aktualizacjom, lub których aktualność jest z góry ograniczona - np. poradniki, dokumentacja konkursowa itp. - publikacje mogą być dostępne w formie elektronicznej, jednakże powinna istnieć możliwość otrzymania pojedynczych wersji papierowych w instytucji wydającej dokument, np. w formie wydruku lub

³⁴ Na podstawie P.28. „A teraz proszę(a)bym by ocenił/a P. informacje o możliwości aplikowania o środki/realizowania projektów w ramach komponentu regionalnego PO KL zamieszczone w drukowanych materiałach promocyjno-informacyjnych dostępnych w WUP w Szczecinie, w Regionalnych Ośrodkach EFS, Punktach Konsultacyjnych (w ulotkach, czasopismach, broszurach, plakatach itp.) pod kątem następujących kryteriów. Podczas odpowiedzi proszę się posłużyć skalą od 1 do 7, gdzie 1 oznacza ocenę bardzo niską, natomiast 7 bardzo wysoką”.

odbitki ksero). Ponadto wszystkie publikacje drukowane muszą być również dostępne w formacie PDF na stronie właściwej instytucji. Dodatkowo w ramach potrzeb wydawane mogą być publikacje multimedialne na nośnikach elektronicznych.

➔ Zakres merytoryczny

Opracowując dany materiał informacyjno - promocyjny należy poszczególne elementy przekazu, przede wszystkim zakres informacji oraz ich ilość i stopień ich złożoności, dostosować pod kątem jego adresatów. Wskazane jest poszukiwanie sposobów pozwalających na proste, ale konkretne przedstawienie abstrakcyjnych tematów.

➔ Język przekazu

By materiały informacyjno - promocyjne dotyczące PO KL były jak najbardziej zrozumiałe dla adresatów, istotne jest dążenie do upraszczania języka oraz formułowanie krótkich i prostych informacji. Ponadto wszystkie informacje o EFS cechować powinny: wiarygodność, obiektywizm, praktyczność, a przede wszystkim rzetelność, tzn. potencjalni projektodawcy powinni być informowani o wszystkich aspektach wdrażania projektów współfinansowanych z EFS, w tym dotyczących obowiązków wynikających z umowy o dofinansowanie.

➔ Szata graficzna

Szata graficzna materiałów informacyjno - promocyjnych powinna być jednolita, by zapewnić łatwość ich identyfikacji, ponadto powinna być atrakcyjna m.in. poprzez przekazywanie złożonych informacji w obrazowy sposób. Wszystkie materiały powinny także cechować odpowiednia proporcja między elementami wizualnymi (grafika, ilustracje, fotografie) a werbalnymi (tekst).

Ponadto istotne jest, by informacje w publikacjach były przedstawiane w kontekście lokalnym, a nie regionalnym, sprowadzając ich znaczenie do spraw życia codziennego i koncentrując się na aspekcie ludzkim. Należy posługiwać się cytatami i wypowiedziami uczestników projektów, co sprawia, że informacje stają się bliższe odbiorcom komunikatu. Dobrze jest promować przykładowe projekty.

Drukowane materiały informacyjne i promocyjne publikowane przez IP to: niewielka broszura zawierająca ogólne informacje nt. Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki oraz ulotki: ulotka dot. PO KL zawierająca zwł. informacje adresowe, kontakt do instytucji wspierających w regionie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów komponentu regionalnego PO KL, ulotka „Oddolne inicjatywy na obszarach wiejskich w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki” i ulotki dotyczące Działań najbardziej „popularnych” (6.1.1, 6.2, 8.1.1, 8.1.2, 9.3, 9.4) oraz ulotka promująca ofertę Regionalnego Ośrodka EFS w Szczecinie.

Informacje dotyczące Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki zamieszczane są również w kwartalniku, Biuletynie Informacyjnym Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Szczecinie pn. „Zachodniopomorski Rynek Pracy”, który jest dystrybuowany w całym województwie, do Powiatowych Urzędów Pracy, urzędów gmin itd.

Regionalny Ośrodek EFS w Koszalinie również publikuje i rozpowszechnia ulotkę promującą swoją ofertę skierowaną do osób zainteresowanych PO KL.

Ponadto dystrybuowane są materiały przekazywane przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego np. „Program Operacyjny Kapitał Ludzki”, „Szczegółowy Opis Priorytetów Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki”, Podręcznik „Równość Szans Kobiet i Mężczyzn” i in.

Wszystkie wspomniane materiały dostępne są w wersji drukowanej, można je bez problemów pobrać w siedzibie w WUP w Szczecinie, dostępne są również w Regionalnych Ośrodkach EFS. Nie wszystkie materiały dostępne są w wersji elektronicznej na stronie internetowej WUP w Szczecinie (do pobrania w formacie pdf.). W wersji elektronicznej na stronie WUP w Szczecinie dostępny jest biuletyn „Zachodniopomorski rynek pracy” oraz ulotka adresowa dot. instytucji zajmujących się informowaniem i promowaniem komponentu regionalnego PO KL oraz dot. oddolnych inicjatyw na obszarach wiejskich w ramach PO KL. Wspomnianych materiałów nie ma również na stronach ROEFS-ów choć warto w tym miejscu zwrócić uwagę na możliwość pobrania ze strony www ROEFS w Koszalinie dość szerokiego zakresu materiałów pomocnych beneficjentom, przed wszystkim materiałów szkoleniowych (wykorzystywanych podczas szkoleń).

Dostępne materiały informacyjne i promocyjne ocenione zostały jako ogólnie dobre jeśli chodzi o zakres merytoryczny zamieszczonych w nich informacji. W opinii członków zespołu badawczego są one przedstawione w sposób, który powinien być zrozumiały dla czytelników, co bardzo ważne niektóre zamieszczone informacje poparte są tam, gdzie to możliwe, przykładami (odnośnie np., przykładowych projektów, które zostały zrealizowane w ramach omawianego Działania) a do informacji nt. Działań dołączone są zawsze informacje, do jakich instytucji należy się zgłosić by uzyskać dalsze informacje. Informacje są również dosyć konkretne, co bardzo istotne potencjalni uczestnicy projektów znajdą w nich informacje o realizowanych projektach. Szata graficzna również oceniona została ogólnie jako atrakcyjna.

Równocześnie zauważyć należy, iż spektrum publikowanych wydawnictw nie jest zbyt szerokie i wymagałoby poszerzenia. W pierwszej kolejności o profesjonalne ulotki tematyczne, zbliżone w formie do ulotki „Oddolne inicjatywy na obszarach wiejskich w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki” a poświęcone innym wybranym kluczowym obszarom (Priorytetom, obszarom). Ulotki takie są publikowane, jak wspomnieliśmy, jednak mają one formę wydruków komputerowych formatu A4. Forma taka oceniona została jako niewystarczająca.

Zakres drukowanych materiałów powinien być również uzupełniony o ulotkę zawierającą informacje o planowanych przez IP konkursach w danym roku czy też półroczu. Taka ulotka, aby była użyteczna dla potencjalnych projektodawców musi być jak najczęściej aktualizowana, w związku z czym w tym przypadku może posiadać uboższą szatę graficzną (mogą być to ekonomiczne wydruki lub kserokopie) - w tym przypadku liczy się aktualność zawartych informacji. Informacje na takich materiałach dotyczyć powinny także w miarę możliwości konkursów, do których aktualnie trwają nabory wniosków.

Ponadto spektrum drukowanych materiałów informacyjnych i promocyjnych powinno zostać w najbliższym czasie poszerzone o publikację poświęconą tzw. „dobrym praktykom” - (z)realizowanym w województwie wzorcowym lub ciekawym, nowatorskim projektem dofinansowanym z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Omawiana publikacja może przybrać

formę albumu (wtedy warto byłoby ją z pewnością uzupełnić wydaniem na płycie CD, co ułatwiłoby dystrybucję oraz obniżyło koszty powielania). Publikacja taka stanowić powinna ważne narzędzie promowania komponentu regionalnego PO KL oraz powinna być szeroko rozpowszechniana, np. wśród uczestników konferencji. Istotne jest, jak wspominaliśmy, by informacje w publikacji tego typu były przedstawione w kontekście lokalnym, a nie regionalnym, koncentrowały się na aspekcie ludzkim. Należy posługiwać się w niej często cytatami i wypowiedziami uczestników projektów, by informacje były bliższe odbiorcom komunikatu. Publikacja taka powinna być również dostępna w formie pliku na stronie internetowej WUP w Szczecinie.

5.4. Ocena jakości obsługi klienta kontaktującego się telefonicznie z pracownikami instytucji odpowiedzialnych za działania informacyjne i promocyjne.

Możliwość kontaktu telefonicznego z pracownikami instytucji odpowiedzialnych za działania informacyjne i promocyjne stwarza szansę na znaczne podniesienie jakości obsługi w zakresie informowania i promowania Programu. Osoba zainteresowana Programem powinna mieć możliwość komfortowego dodzwonienia się do odpowiedniej osoby i uzyskania konkretnych i wyczerpujących - użytecznych dla niej informacji. Możliwość kontaktu telefonicznego pozwala na znaczną oszczędzać czas zarówno osobie dzwoniącej, jak też pracownikom instytucji odpowiedzialnych za udzielanie informacji, stwarza możliwość ułatwienia i przyspieszenia kontaktów.

W związku z tym, jednym z elementów badania ewaluacyjnego było badanie typu „Mystery Calling”, które miało na celu umożliwienie oceny jakości kontaktu telefonicznego m.in. z Punktami Konsultacyjnymi funkcjonującymi w WUP w Szczecinie oraz w filii WUP w Koszalinie.

W ramach badania pracujący dla Public Profits Tajemniczy klienci wykonali 24 rozmowy telefoniczne: po sześć rozmów telefonicznych z pracownikami Punktu Konsultacyjnego w Szczecinie i w Koszalinie oraz po 6 rozmów z pracownikami Regionalnego Ośrodka EFS w Koszalinie i w Szczecinie. W trakcie rozmowy wcielali się w rolę potencjalnego beneficjenta lub też potencjalnego uczestnika projektu.

Ocena jakości kontaktu telefonicznego z Punktami Konsultacyjnymi została dokonana według poniższych kryteriów i wypadła następująco:

➡ Łatwość dodzwonienia się do Punktu

W przypadku obu Punktów Konsultacyjnych Tajemniczy klienci nie mieli problemów z uzyskaniem połączenia (w 2 na 12 przypadków dodzwonili się dopiero po powtórным wybraniu numeru, gdyż numer był wcześniej zajęty). Ten aspekt należy zatem ocenić wysoko.

➡ Inicjatywa osoby odbierającej telefon

Tajemniczy klienci kontaktujący się telefonicznie z Punktem Konsultacyjnym funkcjonującym w WUP w Szczecinie uzyskali wyczerpujące odpowiedzi na zadawane przez siebie pytania. Ponadto uzyskali informacje o źródłach dodatkowych informacji, zwł. stronie internetowej WUP. Osoby odbierające telefony ocenione zostały jako życzliwe, pomocne, zaangażowane.

Również jakość kontaktu telefonicznego z pracownikami Punktu Konsultacyjnego w filii WUP w Koszalinie została oceniona przez ankierów pozytywnie. Pracownicy przekazali im (w 4 na 6 przypadków) konkretne, rzeczowe i zwięzłe informacje. W dwóch przypadkach odpowiedzi udzielone Tajemniczym klientom były dość zdawkowe i sprowadzały się głównie do polecenia im informacji znajdujących się na stronie internetowej WUP lub do polecenia skontaktowania się z odpowiednim Regionalnym Ośrodkiem EFS.

➤ **Kultura i życzliwość osób udzielających odpowiedzi**

Ocena pracowników, którzy odbyli rozmowy telefoniczne z Tajemniczymi klientami wypadła pozytywnie w obu instytucjach. Zostali oni ocenieni jako uprzejmi i komunikatywni, udzielali informacji na dodatkowe pytania stawiane w trakcie rozmowy, wyrażali się poprawnym i zrozumiałym językiem.

Według tych samych kryteriów oceniona została jakość rozmów przeprowadzonych przez Tajemniczych klientów w Regionalnym Ośrodku EFS w Szczecinie i w Koszalinie. Wypadła ona następująco:

➤ **Łatwość dodzwonienia się na infolinię**

W przypadku obu Regionalnych Ośrodków EFS Tajemniczy klienci nie mieli problemów z uzyskaniem połączenia (tylko w 1 przypadku ankier dodzwonił się dopiero po powtórny wybraniu numeru). Ten aspekt należy zatem ocenić wysoko.

➤ **Inicjatywa osoby odbierającej telefon**

W opinii Tajemniczych klientów kontaktujących się z Regionalnym Ośrodkiem EFS w Szczecinie, w 5 na 6 przypadków, nie uzyskali oni wyczerpujących odpowiedzi na zadane pytania. Po interesujące ich informacje byli standardowo odsyłani do strony internetowej WUP lub do samego WUP. Jako wyczerpująca i profesjonalna oceniona została jedna rozmowa. Ponadto, w opinii Tajemniczych klientów, język którym posługiwało się kilku ich rozmówców był dla nich zbyt hermetyczny, niezrozumiały.

W przypadku Regionalnego Ośrodka EFS w Koszalinie, 3 z 6 rozmów zostały ocenione jako wyczerpujące i profesjonalne. Równocześnie w przypadku 2 rozmów ankierzy nie uzyskali połączenia z osobą kompetentną, nie uzyskali odpowiedzi na zadawane pytania. W przypadku jednej rozmowy, pracownik ROEFS umówił się z Tajemniczym klientem, że zorientuje się w jaki sposób powinien odpowiedzieć na jego pytania i oddzwoni, jednak nie uczynił tego.

➤ **Kultura i życzliwość osób udzielających odpowiedzi**

Pracownicy obu ROEFS-ów zostali ocenieni dość pozytywnie pod tym względem, przy czym lepiej ocenieni zostali pracownicy Regionalnego Ośrodka EFS w Koszalinie. To czego najczęściej brakowało Tajemniczym klientom dzwoniących do Ośrodków to zaangażowanie i chęć udzielenia użytecznych odpowiedzi na zadawane przez nich pytania.

Na podstawie przeprowadzonego badania „Mystery Calling” zaleca się by Regionalne Ośrodki EFS podniosły jakość obsługi osób kontaktujących się telefonicznie z Ośrodkami.

5.5. Ocena jakości obsługi klienta kontaktującego się osobiście z pracownikami instytucji odpowiedzialnych za działania informacyjne i promocyjne.

W ramach badania ewaluacyjnego Tajemniczy klienti firmy Public Profits odbyli po jednej wizycie w Punkcie Konsultacyjnym w WUP w Szczecinie, w Punkcie Konsultacyjnym w filii WUP w Szczecinie oraz w Regionalnym Ośrodku EFS w Szczecinie i Regionalnym Ośrodku EFS w Koszalinie.

W ich wyniku jakość obsługi klienta w Punkcie Konsultacyjnym w WUP w Szczecinie została oceniona jako dobra - Tajemniczy klient został przyjęty bez konieczności oczekiwania a pracownik, który go obsługiwał oceniony został jako osoba życzliwa i kompetentna, posiadał dużą wiedzę, zaangażował się w rozwiązanie problemu klienta. Tajemniczy klient uzyskał odpowiedzi na większość zadanych przez siebie pytań choć odnośnie pewnych problemowych zagadnień został odesłany do innych źródeł informacji a w odpowiedziach obsługującego go pracownika brakowało niekiedy konkretów, bardziej szczegółowych informacji.

Również w Punkcie Konsultacyjnym w filii WUP w Koszalinie Tajemniczy klient został obsłużony bez konieczności dłuższego oczekiwania przez życzliwego i skoncentrowanego na jego obsłudze pracownika. Po zapoznaniu się z pytaniami Tajemniczego klienta, pracownik Punku polecił mu skontaktowanie się z Urzędem Marszałkowskim w celu uzyskania bardziej szczegółowych odpowiedzi na swoje pytania.

Jakość obsługi klienta w Regionalnym Ośrodku EFS w Szczecinie została oceniona jako bardzo dobra. Tajemniczy klient został przyjęty bez konieczności oczekiwania (występował w roli osoby zainteresowanej odbyciem szkoleń i studiów podyplomowych). Pracownik Ośrodka został oceniony jako kompetentny, posiadał duży zasób informacji, odpowiedział na wszystkie pytania, zaangażował się w rozwiązanie problemu klienta. Została oceniona jako życzliwa, cierpliwa, wyrażała się w sposób poprawny, zrozumiały dla Tajemniczego klienta.

Również Tajemniczy klient, który odbył wizytę w Regionalnym Ośrodku EFS w Koszalinie został przyjęty bez konieczności oczekiwania. Niestety od pracowników Ośrodka nie uzyskał odpowiedzi na żadne z zadanych przez siebie pytań (występował w roli osoby zainteresowanej rozpoczęciem własnej działalności gospodarczej). Tajemniczy klient nie uzyskał żadnych, nawet podstawowych informacji dotyczących możliwości uzyskania dotacji na rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej w ramach PO KL czy też sposobu, w jaki powinien starać się o dofinansowanie. Został „od progu” skierowany do Naczelnej Organizacji Turystycznej, która według słów pracowników Ośrodka powinna od marca przyszłego roku realizować projekt w tym zakresie (dodajmy, że Tajemniczy klient zamierzał uzyskać ogólne informacje typu czy może uzyskać jakiegokolwiek wsparcie w ramach komponentu regionalnego PO KL? Jeśli tak, to jakie? Czy tylko wsparcie finansowe czy może również jakieś szkolenia?).

Wyciągając jakiegokolwiek wnioski z badania „Mystery Client” należy uwzględnić, że tajemniczy klienti złożyli tylko po jednej wizycie w każdej instytucji. Uprawnionym jest jednak zalecenie, by

pracownicy ROEFS w Koszalinie zwrócili większą uwagę na jakość obsługi bezpośredniej klientów.

5.6. Ocena jakości obsługi klienta kontaktującego się za pomocą poczty elektronicznej z pracownikami instytucji odpowiedzialnych za działania informacyjne i promocyjne.

W ramach badania ewaluacyjnego Tajemniczy klienci firmy Public Profits wysłali za pomocą poczty elektronicznej 24 zapytania do instytucji oferujących możliwość kontaktowania się z nimi w ten sposób (po sześć zapytań do każdego Punktu Konsultacyjnego oraz Regionalnego Ośrodka EFS).

Ocena jakości kontaktu za pomocą poczty elektronicznej została dokonana według poniższych kryteriów i wypadła następująco:

➔ Skuteczność kontaktu

Kryterium to uwzględnia czy na pytanie wysłane e-mailem Tajemniczy klient uzyskał odpowiedź. Najlepszy wynik uzyskał pod tym względem ROEFS w Szczecinie (Tajemniczy klienci uzyskali odpowiedzi na wszystkie e-maile). Dość dobry wynik uzyskały także Punkty Konsultacyjne w Szczecinie i w Koszalinie (Tajemniczy klienci uzyskali odpowiedzi na 5 z 6 wysłanych e-maili).

➔ Czas oczekiwania na odpowiedź

Najlepsze wyniki uzyskały pod tym względem Punkty Konsultacyjne w Szczecinie (e-maile z informacją zwrotną zostały wysłane w przeciągu od 1 do 3 dni roboczych) oraz w Koszalinie (e-maile z informacją zwrotną zostały wysłane w przeciągu od 2 do 4 dni roboczych). Nieco gorzej ocenić należy pod tym względem ROEFS w Szczecinie (e-maile z informacją zwrotną zostały wysłane w przeciągu od 3 aż do 11 dni roboczych).

➔ Zakres merytoryczny uzyskanych informacji

Zakres merytoryczny informacji udzielonych w e-mailach zwrotnych oceniony został jako odpowiedni, udzielone informacje były rzetelne i wyczerpujące.

Z badania wynika, iż z najniższym poziomem obsługi klienta kontaktującego się za pomocą poczty elektronicznej, mamy do czynienia w Regionalnym Ośrodku EFS w Koszalinie - na sześć zapytań wysłanych przez Tajemniczych klientów, otrzymano tylko 1 odpowiedź zwrotną (odpowiedź została udzielona w tym samym dniu i miała odpowiedni zakres merytoryczny).

W przypadku pozostałych instytucji, jakość obsługi klientów kontaktujących za pomocą poczty elektronicznej, należy ocenić jako wysoką.

6. Zakres ewentualnego outsourcingu działań informacyjnych i promocyjnych

- Jaki jest możliwy zakres ewentualnego outsourcingu działań informacyjno-promocyjnych? (pyt.3)
- Jakie mechanizmy zastosować w celu kontroli nad wysokim poziomem merytorycznym zleconych działań? (pyt. 3.1)

Jedną z kwestii poruszonych przez nas w trakcie badania ewaluacyjnego było pytanie o możliwość outsourcingu działań informacyjno - promocyjnych oraz jego ewentualny zakres. Przez outsourcing rozumiemy delegowanie pewnych zadań należących do IP i wykonywanych obecnie przez nią do wykonania przez wyspecjalizowane podmioty zewnętrzne.

W opinii uczestników wywiadów pogłębionych zrealizowanych w trakcie badania wynika, że jakkolwiek outsourcing pewnych działań informacyjnych i promocyjnych jest możliwy, to jego zakres jest stosunkowo wąski i obejmuje jedynie opracowanie i publikowanie drukowanych materiałów informacyjno-promocyjnych przygotowywanych obecnie przez pracowników IP. Zastosowanie outsourcingu odciążałoby niewątpliwie pracowników IP.

Istotną kwestią do rozwiązania pozostaje natomiast wybór mechanizmów, które powinny zostać zastosowane w celu kontroli nad wysokim poziomem merytorycznym zleconych zadań. Nad wysokim poziomem merytorycznym zleconych działań czuwałby naturalnie z jednej strony Zespół ds. zamówień publicznych, do którego należy konstruowanie umów z realizatorami zamówień publicznych. Z drugiej jednak strony, nad poziomem merytorycznym publikacji czuwać musieliby także pracownicy IP odpowiedzialni za realizację działań informacyjnych i promocyjnych, np. Punktu Konsultacyjnego, którzy posiadają odpowiedni zakres wiedzy by móc zweryfikować treści zamieszczone w publikacjach. Dodatkowo, publikacje instytucji zaangażowanych w realizację działań informacyjnych i promocyjnych dot. PO KL podlegają i nadal będą podlegały weryfikacji w IZ PO KL. Sposób sprawowania kontroli nad merytoryczną zawartością drukowanych materiałów informacyjnych i promocyjnych, pozostaje kwestią otwartą.

7. Grupy odbiorców komunikatów oraz kanały komunikacji w stosunku do nich najbardziej efektywne

- Do jakich grup powinny być działania informacyjno-promocyjne, jakimi kanałami (pyt. 2)
- Jakie są główne grupy/podgrupy odbiorców? Jaka jest ich charakterystyka ilościowa? (pyt. 2.1)
- Jakie kanały komunikacji są najbardziej efektywne w stosunku do poszczególnych grup? (pyt. 2.4)
- Czy instytucje odpowiedzialne za działania informacyjno-promocyjne wykorzystują optymalne narzędzia komunikacji w stosunku do poszczególnych grup odbiorców? (pyt. 2.4.1)

Głównymi odbiorcami działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych przez zaangażowane w regionie podmioty są mówiąc najogólniej potencjalni projektodawcy i projektodawcy POKL oraz mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego, pełniący również rolę potencjalnych uczestników projektów realizowanych w ramach komponentu regionalnego POKL.

Odnosnie preferowanych przez mieszkańców województwa źródeł informacji nt. EFS i PO KL rysuje się pewien dość wyraźny podział. Internet jest preferowany przez osoby w wieku 15 - 24 lat (59,3%) i 25 - 44 lat (53,1%); studentów/osoby uczące się (69,8%) oraz osoby pracujące (50,7%), mieszkańców gmin miejskich (47,7%). Na prasę, jako preferowane źródło informacji najczęściej

wskazywali mieszkańcy gmin miejskich i miejsko-wiejskich. Natomiast takie narzędzia, jak publikacje informacyjno-promocyjne oraz telewizja są preferowane generalnie przez osoby w wieku 45 lat i więcej, emerytów/rencistów oraz osoby bezrobotne, mieszkańców gmin wiejskich. Przytoczmy szczegółowe dane: na publikacje informacyjno-promocyjne jako kluczowe źródło informacji najczęściej wskazywały osoby w wieku 45 lat i więcej (37,9%), emeryci/renciści (43,1%) i osoby bezrobotne (39,3%) oraz mieszkańcy gmin wiejskich (38,6%). Na telewizję jako preferowane źródło informacji najczęściej wskazywali respondenci w wieku 45 lat i więcej (36,7%), emeryci/renciści (42,2%) i osoby bezrobotne (33,7%) oraz mieszkańcy gmin miejskich (33,7%). Na prasę, jako preferowane źródło informacji, najczęściej wskazywały osoby w wieku 45 lat i więcej (28,4%), emeryci/renciści (30,4%) i osoby bezrobotne (20,2%) oraz mieszkańcy gmin miejskich i miejsko - wiejskich (odpowiednio 22,1% i 21,3%). Warto podkreślić, iż osoby posiadające najmniejszą świadomość istnienia PO KL, tzn. osoby w wieku 45 lat i więcej, osoby bezrobotne oraz mieszkańcy gmin wiejskich preferują jako źródła informacji publikacje informacyjno - promocyjne i telewizję. Internet jest z kolei preferowanym źródłem informacji dla osób, które jak wynika z badania posiadają największą świadomość istnienia EFS i PO KL.

Strony internetowe zawierające informacje dotyczącego PO KL stanowiły natomiast przypomnijmy zdecydowanie najpopularniejsze źródło informacji dla potencjalnych projektodawców i projektodawców. Wymieniali je oni zdecydowanie najczęściej jako źródło informacji, z którego można się dowiedzieć o możliwości aplikowania o środki w ramach PO KL oraz jako źródło, z którego oni sami dowiedzieli się o takiej możliwości, a także jako źródło, z którego korzystali na etapie przygotowywania wniosku. Ponadto strony internetowe były wymieniane najczęściej jako najlepiej dostosowane do potrzeb potencjalnych projektodawców i projektodawców. We wszystkich tych kategoriach zdecydowanie najczęściej wymieniana była strona internetowa Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Szczecinie. Ponad połowa respondentów uznała stronę internetową WUP w Szczecinie za najlepiej dopasowane do ich potrzeb źródło informacji (68,9%).

Instytucje zaangażowane we wdrażanie działań informacyjnych i promocyjnych wykorzystują wszelkie dostępne narzędzia przekazu informacji nt. POKL, są one zróżnicowane i w zasadzie dostosowane do preferencji odbiorców, z tym że z badań wynika, iż ilość informacji kierowanych do mieszkańców województwa zachodniopomorskiego powinna zostać zwiększona. Zwiększona powinna zostać również liczba działań skierowanych na zaspokojenie potrzeb informacyjnych projektodawców i potencjalnych projektodawców komponentu regionalnego PO KL (zwł. liczba szkoleń). Ponadto istotne jest by instytucje zaangażowane w realizację działań informacyjnych i promocyjnych zwiększyły stopień skuteczności docierania z informacją nt. komponentu regionalnego PO KL do grup mniej aktywnych w pozyskiwaniu środków w ramach Programu.

8. Ogólna ocena jakości i wystarczalności działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych w województwie zachodniopomorskim.

- W jakim stopniu system promocji i informacji spełnia swoją funkcję? (pyt. 1)
- Czy działania/materiały informacyjne i promocyjne są dobrej jakości? (pyt. 1.3.1)
- Jakie działania powinny zostać podjęte, w celu zwiększenia efektywności, skuteczności systemu informacji i promocji oraz dopasowania go do potrzeb odbiorców? (pyt. 5)

Jakość działań i materiałów informacyjnych i promocyjnych oraz ich funkcjonalność i skuteczność oceniona została na podstawie:

- zaprezentowanych na początku rozdziału wskaźników odnoszących się do mieszkańców oraz potencjalnych projektodawców i projektodawców;
- oceny deficytów informacyjnych występujących w regionie;
- oceny roli i skuteczności Regionalnych Ośrodków EFS w systemie informacji i promocji PO KL województwie zachodniopomorskim;
- oceny jakości narzędzi komunikacyjnych wykorzystanych w działaniach informacyjnych i promocyjnych dot. komponentu regionalnego PO KL.

Oceny skuteczności działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących EFS i PO KL prowadzonych w województwie zachodniopomorskim należy dokonać w powiązaniu z grupami docelowymi, do których działania te były kierowane. Zdecydowanie największą skuteczność osiągnięto w przypadku potencjalnych projektodawców i projektodawców. O dużej skuteczności prowadzonych w województwie działań informacyjnych i promocyjnych świadczy pośrednio bardzo duże zainteresowanie potencjalnych projektodawców ubieganiem się o dofinansowanie projektów, co podkreślali w wywiadach pogłębionych pracownicy zespołów odpowiedzialnych za ocenę wniosków aplikacyjnych. W ich ocenie także poziom wniosków generalnie się zwiększa wraz z upływem czasu. Jak wynika z badania, potencjalni projektodawcy i projektodawcy są grupą aktywnie poszukującą informacji na temat Programu, znają oni dostępne źródła informacji, wysoko oceniają najbardziej popularne z nich - podstronę internetową WUP w Szczecinie dot. PO KL oraz szkolenia organizowane przez Regionalne Ośrodki EFS. Projektodawcy i potencjalni projektodawcy dysponują też największą wiedzą o funkcjonowaniu komponentu regionalnego PO KL: zaangażowanych instytucjach, możliwych formach wsparcia itd. W przypadku tej grupy największą skutecznością wykazują się takie instrumenty przekazu informacji jakim jest internet, ponadto także szkolenia, publikacje, bezpośredni kontakt (telefoniczny lub mailowy).

Równocześnie nie można zapominać o tym, że istnieją grupy potencjalnych projektodawców, co do których realizowane działania przynoszą gorsze wyniki - są to grupy (wyodrębnione czy to terytorialnie czy to ze względu na typ) zdecydowanie mniej aktywne w pozyskiwaniu dofinansowania lub mające duże problemy z przygotowaniem poprawnego wniosku o dofinansowanie. Na tych właśnie grupach powinny się skupić działania informacyjne na obecnym etapie wdrażania PO KL - przy wykorzystaniu preferowanych przez nich, często specyficznych narzędzi przekazu informacji.

Zdecydowanie słabiej przedstawia się stopień osiągnięcia celów działań informacyjnych

i promocyjnych skierowanych do ogółu mieszkańców województwa zachodniopomorskiego - będących potencjalnymi uczestnikami projektów realizowanych w ramach Programu. Jak wynika z badań, mieszkańcy województwa mają świadomość, że Program jest realizowany, posiadają pozytywny wizerunek działań dofinansowanych z EFS, poprawnie identyfikują cele, które realizowane są w jego ramach EFS (poprawnie, choć ogólnie). Równocześnie posiadają zbyt mało informacji jako potencjalni uczestnicy projektów: odnośnie form wsparcia oferowanego w ramach PO KL, potencjalnych beneficjentów działań, instytucji zaangażowanych we wdrażanie Programu itp.

Na skuteczność działań podejmowanych przez odpowiednie instytucje wpływa ich użyteczność biorąca pod uwagę punkt widzenia odbiorców działań.

Należy w tym miejscu zaznaczyć, że wszystkie podejmowane działania informacyjne i promocyjne były adekwatne do celów, w dużej mierze zgodne z zapotrzebowaniem odbiorców, do których były kierowane. Instytucje zaangażowane w realizację działań wykorzystują szeroki wachlarz narzędzi komunikacji. Należy podkreślić, że dokładają one starań by dopasowywać podejmowane działania do poszczególnych grup odbiorców. Jak wynika z badań, odbiorcy informacji poprawnie identyfikują kanały, jakimi płyną do nich informacje dot. komponentu regionalnego, w miarę potrzeby korzystają z nich. Wykorzystywane materiały informacyjne i promocyjne zostały wysoko ocenione zarówno przez respondentów, jak również przez członków zespołu badawczego.

Równocześnie, w mocy pozostają wszystkie uwagi poczynione do tej pory w raporcie, dotyczące mankamentów poszczególnych działań i materiałów oraz rekomendowanych sposobów ich udoskonalenia. Znalazły one swoje miejsce wśród najważniejszych wniosków z badania, które zostały zebrane w kolejnym rozdziale.

Wskaźnikiem efektywności prowadzonych działań informacyjno - promocyjnych jest stosunek kosztów poniesionych na te działania do odniesionych rezultatów. W tym sensie zrealizowane działania informacyjne i promocyjne należy ocenić jako efektywne. Najwięcej środków finansowych przeznaczono na takie działania, które zostały ocenione jako skuteczne, a także wysoce użyteczne w opinii odbiorców komunikatów. Biorąc pod uwagę poszczególne narzędzia przekazu informacji, najbardziej efektywnym z nich jest niewątpliwie strona www - pozwala ona na skuteczne docieranie z informacją do odpowiednich grup odbiorców generując równocześnie stosunkowo niskie koszty.

9. Najważniejsze wnioski z badania ewaluacyjnego

Poniżej, niejako w charakterze podsumowania prezentujemy najważniejsze wnioski wynikające ze zrealizowanego badania ewaluacyjnego:

1. Struktura organizacyjna IP zastała dostosowana do powierzonych jej zadań i nie budzi zastrzeżeń ze strony pracowników;
2. Zidentyfikowana została potrzeba wypracowania i wdrożenia funkcjonalnych procedur przekazu informacji między Punktami Konsultacyjnymi działającymi w WUP w Szczecinie oraz w filii WUP w Koszalinie a Regionalnymi Ośrodkami EFS w Szczecinie i Koszalinie - wdrożenie procedur

- powinno wpłynąć na zwiększenie efektywności przepływu informacji między instytucjami;
3. Zidentyfikowana została potrzeba wypracowania funkcjonalnych mechanizmów koordynowania działań instytucji zaangażowanych we wdrażanie działań informacyjnych i promocyjnych w regionie. Prowadzić do tego powinno: zacieśnienie współpracy między wszystkimi instytucjami, zwł. na etapie działań planistycznych, m.in. poprzez częstszy udział wszystkich zainteresowanych stron w spotkaniach roboczych, ponadto w spotkaniach w ramach RIGR powinno uczestniczyć szerokie grono osób zaangażowanych w działania informacyjne i promocyjne dot. funduszy unijnych realizowane w regionie - powinno się to przyczynić do zwiększenia efektywności przepływu informacji między instytucjami, większej koordynacji prowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych a tym samym pozytywnie wpłynąć na efektywność pracy wspomnianych instytucji, w tym na skuteczność i użyteczność realizowanych przez nie działań;
 4. Zidentyfikowana została potrzeba sformalizowania zasad współpracy pomiędzy Wydziałem Promocji a pozostałymi jednostkami zaangażowanymi w WUP w realizację działań informacyjnych i promocyjnych mającą na celu przede wszystkim dookreślenie zakresu zadań i kompetencji Wydziału Promocji - powinno się to przyczynić do zwiększenia efektywności i skuteczności działań realizowanych przez IP;
 5. Uczestnicy wywiadów pogłębionych z placówek funkcjonujących w Koszalinie, zwrócili uwagę na problem z uzyskiwaniem z wyprzedzeniem informacji nt. dokładnych terminów planowanych konkursów. Problem ten należy wziąć pod uwagę dążąc do udoskonalenia systemu przepływu informacji między instytucjami - skoordynowanie podejmowanych działań promocyjnych i informacyjnych z aktualizowanym na bieżąco harmonogramem ogłaszania konkursów powinno zaowocować zwiększeniem efektywności działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych przez instytucje;
 6. Uczestnicy wywiadów pogłębionych z ROEFS w Koszalinie sygnalizowali potrzebę swojego uczestnictwa w Komisji Oceny Projektów, dzięki czemu mogliby przekazywać potencjalnym wnioskodawcom bardziej konkretne wskazówki dot. przygotowywania wniosków niż tylko te, które wynikają z dość ogólnych planów działania lub dokumentacji konkursowych. Postulat ten należy wziąć pod uwagę organizując kolejne Komisje Oceny Projektów;
 7. Potencjał instytucjonalny zaangażowany w prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dot. komponentu regionalnego PO KL w województwie zachodniopomorskim jest odpowiedni, uczestnicy wywiadów pogłębionych nie sygnalizowali potrzeby zmian kadrowych;
 8. Instytucje zaangażowane w realizację działań informacyjnych i promocyjnych w regionie opracowują (lub też planują opracować - ROEFS w Szczecinie) strategię działań informacyjno - promocyjnych, co przyczynia się (lub przyczyni) do zwiększenia efektywności podejmowanych przez nie działań;
 9. Instytucje zaangażowane w realizację działań informacyjnych i promocyjnych w regionie prowadzą monitoring podejmowanych działań oraz modyfikują je w zależności od jego wyników, co przyczynia się do zwiększenia efektywności podejmowanych przez nie działań;

10. Poziom znajomości EFS i PO KL wśród mieszkańców województwa zachodniopomorskiego należy uznać za znajdujący się na przeciętnym poziomie. W przypadku znajomości wspomaganej, niemal połowa badanych mieszkańców zadeklarowała, że spotkała się z nazwą „Europejski Fundusz Społeczny” (48,1%, 481 osób) a czwarta część zadeklarowała znajomość nazwy: „Program Operacyjny Kapitał Ludzki” (25,1%, 251 osób). Znajomość znaku graficznego Europejskiego Funduszu Społecznego zadeklarowała trzecia część badanych osób (29,5%, 295 osób) a znajomość znaku graficznego Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki siódma część respondentów (14,3%, 143 osoby). Znacznie częściej znajomość zarówno nazwy jak i logo EFS oraz PO KL deklarowały osoby, które brały udział w jakimś projekcie dofinansowanym z EFS, osoby w wieku do 45 lat, zwł. osoby w wieku 24 - 44 lat oraz osoby pracujące i uczniowie/osoby uczące się. Najczęściej wymienianymi źródłami informacji w omawianym kontekście były: telewizja oraz budynki instytucji zaangażowanych we wdrażanie funduszy unijnych w regionie (m.in. WUP) a także billboardy, prasa oraz Internet. Respondenci spotykali się też z EFS i PO KL w pracy, szkole oraz na uczelni. Można zatem zauważyć, że z jednej strony preferowanym przez mieszkańców źródłem informacji jest telewizja, z drugiej strony - pozyskują oni informacje z dość szerokiego spektrum źródeł informacji;
11. Świadomość istnienia EFS i PO KL oraz poziom akceptacji dla realizowanych w ich ramach działań w przypadku mieszkańców województwa zachodniopomorskiego należy ocenić jako wysokie. Ponad połowa respondentów uważa, że projekty dofinansowane z PO KL przyniosą korzyści województwu zachodniopomorskiemu oraz miejscowości, w której mieszkają a blisko trzecia część z nich uważa, że projekty te mogą przynieść korzyści im osobiście. Ponad trzecia część badanych świadomych istnienia Funduszu, deklaruje chęć wzięcia udziału w projekcie dofinansowanym w jego ramach;
12. Mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego posiadają pewien zasób wiedzy odnośnie zakresu wsparcia, jakie oferuje EFS w ramach PO KL, lecz nie jest on wystarczający - zwł. gdy uwzględnimy, iż stanowią oni grupę potencjalnych uczestników projektów realizowanych w ramach Funduszu. Respondenci posiadają adekwatne do rzeczywistości skojarzenia z nazwami „Europejski Fundusz Społeczny” oraz „Program Operacyjny Kapitał Ludzki”, poprawnie identyfikują cele, które realizuje Fundusz. Równocześnie należy podkreślić, że skojarzenia z Funduszem są bardzo ogólne a badani mieszkańcy mieli duży kłopot ze wskazaniem adresatów wsparcia oferowanego w ramach PO KL oraz instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie Programu w województwie. Projektodawcy uczestniczący w grupowym wywiadzie pogłębionym przyznawali, że miewają problemy z rekrutacją uczestników do realizowanych przez siebie projektów. Z problemem tym spotykają się najczęściej prowadząc rekrutację na wsiach i w małych miastach czy chcąc zrekrutować pewne określone grupy uczestników, takie jak osoby niepełnosprawne czy bezrobotne. W ich opinii problem wynika z tego, że potencjalni uczestnicy projektów nie uświadamiają sobie często korzyści płynących z udziału w projektach (kursach, szkoleniach), ale również z tego, że nie posiadają często pewnych kluczowych z ich punktu widzenia informacji, jak np. to

- że oferowane szkolenia są bezpłatne. Również w opinii pracowników instytucji odpowiedzialnych za informowanie i promowanie POKL, świadomość nt. istnienia Programu zgłaszających się do nich po informacje mieszkańców istotnie się zwiększa, jednak wiedza o poszczególnych formach wsparcia jest wciąż niska;
13. Odnosnie preferowanych przez mieszkańców województwa źródeł informacji nt. EFS i PO KL rysuje się pewien dość wyraźny podział. Internet jest preferowany przez osoby w wieku 15 - 24 lat (59,3%) i 25 - 44 lat (53,1%); studentów/osoby uczące się (69,8%) oraz osoby pracujące (50,7%), mieszkańców gmin miejskich (47,7%). Na prasę, jako preferowane źródło informacji najczęściej wskazywali mieszkańcy gmin miejskich i miejsko-wiejskich. Natomiast takie narzędzia, jak publikacje informacyjno-promocyjne oraz telewizja są preferowane generalnie przez osoby w wieku 45 lat i więcej, emerytów/rencistów oraz osoby bezrobotne a także mieszkańców gmin wiejskich;
 14. Potencjalni projektodawcy i projektodawcy komponentu regionalnego PO KL uczestniczący w wywiadach telefonicznych nie mieli kłopotów z uzyskaniem informacji na temat PO KL. Grupa ta zna i korzysta z narzędzi komunikacji, za pomocą których przekazywane są informacje na temat Programu. Wykorzystują przede wszystkim informacja zamieszczone na stronach internetowych, zwł. na stronie internetowej IP. Znają oni również i w miarę potrzeby korzystają z usług oferowanych przez Punkty Konsultacyjne (spotkania informacyjne, kontakt osobisty, telefoniczny, e-mailowy) oraz Regionalne Ośrodki EFS (kontakt osobisty, telefoniczny, e-mailowy, szkolenia, doradztwo ekspertów). Ponadto grupa ta korzysta z informacji publikowanych w drukowanych materiałach informacyjnych i promocyjnych. Potwierdzają to wyniki zogniskowanego wywiadu pogłębionego przeprowadzonego z grupą projektodawców;
 15. Strony internetowe zawierające informacje dotyczące PO KL stanowiły zdecydowanie najpopularniejsze źródło informacji dla potencjalnych projektodawców i projektodawców. Wymieniali je oni zdecydowanie najczęściej jako źródło informacji, z którego można się dowiedzieć o możliwości aplikowania o środki w ramach PO KL oraz jako źródło, z którego oni sami dowiedzieli się o takiej możliwości, a także jako źródło, z którego korzystali na etapie przygotowywania wniosku. Ponadto strony internetowe były wymieniane najczęściej jako najlepiej dostosowane do potrzeb potencjalnych projektodawców i projektodawców. We wszystkich tych kategoriach zdecydowanie najczęściej wymieniana była strona internetowa Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Szczecinie. Ponad połowa respondentów uznała stronę internetową WUP w Szczecinie za najlepiej dopasowane do ich potrzeb źródło informacji (68,9%);
 16. Projektodawcy uczestniczący w wywiadzie grupowym, choć doświadczeni w aplikowaniu o dofinansowanie i realizowaniu projektów, sygnalizowali problem z dotarciem do informacji szczegółowych. Problemy te wiążą się zarówno z pozyskaniem informacji dot. specyficznych wymagań odnośnie wniosku, który składają w odpowiedzi na dany konkurs (spotkania informacyjne dot. dokumentacji konkursowej ocenili jako mało skuteczne), jak też z pozyskaniem informacji potrzebnych im na etapie realizowania i rozliczania projektów.

- Należy wziąć ten aspekt pod uwagę projektując system informacji i promocji w kolejnych latach;
17. Według pracowników Punktów Konsultacyjnych i Regionalnych Ośrodków EFS, potencjalni projektodawcy orientują się coraz lepiej w zakresie oferowanych w ramach PO KL form wsparcia. Równocześnie podkreślali, że choć generalnie świadomość „że coś takiego istnieje” zwiększa się, potencjalnych projektodawców PO KL można podzielić na dwie grupy: takich, którzy dobrze orientują się w temacie pozyskiwania dofinansowania unijnego z EFS, śledzą informacje pojawiające się na stronach internetowych (zwł. odnośnie ogłaszanych konkursów), utrzymują kontakt z Ośrodkiem itp. oraz takich, którzy z różnych powodów nie wykazują inicjatywy w zakresie aplikowania o dofinansowanie lub mają duże problemy z przygotowaniem poprawnego wniosku. Pracownicy IP odpowiedzialni za ocenę formalną i merytoryczną wniosków, ich jakość oceniają generalnie raczej dobrze, choć podkreślali, że jakość wniosków zależy od Priorytetu, w ramach którego beneficjent ubiega się o dofinansowanie - pośrednio zależy od tego, na ile wnioskodawca jest doświadczony w ubieganiu się o dofinansowanie w ramach PO KL (do jakiej grupy potencjalnych beneficjentów należy, beneficjentami najmniej doświadczonymi są w ich opinii szkoły i stowarzyszenia);
 18. Na obszarze województwa zachodniopomorskiego wyróżnić można zarówno pewne obszary geograficzne, jak też grupy potencjalnych beneficjentów, które są mniej aktywne w ubieganiu się o wsparcie oferowane w ramach komponentu regionalnego PO KL. Jak wynika z badania, zróżnicowanie aktywności dotyczy zarówno potencjalnych projektodawców, jak też potencjalnych uczestników projektów. Według uczestników wywiadów indywidualnych, możliwym powodem bierności potencjalnych beneficjentów jest ich niewiedza, w tym pewne stereotypy (że wbrew pozorom realizacja projektów kosztuje bo jest wymagany wkład własny, że współpraca z WUP-em jest trudna itd.). Kolejnym powodem jest według nich pewne niedocenianie inwestycji skierowanych na rozwój kapitału ludzkiego (inwestycje te są mniej widoczne w porównaniu z inwestycjami infrastrukturalnymi, trudniej zmierzyć ich skuteczność itd.). W podobny sposób uczestniczący w wywiadzie grupowym projektodawcy argumentowali zdarzające się trudności w rekrutowaniu odpowiedniej liczby uczestników projektu (niewiedza i brak przekonania, że rozwijanie kompetencji „miękkich” jest potrzebne). Realizowane w regionie działania informacyjne i promocyjne powinny zmierzać w kierunku zneutralizowania wspomnianych negatywnych czynników. Powinny szeroko promować korzyści wynikające z realizowania i uczestniczenia w projektach dofinansowanych z PO KL, przede wszystkim poprzez promowanie tzw. dobrych praktyk. Należy przy tym wykorzystywać optymalne, dostosowane do poszczególnych grup odbiorców, narzędzia informacji;
 19. Jak wynika z badania, w przypadku grup mało aktywnych (takich jak mieszkańcy wsi, osoby bezrobotne, niepełnosprawne itd.), najlepszym kanałem przekazywania informacji jest kontakt bezpośredni - sprawdza się udział pracowników odpowiedzialnych za przekazywanie informacji w wydarzeniach gromadzących lokalną społeczność, takich jak festyny oraz dyżury w powiatowych urzędach pracy. Istotne jest również, by przekazywane informacje były

osadzone w jak najbardziej lokalnym kontekście - formułowane komunikaty powinny informować o tym, co konkretnie mieszkańcy danej miejscowości czy dana kategoria osób może zyskać dzięki udziałowi w PO KL oraz gdzie należy się udać po dalsze informacje. Istotnym narzędziem przekazywania informacji jest w tym kontekście prasa lokalna - informacje dot. PO KL powinny pojawiać się w gazetach lokalnych: powiatowych, gminnych (mogą być to artykuły pisane przez zatrudnionych tam dziennikarzy lub też jakiegoś typu dodatki, wkładki opracowywane przez pracowników odpowiedzialnych za działania informacyjne i promocyjne). Istotne jest zwiększenie roli Regionalnych Ośrodków EFS, skoncentrowanie się tych instytucji na pracy terenowej z beneficjentami (po uprzednim poznaniu deficytów i potrzeb informacyjnych lokalnych społeczności, specyficznych uwarunkowań które mogą powodować bierność jeśli chodzi o pozyskiwanie i korzystanie z dofinansowania itp.). Dodajmy, że uczestnicy wywiadów pogłębionych kładli nacisk, na konieczność informowania i promowania samego komponentu regionalnego, bardziej niż EFS czy całego PO KL;

20. Regionalne Ośrodki EFS wypełniają powierzone im zadania na wysokim poziomie. Projektodawcy i potencjalni projektodawcy mają świadomość istnienia Ośrodków, znają formy oferowanego wsparcia, korzystają z niego, wysoko oceniają jakość usług, zwł. oferowanych szkoleń. Do powierzonych im zadań Regionalne Ośrodki EFS podchodzą kreatywnie, starają się wychodzić naprzeciw potencjalnym projektodawcom, by skutecznie docierać do nich z informacjami dot. Programu (m.in. starają się dopasowywać narzędzia komunikacji do potrzeb mieszkańców terenów, na których działają). Aspektem funkcjonowania ROEFS-ów, który wymaga dopracowania jest jakość informacji przekazywanych osobom kontaktującym się z nimi osobiście, telefonicznie czy też mailowo. Należy pamiętać, iż w tej sytuacji informowanie bardzo ściśle wiąże się z promowaniem - kompetentni, pomocni i zaangażowani pracownicy powinni być wizytówkami Programu;
21. Strona www WUP w Szczecinie dotycząca komponentu regionalnego PO KL została oceniona pozytywnie. Strona działa bez zarzutu pod względem technicznym i stanowi użyteczne źródło najważniejszych informacji dla potencjalnych projektodawców oraz projektodawców. Równocześnie wskazane jest jej uzupełnienie o pewne elementy: najważniejszym jest wydzielenie na stronie części przeznaczonej dla mediów zawierającej m.in. bazę tekstów o realizowanych projektach, zdjęcia do wykorzystania czy zbiór ciekawych i aktualnych informacji o wdrażanym Programie przeznaczonych do zamieszczenia w prasie. Rekomendacja ta wiąże się ściśle z zalecanym promowaniem tzw. „dobrych praktyk”. Dodatkowo stopka strony powinna zostać uzupełniona o datę ostatniej aktualizacji strony. Pozytywne efekty przyniosłaby także modyfikacja architektury informacji umieszczonych na stronie: wydzielenie części odnoszącej się do potencjalnych uczestników projektu i części zawierającej informacje skierowane do potencjalnych projektodawców oraz opatrzenie ich jasnymi tytułami. Wskazane byłoby ponadto przeformułowanie nazw niektórych zakładki znajdujących się na stronie: np. zamiast „Szkolenia z EFS” warto byłoby napisać „Bezpłatne szkolenia dla mieszkańców województwa zachodniopomorskiego”. Wprowadzenie zmian w tym obszarze ułatwiłoby

- użytkownikom strony szybkie znajdowanie poszukiwanych informacji (zwł. potencjalnym uczestnikom projektu). Bardzo istotną zmianą, która wpłynęłaby na zwiększenie użyteczności strony byłoby także dodanie możliwości z korzystania forum dyskusyjnego - stanowić mogłoby ono bardzo przydatne forum wymiany informacji, doświadczeń czy pomysłów między poszczególnymi grupami użytkowników strony;
22. Szkolenia prowadzone przez IP i ROEFSY zostały ocenione bardzo wysoko. Równocześnie należy zaznaczyć, że zarówno projektodawcy i potencjalni projektodawcy, jak też pracownicy ROEFS-ów sygnalizowali zapotrzebowania na organizowanie większej liczby szkoleń. Koresponduje to z opinią uczestników wywiadu grupowego, którzy kładli nacisk na to, że instytucje odpowiedzialne za działania informacyjne i promocyjne powinny dostosować działania informacyjne do etapu wdrażania Programu - m.in. obecnie realizowana powinna być większa liczba szkoleń dot. realizowania projektów (zwł. aspektów finansowych) oraz ich rozliczania. Dodajmy, że szkolenia te powinny być możliwie łatwo dostępne zarówno dla potencjalnych projektodawców i projektodawców mieszkających w dużych miastach, jak też w mniejszych miejscowościach oraz na wsiach;
23. Dostępne materiały informacyjne i promocyjne ocenione zostały ogólnie dobrze pod kątem zakresu merytorycznego zamieszczonych w nich informacji oraz szaty graficznej. Równocześnie spektrum publikowanych wydawnictw wymaga poszerzenia: o profesjonalne ulotki tematyczne, zbliżone w formie do ulotki „Oddolne inicjatywy na obszarach wiejskich w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki” a poświęcone innym wybranym kluczowym obszarom (Priorytetom, obszarom), o ulotkę zawierającą informację o planowanych przez IP konkursach w danym roku czy też półroczu oraz o publikację poświęconą tzw. „dobrym praktykom” - (z)realizowanym w województwie wzorcowym lub ciekawym, nowatorskim projektem dofinansowanym z Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

10. Analiza mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń (analiza SWOT)

Analiza SWOT została przeprowadzona przez członków Zespołu Badawczego po zapoznaniu się z wynikami badania.

Mocne strony	Słabe strony
1. Duży potencjał instytucjonalny zaangażowany w realizację działań informacyjnych i promocyjnych (Punkty Konsultacyjne, ROEFS-y, Wydział Promocji WUP); 2. Dobra znajomość wśród projektodawców i potencjalnych instytucji zaangażowanych we wdrażanie Programu w regionie oraz	1. System komunikacji funkcjonujący między instytucjami zaangażowanymi w realizację działań informacyjnych i promocyjnych wymaga usprawnienia, zwł. stworzenia procedur regulujących przepływ informacji między instytucjami; 2. Zbyt mała liczba spotkań RIGR; 3. Brak precyzyjnych informacji nt.

oferowanych przez nie usług; 3. Funkcjonalna i użyteczna strona internetowa zawierająca informacje nt. PO KL (źródło informacji preferowane przez dużą część odbiorców, przede wszystkim projektodawców potencjalnych projektodawców); 4. Duża rozpoznawalność Regionalnych Ośrodków EFS w regionie, znajomość ich oferty i zadowolenie z uzyskanego wsparcia; 5. Prowadzenie przez ROEFS-y wysoko ocenianych przez uczestników szkoleń; 6. Poprawna współpraca z mediami; 7. Duża dynamika wdrażania Programu w województwie (duża liczba projektodawców, realizowanych projektów).	komponentu regionalnego w kampanii ogólnej dedykowanej mieszkańcom; 4. Niewystarczająca wiedza mieszkańców województwa nt. komponentu regionalnego PO KL (zwł. oferowanych form wsparcia, instytucji zaangażowanych we wdrażanie Programu); 5. Niedostateczna świadomość mieszkańców i potencjalnych projektodawców odnośnie korzyści płynących z udziału i realizowania ”miękkich projektów”; 6. Zbyt mała liczba szkoleń; 7. Zbyt mała liczba drukowanych materiałów informacyjno-promocyjnych; 8. Sygnalizowane przez projektodawców trudności w uzyskaniu bardziej szczegółowych informacji na etapie aplikowania o dofinansowanie, a zwł. na etapie realizacji projektów; 9. Występujące zróżnicowanie na beneficjentów mniej i bardziej aktywnych w pozyskiwaniu środków z PO KL dot. zarówno określonych obszarów województwa, jak i określonych grup potencjalnych beneficjentów (zarówno potencjalnych projektodawców, jak też potencjalnych uczestników projektu).
Szanse	Zagrożenia
1. Wypracowanie efektywnego modelu komunikacji między instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie działań informacyjnych i promocyjnych; 2. Skonstruowanie bardziej szczegółowej mapy projektów (mapy aktywności potencjalnych projektodawców i projektodawców z poszczególnych rejonów województwa	1. Nieefektywna współpraca instytucji zaangażowanych we wdrażanie działań informacyjnych i promocyjnych, zwł. Punktów Konsultacyjnych i ROEFS; 2. Brak lub niewystarczająca liczba kompetentnych osób odpowiedzialnych za kontakt (osobisty, telefoniczny i/lub e-mailowy) z potencjalnymi

zachodniopomorskiego) co pozwoli na większe dopasowanie stosowanych instrumentów komunikacji i działań do poszczególnych grup odbiorców; 3. Skuteczne promowanie pozytywnych efektów wdrażania PO KL w regionie; 4. Większy nacisk na podawane bardziej precyzyjnych informacji (np. kto może brać udział w projektach dofinansowanych z funduszy EFS); 5. Propagowanie dobrych praktyk (projektów ciekawych, innowacyjnych, które pozyskały wysoką ocenę merytoryczną), zwł. korzyści jakie są uzyskiwane dzięki projektom; 6. Odpowiadająca zapotrzebowaniu liczba szkoleń dedykowana konkretnym grupom projektodawców z uwzględnieniem stanu wiedzy w danym zakresie tematycznym; 7. Zwiększenie spektrum drukowanych wydawnictw informacyjno-promocyjnych, uzupełnienie ich o publikację dot. dobrych praktyk, ulotki informujące o trwających i planowanych naborach wniosków; 8. Nawiązanie (zwł. przez ROEFS-y) efektywnej współpracy z mediami lokalnymi działającymi na podlegających im obszarach, możliwie trwałe włączenie się tych mediów w realizację działań informacyjnych i promocyjnych.	projektodawcami i projektodawcami czy też prowadzącymi szkolenia; 3. Pogorszenie się wizerunku IP (wizerunek instytucji niewydolnej, zatrudniającej niekompetentnych urzędników, spadek zaufania do podejmowanych przez Instytucję decyzji); 4. Spadek funkcjonalności strony internetowej administrowanej przez IP - brak możliwości pozyskania bieżącej informacji przez potencjalnych projektodawców, projektodawców i potencjalnych uczestników projektu; 5. Utrudnienia dotyczące procedury przetargowej, opóźniające wprowadzanie poszczególnych elementów kampanii; 6. Niski stopień zainteresowania ogółu społeczeństwa kwestiami PO KL i EFS; 7. Ograniczona możliwość poszerzania grona projektodawców realizujących projekty dofinansowane z EFS; 8. Brak skutecznych metod dotarcia z informacją nt. PO KL do potencjalnych beneficjentów i potencjalnych uczestników projektów z terenów, gdzie występuje mniejsza aktywność w pozyskiwaniu środków z EFS; 9. Problemy projektodawców występujące na etapie realizacji, a zwłaszcza rozliczania projektów spowodowane brakiem odpowiedniego przygotowania, wystarczającej liczby szkoleń.
---	--

11. Model komunikacji do zastosowania w prowadzonych działaniach informacyjnych i promocyjnych uwzględniający wszystkie grupy odbiorców.

Po dokonaniu całościowej oceny realizowanych działań informacyjnych i promocyjnych, został opracowany model komunikacji, w którym wyróżniono narzędzia komunikacji o potencjalnie najwyższej skuteczności w odniesieniu do docelowych grup odbiorców działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących komponentu regionalnego PO KL w województwie zachodniopomorskim.

Zaprezentowany poniżej model komunikacji powinien zostać uwzględniony przez IP oraz ROEFS-y w toku prowadzenia dalszych działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących komponentu regionalnego PO KL:

Tabela 4. Model komunikacji do zastosowania w prowadzonych działaniach informacyjnych i promocyjnych uwzględniający wszystkie grupy odbiorców.

Docelowa grupa odbiorców komunikatów/ działań	Narzędzia komunikacji o potencjalnie najwyższej skuteczności	Pożądane cechy przekazu
Pracownicy instytucji zaangażowanych we wdrażanie komponentu regionalnego PO KL województwie zachodniopomorskim;	• Częste spotkania robocze przedstawicieli wszystkich instytucji zaangażowanych w realizowanie działań informacyjnych i promocyjnych w województwie (w tym obydwu Punktów Konsultacyjnych, Regionalnych Ośrodków EFS); cykliczne spotkania RIGR odbywające się w jak w jak najszerszym gronie osób zaangażowanych w realizację działań informacyjnych i promocyjnych w regionie); komunikacja bezpośrednia;	Bardzo istotna jest wymiana najbardziej aktualnych i użytecznych informacji a także doświadczeń i pomysłów;
Mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego - potencjalni uczestnicy projektów;	• Telewizja; • Internet; • Prasa (ogólnopolska, regionalna i lokalna); • Drukowane materiały informacyjne i promocyjne; • Marketing szeptany (informacje przekazywane przez uczestników projektów szczególnie przekonanych o ich wartości); • Spotkania animacyjne w mniejszych miejscowościach; • Informacje przekazywane przez urzędy gminy, urzędy miast, powiatowe urzędy pracy, ośrodki pomocy społecznej - wszelkie instytucje, z którymi kontaktować się mogą potencjalni uczestnicy projektów;	Nacisk na precyzję, rzeczowość przekazywanych informacji; promocja tzw. „dobrych praktyk”; promowanie korzyści płynących z uczestnictwa w projektach dofinansowanych z EFS; możliwie duża precyzja informacji podawanych w kampanii telewizyjnej; materiały informacyjne i promocyjne opracowane pod kątem konkretnych grup uczestników projektów; nacisk na przedstawianie informacji w kontekście

	Informacje przekazywane podczas wydarzeń lokalnych gromadzących okolicznych mieszkańców;	lokalnym;
Potencjalni projektodawcy	- Strony www IP i ROEFS; - Informacja prasowa (ogólnopolska, regionalna, lokalna, w tym wkładki do lokalnych gazet); - Regionalne Ośrodki EFS; - Spotkania informacyjne; - Szkolenia i doradztwo indywidualne; - Drukowane materiały informacyjno-promocyjne; - Spotkania animacyjne; - Informacje przekazywane przez urzędy gminy, urzędy miast, kuratoria, powiatowe urzędy pracy - wszelkie instytucje, z którymi kontaktować się mogą potencjalni projektodawcy; - Informacje przekazywane podczas wydarzeń lokalnych gromadzących potencjalnych projektodawców; - Mailing do wyodrębnionych grup potencjalnych projektodawców, (np. organizacji pozarządowych, stowarzyszeń, zwł. tych działających na terenach wiejskich);	Szczególnie istotne jest zidentyfikowanie zapotrzebowania na konkretne typy szkoleń i organizowanie odpowiednio dużej liczby szkoleń, szczególnie tych dot. obszarów problematycznych oraz pełna i aktualna informacja zamieszczana na stronie www; materiały informacyjne i promocyjne opracowane pod kątem konkretnych grup realizatorów projektów; Nacisk na precyzję, rzeczowość przekazywanych informacji; promocja tzw. „dobrych praktyk”; promowanie korzyści płynących z realizowania projektów dofinansowanych z EFS; możliwie duża precyzja informacji podawanych w kampanii telewizyjnej; nacisk na przedstawianie informacji w kontekście lokalnym;
Projektodawcy	- Strona www IP; - Szkolenia; - Bezpośredni kontakt z opiekunem projektu; - Kontakty z innymi projektodawcami;	Zidentyfikowanie zapotrzebowania na konkretne typy szkoleń, w tym tych dot. najbardziej problematycznych dla projektodawców obszarów i organizowanie odpowiedniej liczby szkoleń; pełna i aktualna informacja zamieszczana na stronach www IP;
Media	- Strony www IP (poprzez materiały kierowane specjalnie do dziennikarzy, w tym zdjęcia); - Briefingi prasowe; - Stosowanie zasad tzw. „media relations” („relacje z mediami”): polegają na utrzymywaniu kontaktu z dziennikarzami, dzięki którym w mediach (prasie, radio, telewizji) będą pojawiały się istotne i ciekawe informacje związane z wdrażaniem	Konieczna jest przekazywanie informacji jak najbardziej aktualnych i interesujących (z punktu widzenia danego dziennikarza, danej gazety).

	komponentu regionalnego PO KL; aby te informacje się pojawiały, konieczne jest korzystanie z odpowiednich narzędzi, takich jak: informacja prasowa, wywiad okolicznościowy w gazecie, relacja telewizyjna z imprezy, program radiowy, konferencja prasowa, stała rubryka w gazecie lokalnej, kontakty nieformalne itp.	
--	--	--

12. Rekomendacje

Lp.	Wnioski wynikające z badania	Proponowane rekomendacje i sposób ich wdrożenia	Oczekiwany efekt wdrożenia rekomendacji	Proponowany termin wdrożenia rekomendacji	Podmiot odpowiedzialny za wdrożenie rekomendacji	Odniesienie do miejsca w raporcie prezentującego szczegółowe informacje - numer części i rozdziału	Stopień ważności rekomendacji (nieznaczna, istotna, bardzo ważna)
1.	Współpraca między instytucjami zaangażowanymi w realizowanie działań informacyjnych i promocyjnych przebiega poprawnie, jednak działania obu instytucji nie są w dostatecznym stopniu skoordynowane, co jest skutkiem niewydolnego systemu przekazywania informacji oraz niewystarczającej liczby spotkań roboczych, w tym spotkań RIGR;	1. Wypracowanie i wdrożenie procedur regulujących przepływ informacji między instytucjami realizującymi działania informacyjne i promocyjne; 2. Organizowanie spotkań roboczych, oraz regularne organizowanie spotkań RIGR (co najmniej raz na kwartał); 3. Doprecyzowanie zakresu zadań Wydziału Promocji w systemie informacji i promocji dot. PO KL;	Większa koordynacja, a zarazem większa skuteczność i efektywność podejmowanych działań informacyjno - promocyjnych.	W najbliższym możliwym terminie	IP	Cz. II, rozdz.2.	Bardzo ważna

2.	Dynamika wdrażania komponentu regionalnego PO KL w województwie jest znaczna, równocześnie występują obszary geograficzne oraz grupy potencjalnych projektodawców które są mało lub w ogóle nieaktywne w sięganie po wsparcie oferowane w ramach PO KL; Jedną z przyczyn braku zaangażowania pewnych grup potencjalnych projektodawców w sięganie po wsparcie oferowane w ramach komponentu regionalnego PO KL jest zbyt mała wiedza oraz niska świadomość korzyści płynących z realizowania „miękkich projektów”;	4. Zwiększenie roli Regionalnych Ośrodków EFS w docieraniu do grup mniej aktywnych, służyć temu powinno: opracowywanie przez ROEFS-y strategii działań informacyjnych i promocyjnych opartych na doświadczeniu oraz wiedzy nt. problemów tych obszarów, na których działają; 5. Promowanie tzw. dobrych praktyk, przy wykorzystaniu najbardziej optymalnych narzędzi informacji, spośród których rekomendowane są prasa lokalna oraz wydarzenia gromadzące lokalną społeczność (typu festyny); 6. Skoordinowanie podejmowanych działań promocyjnych i informacyjnych z aktualizowanym na bieżąco harmonogramem ogłaszania konkursów;	Zwiększenie efektywności działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych przez instytucje na obszarach mniej aktywnych w procesie aplikowania o środki;	Przyszłoroczne działania informacyjne i promocyjne	ROEFS, IP	Cz. II, rozdz.3.5 i 4	Bardzo ważna
----	--	--	---	--	-----------	-----------------------	--------------

3.	Świadomość istnienia EFS i PO KL oraz akceptację dla realizowanych w ich ramach działań wśród mieszkańców województwa zachodniopomorskiego należy ocenić jako wysokie; równocześnie mieszkańcy posiadają zbyt małą wiedzę na temat komponentu regionalnego PO KL, a projektodawcy sygnalizują problemy w pozyskaniu uczestników projektów spośród określonych grup mieszkańców; Jedną z przyczyn braku zaangażowania pewnych grup potencjalnych uczestników projektu w sięganie po wsparcie oferowane w ramach komponentu regionalnego PO KL jest zbyt mała wiedza na temat Programu oraz niska świadomość korzyści płynących z realizowania „miękkich projektów”; Badani mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego zgłaszali zapotrzebowanie na większą ilość informacji o EFS/PO KL;	7. Realizując działania informacyjne i promocyjne dot. komponentu regionalnego PO KL należy znaleźć równowagę między działaniami skierowanymi do potencjalnych projektodawców oraz do mieszkańców; 8. W przypadku kampanii skierowanej do mieszkańców należy realizować ją przy wykorzystaniu preferowanych przez nich kanałów informacji takich jak telewizja, internet, prasa, drukowane materiały informacyjno-promocyjne; 9. W kampanii skierowanej do mieszkańców należy dbać o to, by przekazywane informacje były jak najbardziej konkretne, rzeczowe, zwiększające ich wiedzę na temat PO KL; 10. W kampanii skierowanej do mieszkańców należy	Zwiększenie efektywności działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w odniesieniu do mieszkańców województwa zachodniopomorskiego;	Przyszłoroczne działania informacyjne i promocyjne	IP	Cz. II, rozdz.3	Bardzo ważna
----	--	--	---	--	----	-----------------	--------------

		skupić się na promowaniu korzyści wynikających z udziału z projektach dofinansowanych z PO KL, na pokazywaniu konkretnego wpływu projektów na ludzkie życie, promowaniu tzw. dobrych praktyk;					
4.	Projektodawcy i potencjalni projektodawcy mają świadomość istnienia Punktów Konsultacyjnych oraz Regionalnych Ośrodków EFS i form oferowanego przez nich wsparcia, korzystają z niego, wysoko oceniają jakość usług, zwł. szkoleń; zidentyfikowano zapotrzebowanie na zwiększenie liczby szkoleń organizowanych przez ROEFS-y; Zidentyfikowano potrzebę poprawienia jakości obsługi klientów kontaktujących się telefonicznie z ROEFS-em w Szczecinie i w Koszalinie; W przypadku ROEFS w Koszalinie zidentyfikowano ponadto potrzebę poprawy jakości obsługi klienta kontaktującego się osobiście i za pomocą poczty	11. Zwiększenie liczby szkoleń organizowanych przez ROEFS-y, zwł. szkoleń organizowane „w terenie”, szkoleń dotyczących zróżnicowanej tematyki, w tym również dot. aspektów związanych z realizowaniem i rozliczaniem projektów; 12. Poprawa jakości obsługi klientów kontaktujących się telefonicznie z ROEFS-em w Szczecinie i w Koszalinie; 13. Poprawa jakości obsługi klienta kontaktującego się osobiście i za pomocą poczty elektronicznej w ROEFS-ie w Koszalinie;	Zwiększenie efektywności działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych przez Regionalne Ośrodki EFS;	W najbliższym możliwym terminie	ROEFS w Szczecinie i w Koszalinie	Cz. II, rozdz.4 i 5	Bardzo ważna

	elektronicznej;						
5.	Dostępne materiały informacyjne i promocyjne ocenione zostały ogólnie jako dobre; Spektrum publikowanych wydawnictw wymaga poszerzenia;	14. Poszerzenie spektrum publikowanych i dystrybuowanych wydawnictw; 15. Ulotki powinny zawierać informacje skierowane zarówno do potencjalnych beneficjentów, jak też do potencjalnych uczestników projektów; treść materiałów powinna być zrozumiała także dla osób posiadających niewielką wiedzę na temat komponentu regionalnego PO KL, informacje powinny być przedstawione w sposób spersonalizowany, osadzone powinny być w lokalnym kontekście, pokazywać powinny korzyści wynikające z uczestnictwa i realizacji projektów; powinny w pewnym zakresie promować dobre praktyki: zawierać zdjęcia czy wypowiedzi uczestników ze zrealizowanych już projektów;	Zwiększenie efektywności działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych przez IP;	Przyszłoroczne działania informacyjne i promocyjne	IP	Cz. II, rozdz. 5.3	Bardzo ważna

6.	Strona internetowa WUP w Szczecinie stanowi funkcjonalne narzędzie przekazu informacji na temat komponentu regionalnego PO KL; potencjał strony www jako narzędzia przekazu informacji nie jest w pełni wykorzystany;	16. Wykorzystanie całego potencjału strony internetowej dot. PO KL poprzez dostosowanie jej do potrzeb informacyjnych mieszkańców województwa i przedstawicieli mediów: wydzielenie na stronie informacji kierowanych do tych dwóch grup, zebranie i uporządkowanie informacji zawartych na stronie skierowanych do potencjalnych uczestników projektu, zamieszczenie materiałów dla mediów, w tym bazy tekstów, interesujących informacji, zdjęć;	Zwiększenie skuteczności strony www IP jako narzędzia przekazu informacji; lepsze dotarcie z informacją do mieszkańców województwa oraz przedstawicieli mediów; promocja efektów płynących z wdrażania komponentu regionalnego PO KL regionie;	W najbliższym możliwym terminie	IP	Cz. II, rozdz. 5.1	Bardzo ważna
7.	Z przeprowadzonego badania wynika, iż różne grupy odbiorców komunikatów, zwłaszcza gdy uwzględni się podział na grupy wiekowe, preferują inne narzędzia przekazu informacji;	17. Kierowanie komunikatów przekazywanych poprzez różne media do poszczególnych grup wiekowych potencjalnych odbiorców;	Przyrost wiedzy potencjalnych projektodawców i projektodawców PO KL; Przyrost wiedzy mieszkańców województwa - potencjalnych uczestników projektów; Wzrost skuteczności prowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych;	Przyszłoroczne działania informacyjne i promocyjne	IP, ROEFS-y	Cz. II, rozdz. 7	Ważna

8.	Projektodawcy biorący udział w wywiadzie grupowym sygnalizowali problem polegający na dużej ogólnikowości informacji przekazywanych w dokumentacji konkursowej; Sygnalizowali oni również problem z dotarciem do bardziej szczegółowych informacji na ten temat (spotkania informacyjne dot. dokumentacji konkursowej ocenili jako mało skuteczne).	18. Należy zmaksymalizować sposób przygotowywania dokumentacji konkursowych i spotkań informacyjnych pod kątem jak największej użyteczności dla potencjalnych wnioskodawców; umieszczać w nich konkretne, rzeczowe informacje poszerzać je w czasie spotkań informacyjnych.	Przyrost wiedzy potencjalnych projektodawców i projektodawców PO KL; Wzrost skuteczności prowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych.	Przyszłoroczne działania informacyjne i promocyjne	IP	Cz. II, rozdz. 3.4	Ważna
----	---	---	--	--	----	--------------------	-------

Spis rysunków, tabel i wykresów

Rysunek 1. Przebieg procesu badawczego, w tym zastosowane metody badawcze i dobór próby badawczej.	32
Rysunek 2. Przepływ informacji między instytucjami zaangażowanymi w działania informacyjne i promocyjne dotyczące EFS i PO KL.	34
Rysunek 3. Obszary działania Punktów Konsultacyjnych i Regionalnych Ośrodków EFS w województwie zachodniopomorskim.	37
Tabela 1. Charakterystyka uczestników wywiadu telefonicznego - mieszkańców województwa zachodniopomorskiego.	42
Tabela 2. Charakterystyka grupy uczestników wywiadów telefonicznych - projektodawców i potencjalnych projektodawców komponentu regionalnego PO KL.	63
Tabela 3. Analiza strony www administrowanej przez Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie.	79
Tabela 4. Model komunikacji do zastosowania w prowadzonych działaniach informacyjnych i promocyjnych uwzględniający wszystkie grupy odbiorców.	106
Wykres 1. Spontaniczna znajomość EFS i PO KL.	44
Wykres 3. Stopień rozpoznawalności logo Europejskiego Funduszu Społecznego i źródła pozyskania informacji.	44
Wykres 4. Stopień rozpoznawalności logo Europejskiego Funduszu Społecznego w podziale na różne grupy respondentów.	45
Wykres 5. Stopień rozpoznawalności logo Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki i źródła pozyskania informacji.	46
Wykres 6. Stopień rozpoznawalności logo Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki w podziale na różne grupy respondentów.	47
Wykres 7. Znajomość nazwy „Europejski Fundusz Społeczny” i źródła pozyskania informacji.	48
Wykres 8. Znajomość nazwy „Europejski Fundusz Społeczny” w podziale na różne grupy respondentów.	49
Wykres 9. Znajomość nazwy „Program Operacyjny Kapitał Ludzki” i źródła pozyskania informacji.	50
Wykres 10. Znajomość nazwy „Program Operacyjny Kapitał Ludzki” w podziale na różne grupy respondentów.	51
Wykres 11. Wizerunek Europejskiego Funduszu Społecznego.	53
Wykres 12. Wizerunek Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.	54
Wykres 13. Znajomość celów, na jakie przeznaczone są środki z EFS.	55
Wykres 14. Znajomość potencjalnych beneficjentów wsparcia udzielanego w ramach PO KL.	56
Wykres 15. Znajomość warunków pozyskania wsparcia z EFS w ramach PO KL.	57

Wykres 16. Znajomość instytucji dysponujących środkami z Europejskiego Funduszu Społecznego w Polsce.	58
Wykres 17. Zainteresowanie udziałem w projekcie dofinansowanym z EFS.	59
Wykres 18. Stopień trudności pozyskania wsparcia z EFS w ramach PO KL.	59
Wykres 19. Dostępność informacji dotyczących EFS i PO KL.	61
Wykres 20. Zainteresowanie informacjami na temat EFS i PO KL.	61
Wykres 21. Dostępność informacji o możliwości aplikowania o środki w ramach PO KL.	64
Wykres 22. Potencjalne i rzeczywiste źródła informacji nt. PO KL. Źródła wykorzystywane w czasie przygotowywania wniosku. Ocena dopasowania źródeł do potrzeb respondentów.	65
Wykres 23. Wiedza na temat istnienia Punktów Konsultacyjnych	67
Wykres 24. Korzystanie z usług oferowanych przez Punkty Konsultacyjne.	68
Wykres 25. Wiedza na temat istnienia Regionalnych Ośrodków EFS.	69
Wykres 26. Korzystanie z usług oferowanych przez Regionalne Ośrodki EFS.	70
Wykres 27. Znajomość instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie PO KL.	72
Wykres 28. Dostępność drukowanych materiałów informacyjno-promocyjnych.	87