



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Śląskie.
Pozytywna energia

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ocena działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w ramach RPO WSL na lata 2007-2013

Raport końcowy



Katowice, lipiec 2014

Zamawiający, Wykonawca i terminy realizacji badań

Ewaluacja została przeprowadzona na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego przez firmę Dyspersja (www.dyspersja.com), w okresie od kwietnia do lipca 2014 roku. Badania ankietowe z mieszkańcami województwa śląskiego, potencjalnymi beneficjentami i beneficjentami RPO WSL 2007-2013 odbyły się w lipcu 2014 roku. Wyniki zostały zestawione z wynikami poprzedniej edycji badań ankietowych z tymi grupami, zrealizowanej na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego przez Dyspersję w październiku oraz listopadzie 2010 roku, w ramach *Oceny działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013 w latach 2007-2010*.

Zastosowane skróty:

BDL GUS	Bank Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego
CATI	Telefoniczne badanie ankietowe wspomagane komputerowo (ang. <i>Computer Assisted Telephone Interview</i>)
CAWI	Badanie ankietowe prowadzone przez Internet (ang. <i>Computer Assisted Web Interview</i>)
EFRR	Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego
EFS	Europejski Fundusz Społeczny
FAQ	Często zadawane pytania (Ang. <i>Frequently asked questions</i>)
FGI	Zogniskowany wywiad grupowy (ang. <i>Focused Group Interview</i>)
IDI	Indywidualny wywiad pogłębiony (ang. <i>Individual In-Depth Interview</i>)
IP	Instytucja Pośrednicząca
IP2	Instytucja Pośrednicząca drugiego stopnia
IK	Instytucja Koordynująca
IZ	Instytucja Zarządzająca
JST	Jednostki samorządu terytorialnego
MIR	Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju
MRR	Ministerstwo Rozwoju Regionalnego
PO KL	Program Operacyjny Kapitał Ludzki
RPO WSL	Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego
SOPZ	Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia
ŚCP	Śląskie Centrum Przedsiębiorczości
SIWZ	Specyfikacja Istotnych Warunków Zamówienia
UMWSL	Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego
WUP	Wojewódzki Urząd Pracy

Spis treści

Streszczenie	4
Summary	11
1 Wprowadzenie	18
1.1 Przedmiot badania	18
1.2 Pytania badawcze	18
1.3 Metodologia	21
1.4 Ramy pojęciowe badania i struktura raportu	25
2 Wyniki badania	26
2.1 Cele działań informacyjnych i promocyjnych	26
2.2 Stan wiedzy grup docelowych	26
2.2.1 Wiedza o funduszach unijnych oraz RPO WSL 2007-2013	28
2.2.1.1 Stopień poinformowania mieszkańców	28
2.2.1.2 Stopień poinformowania potencjalnych beneficjentów	33
2.2.1.3 Stopień poinformowania beneficjentów	37
2.2.2 Wizerunek funduszy unijnych oraz RPO WSL 2007-2013	38
2.2.2.1 Wizerunek wśród mieszkańców	38
2.2.2.2 Wizerunek wśród potencjalnych beneficjentów	41
2.2.2.3 Wizerunek wśród beneficjentów	43
2.2.3 Gotowość grup docelowych do przyswajania informacji.....	46
2.2.3.1 Mieszkańcy: zainteresowanie i korzystanie z płatnych mediów	46
2.2.3.2 Potencjalni beneficjenci: zainteresowanie i potencjał organizacyjny	48
2.2.3.3 Beneficjenci: zainteresowanie i potencjał organizacyjny	51
2.3 Użyteczność działań informacyjnych i promocyjnych	55
2.3.1 Użyteczność informacji dla mieszkańców	56
2.3.2 Użyteczność informacji dla potencjalnych beneficjentów	59
2.3.3 Użyteczność informacji dla beneficjentów	62
2.3.4 Kierowanie działań do mało zainteresowanych odbiorców.....	66
2.4 Skuteczność działań informacyjnych i promocyjnych	67
2.4.1 Zgodność działań z założeniami i dostosowywanie ich do potrzeb.....	72
2.4.2 Poziom dotarcia za pomocą poszczególnych narzędzi.....	83
2.4.2.1 Dotarcie do mieszkańców	83
2.4.2.2 Dotarcie do potencjalnych beneficjentów.....	86
2.4.2.3 Dotarcie do beneficjentów	90
2.4.3 Intensywność poszczególnych działań wg pracowników IZ IP2.....	96
2.4.4 Komplementarność	97
2.4.5 Skuteczność poszczególnych narzędzi	100
2.4.5.1 Przydatność informacji z poszczególnych źródeł	100
2.4.5.2 Szkolenia	103
2.4.5.3 Strony internetowe.....	106
2.4.5.4 Program „Słownik polsko-europejski”.....	109
2.4.5.5 Przewycięzanie problemu niezrozumiałości terminów.....	111
2.4.6 Współpraca z mediami.....	113
2.4.7 Rola „pośredników”	116
2.4.7.1 Wprowadzenie	116
2.4.7.2 Udział beneficjentów w działaniach informacyjnych i promocyjnych	118
2.4.7.3 Współpraca z partnerami społeczno-gospodarczymi.....	123
2.4.7.4 Rola firm doradczych	124
2.5 Efektywność działań informacyjnych i promocyjnych	127
2.6 Potencjał IZ oraz IP2	129
2.6.1 Ranga działań informacyjnych i promocyjnych.....	130
2.6.2 Zasoby finansowe	131
2.6.3 Zasoby kadrowe	131
2.6.4 Wiedza i szkolenia	132
2.6.5 Podział zadań, komunikacja i podejmowanie decyzji.....	133
2.6.6 Komunikacja i współpraca pomiędzy komórkami.....	135
2.6.7 Rozwiązania organizacyjne z perspektywy RPO WSL 2014-2020	138
2.6.8 Zamówienia publiczne	141
3 Tabela rekomendacji	143
Aneks: Kwestionariusze badań ankietowych	149

Streszczenie

PRZEDMIOT BADANIA

Przedmiotem ewaluacji były działania informacyjne i promocyjne dotyczące Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego (RPO WSL) na lata 2007-2013, przeprowadzone w tym okresie.

Badanie było ukierunkowane w szczególności na działania informacyjne i promocyjne prowadzone przez Wydział Rozwoju Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego (WRR UMWSL) oraz przez Śląskie Centrum Przedsiębiorczości (ŚCP). WRR UMWSL odpowiada za zarządzanie całym Programem, natomiast ŚCP powierzono wdrażanie części Programu, w ramach której dofinansowanie otrzymywały przedsiębiorstwa.

Grupy docelowe działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL zostały określone w *Planie Komunikacji RPO WSL 2007-2013*. Zgodnie z przyjętymi założeniami, działania informacyjne i promocyjne były kierowane do mieszkańców województwa śląskiego (w tym do młodzieży), beneficjentów RPO WSL (czyli instytucji, które uzyskały dofinansowanie) oraz potencjalnych beneficjentów (czyli instytucji, które były uprawnione do ubiegania się o dofinansowanie, ale go nie uzyskały). Do zakładanych odbiorców tych działań należały również media oraz partnerzy społeczni i gospodarczy.

SKUTECZNOŚĆ REALIZACJI CELÓW: STAN WIEDZY GRUP DOCELOWYCH

W *Planie Komunikacji RPO WSL 2007-2013* strategiczny cel działań informacyjnych i promocyjnych sformułowano jako „Wsparcie realizacji celów RPO WSL dla zapewnienia efektywnego wykorzystania środków unijnych i dynamicznego rozwoju regionu”.

Na podstawie *Planu Komunikacji* oraz wywiadów przeprowadzonych z pracownikami WRR UMWSL ustalono, że szczegółowe cele działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 obejmowały przede wszystkim:

- 1) powiadomienie mieszkańców województwa śląskiego o istnieniu puli funduszy unijnych przeznaczonych na rozwój tego regionu,
- 2) poinformowanie mieszkańców województwa śląskiego o korzystnych zmianach, zachodzących w regionie dzięki wykorzystaniu funduszy unijnych,
- 3) rozpowszechnienie wśród potencjalnych beneficjentów informacji na temat możliwości uzyskania środków z RPO WSL 2007-2013,
- 4) dostarczenie przyszłym beneficjentom informacji koniecznych do ubiegania się o środki z tego programu,
- 5) wyposażenie beneficjentów w aktualną wiedzę potrzebną do prawidłowej realizacji i rozliczania projektów,
- 6) zaangażowanie partnerów społecznych i gospodarczych¹ oraz beneficjentów w rozpowszechnianie informacji na temat RPO WSL 2007-2013 oraz w promowanie przedsięwzięć zrealizowanych w ramach tego programu.

Przeprowadzone badanie pozwoliło na ustalenie poziomu osiągnięcia założonych celów i tym samym na ocenienie skuteczności działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013.

¹ Zgodnie z *Planem Komunikacji RPO WSL 2007-2013* oraz rocznymi sprawozdaniami z realizacji działań informacyjnych i promocyjnych do kategorii partnerów społecznych i gospodarczych należą: przedsiębiorstwa, organizacje pozarządowe, samorządy gospodarcze i zawodowe, uczelnie wyższe, instytucje otoczenia biznesu i agencje rozwoju regionalnego lub lokalnego.

Ad 1)

Ponad cztery piąte mieszkańców regionu (85%) zdaje sobie sprawę, że w latach 2007-2013 w województwie śląskim były prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy unijnych. Wynik ten jest nieznacznie wyższy od uzyskanego w poprzedniej edycji badania², przeprowadzonej w 2010 roku (80%). Na uwagę zasługuje istotny wzrost wiedzy o takich przedsięwzięciach wśród osób w wieku pomiędzy 15 a 29 rokiem życia (z 74% do 91%). Zmianę tę można wiązać ze wzrostem intensywności przedsięwzięć promocyjnych skierowanych w szczególności do młodzieży (zaliczały się do nich zajęcia edukacyjne w szkołach, organizacja gier promujących Program, emisja klipu muzycznego z udziałem rapera).

Spośród mieszkańców województwa śląskiego, którzy zdają sobie sprawę z prowadzonych w ich regionie działaniach finansowanych z funduszy unijnych, niemal połowa (49%) wie o istnieniu programu przeznaczanego specjalnie dla tego regionu (osiągnięto wzrost o 10 punktów procentowych w porównaniu z wynikiem badania przeprowadzonego w 2010 roku).

Ad 2)

Blisko trzy piąte (58%) spośród mieszkańców, którzy wiedzą o wykorzystywaniu w ich regionie funduszy unijnych, jest zdania, że finansowane przedsięwzięcia są zdecydowanie korzystne, a ponad jedna trzecia (32%) uważa je za raczej korzystne. Żaden z respondentów uczestniczących w badaniu ankietowym nie uznał natomiast, że są niekorzystne.

Odsetek respondentów będących zdania, że działania finansowane z funduszy unijnych mają generalnie korzystny wpływ na region nie zmieniła się w stosunku do badania z 2010 roku. Zmieniła się jednak struktura tej grupy: spadł odsetek osób przekonanych, że przedsięwzięcia finansowane z programów unijnych są zdecydowanie korzystne (z 67% do 58%), natomiast wzrosła liczba osób sądzących, że są one raczej korzystne (z 23% do 32%). Na (stosunkowo niewielkie) osłabienie przekonania o korzystnym wpływie funduszy mogły wpłynąć doniesienia medialne dotyczące inwestycji stanowiących nadmierne obciążenie dla budżetu gmin, w których zostały zrealizowane (wydaje się, że w 2010 roku wątek ten był słabiej obecny w dyskursie publicznym).

Należy zaznaczyć, że oczekiwanie od UMWSL lub ŚCP dążenia do tworzenia pozytywnego wizerunku funduszy unijnych kosztem rzetelności informacji przekazywanych obywatelom byłoby niewłaściwe.

Ad 3)

Poziom wiedzy na temat RPO WSL 2007-2013 wśród potencjalnych beneficjentów różni się w zależności od typu instytucji. Wszystkie uczestniczące w badaniu ankietowym jednostki samorządu terytorialnego (JST), które nie uzyskały dotacji z RPO WSL, znały nazwę Programu i wiedziały o możliwości uzyskania dotacji.

Z kolei spośród przedsiębiorstw, które nie uzyskały środków z RPO WSL 2007-2013 pomimo takiej szansy, cztery piąte (81%) nie znało nawet nazwy Programu. 8% przedsiębiorstw znało nazwę RPO WSL, ale nie zdawało sobie sprawy, że mogą uzyskać z niego dofinansowanie, a tylko 11% znało RPO WSL i wiedziało o możliwości uzyskania dotacji z tego programu.

² Ocena działań informacyjnych podejmowanych w ramach RPO WSL na lata 2007-2013 w latach 2007-2010 – badanie przeprowadzone na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego przez firmę Dyspersja, Warszawa 2010.

Ad 4)

Informacje na temat możliwości uzyskania wsparcia z RPO WSL 2007-2013 (w tym informacje potrzebne do złożenia wniosku o dofinansowanie) były łatwo dostępne zdaniem trzech piątych (60%) beneficjentów. Dwukrotnie mniej liczna grupa (30%) uważa, że takie informacje były średnio dostępne, natomiast tylko niespełna co dziesiąty ocenił je jako trudno dostępne. Odsetek beneficjentów uważających informacje za łatwo dostępne okazał się o 31 punktów procentowych wyższy wśród JST, niż wśród przedsiębiorstw (odpowiednio: 86% i 55%). Wynika to prawdopodobnie z większego doświadczenia JST w pozyskiwaniu i wykorzystywaniu funduszy.

Uzyskane wyniki są generalnie zbliżone do uzyskanych w edycji badania przeprowadzonej w 2010 roku. Zaobserwowany spadek liczby JST uważających informacje za „bardzo łatwo dostępne”, na rzecz JST zdaniem których były one „raczej łatwo dostępne” może wynikać z powiększenia się grona beneficjentów o JST, które w pierwszej połowie okresu programowania 2007-2010 nie realizowały jeszcze projektów finansowanych z RPO WSL.

Ad 5)

Podobne wyniki uzyskano w przypadku informacji potrzebnych do prawidłowej realizacji i rozliczania projektu. Takie informacje jako łatwo dostępne oceniła ponad połowa beneficjentów (56%); 86% wśród JST oraz 50% wśród przedsiębiorstw. W przybliżeniu co trzeci (29%) beneficjent uznał je za średnio dostępne a co dziesiąty (11%) za trudno dostępne. Przywołane wyniki są bardzo zbliżone do uzyskanych w badaniu przeprowadzonym w 2010 roku.

Ad 6)

UMWSL oraz ŚCP skutecznie włączały beneficjentów w działania służące promowaniu RPO WSL 2007-2013. W obiektach dofinansowanych z Programu organizowano wydarzenia związane z jego wdrażaniem, a wybrane projekty były prezentowane w różnorodny sposób: w cyklicznym programie telewizyjnym „Słownik polsko-europejski”, na stronie promującej program (www.promocja-slaskie.pl), w publikacjach oraz podczas imprez plenerowych. Współpraca pomiędzy UMWSL a beneficjentami w zakresie promowania RPO WSL 2007-2013 była oceniana pozytywnie przez obie strony.

Instytucje odpowiedzialne za wdrażanie programu współpracowały z partnerami społecznymi i gospodarczymi przede wszystkim przedstawiając prezentacje na organizowanych przez nich spotkaniach oraz wystawiając stoiska informacyjne podczas konferencji. Zaangażowanie części partnerów społecznych i gospodarczych w pełnienie roli „grupy pośredniczącej” pomiędzy instytucjami odpowiedzialnymi za wdrażanie RPO WSL a potencjalnymi beneficjentami tego programu było ograniczone ze względu na niewielkie zasoby kadrowe. Wspomniane ograniczenie dotyczyło partnerów, których działalność opiera się na pracy wykonywanej nieodpłatnie. Skutecznym pośrednikiem okazały się natomiast instytucje otoczenia biznesu (IOB). Tego typu podmioty dysponują zazwyczaj odpowiednim potencjałem organizacyjnym, przekazywanie informacji na temat źródeł finansowania zewnętrznego należy do ich zadań, a niekiedy przyczynia się do zwiększania popytu na usługi, które oferują³. Spośród przedsiębiorstw, do których dotarły informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z RPO WSL, blisko co czwarte (24%) uzyskało je od instytucji otoczenia biznesu, natomiast z organizacji zrzeszającej przedsiębiorców zaledwie co pięćdziesiąte (2%).

³ Na przykład działające przy instytucji badawczo-rozwojowej centrum transferu technologii może pozyskać do współpracy przedsiębiorców dzięki poinformowaniu ich o możliwości uzyskania dotacji na wdrożenie innowacyjnych rozwiązań.

Konkluzja

Wyniki ewaluacji wskazują, że cele działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 zostały generalnie osiągnięte w wysokim stopniu.

W zbyt małym stopniu udało się poinformowanie o RPO WSL 2007-2013 potencjalnych beneficjentów tego programu z sektora przedsiębiorstw.

Dotarcie z informacjami na temat Programu do odsetka przedsiębiorstw zbliżonego do uzyskanego wśród JST byłoby jednak nieporównanie trudniejsze. Wynika to przede wszystkim z dwóch przyczyn. Po pierwsze, populacja przedsiębiorstw jest znacznie liczniejsza. Po drugie, JST przeważnie dysponują bogatszym doświadczeniem w pozyskiwaniu i wykorzystywaniu funduszy unijnych oraz częściej zatrudniają pracowników oddelegowanych do zadań z tego zakresu. Bez wątplenia ułatwiało im to przyswajanie informacji na temat RPO WSL 2007-2013.

Ponieważ przedsiębiorstwa dominują liczebnie wśród instytucji, które były uprawnione do ubiegania się o środki z RPO WSL 2007-2013, wyniki badań ankietowych odnoszące się do „potencjalnych beneficjentów ogółem” (a także, choć w mniejszym stopniu, do „beneficjentów ogółem”) są przede wszystkim konsekwencją odpowiedzi udzielonych przez respondentów reprezentujących przedsiębiorstwa. Tymczasem z perspektywy realizacji głównego celu RPO WSL 2007-2013, którym jest „stymulowanie dynamicznego rozwoju przy wzmocnieniu spójności społecznej, gospodarczej i przestrzennej regionu”⁴, co najmniej równie ważną grupę docelową działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących tego programu stanowią JST. Należy o tym pamiętać zapoznając się z wynikami badania.

POZIOM WSKAŹNIKÓW. ZGODNOŚCI DZIAŁAŃ Z ZAŁOŻENIAMI

Zapisane w *Planie Komunikacji RPO WSL 2007-2013* docelowe wartości wskaźników zostały znacznie przekroczone. Zarazem działania informacyjne i promocyjne były dostosowywane do bieżących potrzeb wynikających z wdrażania Programu. Przykładem reagowania na takie potrzeby było organizowanie szkoleń dotyczących zagadnień, w przypadku których zaobserwowano, że sprawiają problemy instytucjom ubiegającym się o dofinansowanie lub beneficjentom. Takie podejście znacząco przyczyniło się do „wsparcia realizacji celów RPO WSL” (zgodnie ze strategicznym celem działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących tego programu).

Jedynym poważnym utrudnieniem w realizacji działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL było długotrwałe prowadzenie postępowań z zakresu zamówień publicznych w UMWSL.

Należy zaznaczyć, że przewidziany w *Planie Komunikacji RPO WSL 2007-2013* sposób pomiaru rezultatów działań informacyjnych i promocyjnych jest dalece niedoskonały. Przede wszystkim, brakuje w nim wskaźników odnoszących się do poziomu upowszechnienia wśród grup docelowych wiedzy na temat Programu.

UŻYTECZNOŚĆ I EFEKTYWNOŚĆ DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH

Beneficjenci i potencjalni beneficjenci w większości dobrze ocenili informacje na temat RPO WSL 2007-2013 uzyskane z UMWSL lub ŚCP.

Zarówno na etapie ubiegania się o dotację, jak i podczas realizacji projektu niezastąpionym źródłem informacji była strona www.rpo.slaskie.pl. Do pozytywnego odbioru strony przez jej regularnych użytkowników przyczyniły się udoskonalenia, wprowadzone między innymi na podstawie wyników zamówionego przez UMWSL badania jej użyteczności (*usability*). Również strona www.scp-slask.pl nie budziła zastrzeżeń.

⁴ *Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego na lata 2007-2013*, Katowice, 6 sierpnia 2010, s. 59.

Wyodrębnienie strony www.rpo-promocja.slaskie.pl pozwoliło na rozdzielenie informacji adresowanych do beneficjentów oraz do instytucji ubiegających się o dofinansowanie od informacji skierowanych do szerszego grona odbiorców, zainteresowanych efektami projektów zrealizowanych w ramach RPO WSL.

Pomocnym i dostępnym źródłem informacji dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów byli również pracownicy UMWSL oraz ŚCP – zarówno punktów informacyjnych prowadzonych przez te instytucje, jak i komórek bezpośrednio zaangażowanych w wybór projektów lub nadzór nad ich realizacją.

Informacje uzyskane od potencjalnych beneficjentów i beneficjentów wskazują, że poziom merytoryczny szkoleń (zarówno prowadzonych przez pracowników UMWSL lub ŚCP, jak i przez ekspertów zewnętrznych) był generalnie odpowiedni. Ze względu na zróżnicowany skład audytorium nie zawsze możliwe było natomiast dostosowanie poziomu zaawansowania szkoleń do kompetencji uczestników. Ponadto większość szkoleń cieszyła się dużym zainteresowaniem, co ograniczało ich dostępność.

Dla mieszkańców województwa śląskiego głównymi źródłami informacji o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych w zamieszkiwanym przez nich regionie były: tablice informujące o inwestycjach (68%) i telewizja (67%). Na kolejnych miejscach znalazł się: Internet (60%), plakaty lub billboardy (58%), prasa (56%), rodzina lub znajomi (53%) oraz ulotki i broszury (52%). Ostatnim medium wymienionym przez więcej niż co trzecią spośród osób, które wiedziały o prowadzeniu w województwie śląskim przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych, okazało się radio, wskazane przez blisko dwie piąte respondentów (39%).

W porównaniu z poprzednią edycją badania, przeprowadzoną w 2010 roku, w przypadku wszystkich źródeł informacji odnotowano wzrost odsetka osób, które dowiedziały się z nich o przedsięwzięciach finansowanych z funduszy unijnych. Największy (z 44% do 68%) w przypadku tablic informacyjnych, co wynika ze wzrostu liczby realizowanych inwestycji.

Ze względu na ograniczoną dostępność danych, precyzyjne oszacowanie efektywności poszczególnych sposobów przekazywania informacji nie jest możliwe. Jednak zestawienie budżetu przewidzianego na poszczególne rodzaje przedsięwzięć z informacjami o źródłach, z których mieszkańcy regionu czerpali wiedzę na temat RPO WSL, przemawia za zwiększeniem obecności w Internecie oraz rozgłośniach radiowych.

Szczególnie efektywnym sposobem promocji jest współpraca z dziennikarzami, polegająca na zachęcaniu ich do opracowywania autorskich materiałów dotyczących przedsięwzięć finansowanych z Programu oraz wspieraniu w tworzeniu takich tekstów lub audycji. Takie wsparcie może polegać na dostarczaniu odpowiednich informacji i zdjęć oraz ułatwianiu kontaktu z informatorami.

Wywiady jakościowe przeprowadzone z dziennikarzami oraz z mieszkańcami województwa wskazują, że atrakcyjność informacji dotyczących przedsięwzięć sfinansowanych z funduszy unijnych znacząco wzrasta, jeżeli odbiorcy dowiadują się o inwestycjach, z których sami mogą skorzystać. Pod tym względem wzorcowym sposobem przedstawienia wybranych projektów zrealizowanych w ramach RPO WSL jest wydany przez UMWSL przewodnik turystyczny „Śladem projektów unijnych”.

Z dużym zainteresowaniem mieszkańców województwa śląskiego uczestniczących w zogniskowanym wywiadzie grupowym spotkał się również cykliczny program telewizyjny „Słownik polsko-europejski”, poświęcony prezentacji poszczególnych projektów sfinansowanych z RPO WSL 2007-2013. Formuła programu mogłaby zostać udoskonalona poprzez położenie większego nacisku na informacje ułatwiające skorzystanie z prezentowanego obiektu (na przykład o jego dokładnej lokalizacji). Wskazane jest także zrezygnowanie z objaśniania widzom specyficznych pojęć dotyczących funduszy unijnych. Szerszemu gronu odbiorców znajomość takich pojęć jest zbędna i nie budzą one zainteresowania.

Skutecznemu docieraniu z komunikatami promocyjnymi do opinii publicznej sprzyja prowadzenie kampanii wykorzystujących, w skoordynowany sposób, różnorodne środki przekazu. Taka kampania, pod hasłem „Śląskie sprawdza się”, została przeprowadzona na zamówienie UMWSL w 2013 roku. Przedstawione przez Wykonawcę dane świadczą o dotarciu do szerokiego grona odbiorców.

POTENCJAŁ ZAANGAŻOWANY W DZIAŁANIA INFORMACYJNE I PROMOCYJNE

Istotnym uwarunkowaniem działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 był potencjał finansowy, kadrowy i organizacyjny UMWSL oraz ŚCP. Łączny budżet przeznaczony na realizację tych działań w latach 2007-2013 był odpowiedni.

Liczba pracowników UMWSL oraz ŚCP odpowiedzialnych za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL ulegała zmianom; w UMWSL osiągnęła odpowiedni poziom w połowie okresu programowania 2007-2013. Obecnie⁵ jednak zarówno liczba pracowników *Referatu komunikacji i promocji RPO WSL* w UMWSL jak i pracowników *Wydziału informacji i promocji* w ŚCP wydają się zbyt małe. W celu skutecznego prowadzenia przez te komórki powierzonych im zadań, uzasadnione byłoby zwiększenie liczby zatrudnionych w nich pracowników: w przypadku *Referatu komunikacji i promocji RPO WSL* w UMWSL o jedną osobę, a w przypadku *Wydziału informacji i promocji* w ŚCP o co najmniej jedną. Ewentualne zatrudnienie w drugiej z wymienionych komórek więcej niż jednego dodatkowego pracownika byłoby uzasadnione w przypadku rozszerzenia zakresu jej zadań.

Kompetencje zawodowe (w tym wiedza) pracowników zajmujących się prowadzeniem działań informacyjnych i promocyjnych kształtowały się pod wpływem zdobywanego doświadczenia. W okresie programowania 2007-2013 zespoły odpowiedzialne w UMWSL oraz w ŚCP za prowadzenie takich działań zdobyły wystarczające kompetencje. Sprzyjała temu dostępność szkoleń przydatnych do podnoszenia kwalifikacji zawodowych. W przypadku *Referatu komunikacji i promocji* UMWSL wraz z rozpoczęciem kolejnego okresu programowania (2014-2020) sytuacja pod tym względem uległa pogorszeniu. Wynika to przede wszystkim z przeniesienia niektórych doświadczonych pracowników do innych referatów.

REKOMENDACJE

Na podstawie przeprowadzonego badania sformułowano rekomendacje odnoszące się do prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL w okresie 2014-2020. Najważniejsze z nich dotyczą:

- ponawiania kampanii promujących Program przy zastosowaniu zestawu różnorodnych, komplementarnych mediów (zleczanych zewnętrznym wykonawcom),
- zwiększenia – szczególnie przez ŚCP – intensywności kierowanych do dziennikarzy działań z zakresu *public relations* (wykraczających poza zlecenie im przygotowywania zamówionych materiałów),
- zwiększenia grupy przedsiębiorstw świadomych możliwości ubiegania się o środki z RPO WSL 2014-2020 (w porównaniu z grupą, która wiedziała o możliwości aplikowania o wsparcie w ramach RPO WSL 2007-2013),
- poszerzenia oferty szkoleń dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów programu o szkolenia prowadzone przez Internet,

⁵ W pierwszej połowie 2014 roku przeprowadzono reorganizację UMWSL w związku z rozpoczęciem kolejnego okresu wdrażania RPO WSL (obejmującego lata 2014-2020).

- zmodyfikowania sposobu prowadzenia w UMWSL postępowań w zakresie udzielania zamówień publicznych dotyczących przygotowywania materiałów informacyjnych i promocyjnych oraz publikowania materiałów w mediach – tak aby możliwe stało się przygotowanie specyfikacji (SIWZ) dotyczących RPO WSL odrębnie od postępowań nie odnoszących się do tego programu (analogicznie do zasad dotyczących zlecenia szkoleń),
- zwiększenia liczby pracowników *Referatu komunikacji i promocji RPO WSL* w UMWSL oraz *Wydziału informacji i promocji* w ŚCP,
- integracji zadań związanych z promowaniem RPO WSL 2014-2020 przez UMWSL, poprzez:
 - przeniesienie zadań związanych z promowaniem Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS) oraz pracowników odpowiedzialnych za ich realizację (dotychczas zatrudnionych w Wydziale EFS) do Referatu komunikacji i promocji RPO WSL (funkcjonującego w ramach Wydziału Rozwoju Regionalnego),
 - sprecyzowanie podziału zadań i zasad współpracy pomiędzy pracownikiem zatrudnionym na Samodzielnym stanowisku ds. komunikacji, Referatem komunikacji i promocji w Wydziale Rozwoju Regionalnego oraz Regionalnym koordynatorem sieci punktów informacyjnych, prowadzonej przez Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju,
- sporządzenia *Strategii Komunikacji* dotyczącej RPO WSL 2014-2020 pozbawionego wad aktualnie obowiązującego dokumentu (którego najpoważniejszym mankamentem jest zakładany sposób pomiaru rezultatów zaplanowanych działań informacyjnych i promocyjnych).

Summary

SCOPE OF RESEARCH

The scope of this evaluation included the informational and promotional activities regarding The Regional Operational Programme for Silesia Voivodship (ROP SV) for the years 2007–2013.

The focus of the research was specifically on the informational and promotional activities carried out by The Regional Development Department of the Marshall Office for the Silesia Voivodship, and The Silesian Centre of Entrepreneurship (SCE). The Regional Development Department of the Marshall Office was responsible for managing the entire Programme, while SCE was placed in charge of the portion of the Programme for distribution of funding to businesses.

The target groups for the informational and promotional activities of ROP SV were described in the *Communications Plan ROP SV 2007-2013*. Following the aforementioned recommendations, the informational and promotional activities were directed at the residents of the Silesia Voivodship (including the youth), as well as the beneficiaries of ROP SV, i.e. the institutions that received funding, and potential beneficiaries (i.e. institutions that were eligible to apply for funding but did not receive it). The presupposed audience of these activities also included the media, as well as the social and entrepreneurial partners.

THE EFFECTIVENESS OF THE REALIZED AIMS: TARGET GROUPS AND THEIR STATE OF KNOWLEDGE

The goals of the informational and promotional activities and the indicators of their completion were outlined in the *Communications Plan ROP SV 2007-2013*. They were formulated as "Support toward completing goals of ROP SV that ensures effective use of EU funding and dynamic growth of the region." Based on the *Communications Plan* and interviews with the employees of SCE, it was agreed that the detailed goals of the informational and promotional activities regarding *ROP SV 2007-2013* include:

- 1) informing the residents of the Silesia Voivodship about the existence of EU funding designated to support the growth of the region;
- 2) informing the residents of the Silesia Voivodship about positive changes that took place due to the use of the EU funding;
- 3) spreading the information among potential beneficiaries about the possibility to receive funding through ROP SV 2007-2013;
- 4) providing the beneficiaries with the information necessary to apply for funding through this program;
- 5) equipping the beneficiaries with up-to-date knowledge necessary to properly complete and account the projects;
- 6) engaging social and economic partners⁶ and beneficiaries in the spread of information in regards to ROP SV 2007-2013 and promoting activities realized through the program.

⁶ According to the *Communications Plan ROP SV 2007-2013* and annual reports from the progress of the informational and promotional activities the social and economic partners are: companies, non-profit organizations, economic and occupational self-governing units, institutions of higher education, Business Environment Institutions and regional or local development agencies.

The completed evaluation helped to measure to what extent the strategic aims were accomplished; thus, it was possible to assess the effectiveness of the informational and promotional activities revolving around ROP SV 2007-2013.

Re 1)

More than four fifths of the region's residents (85%) is aware that there were projects in the Silesia Voivodship funded through EU funds in the years 2007-2013. This outcome is slightly higher than the result of the last edition of the evaluation⁷, carried out in 2010 (80%). It is important to note that there was a significant increase of awareness of the said projects among people in the ages 15 to 29 (from 74% to 91%). This change can be accredited to the intensification of promotional activities addressed to the youth (including carrying out workshops in schools, organizing games promoting the Programme, and airing a music video with a rapper).

Among the residents of Silesia Voivodship who are aware of the projects carried out in their region that are funded from EU funds, almost half (49%) knows about the existence of a program designated specifically to their region (increase by 10 percent in comparison to the evaluation carried out in 2010).

Re 2)

Nearly three-fifths (58%) of the residents who are aware about the EU funds utilized in their region is of the opinion that the funded undertakings have a definitively positive impact, while more than one third (32%) thinks that they are rather positive. Not one of the respondents found the said projects to be negative.

The percentage of responders who think that the undertakings financed from the EU funds had a generally positive impact on the region has not changed since the evaluation in 2010. However, the structure has changed: the percentage of people who find the projects completed together with EU to be definitively positive dropped (from 67% to 58%). Nevertheless, there was an increase in the number of people who are convinced that these projects are positive (from 23% to 32%). The (rather small) decrease in the conviction about the positive impact of these funds could be associated with the media reporting on the investments that placed a high strain on budgets of the gminas (communities) where the settlement of the accounts was completed (it appears that the issue was less prevalent in the public discourse in 2010).

It is important to note that the expectation for the Regional Development Department of the Marshall Office and SCE to push for the positive image of the EU funds at the expense of honest information provided to the citizens would not be appropriate.

Re 3)

The level of knowledge in regards to ROP SV 2007-2013 among the potential beneficiaries varies depending on the institution. All territorial self-government units (TSGU), which didn't receive support knew about the grant from ROP SV, knew the name of the Programme, and knew about the option to apply for a grant.

On the other hand, among the businesses that were eligible but didn't receive funding through ROP SV 2007-2013, four-fifths (81%) didn't even know the name of the Programme. 8% of businesses knew the name ROP SV, but were not aware that there were grant opportunities. 11% knew ROP SV knew that there were funding opportunities through the Programme.

⁷ *The Evaluation Of The Informational Activities Undertaken As Part Of ROP SV In The Years 2007—2013 In The Years 2007-2010*—an evaluation commissioned by the Marshall Office for the Silesia Voivodship and carried out by Dyspersja, Warsaw 2010.

Re 4)

The information in regards to the opportunities to receive support through ROP SV 2007-2013 (including the information necessary to file an application for funding) were easily accessible according to three-fifths (60%) of the beneficiaries. Twice as low was the group (30%) of those who think this information was somewhat accessible, however, less than one in 10 found them hard to access. The percentage of the beneficiaries who found this information easily accessible is 31 percent higher among TSGU than among the businesses (86% and 55% correspondingly). This most likely stems out of a bigger experience of TSGU in applying for grants and using funds.

The results are generally similar to the ones from the previous edition of the research carried out in 2010. the observed decline in the number of TSGU who find the information "easily accessible" in favor of those who find it "rather accessible" may be attributed to the growing number of TSGU beneficiaries to include TSGU that did not have any projects funded through ROP SV in the first half of the programming years 2007-2010.

Re 5)

Similar results were achieved in cases of information necessary to properly realize and settle the accounts of projects. This information was found to be easily accessible by more than half of the beneficiaries (56%); 86% TSGU and 50% businesses. Approximately one in three (29%) of beneficiaries considered them to be somewhat accessible and one in 10 (11%) as hard to access. The above results are very similar to the ones from the research completed in the 2010.

Re 6)

The Marshall Office and SCE successfully included the beneficiaries in the activities that had the purpose of promoting ROP SV 2007-2013. In the edifices financed through the Programme, there were events connected to the Programme's stages. Selected projects were presented in the cyclical television program, "Polish-European Dictionary" and on the website promoting the program (www.promocja-slaskie.pl), in other publications and during outdoor events. The cooperation between the Marshall's Office and the beneficiaries in regards to the promotion of ROP SV 2007-2013 was evaluated by both sides as positive. The institutions responsible for the implementation the program in some regards cooperated also with entrepreneurial partners, mostly by doing presentations during meetings they had organized and including informational booths during conferences.

The involvement on the part of social and economic partners as "intermediaries" between the institutions responsible for the implementation of ROP SV and potential beneficiaries of the Programme was limited due to the constrains in personnel. The aforementioned constrains affected the partners whose activities are based on volunteer work. On the other hand, Business Environment Institutions, proved to be an effective intermediary. Organizations of the latter group usually possess the administrative and organizational resources; dissemination of information in regards to their sources of external financing is included in their regular tasks; moreover, on occasion they admit that this work helps them increase the demand for their services⁸. Among the companies who have received the information in regards to the possible grants through ROP SV, nearly a quarter (24%) received it from Business Environment Institutions (BEI) and only one in fifty (2%) gained this information from business associations.

⁸ For example, a centre for transfer of technology adjacent to a research-development institution can find business partners interested in developing cooperation based on the provided information in regards to possible grants for the implementation of innovative solutions.

Conclusion

The results of the evaluation suggest that generally the aims of the informational and promotional activities regarding ROP SV 2007-2013 were highly achieved.

Insufficient was the outreach with information regarding ROP SV 2007-2013 geared toward its potential beneficiaries in the business sector.

However, the outreach about the Programme to business partners at a percentage similar to that of outreach to TSGU would be exponentially more difficult. This stems out of two reasons. First of all, the first group is a lot larger. Moreover, TSGU tend to have more experience in obtaining and using EU funds, and they are more likely to employ a cadre that works in this area. Unquestionably, this helped them to gather information in regards to ROP SV 2007-2013.

As businesses outnumber other institutions eligible to apply for funds from ROP SV 2007-2013, the results of the survey-based evaluation regarding the "total potential beneficiaries" (as well as, though to a lesser extent, the "total beneficiaries") are mostly based on the responses provided by respondents representing businesses. Meanwhile, from the perspective of the completion of the main goal of ROP SV 2007-2013, i.e. "stimulation of a dynamic development in conjunction with social, entrepreneurial and spatial unity of the region,"⁹ the TSGU are at least an equally important target group when it comes to the informational and promotional activities. This should be taken into consideration when becoming familiar with the results of this evaluation.

LEVELS OF INDICATORS. CORRESPONDENCE BETWEEN THE AIMS AND ACTIVITIES.

Outlined in the *Communications' Plan ROP SV 2007-201*, target levels of indicators were profoundly exceeded. Simultaneously, the informational and promotional activities were tailored to the current needs resulting from the implementation of the program. An example of such responding to the needs includes workshops that were organized when it was apparent that particular issues become obstacles in applying for funding for the institutions, or beneficiaries. This approach had very much increased "the support toward the realization of ROP SV goals" (in accordance with the strategic aims of the informational-promotional activities regarding the program).

The one significant obstacle in the implementation of the informational-promotional activities regarding ROP SV was the sustainability of the procedures in the area of public contracts carried out by the Marshall Office of the Silesia Voivodship.

It is important to note that the projected form of assessment of the informational and promotional activities and their results as outlined in the *Communications' Plan ROP SV 2007-2013* is deeply imperfect. Most of all, the indicators do not include ones that would refer back to the level of information dissemination among the target groups about the informational-promotional activities regarding the Programme.

THE USEFULNESS AND EFFICIENCY OF INFORMATIONAL AND PROMOTIONAL ACTIVITIES

Both, the beneficiaries and the potential beneficiaries by and large positively evaluated the information about ROP SV 2007-2013 provided by the Marshall Office or SCP.

Both, at the level of application for funding process and during the realization part, the website www.rpo.slaskie.pl was an irreplaceable source of information. The positive response to the website from returning users was achieved thanks to the improvements that were introduced based on the evaluation of usability commissioned by the Marshall

⁹ *The Regional Operational Programme For Silesia Voivodship (ROP SV) For The Years 2007-2013*, Katowice, 6th of August, 2010, p. 59.

Office. In addition, the website www.scp-slask.pl received a positive response. Creating a separate page, www.rpo-promocja.slaskie.pl allowed for a division of information addressed to the beneficiaries and to the institutions applying for a grant and the information addressed to the general public interested in the effects of the projects funded through ROP SV.

The employees of the Marshall Office and SCE proved to be both, a useful and readily available resource. This included those who worked at the information points run by the said institutions, as well as the units directly involved in their management.

The information gathered from the potential beneficiaries and beneficiaries indicate that the workshops (including the ones carried out by the employees of the Marshall Office or SCE, as well as those ran by external experts) were kept at an appropriate educational level. However, due to a diverse makeup of the audience, it was not always possible to tailor the level of workshop advancement to the knowledge and expertise of the participants. The majority of workshops was very popular, which made their available limited.

For the residents of the Silesia Voivodship, the main source of information in regards to the projects in their regions funded from the EU funds included: investment information boards (68%) and televisions (67%); followed by the Internet (60%), posters and billboards (58%), papers (56%), family or friends (53%), and flyers and brochures (52%). Finally, radio was the last media, and it was selected by two-fifths (39%) of those who have learned about activities in the Silesia region funded from the EU funds.

In comparison to the previous edition of the evaluation carried out in 2010, all information-sharing formats saw an increase in the percentage of persons who have learned from them about projects funded from EU funds. The largest gain is seen in the investment information boards (from 44% to 68%). This relates to the increase in the number of projects in the process of realization.

Due to a limited amount of data available, it is not possible to precisely evaluate the effectiveness of each form of information sharing. However, a comparison of the projected budget on various projects with the data about the sources where the residents of the region gained the information in regards to ROP SV calls for an increased presence online and on the radio.

Cooperating with journalists is among the most effective methods of promotion. It may include encouraging them to create original content that explores the projects funded through the Program, and supporting them in creation of articles and audio material. Among the ways to provide this support are: supplying accurate information and photos as well as helping to gain access to sources (people).

Qualitative interviews with the journalists and residents of the Silesia Voivodship indicate that the appeal of the information regarding the projects funded from the EU drastically increases when the audience learns about the investments that they can benefit from. Thus, "On the trail of EU projects," a tourist guidebook published by the Marshall Office is an exemplary model of presentation of selected ROP SV projects. In addition, in a focus-group interview, the residents of the Silesia Voivodship showed a lot of interest in a cyclical television program called "The Polish-European Dictionary" that focuses on exploration of various projects funded through ROP SV. The program's formula would benefit from increasing the information that encourages the use of the presented edifices (for example, exact location). It is also suggested to abandon the EU funds terminology explanation. The general public has no need for such specialized vocabulary, and thus, the audience displays little interest in it.

A coordinated effort of information delivery through various outlets increases the effectiveness of the promotional communication geared toward the general public. The Marshall Office commissioned a campaign of this kind and the "Silesia Does It" campaign was carried out in 2013. The data provided by the campaign's executives suggest that it reached a wide audience.

THE RESOURCES INVESTED IN THE INFORMATIONAL AND PROMOTIONAL ACTIVITIES

Among the key factors that shaped the informational and promotional activities regarding ROP SV for the years 2007-2013 were the financial, personnel, and organizational potential of the Marshall Office and SCE. The total budget for these activities in the years 2007-2013 was adequate.

The number of employees at the Marshall Office and SCE responsible for the implementation of the informational and promotional activities of RPO SV has changed; at the Marshall office it reached a suitable level in the middle of the programming period 2007-2013. Currently¹⁰, the number of employees of both, the RPO SV Communications and Promotion Unit of the Marshall Office and the Information and Promotion Department at SCE appears to be too small. For these units to continue to effectively carry out their tasks, it appears that the teams would benefit from increasing their numbers. RPO SV Communications and Promotion Unit of the Marshall Office would benefit from one additional member while the SCE from at least one additional member. An expansion to hire more than one person to the latter unit is warranted if SCE expands its scope of tasks.

With the gain of experience, the occupational competency (as well as knowledge) of the employees tasked with the informational and promotional activities increased. In the programming years 2007-2013, the teams at the Marshall Office and SCE responsible for such activities obtained adequate experience. This was done in part thanks to the available employee development workshops.

In the case of the Communication and Promotion Unit of the Marshall Office, in the new programming cycle (2014-2020), the situation worsened. This mostly stems out of the reassigning of some of the experienced employees to other units.

RECOMMENDATIONS

Based on the carried out research, recommendations in regards to the implementation of the informational and promotional activities regarding ROP SV in the years 2014-2020 were formulated. The most important of these regard:

- renewing campaigns that promote the Programme using a set of various and complementing media (commissioned to external executors);
- increasing – especially by SCP – the intensity of cooperation in the area of public relations with journalists (to ensure that it extends beyond commissioning materials);
- increasing the groups of business aware of the grant options from ROP SV 2014-2020 (in comparison to the group that knew about the change to apply for support through ROP SV 2007-2013);
- expanding the workshop offer for beneficiaries and potential beneficiaries to include online options;
- changing the way public contracts for creation of informational and promotional materials in the Marshall Office of the Silesia Voivodship are implemented; specifically ensuring that it is possible to prepare SIWZ specifications regarding commission ROP SV separately from steps taken toward publication of other materials not related to the program (analogous to the rules governing the commissioning of workshops);
- increasing the number of employees in the Communications and Promotion Unit at Marshall Office and the Information and Promotion Department at SCE;

¹⁰ In preparation for the implementation process of ROP SV (for the years 2014-2020), the Marshall Office underwent a restructuration in the first half of 2014.

- integrating of the Marshall Office tasks related to the promotion of ROP SV 2014-2020 through:
 - moving the tasks related to the promotion of the European Social Funds (EFS) and the employees responsible for their execution (currently employed in the EFS Department) to the Communication and Promotion of ROP SV Unit (which is part of the Department of the Regional Development)
 - defining the tasks and rules of cooperation between the employee hired as the Independent Communications Officer, the Communication and Promotion Unit in the Regional Development Department and the Regional Coordinator of a network of information points run by the Ministry of Infrastructure and Development.
- drafting a Communications Strategy for ROP SV 2014-2020 that addresses the shortcomings of the current document (its biggest flaw is the outlined form of measurement of the results of the informational and promotional activities).

1 Wprowadzenie

1.1 Przedmiot badania

Ewaluacja obejmowała działania informacyjne i promocyjne związane z wdrażaniem Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego (RPO WSL) na lata 2007-2013, prowadzone w tym okresie.

Badanie koncentrowało się na działaniach informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez Wydział Rozwoju Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego (WRR UMWSL) oraz przez Śląskie Centrum Przedsiębiorczości (ŚCP). WRR UMWSL zarządza całym Programem, a ŚCP jest jednostką organizacyjną Urzędu Marszałkowskiego wdrażającą część Programu w ramach której wspierano przedsiębiorstwa.

Zgodnie z *Planem Komunikacji RPO WSL 2007-2013* grupami docelowymi działań informacyjno-promocyjnych byli: mieszkańcy województwa śląskiego (w tym młodzież), beneficjenci¹¹ i potencjalni beneficjenci¹² RPO WSL 2007-2013, a także media oraz partnerzy społeczni i gospodarczy (przedsiębiorstwa, organizacje pozarządowe, samorządy gospodarcze i zawodowe, uczelnie wyższe).

RPO WSL stanowił „najistotniejszy instrument polityki regionalnej województwa w okresie 2007-2013, spajający większość zadań realizowanych przez jednostki samorządu terytorialnego (JST) oraz inne jednostki prywatne i publiczne w ramach funduszy strukturalnych Unii Europejskiej (UE)”¹³.

Program składa się z dziesięciu Priorytetów. Oprócz Priorytetu X „Pomoc techniczna”, w ramach którego finansowane są działania związane z wdrażaniem programu, są to: I „Badania i rozwój technologiczny, innowacje i przedsiębiorczość”, II „Społeczeństwo informacyjne”, III „Turystyka”, IV „Kultura”, V „Środowisko”, VI „Zrównoważony rozwój miast”, VII „Transport”, VIII „Infrastruktura edukacyjna”, IX „Zdrowie i rekreacja”.

Zgodnie z zasadami wdrażania programów współfinansowanych z funduszy UE, „Państwo członkowskie i instytucja zarządzająca programem operacyjnym dostarczają informacji na temat operacji i współfinansowanych programów oraz zapewniają ich promocję. Informacje takie kieruje się do obywateli Unii Europejskiej i beneficjentów w celu podkreślenia roli Wspólnoty i zapewnienia przejrzystości pomocy funduszy”¹⁴.

Ewaluacja obejmowała okres od początku wdrażania RPO WSL, czyli od 2007 roku, do końca 2013 roku.

1.2 Pytania badawcze

Pytania badawcze wyznaczające zakres ewaluacji zostały przyporządkowane do pięciu obszarów tematycznych. Przy poszczególnych pytaniach podano numery stron Raportu, na których zamieszczone są odpowiednie wyniki.

Obszar I: Skuteczność działań informacyjnych i promocyjnych RPO WSL:

- 1.1. Czy poszczególne narzędzia zostały wykorzystane zgodnie z założeniami określonymi w dokumentach planistycznych i aktualnymi wytycznymi? Jeśli nie,

¹¹ Beneficjentami RPO WSL 2007-2013 są instytucje, które uzyskały dofinansowanie z tego programu.

¹² Potencjalnymi beneficjentami RPO WSL 2007-2013 są instytucje, które były uprawnione do ubiegania się o fundusze z tego programu, ale ich nie uzyskały.

¹³ *Szczegółowy opis priorytetów RPO WSL na lata 2007-2013*, s. 5.

¹⁴ *Rozporządzenia Rady (WE) nr 1038/2006 z 11 lipca 2006 r.*, art. 69, p. 1.

odnośnie których narzędzi wystąpiło odmienne od założeń ich wykorzystanie i w jakim stopniu wpłynęło to na ich skuteczność (s.: 67-68, 72-82).

- 1.2. W jakim stopniu wykorzystywane instrumenty/narzędzia komunikacyjne i kanały dystrybucji pozwoliły dotrzeć do właściwych grup docelowych odbiorców działań informacyjnych i promocyjnych? Czy dotarto do wszystkich grup docelowych, jeśli nie to jakie należy podjąć działania aby w latach 2014-2020 skuteczniej dotrzeć z informacją do poszczególnych grup docelowych odbiorców? (s.: 27-46, 68, 83-100)
- 1.3. W jakim stopniu osiągnięto założone cele i wskaźniki określone w *Planie Komunikacji RPO WSL na lata 2007-2013* oraz w *Rocznych Planach Działań Informacyjnych i Promocyjnych*? Co i jaki miało wpływ na poziom osiągniętych wskaźników (np. ilość, zasięg zastosowanych narzędzi). Odnośnie których wskaźników pojawiły się ewentualne problemy w ich osiągnięciu, z czego wynikały te problemy oraz jakie można podjąć czynności w przyszłości aby można było uniknąć ewentualnych problemów z osiągnięciem wskaźników? (s.: 67-68, 72-82)
- 1.4. Jakie narzędzia komunikacyjne/instrumenty okazały się najbardziej skuteczne z perspektywy szybkiego przekazania pożądanej informacji? Z czego wynikała ich skuteczność? Jakie dodatkowe narzędzia można zaproponować w celu zwiększenia szybkości przekazywania informacji w latach 2014-2020? (s.: 69, 88, 98, 100)
- 1.5. Jak przebiegał oraz jaki jest poziom satysfakcji (każdej ze stron) z przepływu informacji pomiędzy IZ a beneficjentami? Jakie działania mogłyby pozytywnie wpłynąć na poziom satysfakcji (i doprowadzić do przewyciężenia ewentualnych mankamentów w zakresie przepływu informacji)? (s.: 70, 82-83, 120-121)
- 1.6. Jak i w jaki sposób były przekazywane przez JST informacje na temat RPO WSL swoim jednostkom organizacyjnym (głównie uzyskiwanych na szkoleniach informacji nt. możliwości otrzymania wsparcia z RPO WSL). (s.: 70, 122-123)
- 1.7. Jaka była intensywność oraz zakres współpracy w obszarze działań informacyjno-promocyjnych pomiędzy IZ a partnerami społeczno-gospodarczymi, uczestniczącymi (w szczególności poprzez udział w pracach Komitetu Monitorującego) w procesie wdrażania RPO WSL w latach 2007-2013? Jakie można by podjąć działania w przyszłości aby tą współpracę poprawić? (s.: 71, 123-124)
- 1.8. Jakie stosowane narzędzia i kanały dystrybucji były wobec siebie komplementarne? (s.: 69, 97-100)
- 1.9. Ocena współpracy pomiędzy IZ oraz IP2 a mediami w zakresie upowszechniania informacji o RPO WSL (s.: 70, 113-116)
- 1.10. Ocena rozwiązań służących przewyciężaniu problemu niezrozumiałości terminów związanych z wdrażaniem RPO WSL wśród grup docelowych (s.: 58, 60, 63-64, 70, 111-113)
- 1.11. Ocena wykorzystania potencjału Internetu jako medium umożliwiającego dwustronną komunikację z odbiorcami. (s.: 70, 107-108)

Obszar II: Użyteczność działań informacyjnych i promocyjnych RPO WSL:

- 2.1 W jakim stopniu podjęte działania informacyjne i promocyjne (w tym m.in. publikacje, strona internetowa) i szkoleniowe spełniły oczekiwania grup docelowych odbiorców (związane z ich potrzebami informacyjnymi)? (s.: 55-65)
- 2.2 Czy i w jaki sposób ukierunkowano działania informacyjne i promocyjne na grupy odbiorców, których potrzeby informacyjne są niewielkie, lub odbiorców, którzy w ogóle nie wykazywali samodzielnego zainteresowania pozyskiwaniem informacji. Czy i co należałoby zmienić w ukierunkowaniu podjętych działań? (s.: 56, 66-67)

- 2.3 Jak jest oceniana przez grupy docelowe obsługa prowadzona przez pracowników IZ RPO WSL, IP2 RPO WSL oraz punkty informacyjne. Co należałoby ewentualnie zmienić pod kątem przyszłego okresu programowania? (s.: 55-56, 61, 65)

Obszar III: Efektywność ścieżek dotarcia do grup docelowych z komunikatem informacyjno-promocyjnym:

- 3.1 W jakim stopniu ścieżki dotarcia do grup docelowych były efektywne (efektywność rozumiana jako stosunek poniesionych nakładów finansowych do osiągniętych celów, uzyskanych wyników i rezultatów). (s.: 127-129)

Obszar IV: Stan wiedzy na temat RPO WSL na lata 2007-2013, poziom świadomości na temat korzyści, jakie płyną z wykorzystania RPO WSL, rozpoznawalność znaku RPO WSL wśród grup docelowych oraz trwałość podjętych działań informacyjnych i promocyjnych:

- 4.1 Jakie i w jakim zakresie było zainteresowanie potencjalnych beneficjentów możliwościami pozyskania dofinansowania na realizację projektu? (s.: 28, 48-49)
- 4.2 Jaka jest / była świadomość potencjalnych beneficjentów w zakresie możliwości pozyskania dofinansowania na realizację projektu? (s.: 27, 35-37)
- 4.3 Jaki jest poziom wiedzy beneficjentów na temat procedur dotyczących zasad realizacji projektów współfinansowanych z RPO WSL w latach 2007-2013? (s.: 27, 37-38)
- 4.4 Jaka jest znajomość poszczególnych źródeł informacji dotyczących RPO WSL wśród potencjalnych beneficjentów i beneficjentów? (s.: 69, 86-96)
- 4.5 Jak najczęściej są / były wykorzystywane przez beneficjentów i potencjalnych beneficjentów źródła informacji dotyczących RPO WSL w latach 2007-2013? (s.: 69, 86-96)
- 4.6 Jak ocenia się poziom poinformowania mieszkańców województwa o korzyściach wynikających dla województwa śląskiego z korzystania ze wsparcia finansowego w ramach RPO WSL na lata 2007-2013? (s.: 28, 38-39)
- 4.7 Czy informacja o korzyściach z realizowanych projektów została właściwie nagłośniona? Jeśli nie, to w jaki sposób należało rozpowszechnić informację o korzyściach w latach 2014-2020? (s.: 28, 38-39, 41-45, 68-69, 83-85, 96-97, 107, 113-116, 118-122)
- 4.8 W jakim stopniu udało się zbudować świadomość społeczną o programach operacyjnych oraz o roli odgrywanej przez UE wśród grup docelowych? (s.: 28-30)
- 4.9 W jakim stopniu marka/znak RPO WSL jest rozpoznawalna wśród wszystkich grup docelowych? (s.: 26-27, 30-34)
- 4.10 Jakie ewentualne działania dodatkowe w stosunku do podejmowanych do tej pory należy podjąć w celu zwiększania wiedzy oraz świadomości na temat przyszłego RPO WSL na lata 2014-2020, a także rozpoznawalności znaku RPO WSL? (s.: 68-67, 89, 100, 108, 113-114)
- 4.11 Wizerunek (marki) RPO WSL wśród mieszkańców województwa śląskiego¹⁵ (s.: 28, 40-41)
- 4.12 Ocena trafności haseł wykorzystywanych przy promocji RPO WSL oraz ich znajomości wśród grup docelowych (s.: 28, 39-40)

¹⁵ Wizerunek marki wykracza poza jej rozpoznawalność oraz znajomość konkretnych informacji na jej temat. Można go zdefiniować jako *wyobrażenie o produktach wynikające z oznaczenia ich daną marką*.

Obszar V: Ocena potencjału IZ oraz IP2 w zakresie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL

5.1 Ocena adekwatności zasobów kadrowych i finansowych - czy:

- a) liczba oraz wiedza pracowników IZ oraz IP2 zaangażowanych w prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WSL, a także możliwości jej poszerzenia
- b) fundusze przeznaczone na prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WSL

były odpowiednie wobec założonych celów tych działań oraz potrzeb grup docelowych? (s. 129, 131-133)

5.2 Komunikacja wewnętrzna (kapitał relacyjny) - na ile skuteczne były dotychczas stosowane rozwiązania w zakresie przepływu informacji:

- a) w gronie pracowników IZ oraz IP2 odpowiedzialnych za prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych,
- b) pomiędzy pracownikami IZ oraz IP2 odpowiedzialnymi za prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych a pracownikami komórek organizacyjnych odpowiedzialnych za nabór i ocenę wniosków o dofinansowanie? (s. 129, 133-137)

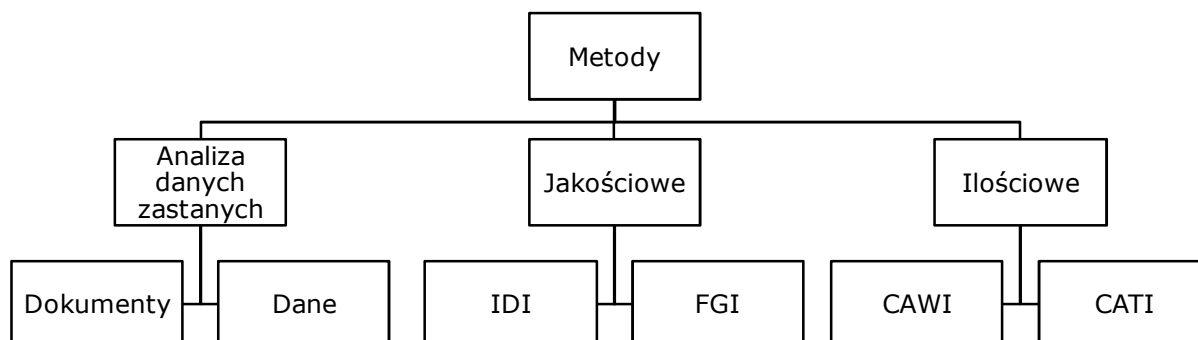
5.3 Rozwiązania organizacyjne potrzebne z perspektywy koordynacji działań informacyjno-promocyjnych w okresie programowania 2014-2020

Jakie rozwiązania dotyczące koordynacji działań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WSL należy wprowadzić (opierając się na dotychczasowych doświadczeniach), w celu dostosowania ich do nowej sytuacji, gdy w ramach programu zarządzanego ze szczebla regionalnego (RPO WSL 2014-2020) będą wydatkowane fundusze zarówno z EFRR, jak i z EFS? (s. 129, 138-141)

1.3 Metodologia

W ramach badania zastosowane zostały dwa rodzaje triangulacji. **Triangulacja metodologiczna** polegała na zastosowaniu trzech rodzajów metod: **1)** analizy danych zastanych (*desk research*) **2)** badań jakościowych (IDI i FGI) **3)** badań ilościowych (CAWI i CATI).

Schemat 1: Triangulacja metodologiczna



Źródło: Opracowanie własne na podstawie SOPZ i Oferty przeprowadzenia badania

Triangulacja perspektyw polegała na uzyskaniu informacji od różnorodnych respondentów, istotnych z perspektywy celów badania. Głównymi kategoriami respondentów byli:

- 1) pracownicy IZ oraz IP2 RPO WSL 2007-2013, w tym odpowiedzialni za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących tego programu
- 2) przedstawiciele „grup pośredniczących” (dziennikarze, przedstawiciele partnerów społeczno-gospodarczych, przedstawiciele firm doradczych)
- 3) przedstawiciele grup docelowych działań informacyjnych i promocyjnych (mieszkańcy województwa śląskiego oraz potencjalni i faktyczni beneficjenci RPO WSL 2007-2013).

Dodatkowo badanie objęło pracowników IP oraz IP2 komponentu PO KL realizowanego w województwie śląskim, zajmujący się prowadzeniem działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących tego programu.

Analiza dokumentów i danych zastanych objęła w szczególności:

- 1) Dokumenty programowe dotyczące RPO WSL 2007-2013:
 - a) Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego na lata 2007-2013
 - b) Szczegółowy Opis Priorytetów Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013¹⁶
 - c) Podręcznik Procedur Wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013
 - d) Podręcznik Procedur Wdrażania Instytucji Pośredniczącej II Stopnia w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013
- 2) Dokumenty programowe i wytyczne dotyczące realizacji działań informacyjno-promocyjnych odnoszących się do RPO WSL 2007-2013:
 - a) Rozporządzenie Komisji nr 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 określające przepisy wykonawcze do Rozporządzenia nr 1083/2006 odnośnie obowiązków informacyjnych i komunikacyjnych Państw Członkowskich
 - b) Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia. Wytyczne w zakresie informacji i promocji, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego z 10 czerwca 2010 r.
 - c) Strategia komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013
 - d) Projekt Strategii komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2014-2020
- 3) Plany i sprawozdania z realizacji działań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013:
 - a) Plan Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013
 - b) Roczne Plany Działań Informacyjnych i Promocyjnych dla Planu Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013
 - c) Sprawozdania roczne z realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego za lata 2007-2013, w zakresie realizacji działań informacyjnych i promocyjnych
 - d) Sprawozdanie z przebiegu kampanii promocyjnej szerokiego zasięgu zrealizowanej w 2013 roku na zamówienie UMWSL przez Grupę Eskadra

¹⁶ Wersja dokumentu z 29 kwietnia 2014 r.

- 4) Pozostałe dokumenty dot. działań informacyjno-promocyjnych:
- a) Wytyczne Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Śląskiego na lata 2007-2013 dla Beneficjentów w zakresie informacji i promocji
- 5) Raporty ewaluacyjne dotyczące działań informacyjnych i promocyjnych:
- a) *Ocena działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w ramach RPO WSL na lata 2007-2013 w latach 2007-2010* – raport z badania przeprowadzonego na zamówienie UMWSL przez firmę Dyspersja, Warszawa 2010
 - b) *Ocena działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących programu ZPORR w województwie śląskim w latach 2004-2006* – raport z badania przeprowadzonego na zamówienie UMWSL przez Agencję Badań Rynku „Opinia”, Warszawa 2008
 - c) *Ocena efektywności działań szkoleń dla beneficjentów RPO WSL 2007-2013* – raport z badania przeprowadzonego na zamówienie UMWSL przez firmę EU-Consult oraz Instytut Badawczy IPC Sp. Z o.o., Katowice 2013
 - d) *Badanie użyteczności strony internetowej RPO WSL 2007-2013* – raport z badania przeprowadzonego na zamówienie UMWSL przez firmę Edisona User Experience Studio, Katowice 2012
 - e) *Metaewaluacja wyników dotychczasowych badań ewaluacyjnych i innych (wniosków i rekomendacji) dotyczących informacji i promocji Funduszy Europejskich oraz poszczególnych programów operacyjnych* – raport z badania przeprowadzonego na zamówienie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego przez firmę EGO, Warszawa 2013
- 6) Dane zastane:
- b) dane z bazy wniosków o dofinansowanie i z REGON potrzebne do dobrania próby beneficjentów RPO WSL oraz potencjalnych beneficjentów RPO WSL
 - c) dane z Google Analytics dotyczące użytkowania stron internetowych RPO WSL 2007-2013.

Indywidualne wywiady pogłębione przeprowadzono z:

- pracownikami IZ oraz IP2 RPO WSL 2007-2013 (7 wywiadów)
- pracownikami IP oraz IP2 PO KL (3 wywiady)
- przedstawicielami „grup pośredniczących”: dziennikarzy, firm konsultingowych oraz przedstawicielami partnerów społeczno-gospodarczych (po 2 wywiady z przedstawicielami każdej grupy – łącznie 6 wywiadów)
- beneficjentami RPO WSL 2007-2013: przedstawicielami JST, przedsiębiorstw oraz innych instytucji (odpowiednio: 3, 2 i 2 wywiady – w sumie 7 wywiadów).

Zogniskowane wywiady grupowe przeprowadzono z:

- mieszkańcami województwa śląskiego (grupa liczyła 6 respondentów, zróżnicowanych pod względem wieku i płci)
- pracownikami IZ oraz IP2 RPO WSL 2007-2013 (wywiad służył przedstawieniu wstępnych wyników badania i projektu rekomendacji oraz dyskusji nad nimi)

Badania ankietowe metodą CAWI przeprowadzono z 15 pracownikami IZ oraz IP2 RPO WSL 2007-2013 zajmującymi się działaniami informacyjnymi lub promocyjnymi dotyczącymi RPO WSL.

Badania ankietowe metodą CATI przeprowadzono z dobranymi losowo:

- 400 mieszkańcami województwa śląskiego - struktura próby odzwierciedlała strukturę populacji pod względem płci, miejsca zamieszkania (miasto / wieś) oraz wieku (15-29, 30-49 oraz 50 i więcej lat),
- przedstawicielami 151 urzędów miast i gmin oraz starostw powiatowych z województwa śląskiego,
- przedstawicielami 206 (innych niż JST) instytucji będącymi beneficjentami RPO WSL, w tym:
 - 151 przedsiębiorstw
 - 55 instytucji innego typu.
- przedstawicielami 202 (innych niż JST) instytucji będącymi potencjalnymi beneficjentami RPO WSL, w tym:
 - 152 przedsiębiorstw (w tym 50 przedsiębiorstw mikro, 52 małych i 50 średnich) oraz
 - 50 instytucji innego typu.

Badania z beneficjentami i potencjalnymi beneficjentami RPO WSL 2007-2013 przeprowadzono na próbach warstwowanych nieproporcjonalnie, dzięki czemu uzyskano możliwość prezentowania wyników nie tylko ogółem, lecz także w podgrupach wyodrębnionych ze względu na typ podmiotu (JST / przedsiębiorstwa / inne)¹⁷. Do obliczenia wyników dla ogółu beneficjentów i dla ogółu potencjalnych beneficjentów zastosowano wagi (konieczne ze względu na nieproporcjonalność próby).

Uwagi dotyczące prezentacji danych z badań ankietowych z udziałem beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów na wykresach:

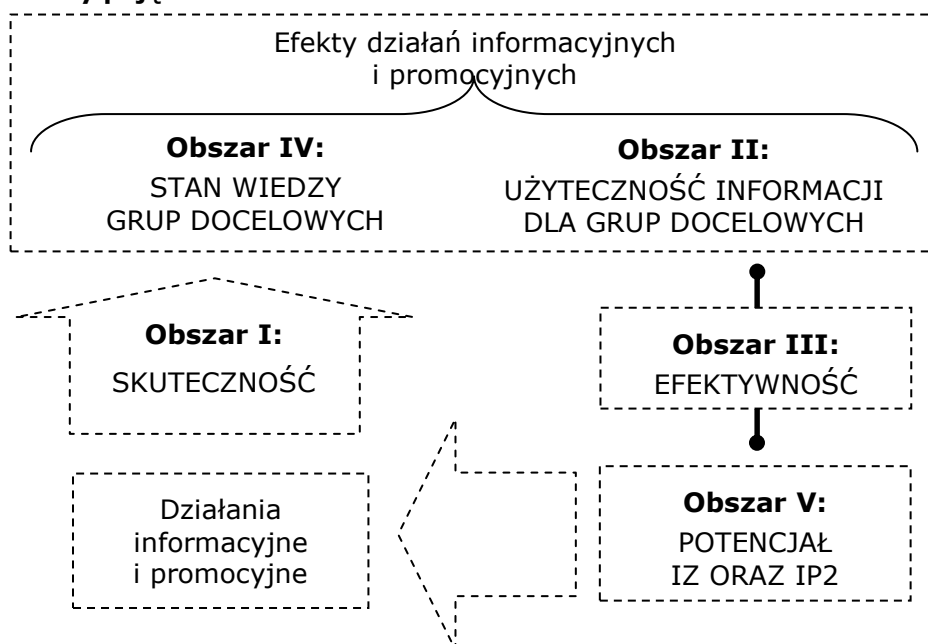
- Na wykresach podano ważne rozkłady odpowiedzi oraz nieważne liczby respondentów odpowiadających na poszczególne pytania.
- Bez odpowiedniego przeważenia wyników dla poszczególnych podgrup (JST / MSP / inne podmioty) nie można poprawnie obliczyć wyników dla beneficjentów lub potencjalnych beneficjentów ogółem.
- Ze względu na liczebną przewagę MSP, a zwłaszcza przedsiębiorstw mikro, nad innymi typami instytucji, przeważone wyniki dla ogółu beneficjentów oraz dla ogółu potencjalnych beneficjentów są bardzo zbliżone do wyników dla MSP; z tego względu wyniki te mają mniejszą wartość informacyjną niż wyniki dla poszczególnych podgrup.
- W przypadkach, gdy suma odsetek na wykresie przedstawiającym wyniki zadania pytania, na które respondenci odpowiadali, wybierając jedną odpowiedź, nie sumuje się do 100% (lecz do 99% lub 101%), wynika to z zaokrągleń.
- Różnice pomiędzy liczbą respondentów odpowiadających na poszczególne pytania wynikają z zastosowanych w ankiecie reguł przejścia, zgodnie z którymi niektóre pytania były zadawane wyłącznie respondentom, którzy wybrali określone odpowiedzi na pytania zamieszczone we wcześniejszej części kwestionariusza.

¹⁷ Próba warstwowana proporcjonalnie (czyli odzwierciedlająca udział poszczególnych rodzajów podmiotów w populacji) zostałaby zdominowana liczebnie przez mikroprzedsiębiorstwa.

1.4 Ramy pojęciowe badania i struktura raportu

Zakres ewaluacji został ujęty w formie ram pojęciowych, które prezentują badane zagadnienia oraz zachodzące pomiędzy nimi relacje. W formie graficznej ramy pojęciowe zostały przedstawione na poniższym schemacie. Pole umieszczone w górnej części schematu zawiera efekty zrealizowanych działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013. Do tych efektów zaliczają się: **stan wiedzy** grup docelowych na temat funduszy unijnych i Programu oraz **użyteczność**, jaką mają dla nich uzyskane informacje. Zagadnienia te odpowiadają obszarom badawczym oznaczonym numerami **IV** i **II**. Do zakresu badania należała również **skuteczność** działań informacyjnych i promocyjnych (obszar badawczy numer **I**), czyli wpływ zrealizowanych działań na osiągnięcie założonych efektów. Ewaluacja dotyczyła także **efektywności** prowadzonych działań (obszar badawczy numer **III**), czyli relacji pomiędzy wykorzystanymi zasobami (potencjałem) a uzyskanymi efektami. Ostatnim badanym zagadnieniem był **potencjał** (finansowy, kadrowy i organizacyjny) IZ oraz IP2 zaangażowany w upowszechnianie informacji na temat RPO WSL 2007-2013 oraz w promowanie tego programu i funduszy unijnych (obszar badawczy numer **V**).

Schemat 2: Ramy pojęciowe badania



Źródło: Opracowanie własne na podstawie SOPZ i Oferty przeprowadzenia badania

Struktura części raportu przedstawiającej wyniki badania odpowiada uporządkowaniu obszarów badawczych przedstawionemu na powyższym schemacie. W kolejnych rozdziałach przedstawiono wyniki badania dotyczące stanu wiedzy grup docelowych (rozdział 2.2), użyteczności działań informacyjnych i promocyjnych (rozdział 2.3), ich skuteczności (rozdział 2.4) i efektywności (rozdział 2.5), a następnie potencjału IZ oraz IP2 (rozdział 2.6). Wyniki prezentowane w kolejnych rozdziałach zasadniczo odpowiadają pytaniom badawczym sformułowanym w ramach poszczególnych obszarów¹⁸. Wymienione rozdziały poprzedzono przedstawieniem celów działań informacyjnych i promocyjnych, które stanowiły przedmiot ewaluacji.

¹⁸ Z wyjątkiem pytań badawczych 4.4, 4.5 i 4.10, które uwzględniono w ramach rozdziału poświęconego skuteczności (zamiast w ramach rozdziału dotyczącego stanu wiedzy). Ponadto pytania badawcze 1.2 i 4.7 uwzględniono zarówno w rozdziale dotyczącym stanu wiedzy grup docelowych, jak i w rozdziale poświęconym skuteczności.

2 Wyniki badania

2.1 Cele działań informacyjnych i promocyjnych

Punktem wyjścia do ewaluacji działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 było ustalenie ich celów. Służyła temu analiza *Planu Komunikacji* oraz wywiady przeprowadzone z pracownikami WRR UMWSL. Na tej podstawie ustalono, że szczegółowe cele działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 obejmowały przede wszystkim:

- 1) powiadomienie mieszkańców województwa śląskiego o istnieniu puli funduszy unijnych przeznaczonych na rozwój tego regionu,
- 2) poinformowanie mieszkańców województwa śląskiego o korzystnych zmianach, zachodzących w regionie dzięki wykorzystaniu funduszy unijnych,
- 3) rozpowszechnienie wśród potencjalnych beneficjentów informacji na temat możliwości uzyskania środków z RPO WSL 2007-2013,
- 4) dostarczenie przyszłym beneficjentom informacji koniecznych do ubiegania się o środki z tego programu,
- 5) wyposażenie beneficjentów w aktualną wiedzę potrzebną do prawidłowej realizacji i rozliczania projektów,
- 6) zaangażowanie partnerów społecznych i gospodarczych oraz beneficjentów w rozpowszechnianie informacji na temat RPO WSL 2007-2013 oraz w promowanie przedsięwzięć zrealizowanych w ramach tego programu.

Cele działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 dotyczyły zatem przede wszystkim stanu wiedzy mieszkańców oraz potencjalnych beneficjentów i beneficjentów programu, a także dostarczenia tym grupom docelowym użytecznych informacji. Ostatni z wymienionych celów służył realizacji celów: 3, 4 i 5.

2.2 Stan wiedzy grup docelowych

Najważniejsze wnioski¹⁹

- **4.8:** Wśród mieszkańców województwa śląskiego świadomość prowadzenia w zamieszkiwanym przez nich regionie przedsięwzięć wspieranych z funduszy Unii Europejskiej jest powszechna. Z faktu prowadzenia takich przedsięwzięć zdają sobie sprawę przeszło cztery piąte (85%) osób z tej grupy docelowej. W przybliżeniu połowa (49%) z nich wie o istnieniu programu przeznaczonego specjalnie dla województwa śląskiego. Odsetek ten – który okazał się o dziesięć punktów procentowych wyższy, niż w 2010 roku – można uznać za zadowalający.
- **4.9:** Rozpoznawalność marki RPO WSL jest wśród mieszkańców niska. W badaniu ankietowym ustalono, że nazwę programu zna niespełna co czwarty (24%) mieszkaniec regionu, przy czym tylko jeden na stu (1%) umie podać ją samodzielnie (pozostałych 23% zadeklarowało znajomość nazwy po jej odczytaniu przez ankietera).

¹⁹ Wnioski poprzedzono numerami pytań badawczych, których dotyczą.

Znajomość nazwy konkretnego programu, która w przypadku mieszkańców nie ma priorytetowego znaczenia, jest natomiast istotna w przypadku potencjalnych beneficjentów. Rozpoznawalność programu w tej grupie różni się istotnie w zależności od rodzaju instytucji. O ile nazwa RPO WSL jest znana wszystkim (100%) JST, o tyle w sektorze MSP zna ją niespełna co piąty potencjalny beneficjent programu (19%); wśród „innych instytucji” analogiczny odsetek osiągnął niespełna trzy piąte (58%).

Wśród beneficjentów znajomość programu jest kwestią oczywistą. Markę RPO WSL rozpoznają również dziennikarze i partnerzy społeczni zajmujący się problematyką funduszy unijnych w województwie śląskim, z którymi przeprowadzono wywiady jakościowe.

- **4.2:** Stopień rozpowszechnienia wśród potencjalnych beneficjentów RPO WSL 2007-2013 wiedzy o szansie pozyskania środków z tego programu jest bardzo wysoki wśród JST, niski wśród MSP i umiarkowany wśród innych instytucji. Odsetek potencjalnych beneficjentów świadomych możliwości ubiegania się o dofinansowanie wynosi w tych grupach, odpowiednio: 100%, 11% oraz 36%²⁰.

Do czynników sprzyjających lepszemu poinformowaniu JST o możliwości ubiegania się o środki z RPO WSL 2007-2013 należy większy, niż w przypadku MSP, potencjał organizacyjny (częstsze zatrudnianie pracowników, do których obowiązków należy zdobywanie informacji o możliwości pozyskiwania środków unijnych) oraz bogatsze doświadczenie w korzystaniu z funduszy Unii Europejskiej. W przypadku MSP poważniejszą barierą, niż w przypadku JST, mogą stanowić koszty wynagrodzenia pracowników oddelegowanych do pozyskiwania środków z funduszy unijnych lub wynajęcia zewnętrznej firmy doradczej, świadczącej usługi w tym zakresie.

- **4.1:** Również poziom zainteresowania potencjalnych beneficjentów możliwościami pozyskania dofinansowania z RPO WSL 2007-2013 był zróżnicowany ze względu na typ instytucji. Informacji na ten temat poszukiwały wszystkie (100%) JST, w przybliżeniu co drugie (49%) przedsiębiorstwo i ponad cztery piąte (84%) innych instytucji uprawnionych do aplikowania.
- **4.3:** Poziom wiedzy beneficjentów na temat procedur dotyczących realizacji projektów współfinansowanych z RPO WSL 2007-2013 można uznać za stosunkowo wysoki. Ponad dwóm trzecim (69%) nie brakowało żadnych informacji potrzebnych do prowadzenia lub rozliczania projektu. Rozpiętość różnic pomiędzy poszczególnymi grupami była znacznie mniejsza, niż w przypadku wcześniej przytoczonych wyników. Deficytu informacji nie odczuły około dwie trzecie (68%) przedsiębiorstw, prawie cztery piąte (79%) JST i blisko trzy czwarte (73%) innych instytucji realizujących projekty w ramach RPO WSL 2007-2013.

²⁰ Rekomendację dotyczącą tej kwestii sformułowano w rozdziale 2.4 „Skuteczność działań informacyjnych i promocyjnych”.

- **4.6, 4.7²¹, 4.11:** Korzyści wynikające z projektów realizowanych w ramach RPO WSL 2007-2013 zostały odpowiednio nagłośnione. Dziewięciu na dziesięciu (90%) mieszkańców, trzy czwarte (75%) potencjalnych beneficjentów oraz przeszło dziewięciu na dziesięciu (95%) beneficjentów uważa, że prowadzenie przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim jest korzystne dla tego regionu. RPO WSL 2007-2013 (jako odrębny program) jest mieszkańcom województwa mało znany, co wyklucza uznanie go za silną markę. Natomiast marka funduszy unijnych bywa kojarzona z nowoczesnością i wysokim standardem finansowanych inwestycji.
- **4.12:** Hasło RPO WSL 2007-2013 („Realna odpowiedź na realne potrzeby”) samodzielnie był w stanie podać tylko co setny mieszkaniec województwa śląskiego, a niespełna trzech na dziesięciu przypomniało je sobie po odczytaniu przez ankietera. Znajomość hasła wydaje się niska również w przypadku pozostałych grup docelowych. Słabą stroną hasła jest w szczególności brak odwołania do regionu, którego dotyczy promowany Program.
- **1.2:** Na podstawie powyższych wyników można uznać, że informacje na temat RPO WSL 2007-2013 dotarły w satysfakcjonującym stopniu do mieszkańców województwa, a także do beneficjentów (ze wszystkich sektorów) i potencjalnych beneficjentów Programu – z wyjątkiem potencjalnych beneficjentów z sektora MSP.

2.2.1 Wiedza o funduszach unijnych oraz RPO WSL 2007-2013

2.2.1.1 Stopień poinformowania mieszkańców

W celu ustalenia w jakim stopniu mieszkańcy województwa śląskiego zostali poinformowani o zagadnieniach związanych z wykorzystywaniem funduszy Unii Europejskiej, w tym środków wydatkowanych w ramach RPO WSL 2007-2013, w badaniu ankietowym (CATI) przedstawicielom tej grupy zadano serię pytań, uszeregowanych od ogólnych do szczegółowych.

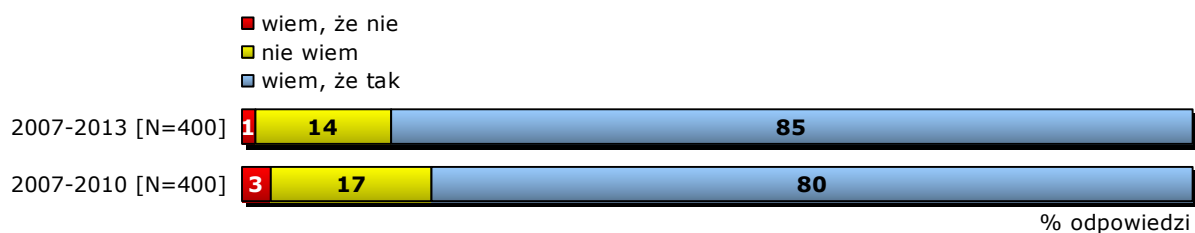
Ponad cztery piąte mieszkańców regionu (85%) zadeklarowało, że zdają sobie sprawę z prowadzenia w województwie śląskim przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych. Zaledwie co setny (1%) błędnie sądził, że takie przedsięwzięcia nie są prowadzone, a pozostali (14%) nie wiedzieli czy tak jest.

Wyniki nie różnią się znacząco od uzyskanych w analogicznym badaniu, zrealizowanym jesienią 2010 roku²². Wówczas z wykorzystywania w województwie śląskim funduszy unijnych zdawały sobie sprawę cztery piąte (80%) jego mieszkańców. W obydwu badaniach odsetek osób, do których nie dotarły informacje o działaniach finansowanych w ich regionie z funduszy Unii Europejskiej, wynosił nie więcej niż jedną piątą.

²¹ Ocenę dotychczasowych sposobów informowania o korzyściach oraz zalecenia dotyczące dalszego rozpowszechniania informacji o korzyściach wynikających z wdrażania RPO WSL zamieszczono w rozdziałach 2.4.5.3 „Strony internetowe”, 2.4.5.4 Program „Słownik polsko-europejski” oraz 2.4.6 „Współpraca z mediami”.

²² Zamieszczone w niniejszym raporcie odwołania do poprzedniej ewaluacji odnoszą się do badania *Ocena działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w ramach RPO WSL na lata 2007-2013 w latach 2007-2010*, przeprowadzonego na zamówienie UMWSL przez firmę Dyspersja w 2010 roku.

Wykres 1: Proszę chwilę się zastanowić i powiedzieć, czy według P. wiedzy w województwie śląskim w latach 2007-2013 / 2007-2010²³ były prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej?²⁴

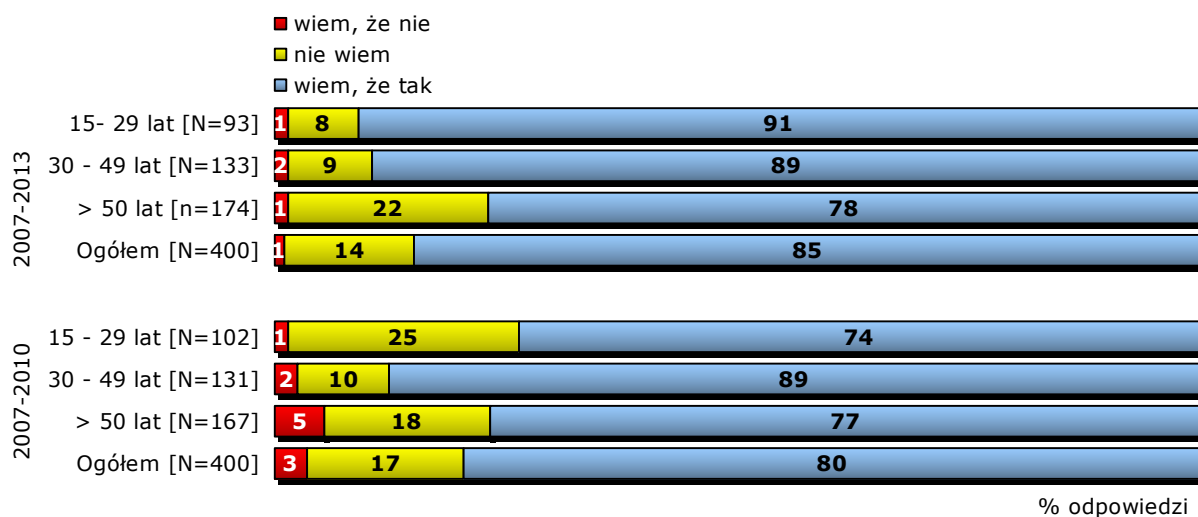


Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

W celu zidentyfikowania segmentu opinii publicznej najslabiej poinformowanego o wydatkowaniu funduszy unijnych w województwie śląskim porównano wyniki uzyskane w grupach zróżnicowanych pod względem kryteriów demograficznych.

Podobnie jak podczas poprzedniego badania, mieszkańcy w wieku 50 i więcej lat wiedzą o prowadzeniu w regionie przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej nieco rzadziej, niż osoby pomiędzy 30 a 49 rokiem życia (różnica pomiędzy tymi grupami wynosiła 11 punktów procentowych w 2014 roku i 12 punktów w 2010 roku). W stosunku do wyników poprzedniego badania odnotowano natomiast dużą zmianę pod względem poziomu poinformowania osób w wieku 15-29. W tej najmłodszej grupie odsetek osób świadomych, że w województwie śląskim są prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy unijnych, wzrósł z 74% do 91%.

Wykres 2: Proszę chwilę się zastanowić i powiedzieć, czy według P. wiedzy w województwie śląskim w latach 2007-2013 / 2007-2010 były prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej? – w podziale ze względu na wiek



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

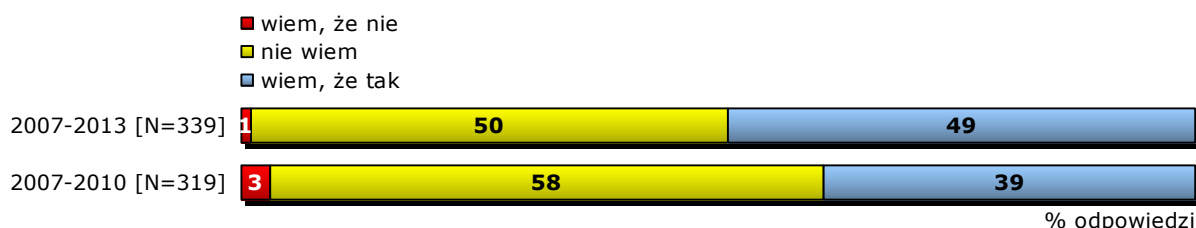
²³ W badaniu przeprowadzonym w 2014 roku pytano o cały okres 2007-2013, natomiast w badaniu przeprowadzonym w 2010 roku pytano o okres 2007-2010. Uwaga ta dotyczy również kolejnych przedstawionych w raporcie pytań zadanych w badaniach ankietowych.

²⁴ Symbol „N”, występujący na wykresach i w tabelach, oznacza liczbę respondentów odpowiadających na dane pytanie.

Podobnie jak wśród osób należących do najstarszej spośród wyróżnionych grup, wiedza o prowadzeniu w regionie przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych jest nieco niższa od przeciętnej również wśród kobiet oraz wśród mieszkańców obszarów wiejskich. Odpowiedzi twierdzącej na pytanie o to, czy w województwie śląskim w latach 2007-2013 prowadzono przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej, udzieliło 80% kobiet i 90% mężczyzn, 76% mieszkańców wsi i 87% mieszkańców miast.

Spośród mieszkańców województwa śląskiego, którzy zdają sobie sprawę z prowadzenia w ich regionie przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych, w przybliżeniu co drugi (49%) wie o istnieniu programu przeznaczanego specjalnie dla tego województwa. Odsetek takich osób od 2010 roku wzrósł o 10 punktów procentowych (z 39%).

Wykres 3: Fundusze Unii Europejskiej są w Polsce wydawane w ramach różnych programów. Czy według P. wiedzy wśród tych programów jest taki, który jest przeznaczony specjalnie dla województwa śląskiego?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Znacznie mniej powszechna wśród opinii publicznej okazała się znajomość nazwy Programu. Wyniki badania ankietowego przeprowadzonego z mieszkańcami regionu potwierdzają opinię wyrażoną przez dziennikarza podczas wywiadu jakościowego:

B²⁵: - A czy myśli pan, że udało się jakiś wizerunek tego RPO WSL stworzyć przez tych kilka lat?

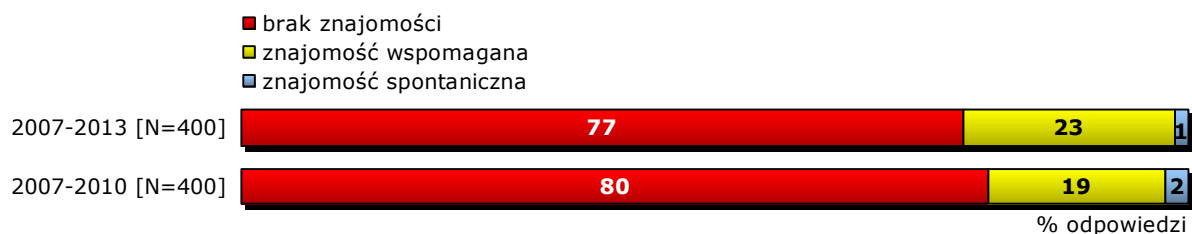
R: - Trudno mi powiedzieć. (...) Jako dziennikarz, to ja widzę, powiedzmy, tę promocję i ten wizerunek. Natomiast obawiam się, że zwykli ludzie raczej chyba nie. Oni nie kojarzą tego RPO WSL, czy EFS, czy Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich. Nie, fundusze unijne to jest jeden worek. [IDI z dziennikarzem telewizyjnym]

Spośród mieszkańców regionu uczestniczących w badaniu ankietowym tylko co setny (1%) był w stanie samodzielnie podać nazwę RPO WSL jako programu finansowanego z funduszy Unii Europejskiej, przeznaczanego specjalnie dla województwa śląskiego. Blisko jedna czwarta (23%) mieszkańców potwierdziła znajomość tej nazwy po jej odczytaniu przez ankietera. Tym samym znajomość nazwy RPO WSL 2007-2013 utrzymała się na poziomie zbliżonym do ustalonego w badaniu z 2010 roku.

²⁵ W cytatach z wywiadów jakościowych zawierających zarówno wypowiedzi badacza, jak i respondenta, pierwsze oznaczane są literą „B”, a drugie literą „R”.

Wykres 4: Spontaniczna i wspomagana znajomość RPO WSL 2007-2013

Na podstawie pytań: **Czy wie P., jak nazywa się program finansowany z funduszy Unii Europejskiej, który jest przeznaczony specjalnie dla województwa śląskiego? Jeżeli tak, proszę podać nazwę tego Programu oraz Czy spotkał(a) się P. z nazwą „Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego”, w skrócie RPO WSL?**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Podczas zogniskowanego wywiadu grupowego część mieszkańców wprost zaznaczała, że o ile zauważają czy inwestycje, z którymi się spotykają, są dotowane ze środków Unii Europejskiej, o tyle nie przywiązują znaczenia do nazw poszczególnych programów:

- Ja akurat nie rozróżniam, bo może nie przywiązuję do tego takiej wagi, (...) z których środków to jest finansowane. Grunt, że zostało sfinansowane. To [nazwa programu] tak jakoś może umyka. Ja przynajmniej zwracam uwagę, że w ogóle zostało sfinansowane z tych środków unijnych. Nie roztrząsam skąd konkretnie... [FGI z mieszkańcami województwa]

Z perspektywy wdrażania RPO WSL 2007-2013, a także informowania mieszkańców województwa śląskiego o wpływie funduszy Unii Europejskiej na sytuację regionu, przyswojenie przez opinię publiczną nazwy konkretnego programu nie wydaje się szczególnie istotne. Takie założenie ugruntowało się w okresie 2007-2013:

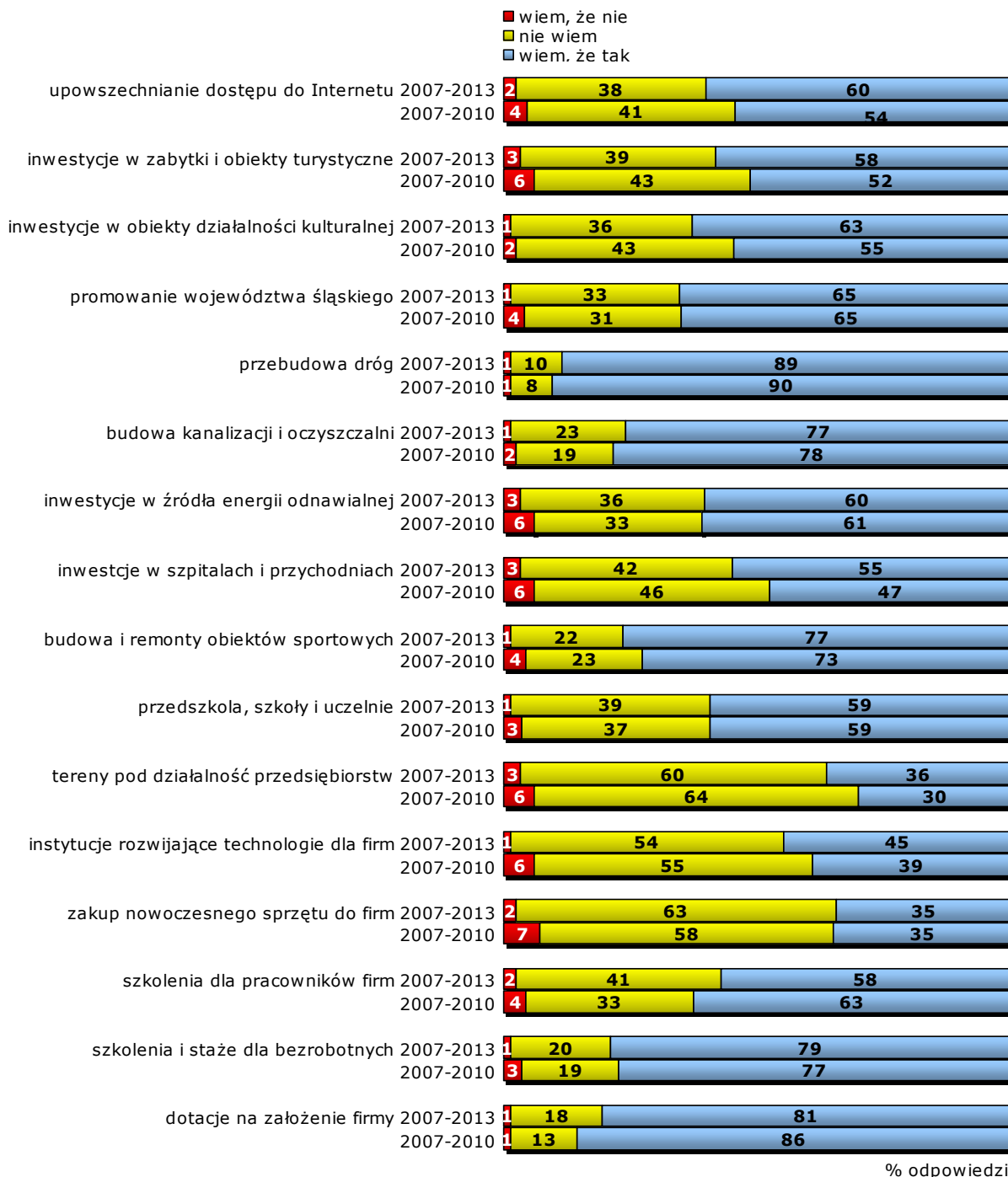
- Na początku wszystkie te nasze instytucje, myślę tutaj o ministerstwie i o nas i o innych regionach, skupiły się na tym, że efektem naszych działań do ogółu społeczeństwa będzie wiedza społeczeństwa o nazwach programu. Potem to nasze podejście się trochę zmieniło i uważam słusznie. Bo co daje mieszkańcowi wiedza o nazwie programu, mało przyjazna, w ogóle nie potrzebna mu do życia... Jemu jest potrzebna wiedza o tym, że (...) region, może korzystać ze środków unijnych, które są dedykowane właśnie dla tego obszaru. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Wiedza mieszkańców województwa śląskiego na temat finansowania z funduszy unijnych różnych przedsięwzięć zależała od rodzaju tych inicjatyw. W aktualnej edycji badania, podobnie jak w 2010 roku, najpowszechniej kojarzone z funduszami unijnymi były inwestycje w infrastrukturę publiczną. Mieszkańcy województwa śląskiego świadomi, że w ich regionie są prowadzone przedsięwzięcia wspierane finansowo przez Unię Europejską, najczęściej zaliczali do nich: przebudowę dróg (89%), budowę kanalizacji i oczyszczalni (77%) oraz budowę i remonty obiektów sportowych (77%). Spośród rodzajów przedsięwzięć innych, niż inwestycje w infrastrukturę publiczną, wysokie wskazania uzyskały również dotacje na założenie firmy (81%) oraz szkolenia i staże dla osób bezrobotnych (79%). Podobnie jak w poprzedniej edycji badania, najmniej znanym obszarem wsparcia udzielanego z funduszy unijnych okazały się niektóre przedsięwzięcia na rzecz MSP: zakup nowoczesnego sprzętu do firm (35%), przygotowanie terenów pod działalność przedsiębiorstw (36%) oraz inwestycje w instytucje tworzące nowe technologie dla firm (45%)²⁶. Pozostałe działania były natomiast wskazywane przez od

²⁶ Bardziej znane były inwestycje w infrastrukturę sportową, turystyczną lub edukacyjną, a także upowszechnianie dostępu do Internetu – realizowane również w ramach części programu wdrażanej przez ŚCP.

pięciu do sześciu na dziesięciu respondentów. W przypadku większości przedsięwzięć poziom świadomości, że są wspierane z funduszy unijnych, okazał się zbliżony do zaobserwowanego w badaniu przeprowadzonym w 2010 roku.

Wykres 5: Proszę powiedzieć, czy według P. wiedzy w województwie śląskim w latach 2007-2013 / 2007-2010 z funduszy Unii Europejskiej były finansowane rodzaje przedsięwzięć, które odczytam. [N=339 / N=319]



% odpowiedzi

Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

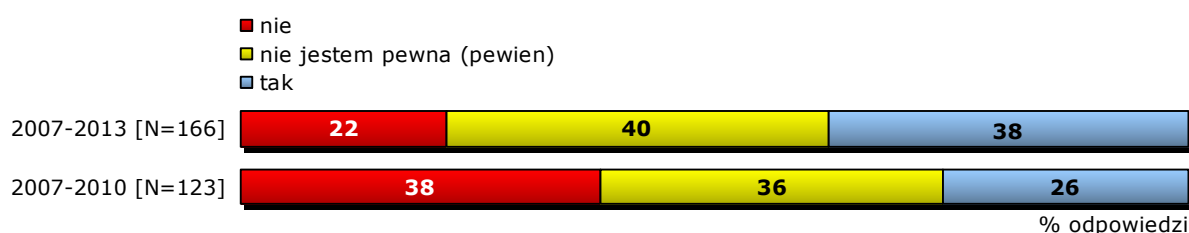
Wydaje się, że na poziom znajomości poszczególnych typów przedsięwzięć wpływa w znacznym stopniu to, czy są skierowane bezpośrednio do mieszkańców regionu.

Podczas zogniskowanego wywiadu grupowego mieszkańcy województwa zapytani o skojarzenia związane z nazwą RPO WSL podawali różne rodzaje przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych:

- *Program operacyjny wszechstronny, dotyczy i urbanizacji, infrastruktury drogowej i miejskiej, i dotyczy też ogólnej, można powiedzieć, restrukturyzacji, zmian i w administracji, jak i normalnie w życiu, powiedzmy, społeczeństwa. Pomoc dla niepełnosprawnych, w tej urbanizacji, tak mi się przynajmniej kojarzy. (...)*
- *Dla mnie generalnie szeroko pojęty rozwój i inwestycje.*
- *Głównie z rozbudową miast, budową dróg, poszerzaniem oferty kulturalnej regionu. Ulepszanie administracji miejskiej w regionie i zwiększanie obszarów zielonych w regionie.*
- *Szkolenie nauczycieli, warsztaty dla dzieci. [FGI z mieszkańcami województwa]*

Spośród mieszkańców województwa śląskiego uczestniczących w badaniu ankietowym, którzy wiedzieli o istnieniu programu przeznaczanego specjalnie dla tego regionu, blisko dwie piąte (38%) stwierdziło, że spotkali się z zestawem znaków, którymi opatrywane są przedsięwzięcia prowadzone w ramach RPO WSL 2007-2013 (zestaw ten był każdorazowo opisywany przez ankietera). Deklarowana znajomość tych symboli graficznych wzrosła od czasu badania przeprowadzonego w 2010 roku – wówczas ich znajomość potwierdził w przybliżeniu co czwarty (26%) respondent.

Wykres 6: Przedsięwzięcia prowadzone w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego są oznaczane zestawem trzech znaków graficznych z napisami. [opis zestawu znaków] Czy spotkał(a) się P. z tymi trzema znakami, występującymi razem?



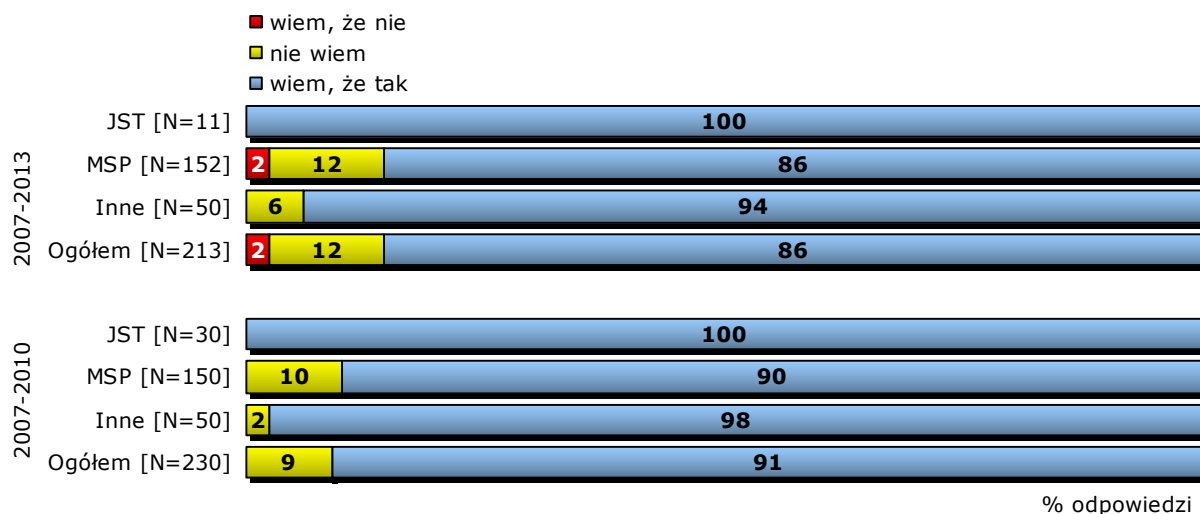
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Podczas zogniskowanego wywiadu grupowego żaden z respondentów nie był w stanie poprawnie naszkicować symboli, jakimi oznaczane są przedsięwzięcia finansowane z RPO WSL 2007-2013. Można w związku z tym przypuszczać, że wyglądu zestawu logotypów nie pamiętała dokładnie również część spośród respondentów, którzy w badaniu ankietowym potwierdzili, że się z nimi zetknęli.

2.2.1.2 Stopień poinformowania potencjalnych beneficjentów

W badaniu ankietowym z potencjalnymi beneficjentami RPO WSL 2007-2013 ustalono, że prawie dziewięciu na dziesięciu (86%) przedstawicieli tej grupy docelowej wie o prowadzeniu w województwie śląskim przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych. Z realizowania takich przedsięwzięć zdają sobie sprawę przedstawiciele wszystkich (100%) JST, blisko dziewięciu na dziesięć (86%) MSP i przeszło dziewięciu na dziesięć (94%) innych instytucji uprawnionych do aplikowania o środki z RPO WSL 2007-2013. Sytuacja pod tym względem nie zmieniła się znacząco od 2010 roku.

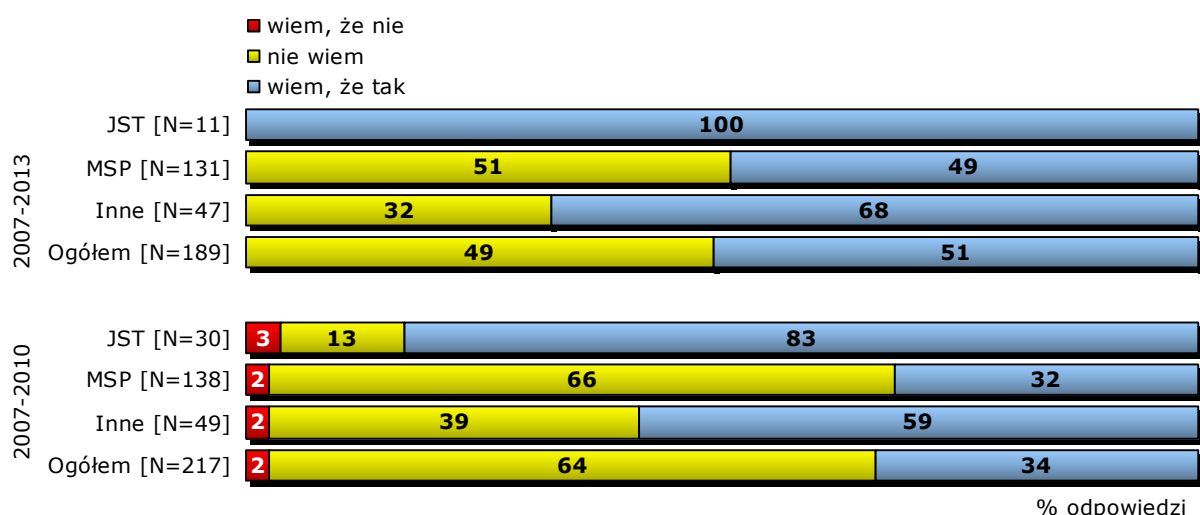
Wykres 7: Proszę chwilę się zastanowić i powiedzieć, czy według P. wiedzy w województwie śląskim w latach 2007-2013 / 2007-2010 były prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Spośród przedstawicieli instytucji uprawnionych do ubiegania się o dotacje w ramach RPO WSL, którzy wiedzą o prowadzeniu na terenie województwa śląskiego przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych, około połowa (51%) zdaje sobie również sprawę z istnienia programu przeznaczonego specjalnie dla tego regionu. Świadomość istnienia takiego programu wśród potencjalnych beneficjentów jest obecnie znacząco wyższa, niż w 2010 roku, kiedy analogiczny odsetek wynosił około jednej trzeciej (34%). Największa różnica dotyczy MSP (wzrost z 32% do 49%).

Wykres 8: Fundusze Unii Europejskiej są w Polsce wydawane w ramach różnych programów. Czy według P. wiedzy wśród tych programów jest taki, który jest przeznaczony specjalnie dla województwa śląskiego?



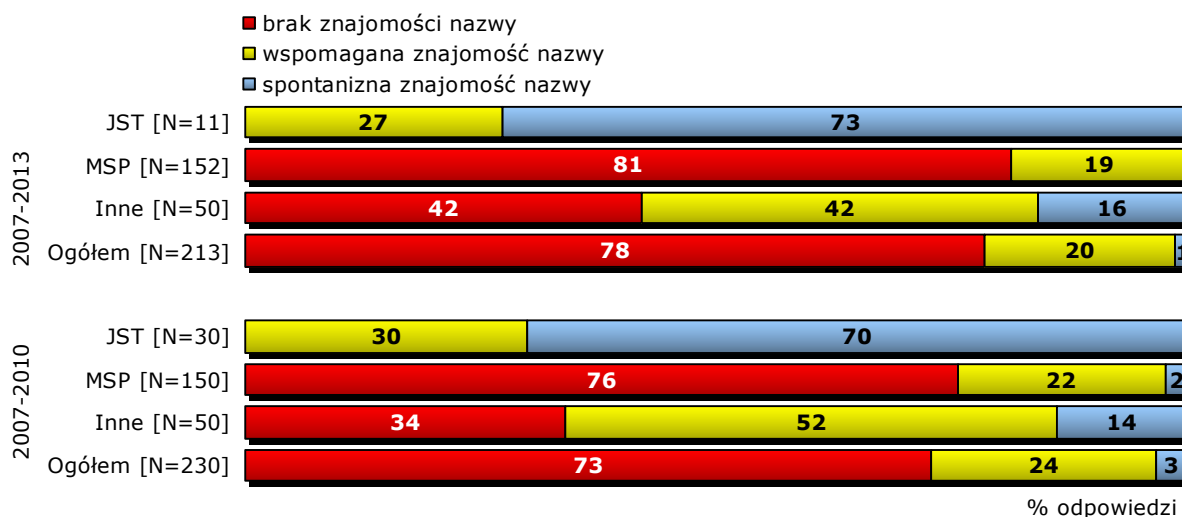
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Tylko co setny (1%) spośród potencjalnych beneficjentów jest w stanie podać nazwę RPO WSL jako programu przeznaczonego specjalnie dla województwa śląskiego. Wynik ten jest w znacznej mierze konsekwencją faktu, że znajomości nazwy programu nie wykazał żaden z uczestniczących w badaniu ankietowym potencjalnych beneficjentów z sektora MSP; spośród przedstawicieli potencjalnych beneficjentów z sektora JST nazwę

programu podały blisko trzy czwarte (73%). Po odczytaniu nazwy Programu przez ankietera jej znajomość zadeklarował co piąty (20%) przedstawiciel instytucji będącej potencjalnym beneficjentem RPO WSL 2007-2013. Omówione wyniki są zbliżone do uzyskanych w poprzedniej edycji badania.

Wykres 9: Spontaniczna i wspomagana znajomość RPO WSL 2007-2013

Na podstawie pytań: Czy wie P., jak nazywa się program finansowany z funduszy Unii Europejskiej, który jest przeznaczony specjalnie dla województwa śląskiego? Jeżeli tak, proszę podać nazwę tego Programu oraz Czy spotkał(a) się P. z nazwą „Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego”, w skrócie RPO WSL?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Zakres wiedzy, której przekazanie potencjalnym beneficjentom było celem działań informacyjnych i promocyjnych, obejmuje nie tylko nazwę Programu, ale również fakt, że mogą ubiegać się o dofinansowanie. Taką wiedzę uzyskały wszystkie JST, które nie otrzymały środków z RPO WSL 2007-2013, w przybliżeniu jedno na dziesięć (11%) przedsiębiorstw znajdujących się w takiej sytuacji oraz ponad jedna trzecia (36%) innych potencjalnych beneficjentów. Sytuacja pod tym względem nie uległa większym zmianom od czasu badania przeprowadzonego w 2010 roku.

Za uznaniem, że poziom poinformowania potencjalnych beneficjentów z sektora przedsiębiorstw o możliwości ubiegania się o środki z RPO WSL 2007-2013 jest niski, przemawia porównanie uzyskanych wyników z wynikami podobnego badania, przeprowadzonego w województwie kujawsko-pomorskim²⁷. W 2011 roku z możliwości aplikowania o środki z RPO WKP 2007-2013 zdawało sobie sprawę 18% objętych badaniem ankietowym mikroprzedsiębiorstw oraz 40% firm małych i średnich z województwa kujawsko-pomorskiego. W badaniu, któremu poświęcony jest niniejszy raport, ustalono, że o możliwości uzyskania wsparcia z RPO WSL wiedziało 10% mikroprzedsiębiorstw, 23% firm małych oraz 32% średnich (ogółem: 11% potencjalnych beneficjentów z sektora MSP).

Zarazem województwo śląskie wyróżnia się (w porównaniu z innymi województwami) wysoką liczbą wniosków o dofinansowanie z RPO, złożonych przez przedsiębiorstwa²⁸.

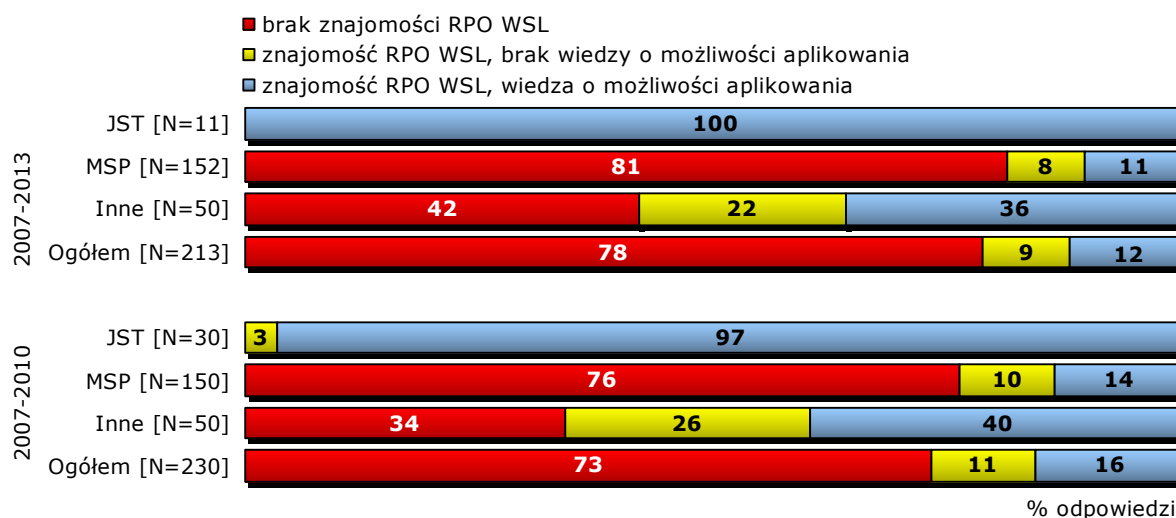
²⁷ Porównaj: *Ewaluacja działań informacyjno-promocyjnych realizowanych w ramach RPO WK-P oraz nowego portalu o funduszach* – www.mojregion.eu, przeprowadzona na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko Pomorskiego przez firmę Dyspersja, Warszawa 2011, s. 52.

²⁸ Zgodnie z informacjami przekazanymi przez ŚCP liczba wniosków po ocenie formalnej, złożonych do tej instytucji, wynosi 6617. Z opublikowanego przez MIR zestawienia *Wykorzystanie środków UE w ramach Narodowej Strategii Spójności 2007-2013*, według stanu z czerwca 2014 roku, wynika, że dla całego

Wynika to z dużej liczby MSP działających w tym regionie. Pula środków przeznaczonych w ramach RPO WSL 2007-2013 na wsparcie sektora MSP została w pełni rozdysponowana (już w roku 2012).

Wykres 10: Wiedza o możliwości ubiegania się o środki z RPO WSL 2007-2013

Na podstawie wyników dotyczących spontanicznej i wspomaganiej znajomości RPO WSL oraz Czy według P. wiedzy instytucje takie jak P. instytucja, czyli [typ instytucji reprezentowanej przez respondenta] mogły ubiegać się o finansowanie w ramach RPO Województwa Śląskiego?



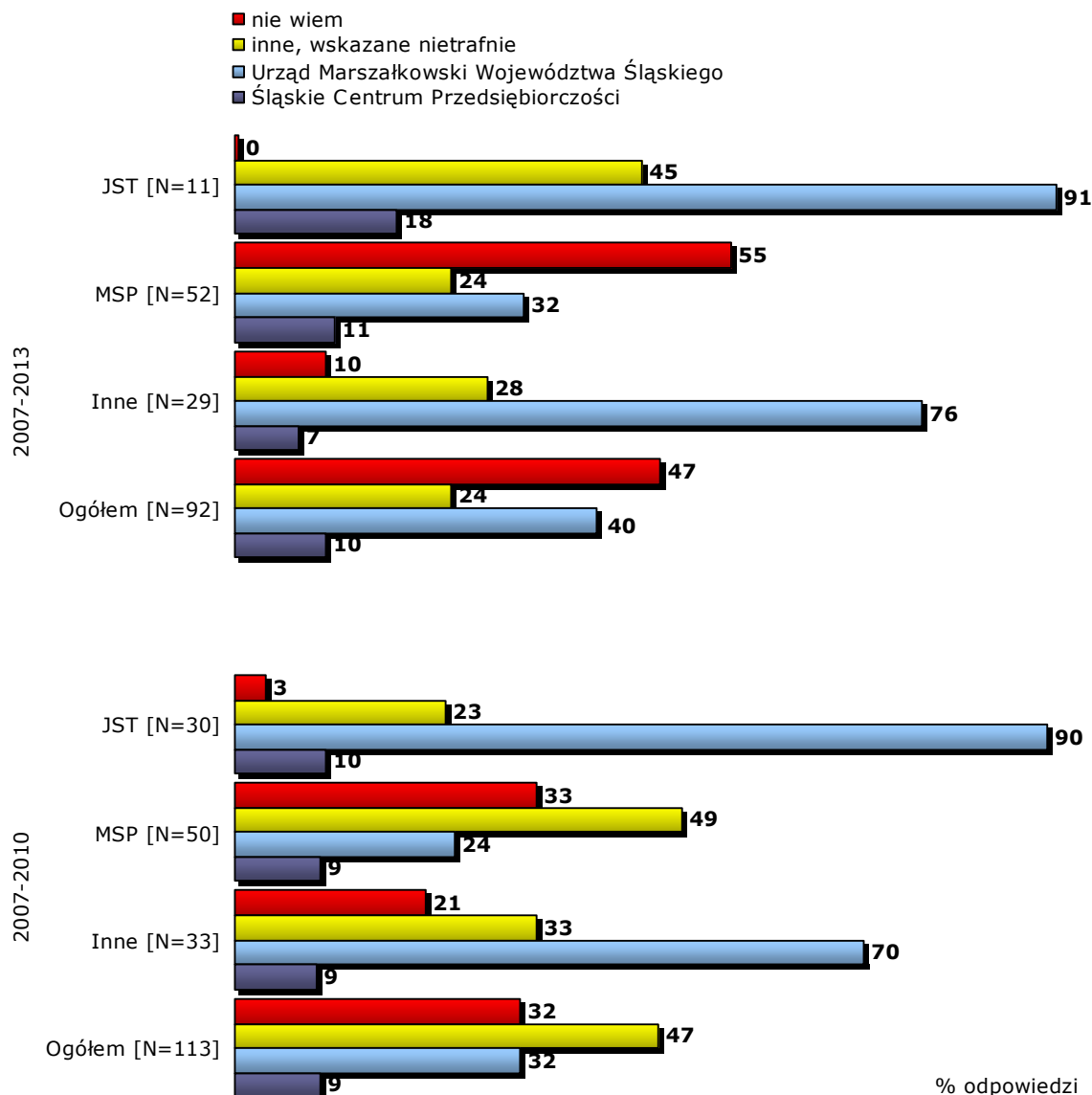
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Również wiedza na temat tego, jakie instytucje przyjmują wnioski o dofinansowanie i przyznają środki w ramach RPO WSL była wśród potencjalnych beneficjentów, którzy znali nazwę Programu, zróżnicowana w zależności od typu reprezentowanego podmiotu. Prawie wszyscy (91%) przedstawiciele JST uczestniczący w badaniu ankietowym trafnie zidentyfikowali Urząd Marszałkowski jako instytucję odpowiedzialną za przyjmowanie wniosków i wybieranie projektów do dofinansowania. Urząd Marszałkowski został również wskazany przez około trzy czwarte (76%) spośród potencjalnych beneficjentów należących do kategorii instytucji innych niż JST i niż MSP. Natomiast z roli ŚCP we wdrażaniu Programu zdawał sobie sprawę w przybliżeniu jeden na dziesięciu (11%) respondentów reprezentujących MSP; instytucją wskazywaną przez przedstawicieli MSP blisko trzykrotnie częściej (32%) był Urząd Marszałkowski.

Porównanie powyższych wyników z rezultatami uzyskanymi w poprzednim badaniu pozwala zauważyć, że informacje o roli jaką we wdrażaniu Programu odgrywa ŚCP nadal nie zostały w wystarczającym stopniu rozpowszechnione wśród MSP.

województwa śląskiego liczba takich wniosków wynosi 9 319. Województwo śląskie znajduje się pod tym względem na pierwszym miejscu, przed lubelskim (5 556) i mazowieckim (5 344).

Wykres 11: Jakie instytucje, według P. wiedzy, przyjmują wnioski o dofinansowanie z RPO Województwa Śląskiego i wybierają projekty do finansowania z tego programu?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

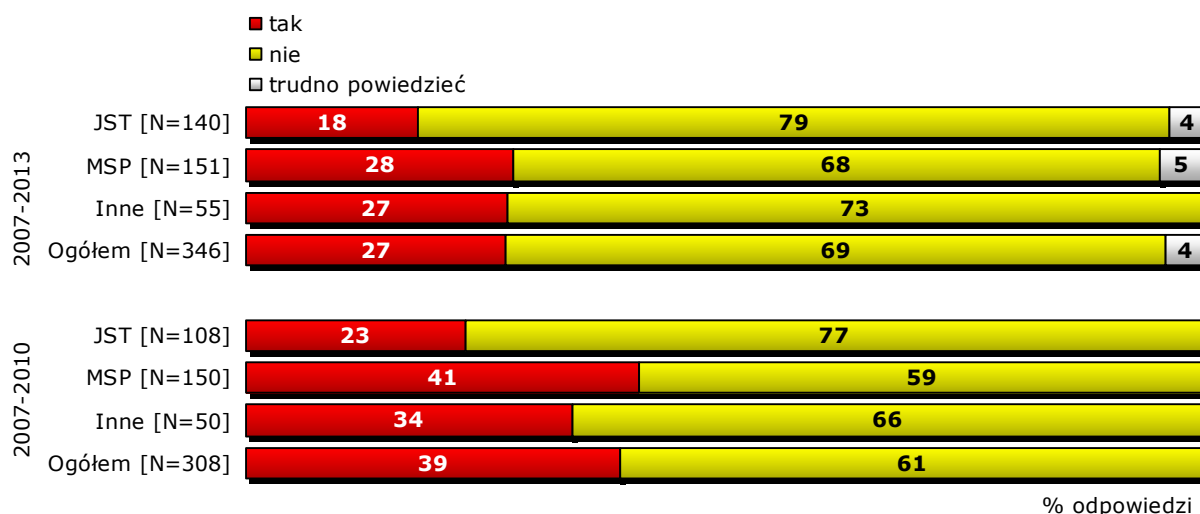
2.2.1.3 Stopień poinformowania beneficjentów

Przydatnym wskaźnikiem realizacji celów działań informacyjnych dotyczących RPO WSL skierowanych do beneficjentów tego programu jest odsetek instytucji, które prowadząc projekty nie odczuły deficytu wiedzy potrzebnej do ich realizowania ani rozliczania. Odsetek takich instytucji wśród wszystkich beneficjentów przekroczył dwie trzecie (69%). W tym przypadku różnice pomiędzy JST, MSP oraz innymi instytucjami wprawdzie wystąpiły, ale ich rozpiętość nie była szczególnie duża. Braku potrzebnych informacji nie odczuły około dwie trzecie (68%) MSP, blisko trzy czwarte (73%) „innych instytucji” oraz prawie cztery piąte (79%) JST.

Ze szczegółowych odpowiedzi udzielonych przez beneficjentów w badaniu ankietowym wynika, że stosunkowo najczęściej tematem, w przypadku którego brakowało im informacji potrzebnych przy realizowaniu lub rozliczaniu projektów, była kwalifikowalność

wydatków. Być może wiąże się to ze zbyt małym udziałem w spotkaniach informacyjnych na ten temat, organizowanych przez instytucje odpowiedzialne za wdrażanie Programu.

Wykres 12: Czy brakowało Państwu jakichś informacji, potrzebnych do prawidłowej realizacji lub rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

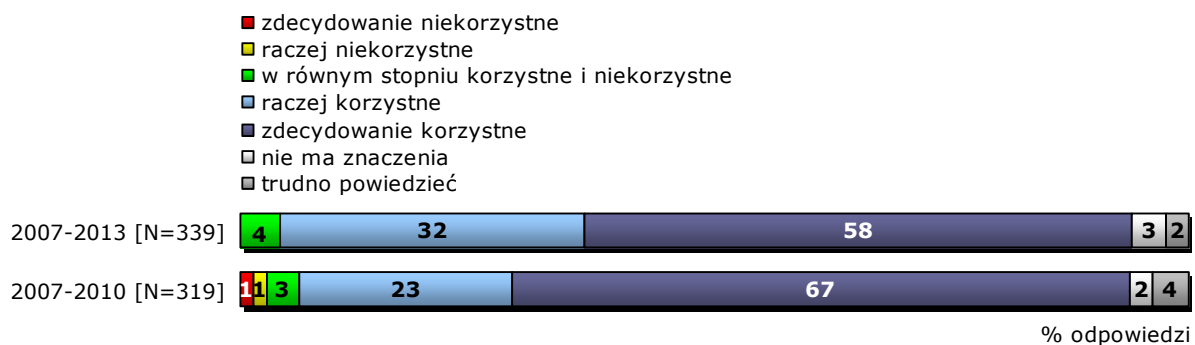
2.2.2 Wizerunek funduszy unijnych oraz RPO WSL 2007-2013

2.2.2.1 Wizerunek wśród mieszkańców

Przekonanie, że przedsięwzięcia finansowane z funduszy unijnych w województwie śląskim są korzystne dla tego regionu, podzieliła dziewięć na dziesięć spośród mieszkańców, którzy wiedzą o prowadzeniu takich przedsięwzięć. Blisko trzy piąte (58%) respondentów wyraziło przekonanie, że są one zdecydowanie korzystne, a prawie jedna trzecia (32%) uznała je za raczej korzystne. Żaden z respondentów nie stwierdził, że efekty przedsięwzięć dotowanych ze środków Unii Europejskiej są przede wszystkim lub wyłącznie niekorzystne.

Odsetek respondentów sądzących, że fundusze unijne mają (raczej lub zdecydowanie) korzystny wpływ na region, nie zmienił się od 2010 roku. Zmieniła się jednak struktura tej grupy: odsetek osób przekonanych, że przedsięwzięcia wspierane ze środków Unii Europejskiej są dla województwa śląskiego zdecydowanie korzystne, zmniejszył się (o 9 punktów procentowych) na rzecz odsetka osób oceniających wpływ funduszy unijnych jako raczej korzystny.

Wykres 13: Czy P. zdaniem prowadzenie przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim jest korzystne czy niekorzystne dla tego województwa?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Podczas zogniskowanego wywiadu grupowego mieszkańcy województwa oceniali wpływ funduszy unijnych przede wszystkim z własnej perspektywy:

B: - Na ile jakieś sensowne przedsięwzięcia czy obiekty są z tego [programu] finansowane?

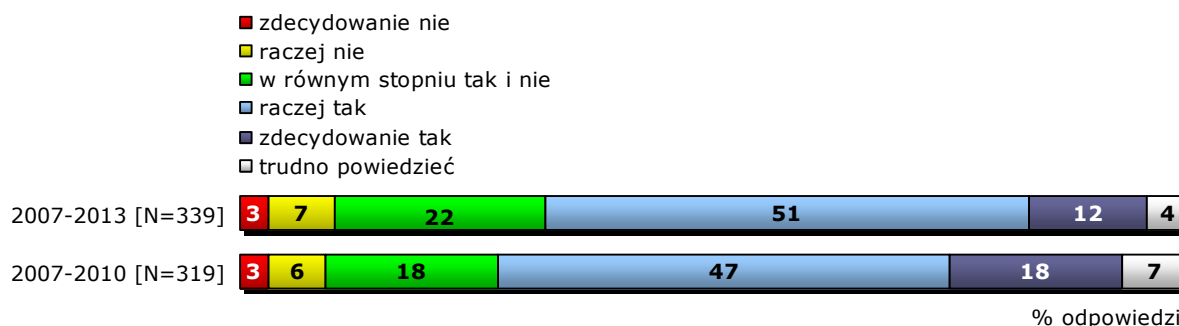
R: - Wydaje mi się, że to zależy od punktu widzenia i zainteresowań danej osoby. Bo jeżeli ktoś się interesuje sportem i postawią nowego orlika, to dla mnie ok, bo ja na przykład mam gdzie się spotykać z kolegami, czy z synem pójść potrenować. A ktoś inny woli, że wybudują nową siedzibę orkiestry symfonicznej w Katowicach, bo lubi bardzo kulturę, lubi słuchać. Dlatego zależy punkt [widzenia], czy jest sensowne, czy nie, od zainteresowań i charakteru człowieka.

R: - Ponieważ jest dużo różnych przedsięwzięć finansowanych, to każdy potrafi znaleźć coś dla siebie. (...)

R: - Tak naprawdę myślę, że mieszkańcy nie zwracają uwagi na to, jaki to jest konkretnie program. Tylko są zdania, że, jeśli im będzie dobrze, to nieważne, z jakiego to było planu²⁹ konkretnie. Jeśli Unia się dołożyła – jasne, bardzo fajnie. Ważne, żeby to przyniosło efekt. [FGI z mieszkańcami województwa]

Nawiązując do hasła Programu „Realna odpowiedź na realne potrzeby” respondentom, którzy mieli świadomość wykorzystywania w ich województwie funduszy unijnych, w badaniu ankietowym zadano pytanie o to, czy fundusze te są wydawane na zaspokojenie prawdziwych potrzeb regionu i jego mieszkańców. Podobnie jak w poprzednim badaniu, około połowa mieszkańców (51%) wybrała odpowiedź umiarkowanie pozytywną („raczej tak”). Zarazem nieznacznie (o 6 punktów procentowych) spadła liczba respondentów zdecydowanie przekonanych o wydatkowaniu funduszy unijnych zgodnie z rzeczywistymi potrzebami.

Wykres 14: Czy P. zdaniem w województwie śląskim fundusze Unii Europejskiej są przeznaczane na zaspokojenie prawdziwych potrzeb regionu i jego mieszkańców?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Natomiast znajomość hasła RPO WSL była wśród mieszkańców niska. Tylko co setny (1%) respondent podał je samodzielnie, a mniej niż trzech na dziesięciu (28%) zadeklarował znajomość sloganu „Realna odpowiedź na realne potrzeby” po odczytaniu go przez ankietera. Pod tym względem od 2010 roku sytuacja nieomal nie uległa zmianie.

Z informacji uzyskanych podczas wywiadu jakościowego z pracownikiem UMWSL wynika, że działania promujące RPO WSL 2007-2013 nie były ukierunkowane na upowszechnienie znajomości hasła Programu. W związku z tym w kampaniach promocyjnych stosowano różne hasła (w kampanii o najszerszym zasięgu, przeprowadzonej w 2013 roku: „Śląskie. Sprawdza się”).

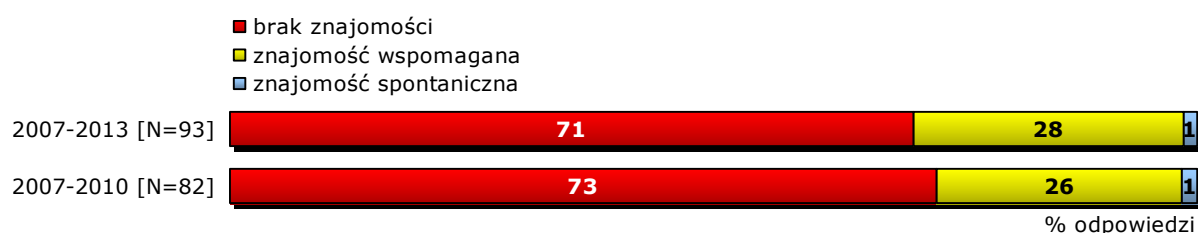
²⁹ Respondent używał zamiennie określeń „program” i „plan”.

Uczestnicy FGI z mieszkańcami województwa śląskiego próbując (bezsukutecznie) przypomnieć sobie hasło programu finansowanego z funduszy unijnych w ich regionie najczęściej przywoływali słowo „pozytywnie”. Prawdopodobnie świadczy to o większej sile przebiecia hasła „Śląskie. Pozytywna energia” (promującego cały region). Po przedstawieniu hasła „Realna odpowiedź na realne potrzeby” przez moderatora uczestnicy wywiadu ocenili je pozytywnie. Odwołanie do „realności” uznali za przekonujące, a zarazem zwrócili uwagę, że hasło ma walor uniwersalności:

- Myślę, że do każdego trafia, bo „realne” – to każdy realność ma inną, na przykład pan burmistrz ma inną, taka osoba, która żyje od pierwszego do pierwszego to też ma inną realność. Do każdego trafia. [FGI z mieszkańcami województwa]

Wykres 15: Spontaniczna i wspomagana znajomość hasła RPO WSL

Na podstawie pytań: Czy wie P., jak brzmi hasło Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego? Jeżeli tak, to proszę podać to hasło oraz To hasło brzmi „Realna odpowiedź na realne potrzeby”. Czy spotkał(a) się P. z tym hasłem już wcześniej, zanim je podałam (podałem)?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Znajomość hasła wydaje się bardzo niska również wśród innych grup docelowych³⁰: spośród 14 przedstawicieli beneficjentów, partnerów społecznych, firm doradczych oraz dziennikarzy, uczestniczących w wywiadach jakościowych, tylko dwie osoby były w stanie poprawnie odpowiedzieć na pytanie o znajomość hasła RPO WSL 2007-2013. Nie pamiętali go nawet beneficjenci, którzy umieścili je na tablicach informujących o zrealizowanym projekcie. Stosunek przedstawicieli tych grup docelowych do hasła (po jego przypomnieniu przez badacza) był zróżnicowany. Nie kwestionowano jego treści, natomiast zdaniem niektórych respondentów hasło „brzmi zbyt twardo”. Jeden z dziennikarzy jako słabą stroną hasła wskazał fakt, że nie odnosi się do regionu, w którym realizowany jest program.

Niska znajomość RPO WSL 2007-2013 wyklucza uznanie tego programu za silną markę. Ograniczenie to nie występuje w przypadku funduszy unijnych: wiedza na temat ich wykorzystywania w województwie śląskim jest wśród jego mieszkańców powszechna. Wyniki FGI z przedstawicielami tej grupy docelowej wskazują, że atrybutami przypisywanymi inwestycjom finansowanym z tego źródła jest nowoczesność i wysoki standard:

B: - Zupełnie szkicowo narysowaliśmy jakieś obiekty, które się tym różnią, że jednym z nich towarzyszy ta tablica, a drugim nie. Ten pierwszy ma tablicę o finansowaniu z Unii, ten drugi nie ma. Chciałem zapytać o państwa skojarzenia. Szpital jest tak ogólnie narysowany, droga jeszcze bardziej schematycznie, ale... jak by państwo sobie wyobrażali jakby w szczegółach te dwa obiekty?

R: - Na pewno, jeżeli chodzi o pierwsze skojarzenia, tablica kojarzy się z finansowym zastrzykiem, jeżeli będziemy mieli obiekt i będzie tablica, to pierwsze co, nowoczesne, dobrze wyposażone, spełniające wymogi wszystkie. (...)

³⁰ Wniosek ten nie jest kategoryczny, ponieważ opiera się wyłącznie na wynikach wywiadów jakościowych.

R: - Tak, właśnie podobne, że jak coś z tablicą, to troszeczkę bardziej luksusowe, nowoczesne, do jakichś standardów unijnych dążące...

R: - I na pewno coś tam jest nowego...

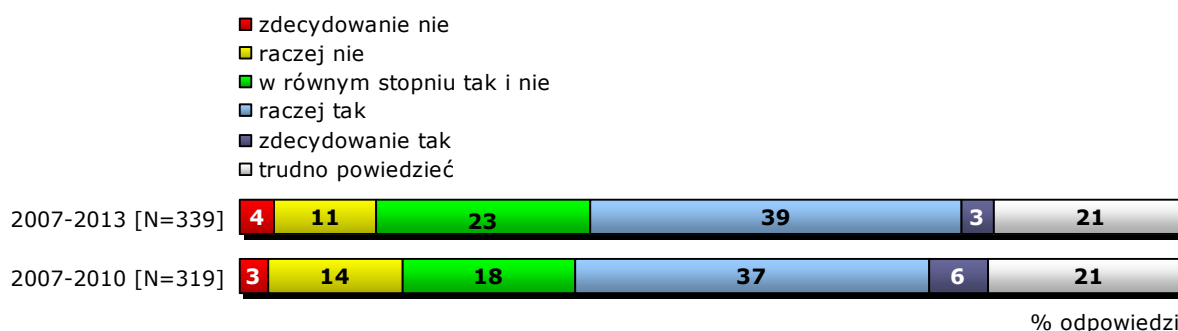
R: - Coś lepszego...

R: - Że w środku coś jest wyremontowane

R: - O ile tamten pierwszy nie jest prywatny (śmiech), to na pewno jest gorszy niż ten z tablicą. [FGI z mieszkańcami województwa]

Ostatnim badanym elementem wizerunku funduszy unijnych była ich dystrybucja. Wśród odpowiedzi zebranych w badaniu ankietowym na pytanie, czy fundusze unijne w województwie śląskim są przyznawane w sprawiedliwy sposób, opinie pozytywne przeważały nad negatywnymi. Podobnie jak w 2010 roku, około dwie piąte (obecnie: 42%³¹) respondentów skłoniło się ku opinii twierdzącej. W obu edycjach badania około jedna piąta (21%) respondentów nie wyraziła opinii, a zbliżony odsetek (obecnie: 23%) wybrał odpowiedź ambiwalentną („w równym stopniu tak i nie”).

Wykres 16: Czy P. zdaniem w województwie śląskim fundusze Unii Europejskiej są przyznawane w sprawiedliwy sposób?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

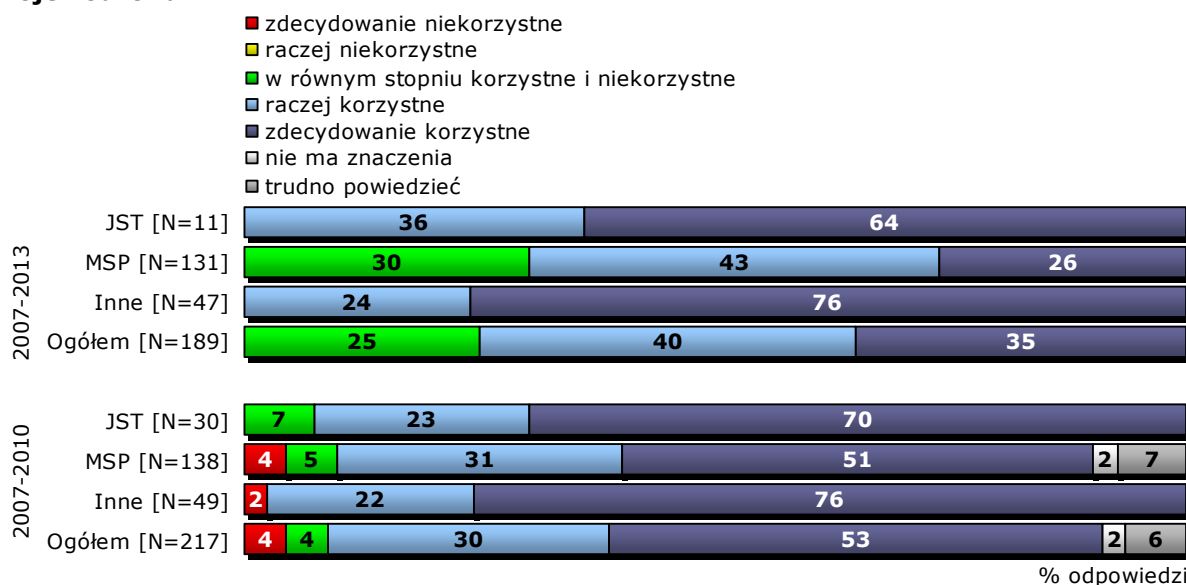
2.2.2.2 Wizerunek wśród potencjalnych beneficjentów

Spośród potencjalnych beneficjentów, którzy zdają sobie sprawę z prowadzenia regionie przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych trzy czwarte (75%³²) uważa takie działania za korzystne dla województwa, natomiast opinię ambiwalentną („w równym stopniu korzystne i niekorzystne”) ma co czwarty (25%). W tej ostatniej grupie znaleźli się wyłącznie przedstawiciele MSP. W porównaniu z poprzednią edycją badania odsetek respondentów uważających, że korzystne i niekorzystne efekty przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych się równoważą, znacznie wzrósł: z 4% do 25% (w konsekwencji upowszechnienia się takiej opinii wśród MSP).

³¹ Suma odsetków odpowiedzi „raczej tak” i „zdecydowanie tak”.

³² Suma odsetków odpowiedzi „raczej korzystne” i „zdecydowanie korzystne”.

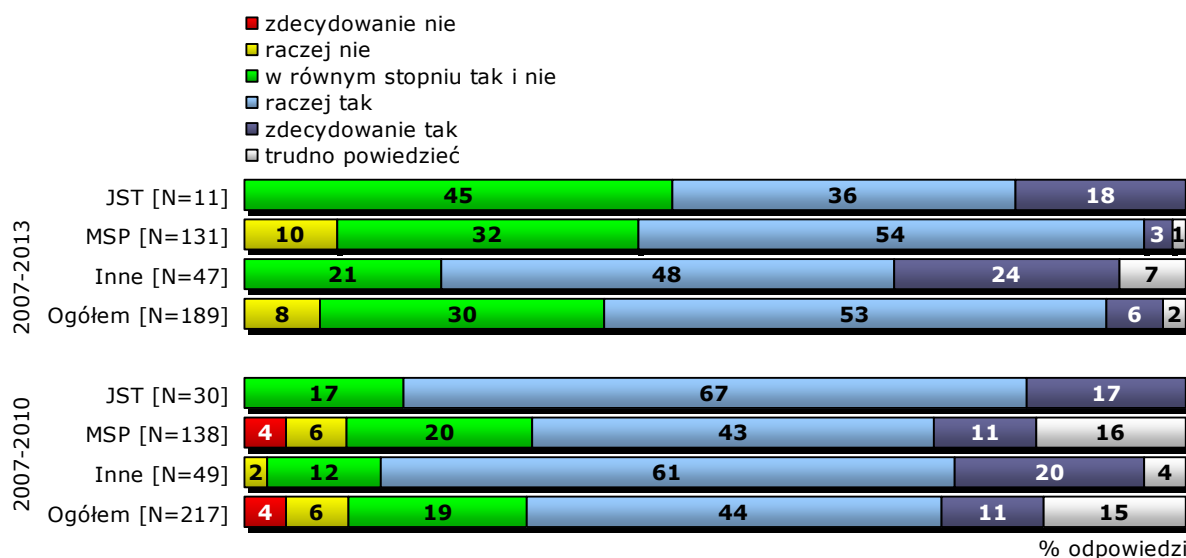
Wykres 17: Czy P. zdaniem prowadzenie przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim jest korzystne czy niekorzystne dla tego województwa?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Wśród potencjalnych beneficjentów nadal przeważa przekonanie, że fundusze europejskie wydatkowane w województwie śląskim są przeznaczane („raczej” lub „zdecydowanie”) na zaspokajanie prawdziwych potrzeb (59%) regionu i jego mieszkańców. Jednak od czasu poprzedniego badania wzrósł odsetek potencjalnych beneficjentów, którzy uważają, że finansowane są w równym stopniu przedsięwzięcia potrzebne, co zbędne (z 19% ogółu beneficjentów w 2010 roku do 30% w obecnym badaniu).

Wykres 18: Czy P. zdaniem w województwie śląskim fundusze Unii Europejskiej są przeznaczane na zaspokojenie prawdziwych potrzeb regionu i jego mieszkańców?

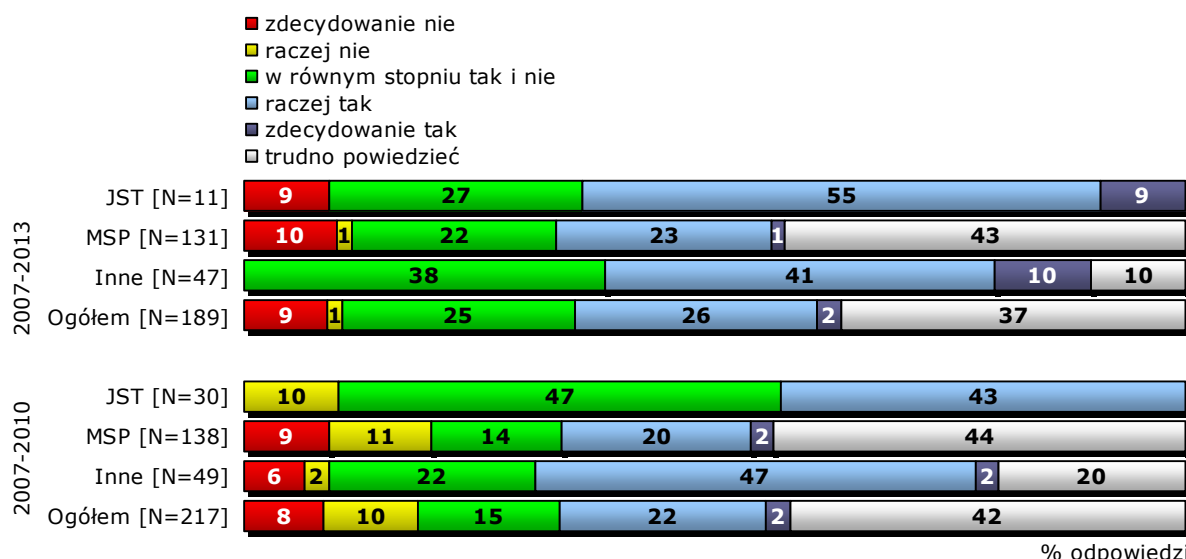


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Opinia potencjalnych beneficjentów na temat tego, czy fundusze unijne w województwie śląskim są przyznawane w sprawiedliwy sposób, podobnie jak w poprzedniej edycji badania, nie jest jednoznacznie pozytywna. Grupę, która najczęściej uważa, że środki są rozdzielane sprawiedliwie, stanowią JST. Wśród przedstawicieli tego rodzaju instytucji ponad połowa (55%) respondentów sądzi, że są przydzielane w sposób raczej sprawiedliwy, a niemal jedna dziesiąta (9%) jest zdania, że odbywa się to w sposób zdecydowanie sprawiedliwy. Grupą najmniej przekonaną o sprawiedliwości gospodarowania środkami unijnymi pozostają MSP. Biorąc pod uwagę, że tylko nieliczna grupa przedsiębiorstw wiedziała o tym, że tego typu podmioty mogą ubiegać się o środki z RPO WSL 2007-2013, prawdopodobnie opinia przedstawicieli MSP na temat tego, na ile sprawiedliwa jest dystrybucja środków, odnosi się w znacznej mierze do rozdzielania ich pomiędzy podmioty spoza sektora przedsiębiorstw. Z kolei na opinię respondentów, którzy wiedzieli o możliwości ubiegania się przez MSP o wsparcie z RPO WSL 2007-2013, mógł negatywnie rzutować fakt, że dostępne środki były znacznie niższe, niż zainteresowanie przedsiębiorstw ich uzyskaniem.

Ponad dwie piąte (43%) respondentów reprezentujących przedsiębiorstwa nie podjęło się ocenić, na ile sprawiedliwie przyznawane są fundusze.

Wykres 19: Czy P. zdaniem w województwie śląskim fundusze Unii Europejskiej są przyznawane w sprawiedliwy sposób?

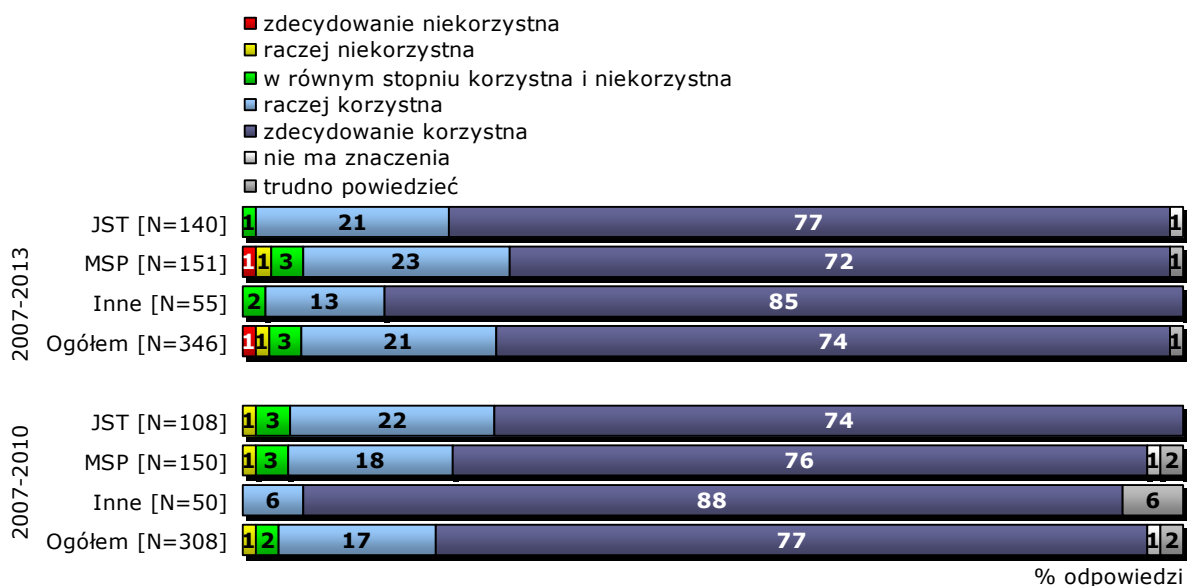


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

2.2.2.3 Wizerunek wśród beneficjentów

Instytucje, które uzyskały dofinansowanie w ramach RPO WSL 2007-2013, generalnie mają pozytywną opinię na temat wpływu funduszy Unii Europejskiej na sytuację województwa śląskiego. Blisko trzy czwarte MSP (72%) i nieco ponad trzy czwarte (77%) JST ocenia przedsięwzięcia finansowane z tych funduszy jako zdecydowanie korzystne dla regionu. Podobnie wysoki wynik (85%) odnotowano wśród innych podmiotów będących beneficjentami Programu. Odsetek respondentów, zdaniem których prowadzenie przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych jest niekorzystne, lub w równym stopniu korzystne i niekorzystne, w żadnej grupie beneficjentów nie przekroczył 5%. Uzyskane wyniki są bardzo zbliżone do rezultatów badania przeprowadzonego w 2010 roku.

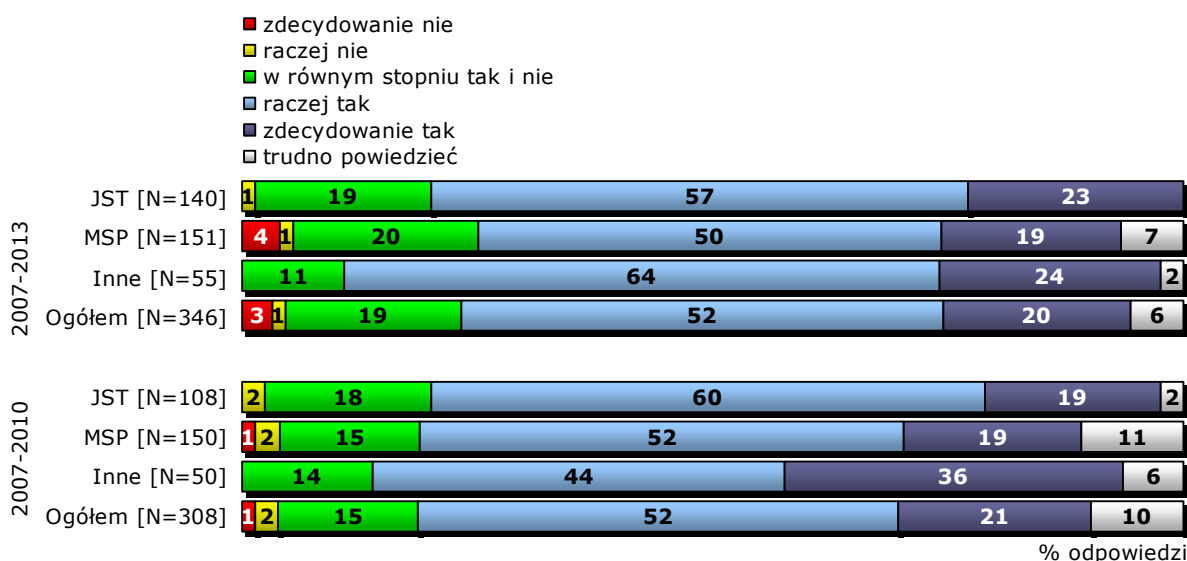
Wykres 20: Czy P. zdaniem prowadzenie przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim jest korzystne czy niekorzystne dla tego województwa?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Podobnie jak w 2010 roku, zdecydowana większość beneficjentów RPO WSL 2007-2013 uważa również, że w województwie śląskim fundusze unijne są przeznaczane na zaspokojenie prawdziwych potrzeb regionu i jego mieszkańców. Beneficjenci częściej raczej skłaniają się ku takiej opinii (57% JST, 50 % MSP i 64% instytucji innego rodzaju), niż opowiadają się za nią w sposób zdecydowany (odpowiednio: 23%, 19% oraz 24%). Jedyna istotna różnica pomiędzy wynikami aktualnej edycji badania, a wynikami poprzedniej ewaluacji, dotyczy opinii beneficjentów innego typu niż JST i niż MSP. Obecnie respondenci z tej grupy częściej niż w 2010 roku sądzą, że fundusze unijne raczej odpowiadają na prawdziwe potrzeby regionu i jego mieszkańców (wzrost z 44% do 64%), natomiast rzadziej wyrażają taką opinie zdecydowanie (spadek z 36% do 24%).

Wykres 21: Czy P. zdaniem w województwie śląskim fundusze Unii Europejskiej są przeznaczane na zaspokojenie prawdziwych potrzeb regionu i jego mieszkańców?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

W wywiadach jakościowych z beneficjentami jako przykład nieadekwatnych projektów wymieniono inwestycje zrealizowane ze zbyt dużym rozmachem, niosące ryzyko, że będą nadmiernym obciążeniem dla budżetu gminy. Jeden z beneficjentów do czynników zmniejszających dopasowanie programu do autentycznych potrzeb regionu zaliczył także niektóre priorytety wyznaczone na szczelbu Unii Europejskiej:

- Polityka unijna, (...) z poziomu Brukseli, jest czasami oderwana od tych realnych potrzeb. Bo w Polsce cały czas jest olbrzymia luka infrastrukturalna. [Brakuje] tej infrastruktury podstawowej, dróg, kanalizacji, wodociągów (...). A oni w latach 2007-2013 powiedzieli „społeczeństwo informacyjne”, „sieci szerokopasmowe”, „e-usługi”, gdzie to do końca nie wynikało z potrzeb. [IDI z beneficjentem – JST]

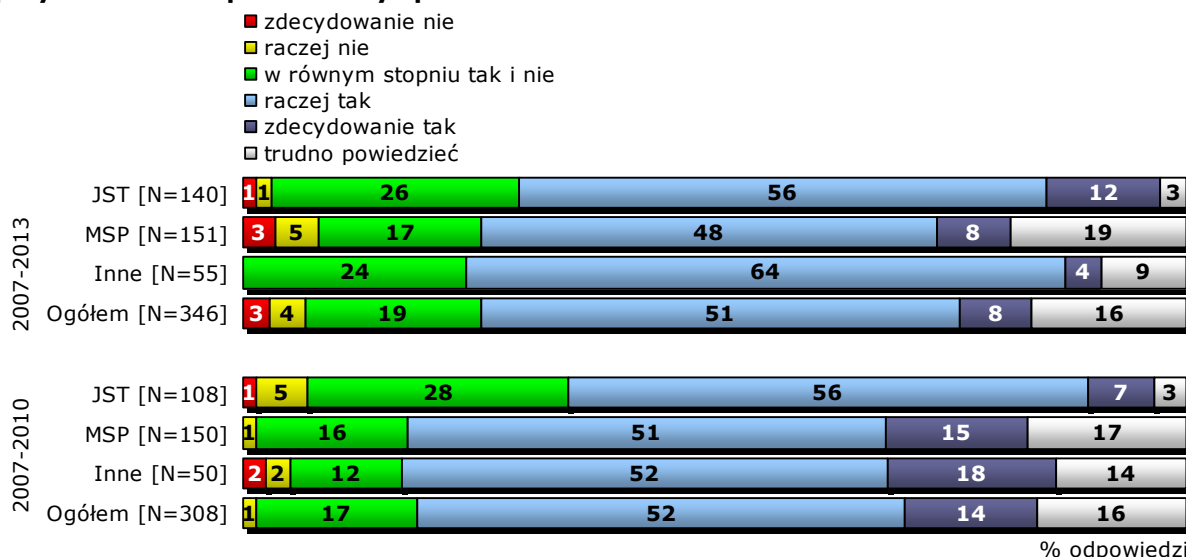
Przytoczona opinia, a także przywołane przez respondenta przypadki inwestycji zrealizowanych z nadmiernym rozmachem, przemawiają przeciwko uznaniu hasła „Realna odpowiedź na realne potrzeby” za w pełni trafne wobec Programu. Zarazem jednak respondent nie miał zastrzeżeń wobec samego hasła, zakładając, że ma służyć promocji:

B: - To myśli pan, że to hasło trzeba by jakoś zmieniać?

R: - No nie, no zmieniać, wiadomo, że te hasła to są hasła. To ma ładnie brzmieć i ładnie wyglądać. To wiadomo, że tam nikt (...) nie zastanawia się w taki filozoficzny sposób (...), czy to rzeczywiście były realne odpowiedzi na realne potrzeby. No ale jest hasło takie no, fajnie brzmiące, coś takiego. I o to chodzi, nie? W tej promocji. [IDI z przedstawicielem beneficjenta – JST]

Około połowa (51%) beneficjentów RPO WSL 2007-2013 uważa, że w województwie śląskim fundusze unijne są wydawane w raczej sprawiedliwy sposób, a blisko jeden na dziesięciu (8%) jest o tym zdecydowanie przekonany. Łączny odsetek beneficjentów oceniających pozytywnie dystrybucję środków z Unii Europejskiej zbliża się zatem do trzech piątych³³. W przypadku JST oraz „innych instytucji” przekracza dwie trzecie (po 68%), natomiast w przypadku MSP wynosi niespełna trzy piąte (56%). Stosunkowo liczna grupa beneficjentów – około jedna piąta (19%) – uważa jednak, że fundusze są przyznawane w równym stopniu sprawiedliwie, co niesprawiedliwie. Wśród beneficjentów z sektora JST odsetek takich opinii przekroczył jedną czwartą (26%). Uzyskane wyniki nie odbiegają zasadniczo od rezultatów badania przeprowadzonego w 2010 roku.

Wykres 22: Czy P. zdaniem w województwie śląskim fundusze Unii Europejskiej są przyznawane w sprawiedliwy sposób?



Źródło: Badania Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

³³ Suma odsetków odpowiedzi „raczej tak” i „zdecydowanie tak”.

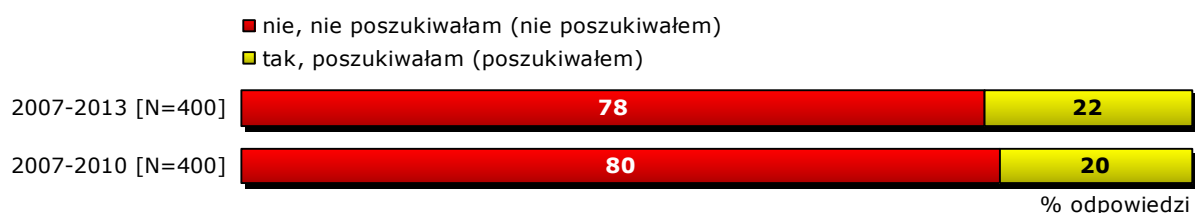
2.2.3 Gotowość grup docelowych do przyswajania informacji

2.2.3.1 Mieszkańcy: zainteresowanie i korzystanie z płatnych mediów

Na poziom wiedzy społeczeństwa o funduszach unijnych oprócz działań promocyjnych mogą wpływać również uwarunkowania występujące po stronie adresatów informacji. W przypadku opinii publicznej do takich okoliczności należy poziom zainteresowania kwestią wykorzystywania środków z Unii Europejskiej, a także intensywność korzystania z mediów.

W badaniu ankietowym ustalono, że blisko cztery piąte (78%) mieszkańców województwa śląskiego nie było zainteresowanych przedsięwzięciami finansowanymi z funduszy unijnych na tyle, żeby poszukiwać informacji na ten temat (odsetek ten był bardzo podobny w 2010 roku).

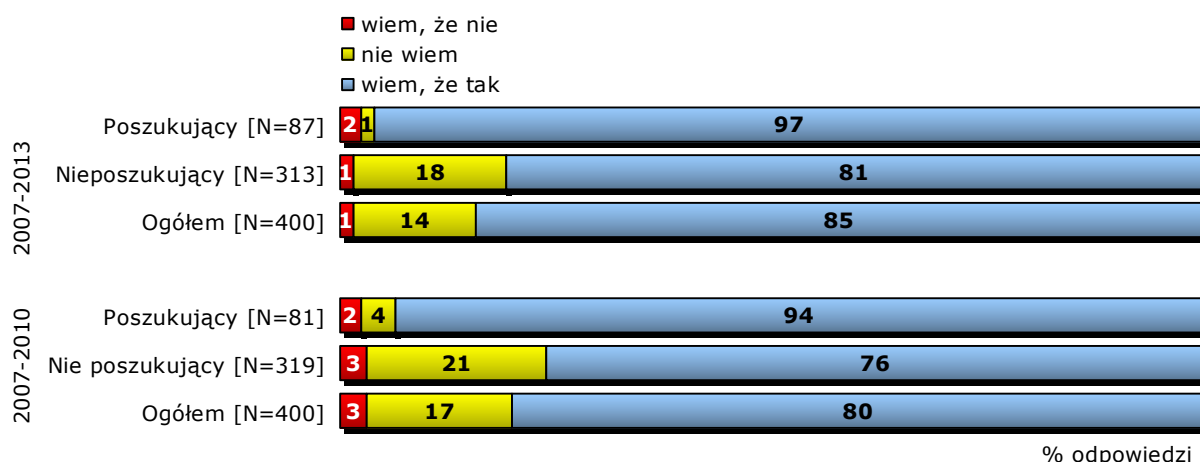
Wykres 23: Czy w latach 2007-2013 / 2007-2010 specjalnie poszukiwała (poszukiwał) P. informacji o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Informacje na temat wykorzystywania funduszy unijnych w regionie nie dotarły do prawie jednej piątej (19%³⁴) osób z tej grupy, podczas gdy wśród mieszkańców województwa deklarujących poszukiwanie informacji odsetek nie poinformowanych wyniósł zaledwie 3%. Podobną zależność zaobserwowano w poprzedniej edycji badania.

Wykres 24: Proszę chwilę się zastanowić i powiedzieć, czy według P. wiedzy w województwie śląskim w latach 2007-2013 / 2007-2010 były prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej? – w podziale ze względu na Czy w latach 2007-2013 / 2007-2010 specjalnie poszukiwała (poszukiwał) P. informacji o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim?

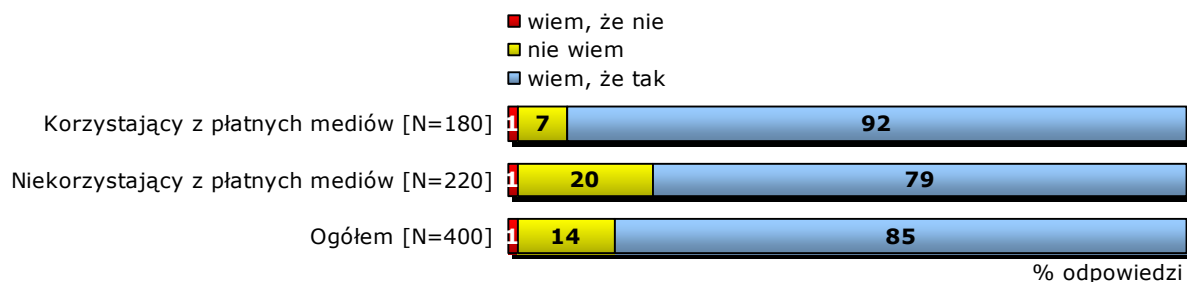


Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

³⁴ Suma odsetków odpowiedzi „wiem, że nie” i „nie wiem”.

Wśród mieszkańców województwa śląskiego objętych badaniem ankietowym nieznacznie przeważały (55%) osoby, które w ciągu miesiąca poprzedzającego udział w sondażu nie kupowały prasy ani nie płaciły za dostęp do treści internetowych portali informacyjnych. Informacje o prowadzeniu w województwie śląskim przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych nie dotarły do przeszło co piątej (21%) z nich. Natomiast wśród osób korzystających z odpłatnej prasy lub opłacających korzystanie z portali internetowych nieświadomych interwencji finansowanej z funduszy unijnych pozostało zaledwie 8%.

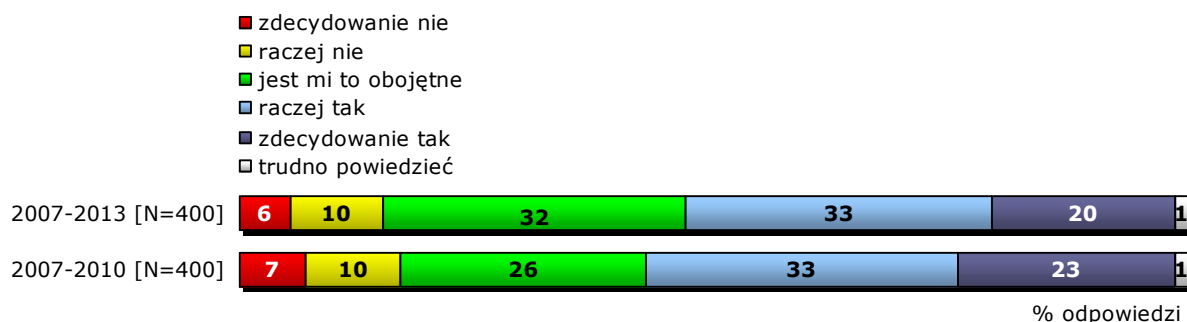
Wykres 25: Proszę chwilę się zastanowić i powiedzieć, czy według P. wiedzy w województwie śląskim w latach 2007-2013 były prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej? - w podziale ze względu na Czy w ciągu ostatniego miesiąca kupował(a) P. prasę lub płacił(a) P. za dostęp do treści portali informacyjnych w Internecie?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Mieszkańcy województwa śląskiego są podzieleni pod względem poziomu zainteresowania informacjami o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych w ich regionie. Co piąty (20%) zdecydowanie chciałby otrzymywać takie informacje, co trzeci (33%) raczej chciałby, żeby do niego docierały a również co trzeciemu (32%) jest to obojętne. Stosunkowo niewielka, ale nie marginalna grupa (16%³⁵) wolałaby wręcz, żeby informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych ich omijały. Rozkład opinii na ten temat nie uległ zasadniczym zmianom od czasu poprzedniej edycji badania.

Wykres 26: Czy chciał(a) by P., żeby w przyszłości docierały do P. informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim?



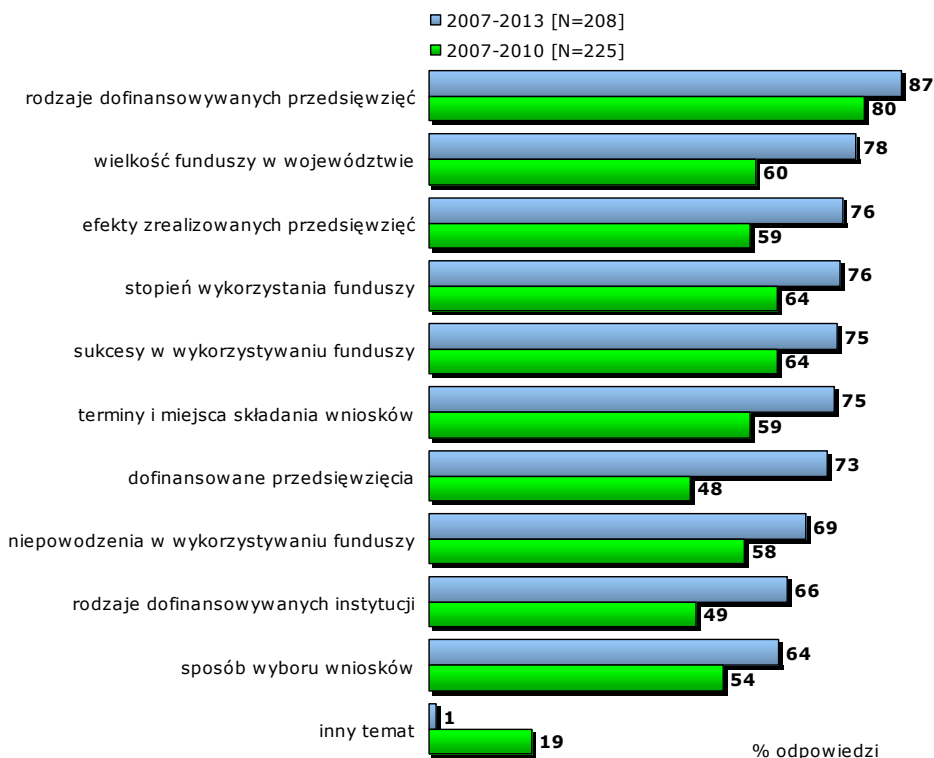
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Wśród mieszkańców, którzy wyrazili chęć otrzymywania informacji, najbardziej powszechne zainteresowanie budzą rodzaje przedsięwzięć, na których realizację można uzyskać dofinansowanie. Ten temat w badaniu ankietowym wskazało blisko dziewięciu na dziesięciu (87%) spośród respondentów, którzy wyrazili chęć otrzymywania informacji o wydatkowaniu funduszy unijnych w województwie śląskim. Również w przypadku

³⁵ Suma odsetków odpowiedzi „raczej nie” i „zdecydowanie nie”.

pozostałych tematów odsetek osób zainteresowanych był wysoki: wynosił od niespełna dwóch trzecich (64%) do prawie czterech piątych (78%). W porównaniu z poprzednią edycją badania zainteresowanie wszystkimi tematami wzrosło; w największym stopniu (o 25 punktów procentowych) w przypadku informacji o tym, jakie przedsięwzięcia zostały dofinansowane.

Wykres 27: Jakimi tematami dotyczącymi prowadzenia przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim jest P. zainteresowana (zainteresowany)?



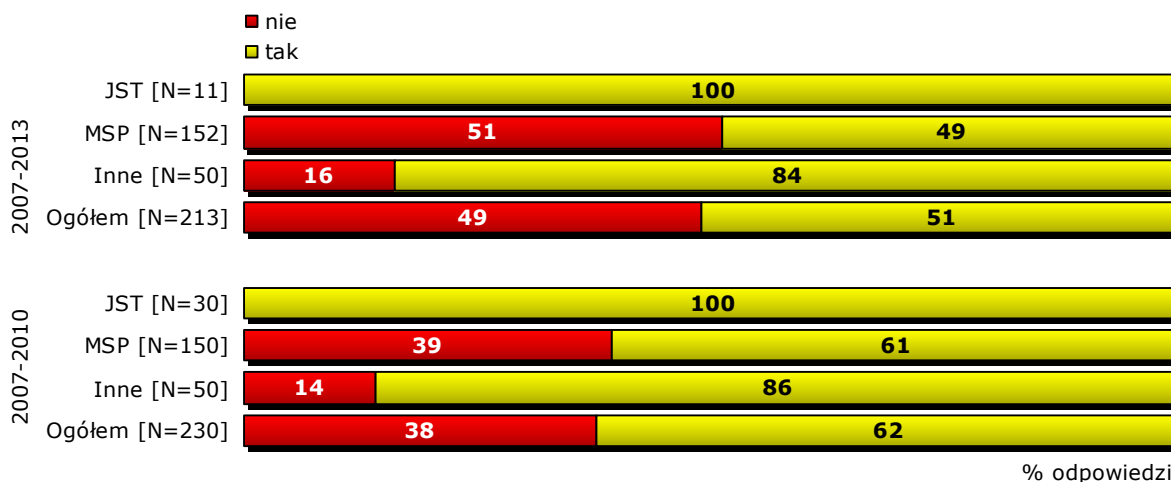
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Wśród mieszkańców województwa uczestniczących w zogniskowanym wywiadzie grupowym zainteresowanie informacjami na temat przebiegu projektów i wykorzystania środków było motywowane między innymi chęcią oceny, czy środki publiczne są wydawane sprawnie i prawidłowo.

2.2.3.2 Potencjalni beneficjenci: zainteresowanie i potencjał organizacyjny

Poziom zainteresowania potencjalnych beneficjentów RPO WSL 2007-2013 finansowaniem z funduszy unijnych, mierzony aktywnością w poszukiwaniu informacji na ten temat, różnił się w zależności od rodzaju instytucji. Takich informacji poszukiwały wszystkie (100%) JST, prawie połowa (49%) przedsiębiorstw oraz ponad cztery piąte (84%) innych podmiotów.

Wykres 28: Czy w latach 2007-2013 / 2007-2010 co najmniej raz specjalnie poszukiwali Państwo informacji na temat możliwości uzyskania przez Państwa instytucję finansowania z funduszy Unii Europejskiej?

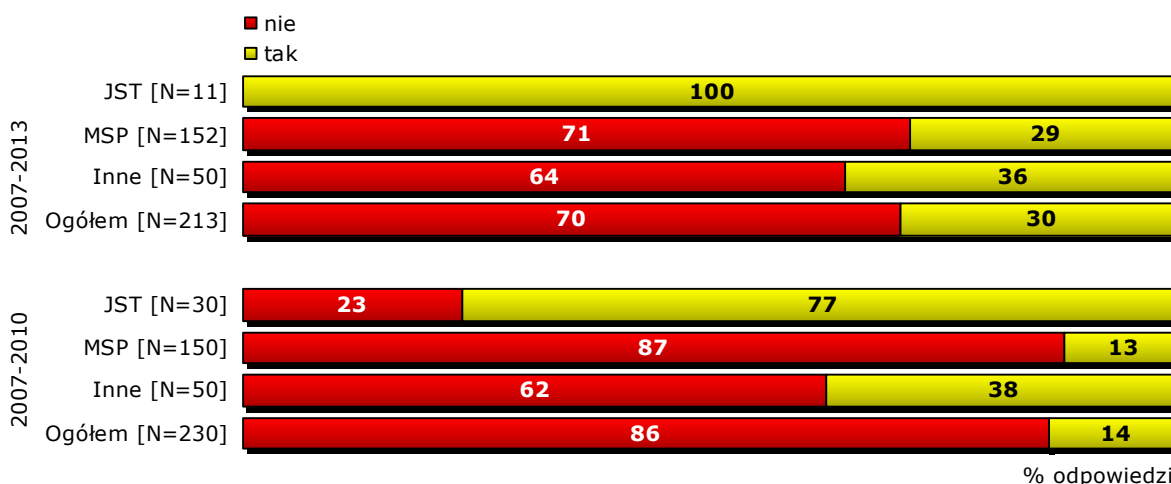


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

JST wyróżniają się spośród potencjalnych beneficjentów RPO WSL 2007-2013 nie tylko większą aktywnością w poszukiwaniu informacji, ale również większym potencjałem organizacyjnym i bogatszym doświadczeniem w korzystaniu ze środków Unii Europejskiej. Wszystkie (100%) JST zatrudniają po co najmniej jednej osobie, której zadaniem jest pozyskiwanie informacji na temat możliwości uzyskiwania środków z funduszy unijnych, podczas gdy wśród MSP odsetek takich podmiotów wynosi ponad jedną czwartą (29%), a wśród innych instytucji – ponad jedną trzecią (36%). W porównaniu z sytuacją w roku 2010, zarówno wśród JST, jak i wśród przedsiębiorstw zatrudnianie pracownika odpowiedzialnego za zdobywanie informacji o funduszach europejskich stało się bardziej powszechne.

Można zakładać, że na poziom wiedzy potencjalnych beneficjentów z poszczególnych sektorów na temat Programu (począwszy od jego nazwy, poprzez wiedzę o możliwości uzyskania wsparcia, aż po informacje potrzebne do skutecznego aplikowania), oprócz intensywności i jakości kierowanych do nich działań informacyjnych wpływa również potencjał organizacyjny i doświadczenie odbiorców.

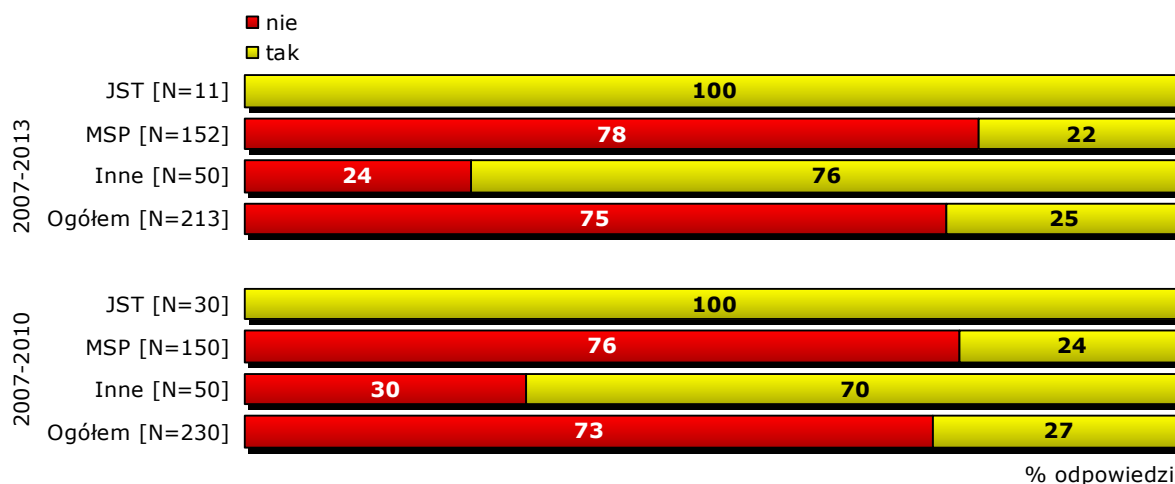
Wykres 29: Czy w Państwa instytucji pracuje co najmniej jedna osoba, do której obowiązków należy pozyskiwanie informacji na temat możliwości uzyskiwania środków z funduszy Unii Europejskiej?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Potencjalni beneficjenci z sektora MSP znacznie rzadziej, niż JST oraz niż inne instytucje ubiegali się w przeszłości o fundusze unijne. Takie doświadczenie mają wszystkie (100%) JST, ponad trzy czwarte (76%) „innych instytucji” oraz niewiele więcej niż co piąte (22%) przedsiębiorstwo.

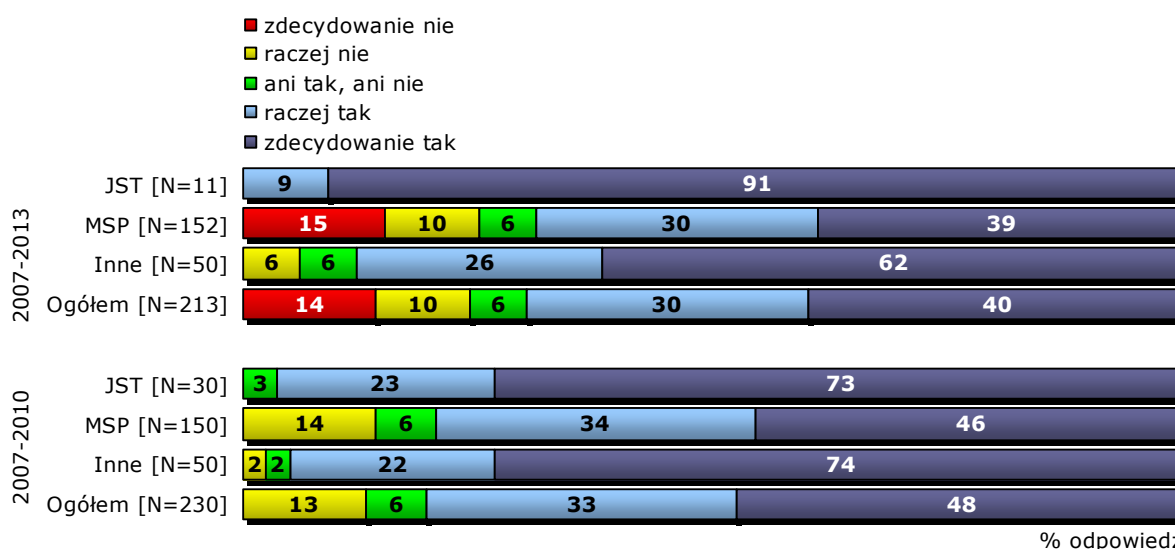
Wykres 30: Czy Państwa instytucja kiedykolwiek ubiegała się o dofinansowanie z funduszy Unii Europejskiej?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Zainteresowanie dowiadywaniem się w kolejnych latach o prowadzeniu w województwie śląskim przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych wyraziła zdecydowana większość (70%³⁶) potencjalnych beneficjentów: przedstawiciele wszystkich (100%) JST, siedmiu na dziesięć (69%) MSP oraz dziewięciu na dziesięć (88%) innych instytucji. W porównaniu z poprzednią edycją badania zainteresowanie przedstawionym tematem we wszystkich grupach potencjalnych beneficjentów nieco wzrosło.

Wykres 31: Czy chciał(a) by P., żeby w przyszłości docierały do Państwa informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim?

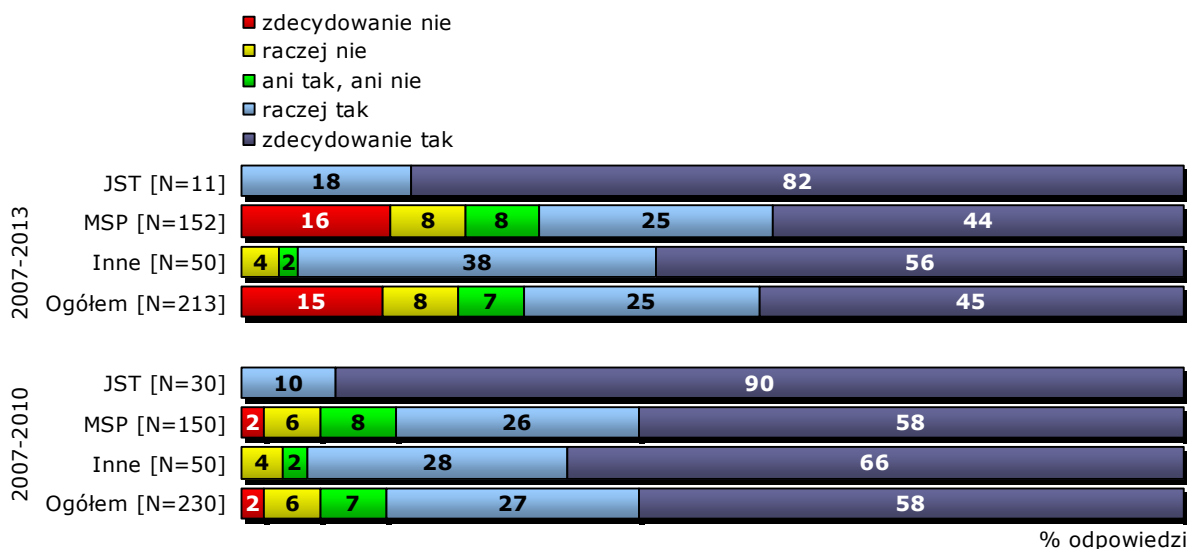


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

³⁶ Suma odsetków odpowiedzi „raczej tak” i „zdecydowanie tak”.

Siedmiu na dziesięciu (70%) potencjalnych beneficjentów jest zainteresowanych informacjami na temat możliwości uzyskania finansowania z funduszy unijnych. Łączny odsetek „raczej” lub „zdecydowanie” zainteresowanych wynosi od 69% w sektorze MSP, poprzez 96% wśród „innych instytucji” aż do 100% w przypadku JST.

Wykres 32: Czy chciał(a) by P., żeby w przyszłości docierały do Państwa informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z funduszy Unii Europejskiej przez Państwa instytucję?

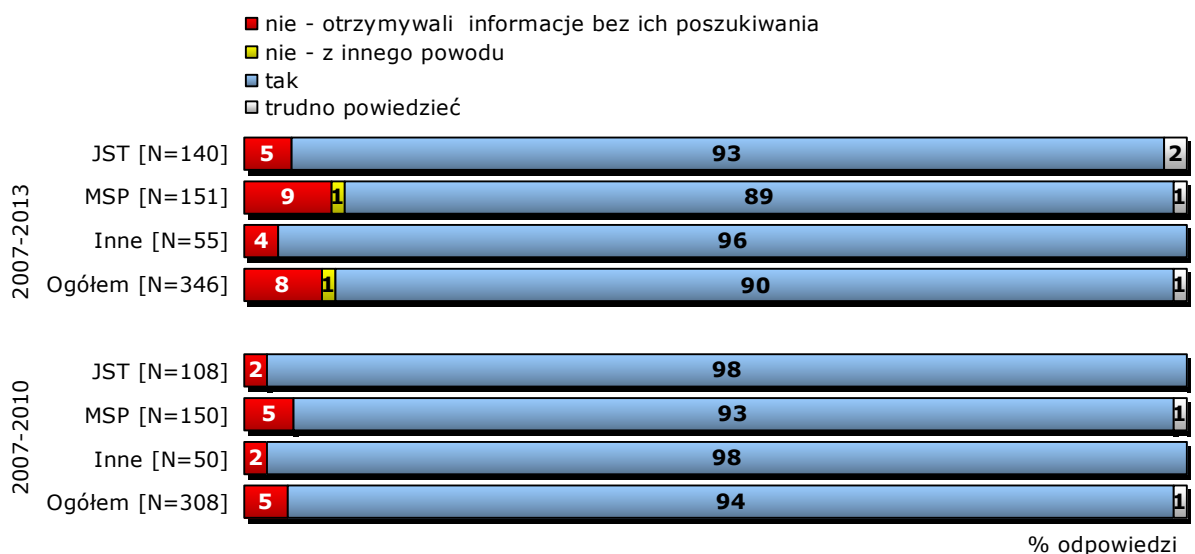


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

2.2.3.3 Beneficjenci: zainteresowanie i potencjał organizacyjny

O ile zainteresowanie możliwościami uzyskania dofinansowania z funduszy unijnych przejawiane przez potencjalnych beneficjentów było zróżnicowane, o tyle beneficjenci – niezależnie od typu podmiotu – wykazywali dużą aktywność w zdobywaniu wiedzy z tego zakresu. Dziewięciu na dziesięciu (90%) poszukiwało informacji, a prawie wszyscy pozostali nie robili tego tylko dlatego, że takie informacje i tak do nich docierały.

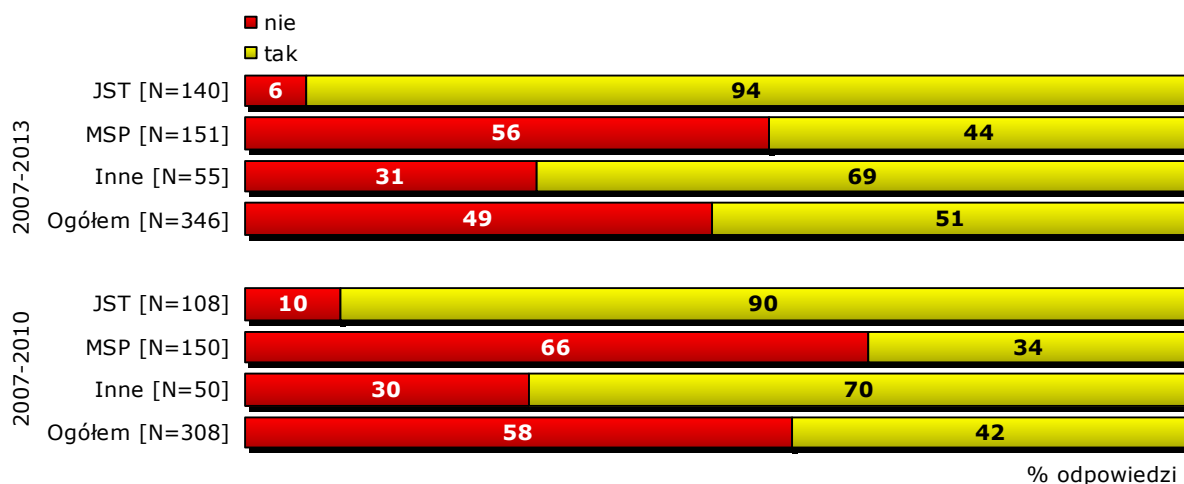
Wykres 33: Czy w latach 2007-2013 / 2007-2010 co najmniej raz specjalnie poszukiwali Państwo informacji na temat możliwości uzyskania przez P. instytucję finansowania z funduszy Unii Europejskiej?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Podobnie jak w przypadku potencjalnych beneficjentów, również wśród beneficjentów JST wyróżniają się najczęstszym zatrudnianiem pracowników oddelegowanych do pozyskiwania informacji na temat możliwości pozyskiwania środków unijnych. Co najmniej jedną taką osobę zatrudnia ponad dziewięć na dziesięć (94%) spośród JST, które uzyskały wsparcie w ramach RPO WSL 2007-2013, przeszło dwie piąte MSP (44%) i w przybliżeniu siedem na dziesięć (69%) innych instytucji.

Wykres 34: Czy w Państwa instytucji pracuje co najmniej jedna osoba, do której obowiązków należy pozyskiwanie informacji na temat możliwości uzyskiwania środków z funduszy Unii Europejskiej?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Na bezpośredni związek pomiędzy zasobami kadrowymi zaangażowanymi w pozyskiwanie informacji o funduszach unijnych a poziomem poinformowania zwrócił uwagę przedstawiciel firmy doradczej:

B: - A jak państwo oceniają w ogóle wiedzę o możliwościach ubiegania się o środki z RPO (...)?

R: - Jest bardzo różnie. Mamy klientów, którzy są bardzo świadomi, wiedzą i mówią konkretnie, mają już nawet dla nas materiał przygotowany, na przykład pozyskany ze strony internetowej. (...) Wielu naszych klientów jest bardzo dobrze zorientowanych i są na bieżąco. Natomiast (...) na przykład w małych gminach, w urzędzie gminy osoba, która zajmuje się funduszami unijnymi, jest jeszcze specjalistą do spraw zamówień publicznych i jeszcze czegoś, bardzo niewielki czas poświęca na tę działkę związaną z funduszami unijnymi. Często nie jest na bieżąco z informacjami, które są dostępne w Internecie, czy w innej formie. A w miastach (...) na przykład jest wydział, czy referat, i trzy osoby się tylko tym zajmują. Więc nie dość, że są na bieżąco ze szkoleniami, to jeszcze między sobą dyskutują i wszystko tak naprawdę na bieżąco wiedzą. [IDI z pracownikiem firmy doradczej]

Podobne opinie wyrażali podczas wywiadów jakościowych pracownicy UMWSL:

B: - Czy jeszcze są jakieś okoliczności, które sprawiają, że gminy przodują jeżeli chodzi o jakość tych wniosków?

R: - Myślę, że to zależy od polityki samego beneficjenta. Jeżeli w gminie istnieje jakiś referat, który zajmuje się inwestycjami, jeżeli gmina zainwestowała w jakieś 2-3 osoby, w kadre, nauczyła ich, wysłała na różne szkolenia i te osoby mają w zakresie swoich obowiązków aplikowanie, a potem rozliczanie [projektów], to dla nich to jest jakby chleb powszedni (...). Natomiast jeżeli w jakiejś innej instytucji dane osoby robią wniosek (...) w odpowiedzi na dany konkurs i mają na to niewiele czasu, nie należy to do ich obowiązków, no to one nie zrobią tego wniosku dobrze. Wydaje mi się, że to właśnie zależy od tego, jak dana instytucja poukładała sobie w swojej organizacji, czy przydzieliła komórkę do takich spraw,

czy też jej nie wydzieliła, czy te osoby są osobami przypadkowymi, czy one zajmowały się projektami. Myślę, że tutaj jest ten główny klucz do tego jak te wnioski potem wyglądają. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym bezpośrednio za wdrażanie RPO WSL]

W przypadku JST korzystanie z informacji na temat Programu może ułatwiać ponadto nawyk działania według formalnych procedur:

- *Samorządom najłatwiej z nami [się komunikować], takie mam wrażenie, bo to są urzędy, (...) urzędnik do urzędnika, to jest pewna specyfika. (...) Urzędnik funkcjonuje zgodnie z pewnymi standardami przyjętymi w administracji. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym bezpośrednio za wdrażanie RPO WSL]*

Potencjałem jest również doświadczenie w zakresie ubiegania się o środki unijne:

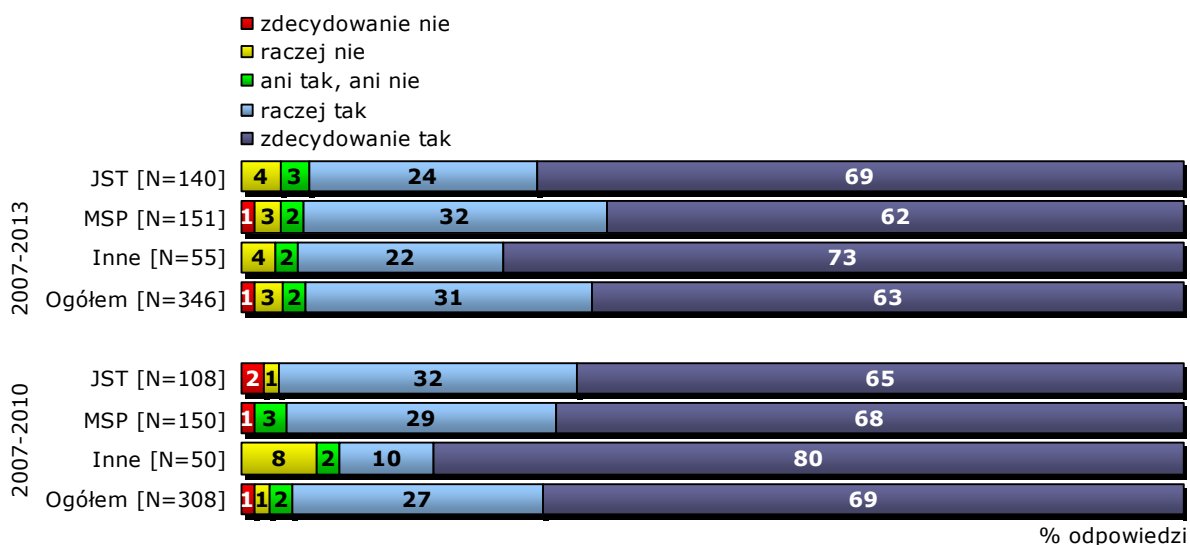
- *Samorzady były tym środowiskiem, które w latach 2004-2006 i również przed akcesją Polski już korzystały ze środków unijnych, już pisały projekty... oczywiście one się rozwijają, no bo samorząd to też ludzie, dzisiaj to jest pani Kasia, a za dwa lata przychodzi nowa pani Zosia, ale ma się od kogo nauczyć, (...) są też dokumenty, do których mogą sięgnąć z lat poprzednich, więc też mogą się poprzez to wyedukować. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym bezpośrednio za wdrażanie RPO WSL]*

Z kolei przedstawiciel instytucji będącej partnerem społecznym zwracał uwagę na trudności w dotarciu z informacjami na temat RPO WSL 2007-2013 do najmniejszych firm, dysponujących niewielkimi zasobami kadrowymi:

- *Mam pewną taką dużą wątpliwość jak to jest z takim zejściem do firm małych, które nie mają potencjału, ludzi, którzy siedzą i śledzą co się dzieje powiedzmy sobie na stronach internetowych. No to tu może być pewien problem, ale nie widzę też takiego łatwego rozwiązania jak to poprawić. [IDI z przedstawicielem partnera społecznego]*

Wśród beneficjentów tylko bardzo niewielki odsetek (w zależności od typu instytucji: 6% lub 7%) nie jest zainteresowany otrzymywaniem w przyszłości informacji na temat prowadzenia w województwie śląskim przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych. W zależności od rodzaju podmiotu, od ponad trzech piątych (62% MSP) do blisko trzech czwartych (73% „innych instytucji”) zdecydowanie chce uzyskiwać takie informacje (spośród JST: 69%).

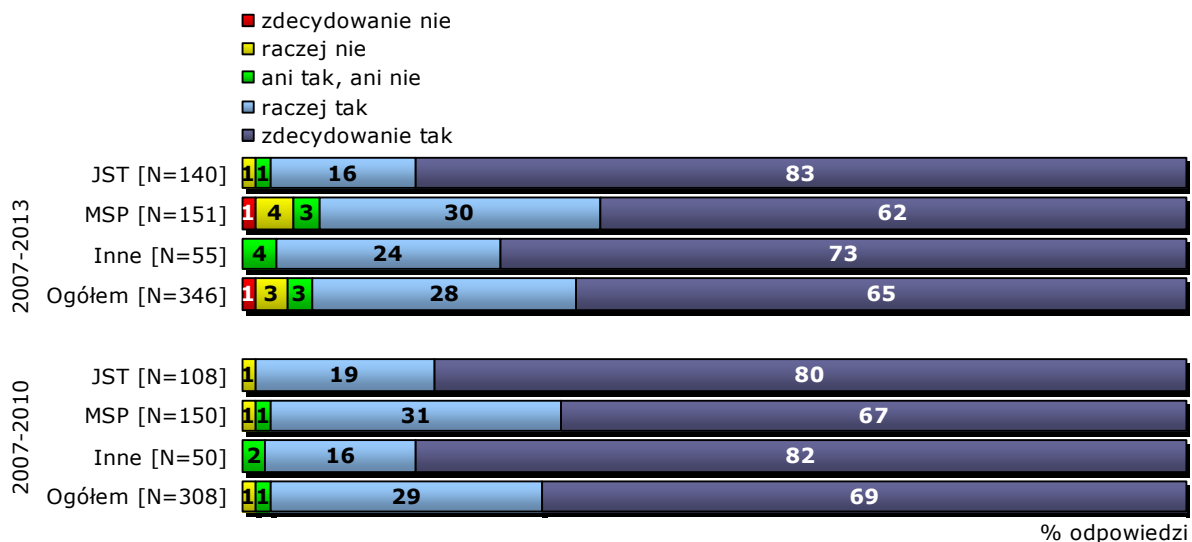
Wykres 35: Czy chciał(a) by P., żeby w przyszłości docierały do Państwa informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Podobnie powszechne (a w przypadku JST nawet bardziej intensywne) okazało się wśród beneficjentów RPO WSL 2007-2013 zainteresowanie konkretnymi informacjami na temat możliwości uzyskiwania dalszego wsparcia z funduszy unijnych. Blisko dwie trzecie (65%) beneficjentów zdecydowanie życzy sobie otrzymywać takie informacje, a ponad jedna czwarta (28%) raczej by tego chciała.

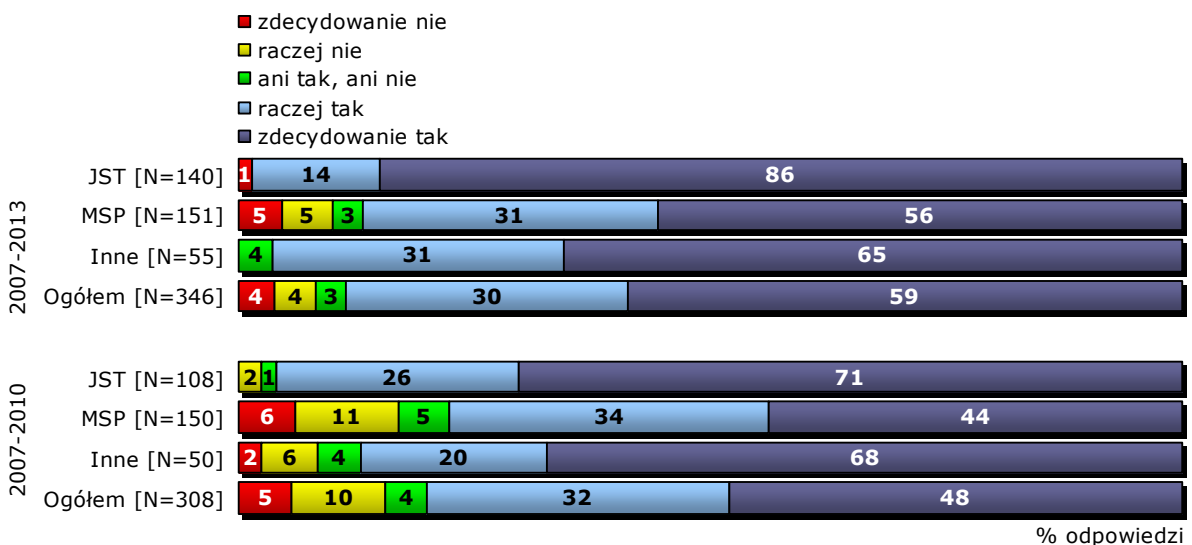
Wykres 36: Czy chciał(a) by P., żeby w przyszłości docierały do Państwa informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z funduszy Unii Europejskiej przez Państwa instytucję?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Zbliżony okazał się również poziom zainteresowania beneficjentów Programu informacjami na temat prawidłowej realizacji i rozliczania projektów. Prawie trzecie (59%) beneficjentów zdecydowanie zależy na otrzymywaniu informacji na ten temat, a w przybliżeniu dwukrotnie mniej liczna grupa (30%) raczej chciałaby zaliczać się do grona ich odbiorców. Beneficjenci z sektora JST wyróżniają się – podobnie jak w poprzedniej edycji badania – najwyższym odsetkiem (86%) respondentów zdecydowanie zainteresowanych otrzymywaniem informacji na temat prawidłowej realizacji i rozliczania projektów.

Wykres 37: Czy chciał(a) by P., żeby w przyszłości docierały do Państwa informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczania projektów finansowanych z funduszy Unii Europejskiej?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

2.3 Użyteczność działań informacyjnych i promocyjnych

Najważniejsze wnioski³⁷

- **2.1³⁸, 2.3:** O wysokiej użyteczności, jaką dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów miały działania informacyjne dotyczące RPO WSL 2007-2013 prowadzone przez UMWSL oraz ŚCP świadczą wysokie oceny, jakie wystawili tym instytucjom. Od beneficjentów w sześciostopniowej (szkolnej) skali ocen UMWSL uzyskał średnią ocenę 4,7, a ŚCP aż 5,1.

Zarówno wśród potencjalnych beneficjentów, którzy uzyskali (z jakiegokolwiek źródła) informacje na temat RPO WSL 2007-2013, jak i wśród beneficjentów, blisko dziewięciu na dziesięciu (po 88%) oceniło je jako bezbłędne.

Ponad cztery piąte (81%) spośród potencjalnych beneficjentów powiadomionych o możliwości uzyskania finansowania z RPO WSL 2007-2013 uznało informacje na ten temat oraz informacje potrzebne do złożenia wniosku o dofinansowanie za przeważnie lub zawsze zrozumiałe. Wśród beneficjentów analogiczny odsetek osiągnął trzy piąte (60%)³⁹, przy czym różnił się w zależności od rodzaju instytucji: wyniósł od ponad połowy wśród MSP (55%) do ponad czterech piątych (85%) wśród JST. Podobny rozkład odpowiedzi uzyskano w przypadku pytania dotyczącego zrozumiałości informacji potrzebnych do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu: były przeważnie lub zawsze zrozumiałe dla około trzech piątych beneficjentów (61%), w tym dla dokładnie trzech piątych (60%) MSP i prawie czterech piątych (78%) JST. Biorąc pod uwagę ograniczone doświadczenie przedsiębiorstw w korzystaniu z funduszy unijnych oraz fakt, że realizując pojedyncze projekty często nie angażują się w dogłębne poznawanie Programu, poziom zrozumiałości informacji na temat RPO WSL 2007-2013 przekazywanych potencjalnym beneficjentom i beneficjentom można uznać za zadowalający (choć nie optymalny).

Problem stanowi natomiast zbyt niski poziom poinformowania o RPO WSL 2007-2013 przedsiębiorstw. Dotyczy to przede wszystkim potencjalnych beneficjentów z sektora MSP. Do ponad czterech piątych (83%) podmiotów z tej grupy nie dotarły informacje o możliwości ubiegania się o środki, a tylko co dziesiąty (10%) uznał informacje na ten temat za (raczej) łatwo dostępne. Biorąc pod uwagę, że w okresie 2007-2013 około połowa (49%) potencjalnych beneficjentów z sektora MSP poszukiwała informacji na temat możliwości uzyskania finansowania z funduszy unijnych, zapotrzebowanie tego typu podmiotów na informacje należy uznać za zaspokojone w niewielkim stopniu.

Spośród beneficjentów z sektora MSP informacje na temat RPO WSL 2007-2013 uznała za przeważnie lub zawsze dostępne około połowa podmiotów (55% w przypadku informacji na temat możliwości uzyskania finansowania oraz 50% w przypadku informacji potrzebnych do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu). Dla JST oraz innych instytucji spoza sektora MSP informacje na temat RPO WSL 2007-2013 były wystarczająco dostępne. Informacje dotyczące możliwości uzyskania środków, a także informacje potrzebne do prawidłowej

³⁷ Użyteczność działań informacyjnych i promocyjnych rozumiemy jako stopień, w jakim zaspokoiliły potrzeby grup docelowych. Ten obszar badawczy obejmuje kwestię jakości informacji oraz ich dostępności.

³⁸ Ocenę poszczególnych źródeł informacji, z perspektywy spełniania oczekiwań grup docelowych, a także sugestie dotyczące sposobów zwiększenia skuteczności tych działań, przedstawiono w rozdziale 2.4.5 „Skuteczność poszczególnych narzędzi”.

³⁹ Poziom niższy, niż wśród potencjalnych beneficjentów, wynika prawdopodobnie z bliższego zapoznania się z informacjami na temat możliwości otrzymania środków.

realizacji i rozliczenia projektu, zostały uznane za (raczej lub bardzo) łatwo dostępne przez co najmniej cztery piąte przedstawicieli tych grup.

Przydatnym sposobem zwiększenia dostępności szkoleń dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów byłoby rozszerzenie oferty o szkolenia dostępne przez Internet⁴⁰.

Ponieważ znacznej części mieszkańców regionu nie zależy na otrzymywaniu informacji o przedsięwzięciach finansowanych z funduszy unijnych, w przypadku tej grupy docelowej trudno określić poziom „zaspokojenia oczekiwań”. Spośród mieszkańców, do których dotarły takie informacje, blisko dwie piąte (39%) stwierdziło jednak, że dzięki nim bardziej zainteresowali się przedsięwzięciami finansowanymi z funduszy unijnych w województwie śląskim. Wynik ten można uznać za umiarkowanie pozytywny. Po około trzy czwarte mieszkańców uznało uzyskane informacje za sformułowane (przeważnie lub zawsze) przystępnym językiem (76%) i za (przeważnie lub zawsze) wiarygodne (74%). Pod tym względem stopień dostosowania informacji do potrzeb mieszkańców regionu był wysoki.

- **2.2:** Skuteczne przekazanie wiedzy potrzebnej do skutecznego aplikowania o środki z RPO WSL 2007-2013 lub do prawidłowego realizowania i rozliczania projektów wydaje się niemożliwe w przypadku braku zainteresowania ze strony odbiorców.

Uzasadnione jest natomiast dążenie do informowania ogółu społeczeństwa. Grupą docelową, która w badaniu przeprowadzonym w 2010 roku wykazywała stosunkowo niski poziom wiedzy o funduszach unijnych, w odniesieniu do której skutecznie zintensyfikowano działania promocyjne, była młodzież.

Obecnie grupami, do których informacje dotarły w mniejszym stopniu, niż do pozostałych, są mieszkańcy regionu w wieku 50+ oraz osoby niekorzystające z płatnej prasy ani z płatnych treści internetowych portali informacyjnych. Należy dążyć do uwzględniania tych grup przy doborze mediów wykorzystywanych do promowania Programu. W tym celu przydatne wydaje się zwłaszcza korzystanie w realizowanych kampaniach z bezpłatnej prasy oraz radia.

W celu skłonienia mieszkańców do bliższego zainteresowania się tematyką funduszy unijnych istotne jest również odpowiednie kształtowanie treści przekazu promocyjnego. Szczególnie skuteczne jest prezentowanie dofinansowanych przedsięwzięć pod względem możliwości korzystania z nich przez adresatów komunikatu. Taki przekaz ma szansę zaspokoić faktyczne potrzeby odbiorców i okazać się dla nich użyteczny⁴¹.

2.3.1 Użyteczność informacji dla mieszkańców

Zgodnie z wynikami badań ankietowych prezentowanymi we wcześniejszej części raportu⁴² zdecydowana większość (78%) mieszkańców województwa śląskiego nie poszukiwała samodzielnie informacji na temat przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych, a blisko połowie (48%) nie zależy na otrzymywaniu takich informacji. Dlatego trudno rozpatrywać użyteczność informacji kierowanych do ogółu mieszkańców regionu z perspektywy zaspokajania potrzeb tej grupy docelowej.

⁴⁰ Rekomendację dotyczącą tej kwestii sformułowano w rozdziale 2.4 „Skuteczność działań informacyjnych i promocyjnych”.

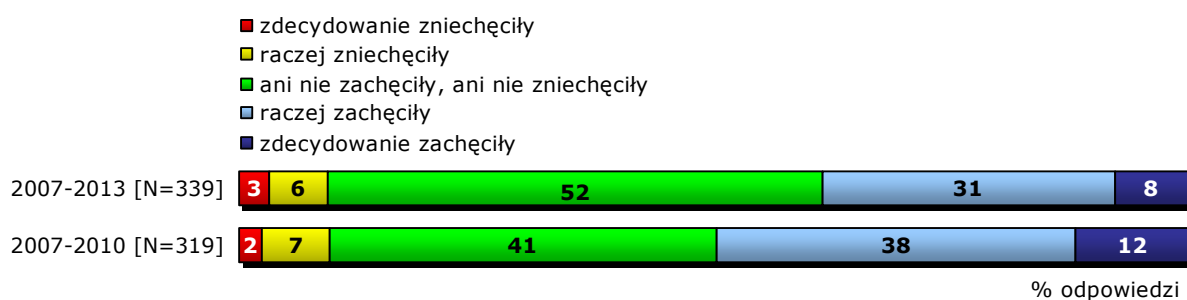
⁴¹ Zagadnienie to omówiono w rozdziałach 2.4.5.4 „Program 'Słownik polsko-europejski'” oraz 2.4.6 „Współpraca z mediami”.

⁴² Porównaj: rozdział 2.2.3.1 „Mieszkańcy: zainteresowanie i korzystanie z płatnych mediów”.

Spośród mieszkańców województwa śląskiego świadomych, że w zamieszkiwanym przez nich regionie są prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy unijnych, blisko dwie piąte (39%⁴³) otrzymało informacje użyteczne w tym sensie, że zachęciły ich do bliższego zainteresowania się tematem. W porównaniu z badaniem przeprowadzonym w 2010 roku odsetek takich osób zmniejszył się o 11 punktów procentowych. Większej grupy respondentów – w przybliżeniu co drugiego (52%) – takie informacje ani nie zachęciły, ani nie zniechęciły do poznawania tematyki funduszy unijnych. Natomiast na mniej niż co dziesiątego (9%⁴⁴) oddziaływały zniechęcająco.

Wzrost zainteresowania tematem funduszy unijnych ze strony mieszkańców regionu stanowił jeden z efektów działań informacyjnych i promocyjnych przewidzianych w *Planie Komunikacji RPO WSL na lata 2007-2013*⁴⁵.

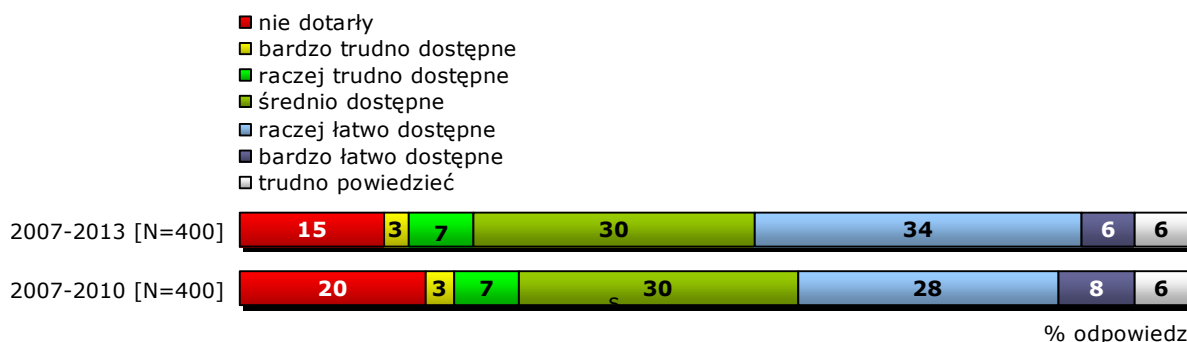
Wykres 38: Czy informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim zachęciły lub zniechęciły P. do bliższego zainteresowania się tym tematem?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Dla dwóch piątych (40%⁴⁶) mieszkańców informacje o prowadzeniu w województwie śląskim przedsięwzięć współfinansowanych przez Unię Europejską były „raczej” lub „zdecydowanie” dostępne, a niespełna co trzeci (30%) uznał je za średnio dostępne.

Wykres 39: Czy informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim były dla P.:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

⁴³ Suma odsetków odpowiedzi „raczej zachęciły” i „zdecydowanie zachęciły”.

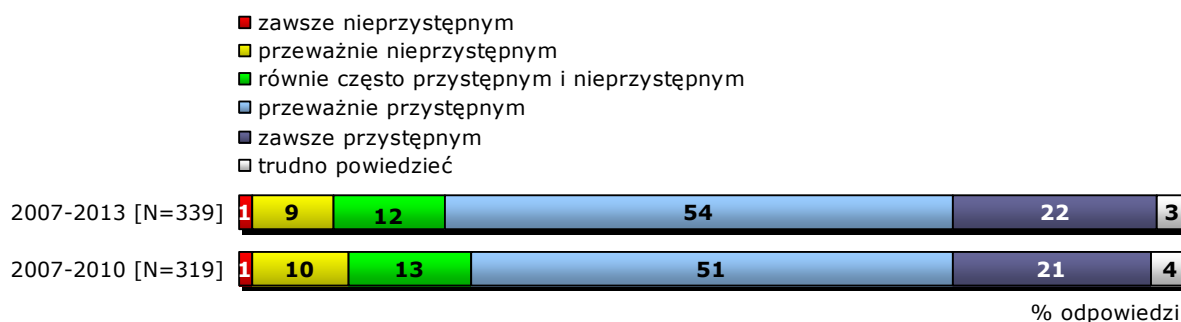
⁴⁴ Suma odsetków odpowiedzi „raczej zniechęciły” i „zdecydowanie zniechęciły”.

⁴⁵ W *Planie Komunikacji RPO WSL na lata 2007-2013* wśród rezultatów działań skierowanych do grupy docelowej określonej jako „ogół mieszkańców regionu” założono „Wzrost zainteresowania funduszami europejskimi oraz RPO WSL”, a także „Wzrost zainteresowania szczegółami RPO WSL” (s. 24).

⁴⁶ Suma odsetków odpowiedzi „raczej dostępne” i „zdecydowanie dostępne”.

Przeszło trzy czwarte (76%⁴⁷) odbiorców informacji nie miało – zazwyczaj lub nigdy – trudności z ich zrozumieniem. Ponad jedna dziesiąta (12%) spotykała się równie często z informacjami przedstawionymi przystępnym, co nieprzystępnym językiem, a dokładnie do co dziesiątego (10%) docierały przeważnie lub zawsze informacje sformułowane w sposób trudny do zrozumienia. Sytuacja pod tym względem nieomal nie uległa zmianie od 2010 roku⁴⁸.

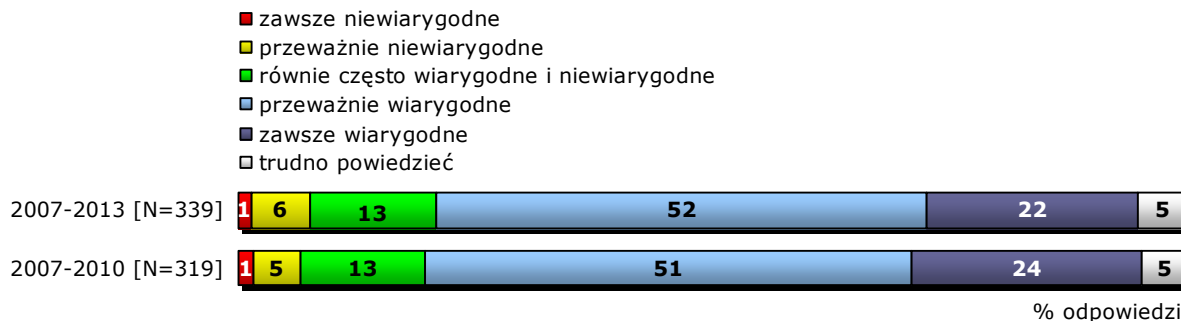
Wykres 40: Czy informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim, z którymi się P. spotkał(a), były sformułowane przystępnym dla P. językiem?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Podobnie jak w badaniu z 2010 roku, około trzy czwarte (74%⁴⁹) spośród mieszkańców świadomych, że w regionie są realizowane przedsięwzięcia wspierane ze środków Unii Europejskiej, oceniła napotkane informacje na ten temat jako przeważnie lub zawsze wiarygodne. Opinie przeciwnie były przeszło dziesięciokrotnie mniej powszechne (7%⁵⁰).

Wykres 41: Czy informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim, z którymi się P. spotkał(a), były P. zdaniem:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

⁴⁷ Suma odsetków odpowiedzi „przeważnie przystępnym” i „zawsze przystępnym”.

⁴⁸ Przedstawione w rozdziałach 2.3.1 „Użyteczność informacji dla mieszkańców”, 2.3.2 „Użyteczność informacji dla potencjalnych beneficjentów” oraz 2.3.3 „Użyteczność informacji dla beneficjentów” wyniki dotyczące poziomu zrozumiałości informacji dla poszczególnych grup docelowych (s. 58, 60, 63-64) stanowią uzupełnienie informacji przedstawionych w rozdziale 2.4.5.5 „Przezwytyczanie problemu niezrozumiałości terminów”.

⁴⁹ Suma odsetków odpowiedzi „przeważnie niewiarygodne” i „zawsze niewiarygodne”.

⁵⁰ Suma odsetków odpowiedzi „przeważnie niewiarygodne” i „zawsze niewiarygodne”.

Najczęstszymi powodami uznawania informacji za niewiarygodne były:

- trudności z ich zrozumieniem:

Czasami informacje są zawile.

Dlatego, że nie rozumiałem o co chodziło.

Nie zawsze rozumiałam. Byłam za mało zainteresowana żeby się wgłębiać w temat i tym samym nie rozumiałam do końca. [Badanie CATI z mieszkańcami]

- przypadki niezrealizowanie planów dotyczących inwestycji, które miały zostać sfinansowane z funduszy unijnych:

Bo na przykład coś zostało zaczęte a nie skończone.

Były przereklamowane. Wiele rzeczy nie zostało zrobione. Na przykład zamek w [nazwa miejscowości] się sypie. Mury miały być odnawiane.

Dużo obiecują a mało robią.

Miała być kolejka do [nazwa miejscowości]. Były przygotowania, kolejki nadal brak. Przeszedł ktoś nowy i wszystko upadło, a pieniądze przydadzą się w centralnej Polsce. [Badanie CATI z mieszkańcami]

- ogólny brak zaufania wobec przekazów kierowanych do opinii publicznej:

Nie wierzyłam, że te środki są zawsze przekazywane tak jak podają media.

Nie zawsze ufam takim instytucjom.

Nigdy na 100 procent nie podchodzę wiarygodnie do informacji, zostawiam sobie margines braku zaufania.

Wynika to z ogólnej nieufności do mediów. Trzeba być ostrożnym, ja mam ograniczoną ufność. [Badanie CATI z mieszkańcami]

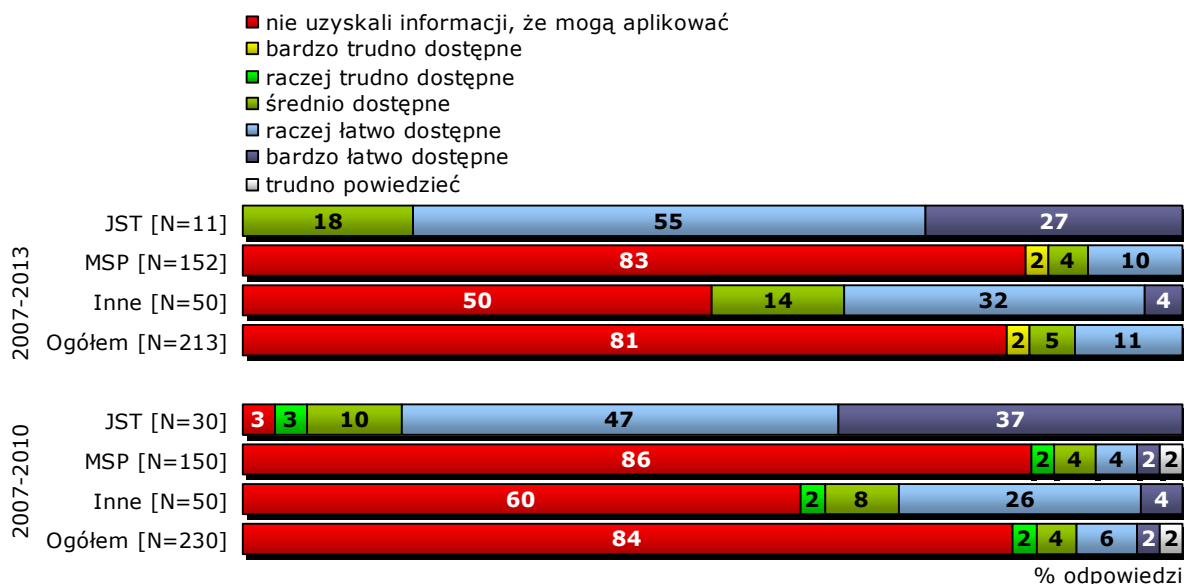
2.3.2 Użyteczność informacji dla potencjalnych beneficjentów

Wstępnym warunkiem użyteczności informacji jest ich dostępność. Ocena dostępności informacji o możliwości aplikowania o dofinansowanie w ramach RPO WSL znacząco różniła się w zależności od rodzaju instytucji – podobnie jak w poprzednim badaniu. Zdaniem ponad czterech piątych JST informacja o możliwości uzyskania wsparcia finansowego była bardzo łatwo lub raczej łatwo dostępna (82%). Z kolei w przypadku MSP proporcje były odwrotne: informacje o możliwości aplikowania nie dotarły do ponad czterech piątych (83%), a jedynie co dziesiąty (10%) respondent uznał taką informację za (raczej) łatwo dostępną. Prawdopodobnie na znaczną różnicę pomiędzy MSP a JST wpływa potencjał obu rodzajów instytucji w zakresie korzystania ze środków unijnych⁵¹. Spośród podmiotów innego rodzaju połowa (50%) nie wiedziała o możliwości uzyskania dofinansowania w ramach Programu, natomiast przeszło jedna trzecia (36%) otrzymała informację na ten temat i uznała ją za bardzo łatwo albo raczej łatwo dostępną. Pod względem dostępności informacji o możliwości ubiegania się o finansowanie z RPO WSL 2007-2013 sytuacja nie zmieniła się zasadniczo od 2010 roku.

⁵¹ Porównaj rozdział 2.2.3.2: „Potencjalni beneficjenci: zainteresowanie i potencjał organizacyjny”.

Wykres 42: Dostępność informacji o RPO WSL

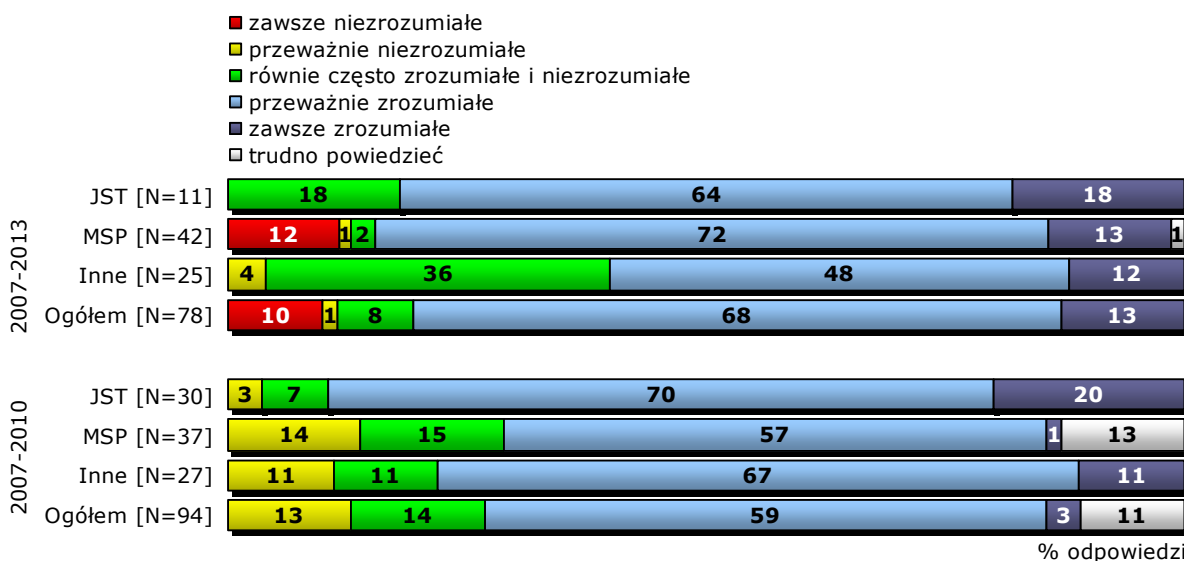
Na podstawie pytań Czy według P. wiedzy instytucje takie jak P. instytucja, czyli [typ instytucji reprezentowanej przez respondenta] mogły ubiegać się o finansowanie w ramach RPO Województwa Śląskiego? oraz Czy informacje na temat możliwości ubiegania się przez P. instytucję o finansowanie w ramach RPO Województwa Śląskiego były dla P. (dostępne):



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Przedstawiciele instytucji uprawnionych do ubiegania się o wsparcie z RPO WSL 2007-2013, do których dotarły informacje o możliwości aplikowania, przeważnie uważają je za zrozumiałe. Odsetek respondentów, zdaniem których były zawsze lub przeważnie zrozumiałe, wynosi od trzech piątych (60%) wśród „innych instytucji” do ponad czterech piątych wśród JST oraz MSP (odpowiednio: 82% i 85%).

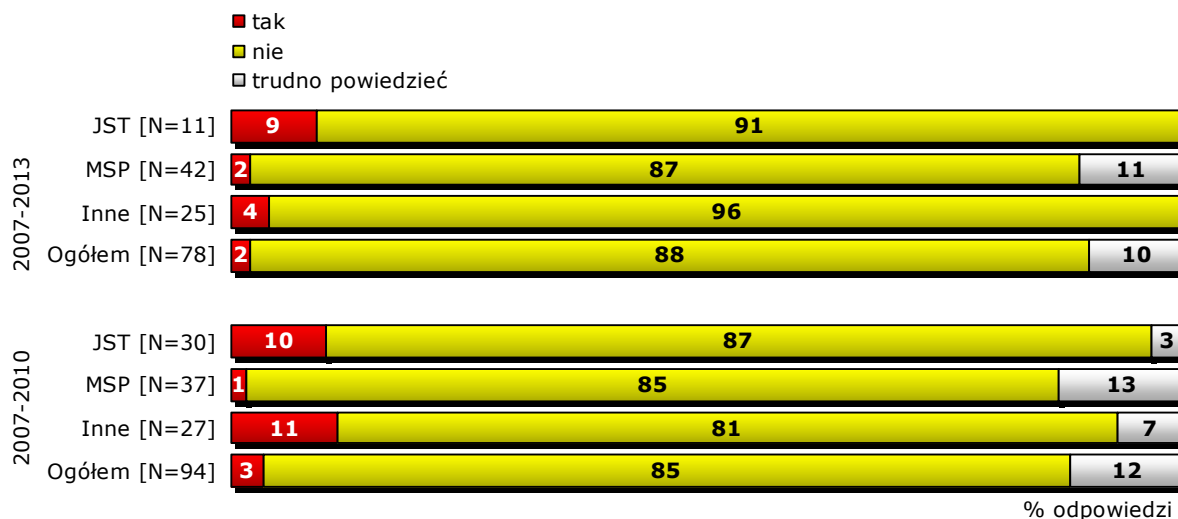
Wykres 43: Czy informacje na temat możliwości ubiegania się przez P. instytucję o finansowanie w ramach RPO Województwa Śląskiego, z którymi się P. zetknął (zetsknęła) były dla P.:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Przypadki otrzymania (z jakiegokolwiek źródła) przez potencjalnych beneficjentów RPO WSL 2007-2013 błędnych informacji na temat tego programu występowały stosunkowo rzadko. W przybliżeniu dziewięciu na dziesięciu odbiorców informacji (88%) nie stwierdziło występowania w nich jakichkolwiek błędów. Pod tym względem wyniki były zbliżone niezależnie od typu instytucji i od edycji badania, w której brała udział.

Wykres 44: Czy zetknął się P. z informacjami na temat możliwości ubiegania się przez P. instytucję o finansowanie w ramach RPO Województwa Śląskiego, które wprowadziły P. w błąd?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Błędne informacje, wskazane przez niektórych spośród potencjalnych beneficjentów uczestniczących w badaniu ankietowym, stosunkowo najczęściej dotyczyły możliwości uzyskania dotacji na zaplanowane przedsięwzięcie.

O generalnie wysokiej użyteczności informacji przekazywanych potencjalnym beneficjentom RPO WSL 2007-2013 świadczą wysokie oceny, jakie przyznali instytucjom, z których pochodziły. W aktualnej edycji badania zarówno UMWSL, jak i ŚCP (wraz z prowadzonymi przez te instytucje punktami informacyjnymi), jak i urzędy miast i firmy doradcze uzyskały średnią ocen przekraczającą 4,0 (w szkolnej skali od 1 do 6).

Tabela 1: Proszę ocenić działalność instytucji, które wymienię, w zakresie przekazywania Państwu informacji na temat RPO WSL. Proszę wybrać ocenę na skali od 1 – ocena niedostateczna do 6 – ocena celująca.

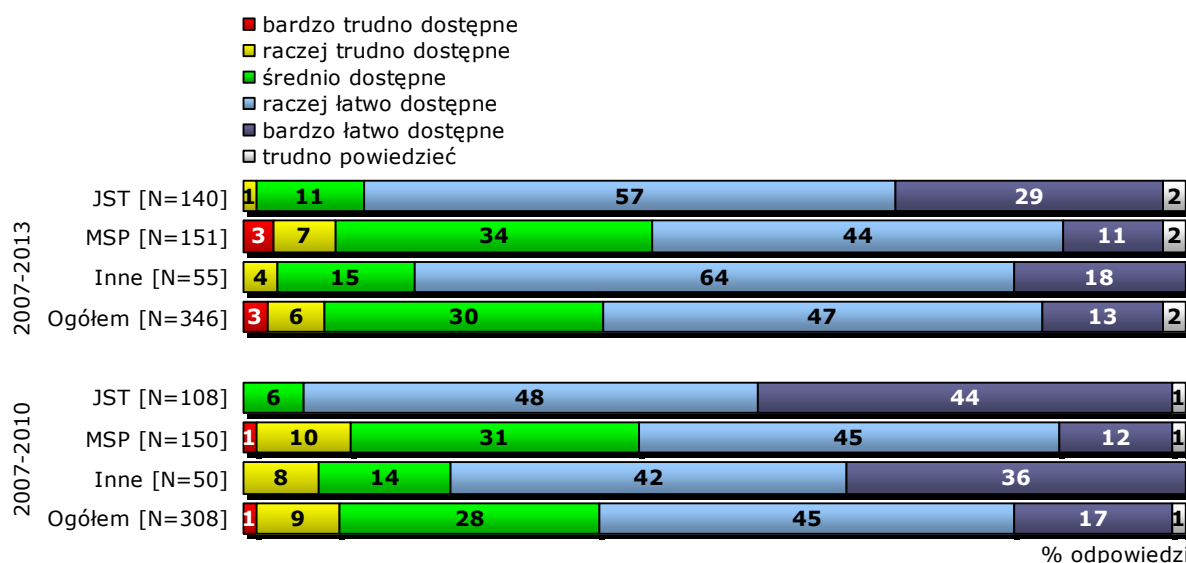
Typ instytucji	Rok	Ogółem	
		N	Średnia ocena
Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego lub działający przy nim punkt informacyjny w Katowicach	2007-2013	38	4,8
	2007-2010	58	4,6
Śląskie Centrum Przedsiębiorczości lub działający przy nim punkt informacyjny w Chorzowie	2007-2013	17	4,2
	2007-2010	32	3,7
urząd miasta lub gminy w której zlokalizowana jest P. instytucja	2007-2013	31	4,5
	2007-2010	34	4,6
firma specjalizująca się w pozyskiwaniu środków z funduszy Unii Europejskiej	2007-2013	39	4,3
	2007-2010	59	4,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

2.3.3 Użyteczność informacji dla beneficjentów

Trzy piąte (60%⁵²) beneficjentów RPO WSL 2007-2013 uznało informacje na temat możliwości uzyskania dotacji z RPO WSL 2007-2013 za łatwo dostępne. Zdaniem dwukrotnie mniej licznej grupy (30%) były one średnio dostępne. Podobnie jak w poprzedniej edycji badania, dostępność informacji ocenili najlepiej przedstawiciele JST, natomiast najgorzej – respondenci reprezentujący MSP. O ile w pierwszej grupie informacje za raczej lub bardzo łatwo dostępne uznało blisko dziewięciu na dziesięciu (86%) respondentów, o tyle w drugiej tylko nieco ponad połowa (55%).

Wykres 45: Czy informacje na temat możliwości uzyskania przez P. instytucję finansowania w ramach RPO Województwa Śląskiego były dla P.:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

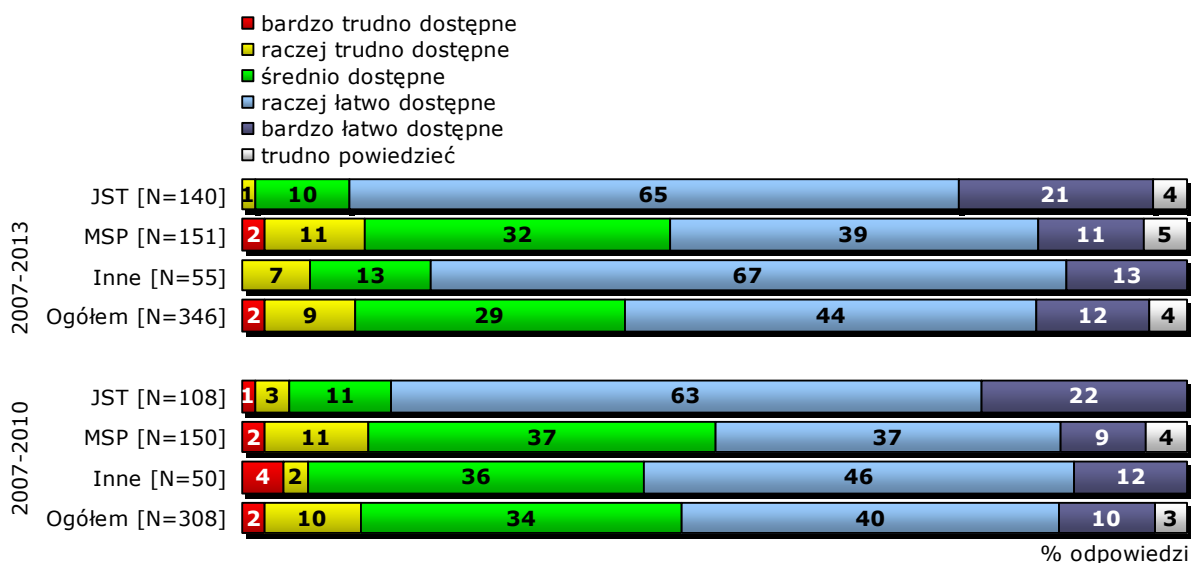
W badaniu ankietowym beneficjentów zapytano również o dostępność drugiego rodzaju potrzebnych im informacji, tj. informacji dotyczących realizacji i rozliczania projektu. Wyniki okazały się zbliżone do uzyskanych w odpowiedzi na pytanie odnoszące się do informacji na temat możliwości otrzymania wsparcia z RPO WSL 2007-2013. Nieco mniej niż trzy piąte (56%⁵³) beneficjentów uznało informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczania projektu za łatwo dostępne, a prawie trzech na dziesięciu (29%) – za średnio dostępne.

Informacje były łatwo dostępne zdaniem co drugiego (50%) beneficjenta z sektora MSP, czterech piątych (80%) beneficjentów należących do kategorii „innych instytucji” oraz blisko dziewięciu na dziesięciu (86%) przedstawiciele JST, które realizowały projekty w ramach RPO WSL 2007-2013.

⁵² Suma odsetków odpowiedzi „raczej łatwo dostępne” i „bardzo łatwo dostępne”.

⁵³ Suma odsetków odpowiedzi „raczej łatwo dostępne” i „bardzo łatwo dostępne”.

Wykres 46: Czy informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego były dla Państwa:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Przydatnym sposobem zwiększenia dostępu beneficjentów, a także potencjalnych beneficjentów, do informacji na temat RPO WSL 2007-2103 byłoby rozszerzenie oferty szkoleń o szkolenia prowadzone przez Internet. Taką formę szkoleń zaproponował przedstawiciel jednego z partnerów społecznych (instytucji będącej zarazem beneficjentem Programu) podczas wywiadu jakościowego:

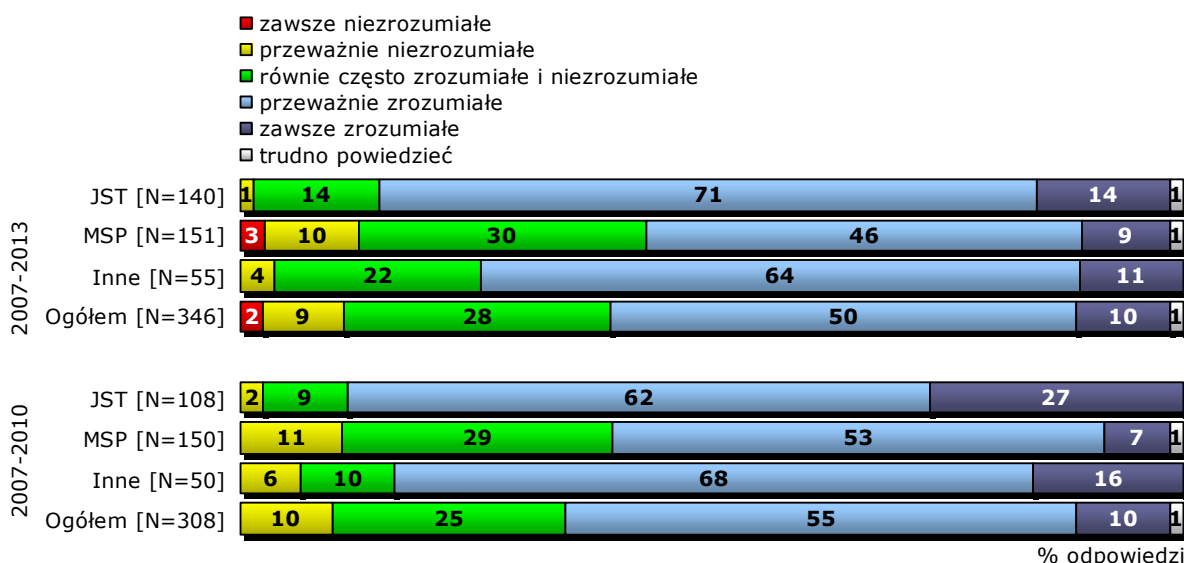
B: - To jeszcze zapytam o dostępność tych szkoleń. Czy jeśli już jest jakieś szkolenie to państwo zawsze się udawało zapisać?

R: - Czasami się może nie udać dopasować(...) gdyby ich było troszkę więcej to może byłaby zawsze możliwość trafienia na szkolenia (...). Możliwe, że można by przyjść na te szkolenia przez [Internet] (...), gdzie można się zalogować do strony, słyszy się wypowiedzi i też można zadać pytania, bo są odczytywane i jest odpowiedź. (...). [Taka forma] oszczędza też czas (...), bo można zaangażować się na godzinę, nie trzeba dojeżdżać, bo [udział w szkoleniu wymagającym dojazdu] to jest czasami cały dzień, albo pół dnia. (...) wydaje mi się, że to jest technicznie do zrobienia. (...) Jest taki czas w tej chwili, że Internet nam wchodzi w różne przestrzenie, może to też by było warto o takiej formie szkoleń pomyśleć. [IDI z partnerem społecznym]

Dla trzech piątych (60%⁵⁴) beneficjentów informacje na temat możliwości uzyskania wsparcia z RPO WSL 2007-2013, które do nich docierały, były przeważnie lub zawsze zrozumiałe (przy czym odsetek respondentów podzielających tę opinię był o 30 punktów procentowych wyższy wśród przedstawicieli JST, niż wśród przedstawicieli MSP). W przybliżeniu dwukrotnie mniej liczna grupa respondentów (28%) uznała je za równie często zrozumiałe, co niezrozumiałe.

⁵⁴ Suma odsetków odpowiedzi „przeważnie zrozumiałe” i „raczej zrozumiałe”.

Wykres 47: Czy informacje na temat możliwości uzyskania przez P. instytucję finansowania w ramach RPO Województwa Śląskiego, z którymi się P. zetknął (zetknęła) były dla P.:

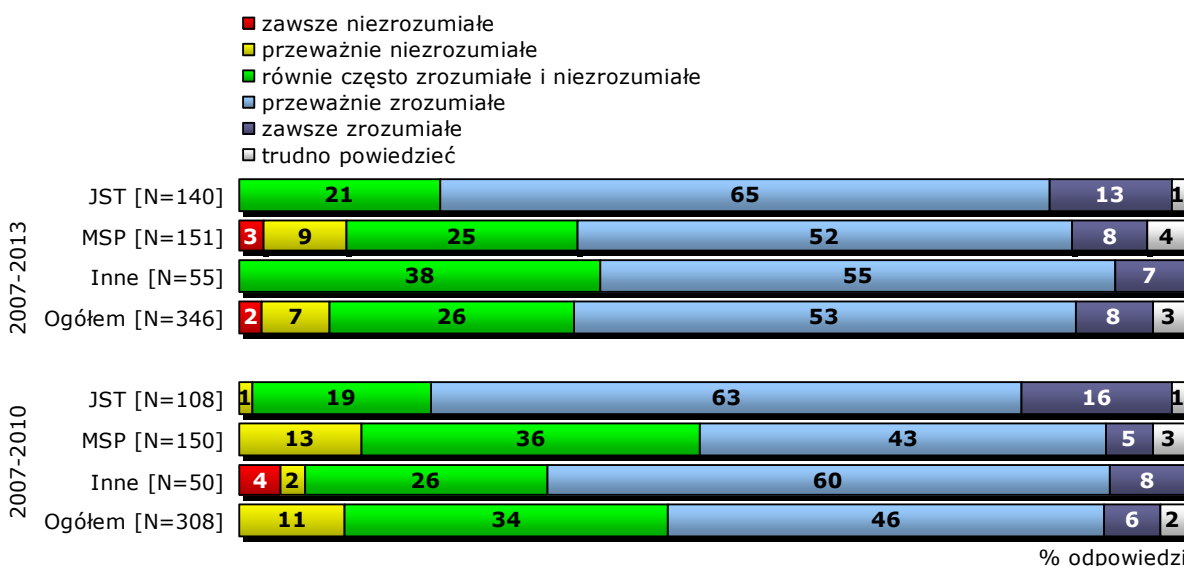


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Podobnie jak przed trzema laty uzyskiwane przez beneficjentów informacje potrzebne do prawidłowej realizacji oraz rozliczenia projektu najczęściej były dla nich zrozumiałe. Taką opinię wyraziły niemal cztery piąte (78%⁵⁵) JST oraz około trzy piąte MSP oraz innych podmiotów (odpowiednio: 60% i 62%).

Zarazem ponad jedna czwarta beneficjentów (26%), a wśród „innych instytucji” blisko dwie piąte (38%) uznało otrzymywane informacje na ten temat za równie często zrozumiałe, co niezrozumiałe.

Wykres 48: Czy informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego były dla Państwa (zrozumiałe):

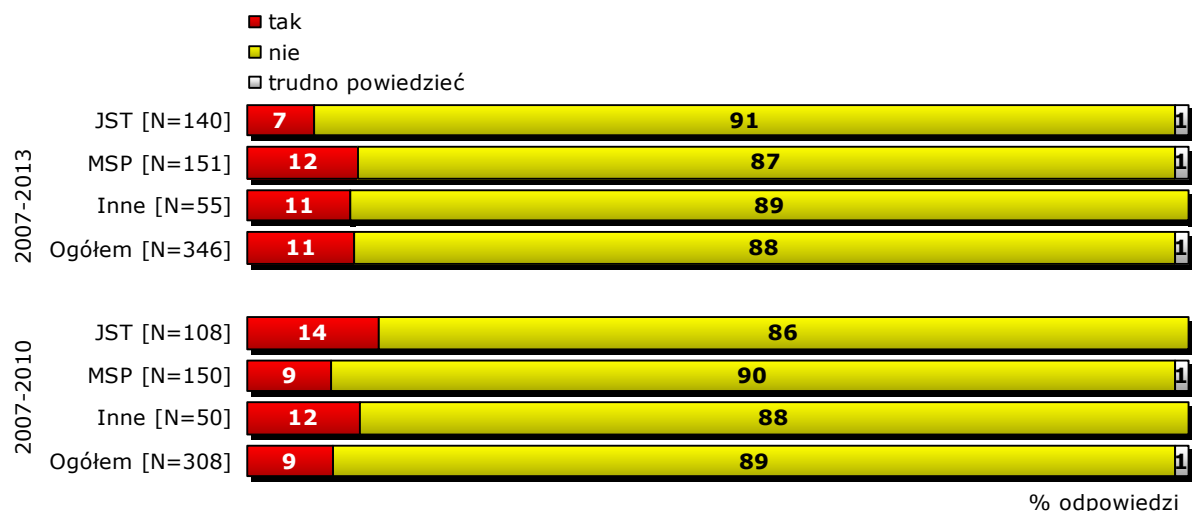


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

⁵⁵ Suma odsetków odpowiedzi „przeważnie zrozumiałe” i „zawsze zrozumiałe”.

W przybliżeniu co dziesiąty (11%) beneficjent zetknął się z informacjami na temat RPO WSL 2007-2013, które wprowadziły go w błąd. Odsetek ten był zbliżony niezależnie od typu instytucji; nie wystąpiły duże różnice pomiędzy wynikami obu edycji badania.

Wykres 49: Czy zetknął się P. z informacjami na temat RPO Województwa Śląskiego istotnymi dla Państwa instytucji, które wprowadziły P. w błąd?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Zidentyfikowane przez beneficjentów błędy dotyczyły najczęściej kwalifikowalności wydatków. Wskazywanym przez beneficjentów źródłem (nielicznym) błędnych informacji były najczęściej instytucje odpowiedzialne za wdrażanie Programu: UMWSL oraz ŚCP.

Generalnie jednak beneficjenci wysoko ocenili działalność zarówno UMWSL, jak i ŚCP w zakresie przekazywania im informacji na temat RPO WSL 2007-2013. W sześciostopniowej skali ocen UMWSL uzyskało ocenę 4,7, a ŚCP 5,1. Odpowiada to szkolnym ocenom: „bardzo dobrej z minusem” oraz „bardzo dobrej”. Ocenę „bardzo dobrą” (5,0) uzyskały również firmy doradcze. Nieco niżej oceniono działalność prowadzonych przez UMWSL lokalnych punktów informacyjnych (4,3), a także sposób informowania o Programie przez JST (średnie oceny na poziomie 3,8 – 4,2). Jednak w przypadku żadnej instytucji średnia ocen nie spadła poniżej „dobrej z minusem”.

Tabela 2: Proszę ocenić działalność instytucji, które wymienię, w zakresie przekazywania Państwu informacji na temat RPO Województwa Śląskiego. Proszę wybrać ocenę na skali od 1 – ocena niedostateczna do 6 – ocena celująca.

Instytucja	Rok	Ogółem	
		Liczebność	Średnia
Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego lub działający przy nim punkt informacyjny w Katowicach	2007-2013	225	4,7
	2007-2010	176	4,8
punkt informacyjny w Częstochowie, Bielsku-Białej lub Rybniku, prowadzony przez Urząd Marszałkowski	2007-2013	52	4,3
	2007-2010	36	5,1
Śląskie Centrum Przedsiębiorczości lub działający przy nim punkt informacyjny w Chorzowie	2007-2013	161	5,1
	2007-2010	155	4,7
firma specjalizująca się w pozyskiwaniu środków z funduszy Unii Europejskiej	2007-2013	205	5,1
	2007-2010	152	5,0
starostwo powiatu, w którym zlokalizowana jest P. instytucja	2007-2013	49	4,2
	2007-2010	30	3,7
urząd miasta lub gminy, w której zlokalizowana jest P. instytucja	2007-2013	61	3,8
	2007-2010	39	3,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

2.3.4 Kierowanie działań do mało zainteresowanych odbiorców

Zdaniem ponad dwóch piątych (43%) spośród pracowników UMWSL oraz ŚCP zajmujących się działaniami informacyjnymi lub promocyjnymi były one w wystarczającym stopniu kierowane do odbiorców mało zainteresowanych pozyskiwaniem informacji na temat Programu. W przybliżeniu trzech na dziesięciu (29%) respondentów nie umiało odpowiedzieć na to pytanie, a co piąty (21%) uważał, że takie działania wprawdzie nie były prowadzone, ale nie było to potrzebne.

Wykres 50: Czy co najmniej część działań informacyjnych i promocyjnych, w których prowadzeniu P. uczestniczył(a), była dostosowywana do specyficznych potrzeb odbiorców mało zainteresowanych pozyskiwaniem informacji? [N=14]

[Wyniki uzyskane w ramach ewaluacji obejmującej okres 2007-2013]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

W wywiadzie jakościowym pracownik IZ RPO WSL zajmujący się działaniami informacyjnymi i promocyjnymi zwrócił uwagę na brak możliwości skutecznego oddziaływania na potencjalnych beneficjentów, którzy w ogóle nie rozważają ubiegania się o fundusze unijne lub nie są w stanie spełnić warunków ich otrzymania:

Jeżeli ktoś nie będzie chciał sięgnąć po te środki, bo się boi, bo nie ma zaufania, bo nie ma środków własnych, bo nie ma pomysłu na rozwój swojej firmy, no to my go i tak nie przekonamy. Więcej, myśle, zrobić nie możemy ponad to, żeby dostarczyć mu wiedzy, dostarczyć mu informacji. Jeśli ten człowiek nie przyjdzie do nas pomimo tego, że przeczyta, że jest coś takiego jak punkt informacyjny czy jest strona, na którą może sobie wejść (...), no to jeśli on tego nie wykona, no to my nie mamy w ogóle szans, żeby w inny sposób trafić. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Również przedstawiciel organizacji należącej do kategorii partnerów gospodarczych wyraził opinię, że warunkiem przyswajania informacji o dostępnych funduszach przez przedsiębiorców jest zainteresowania z ich strony:

R: - W tej chwili ta dostępność do informacji jest na tyle szeroka, że jeżeli ktoś szuka, to znajdzie. (...)

B: - A czy myśli pan, że jest sens próbować dotrzeć z informacją do takich mało aktywnych przedsiębiorstw, takich, które same z siebie nie szukają informacji?

R: - No pewnie sens jest, natomiast co do skuteczności to jest tak, jak z samokształceniem. Jeżeli jest potrzeba samokształcenia, to można się zgłosić nawet do byle jakiej szkoły, ale jakiś pożytek z tego będzie. Natomiast jak nie ma [potrzeby] i pójdzie, jak mu się uczyć każe, to nie zawsze są pozytywne efekty. [IDI z przedstawicielem partnera gospodarczego]

Wskazane wydaje się natomiast dążenie do przekazania informacji o przedsięwzięciach finansowanych z funduszy unijnych w województwie śląskim ogółowi mieszkańców tego regionu. W 2010 roku niższym od przeciętnego poziomem poinformowania o funduszach unijnych charakteryzowała się młodzież. Działania kierowane do tej grupy w drugiej

połowie okresu 2007-2013 doprowadziły do istotnej poprawy pod tym względem⁵⁶. Obecnie grupami poinformowanymi gorzej od pozostałych są osoby w wieku 50+ oraz niekorzystające z płatnej prasy ani z płatnych treści internetowych portali informacyjnych⁵⁷. Potrzebę ukierunkowania działań promocyjnych również na te grupy należy uwzględnić podczas kolejnych kampanii. Z tego względu przydatne wydaje się włączanie do wachlarza wykorzystywanych mediów bezpłatnej prasy oraz stacji radiowych⁵⁸.

Na poziom zainteresowania opinii publicznej wiadomościami dotyczącymi funduszy unijnych wpływa również sposób ujęcia tego tematu. Z wywiadów jakościowych przeprowadzonych z mieszkańcami województwa oraz z dziennikarzami wynika, że uwagę tej grupy docelowej najbardziej przyciąga prezentacja możliwości korzystania z atrakcyjnych inwestycji⁵⁹. Takie informacje mają szansę być dla mieszkańców regionu bezpośrednio użyteczne.

2.4 Skuteczność działań informacyjnych i promocyjnych

Najważniejsze wnioski

- **1.1, 1.3:** Działania informacyjne i promocyjne, dotyczące RPO WSL 2007-2013, nie odbiegały od sformułowanych przez MRR *Wytycznych...* ani od *Planu Komunikacji*, dotyczącego tego programu.

Różnice pomiędzy zakładanym a faktycznym przebiegiem poszczególnych działań, skutkujące nieosiągnięciem zaplanowanego na dany rok poziomu wskaźników monitorowania, występowały sporadycznie. Takie przypadki dotyczyły: punktów informacyjnych (jeden z nich został uruchomiony rok później, niż planowano), liczby egzemplarzy i numerów biuletynu oraz tytułów i egzemplarzy druków i materiałów audiowizualnych (ze względu na długotrwałe procedury związane z prowadzeniem zamówień publicznych).

W ciągu całego okresu 2007-2012⁶⁰ spośród 18 wskaźników 16 przekroczyło zakładany poziom. Wartość dwóch pozostałych (tj. liczby punktów informacyjnych oraz egzemplarzy biuletynu) była niższa od zakładanej o nie więcej, niż 5% - w związku z czym można uznać, że nie wpłynęło to znacząco na skuteczność prowadzonych działań.

Jedyną poważną przeszkodę w realizowaniu działań informacyjnych i promocyjnych w zaplanowany sposób stanowił długotrwały przebieg procedur udzielania przez UMWSL zamówień publicznych. Problem ten wynikał z obowiązującej w UMWSL interpretacji przepisów ustawy o zamówieniach publicznych.

⁵⁶ Porównaj: rozdział 2.2.1.1 „Stopień poinformowania mieszkańców”.

⁵⁷ Porównaj: rozdział 2.2.1.1 „Stopień poinformowania mieszkańców” oraz rozdział 2.2.3.1 „Mieszkańcy: zainteresowanie i korzystanie z płatnych mediów”.

⁵⁸ Porównaj: rozdział 2.4.4 „Komplementarność”.

⁵⁹ Porównaj: rozdział 2.4.4.4 „Słownik polsko-europejski” oraz rozdział 2.4.5 „Współpraca z mediami”.

⁶⁰ W momencie realizacji badania sprawozdanie za rok 2013 nie było jeszcze dostępne.

Pierwszym krokiem do ewentualnego przezwyciężenia tej przeszkody byłoby zamówienie ekspertyzy prawnej dotyczącej możliwości zmodyfikowania sposobu prowadzenia postępowań w zakresie udzielania zamówień publicznych⁶¹.

Przyczyną prowadzenia większości działań informacyjnych na większą skalę, niż początkowo planowano, było dostosowywanie ich do przebiegu wdrażania RPO WSL 2007-2013, dzięki czemu skuteczniej wspierały realizację Programu.

W *Planie Komunikacji* nie przewidziano wskaźników odnoszących się do stanu wiedzy grup docelowych działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013. Fakt, że przyjęty zestaw wskaźników nie mierzy bezpośrednio poziomu osiągnięcia wyznaczonych celów, stanowi najpoważniejszą wadę tego dokumentu. W związku z tym jako podstawa oceny stopnia osiągnięcia tych celów⁶² mogą posłużyć nie tyle przyjęte w *Planie Komunikacji* wskaźniki, co wyniki badań ankietowych obrazujące stan wiedzy mieszkańców województwa, potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów Programu, do których działania informacyjne i promocyjne były skierowane.

Na podstawie wyników przeprowadzonych badań ankietowych⁶³ można uznać, że cele działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 zostały generalnie osiągnięte w wysokim stopniu. Wyjątek stanowi poinformowanie o RPO WSL 2007-2013 potencjalnych beneficjentów tego programu należących do sektora MSP.

- **1.2, 4.7⁶⁴, 4.10:** Spośród potencjalnych beneficjentów i beneficjentów RPO WSL 2007-2013 informacja o Programie dotarła w stosunkowo najmniejszym stopniu do MSP. W celu skuteczniejszego dotarcia do tej grupy wskazane byłoby bardziej intensywne promowanie Programu w mediach o profilu gospodarczo-ekonomicznym oraz zawiązanie ściślejszej współpracy z instytucjami otoczenia biznesu.

Przedsiębiorcom zazwyczaj brakuje orientacji w tematyce funduszy unijnych, dlatego przede wszystkim z myślą o tej grupie w portalu www.rpo.slaskie.pl warto umieścić dobrze widoczną i sformułowaną w przystępny sposób informację o tym, „kto i na co może uzyskać fundusze z RPO”.

Przy planowaniu kampanii promocyjnych dotyczących RPO WSL, skierowanych do opinii publicznej, należy natomiast zwrócić szczególną uwagę na potrzebę skutecznego docierania do mieszkańców powyżej 50 roku życia, wśród których wiedza na temat przedsięwzięć finansowanych w województwie śląskim z funduszy unijnych jest obecnie najmniej powszechna. W przypadku tej grupy głównym kanałem przekazywania informacji nie powinien być Internet, lecz bardziej tradycyjne media, w szczególności prasa.

⁶¹ Problem ten omówiono szerzej w rozdziale 2.6.8 „Zamówienia publiczne”. Rekomendacje dotyczące tej kwestii sformułowano w rozdziale „Potencjał IZ oraz IP2”.

⁶² Porównaj: rozdział 2.1 „Cele działań informacyjnych i promocyjnych”.

⁶³ Porównaj: rozdział 2.2 „Stan wiedzy grup docelowych”.

⁶⁴ Wyniki dotyczące poziomu poinformowania grup docelowych o korzyściach wynikających z prowadzenia w województwie śląskim przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych przedstawiono w rozdziale 2.2.2 „Wizerunek funduszy unijnych oraz RPO WSL 2007-2013”.

Sposób rozpowszechnienia informacji na temat korzyści wynikających z projektów realizowanych w ramach RPO WSL nie budzi zastrzeżeń. Możliwe jest jednak jego udoskonalenie, przede wszystkim poprzez:

- bardziej intensywne działania PR skierowane do dziennikarzy,
 - ponawianie kampanii szerokiego zasięgu, zleczanych zewnętrznym Wykonawcom specjalizującym się w prowadzeniu tego typu przedsięwzięć, realizowanych przy wykorzystaniu szeregu komplementarnych mediów.
- **1.8:** Dla beneficjentów, a także potencjalnych beneficjentów, komplementarnymi źródłami informacji o RPO WSL 2007-2013 były:
 - strony internetowe – wykorzystywane do zapoznawania się na bieżąco z aktualnościami dotyczącymi wdrażania Programu oraz jako repozytorium dokumentów,
 - szkolenia (przydatne do zdobycia orientacji w zakresie omawianych zagadnień i stanowiące okazję do zadania pytań dotyczących bardziej złożonych kwestii – przy czym w przypadku części szkoleń liczba zainteresowanych przekraczała liczbę miejsc; dostępność szkoleń mogłoby zwiększyć prowadzenie części z nich przez Internet),
 - oraz kontakty z pracownikami UMWS lub ŚCP.

W przypadku działań promocyjnych skierowanych do mieszkańców województwa śląskiego narzędziami wzajemnie komplementarnymi były przede wszystkim:

- ze względu na docieranie do różnych segmentów grupy docelowej – Internet i prasa (informacje przekazywane przez Internet docierały w znacznie większym stopniu do osób poniżej 50 roku życia, niż do starszych, natomiast doniesienia prasowe – odwrotnie)
 - ze względu na podział funkcji (takich jak: „budowanie zasięgu”, „uwiarygodnienie”, „angażowanie”, „przypomnienie”) – media wykorzystane w kampanii szerokiego zasięgu, przeprowadzonej w 2013 roku na zamówienie UMWS przez agencję reklamową Eskadra (tj. reklama zewnętrzna, prasa, strony internetowe i radio).
- **4.4, 4.5:** Źródłem informacji o RPO WSL najbardziej znanym i najczęściej wykorzystywanym przez potencjalnych beneficjentów były strony internetowe (wskazane przez 96%) – przede wszystkim www.rpo.slaskie.pl oraz ww.scp-slask.pl. Wszyscy potencjalni beneficjenci z sektora JST z informacjami na ten temat Programu zetknęli się ponadto podczas konferencji i spotkań informacyjnych.

Strony internetowe były również źródłem najczęściej wykorzystywanym przez beneficjentów (niezależnie od rodzaju instytucji). Prawie dziewięciu na dziesięciu przedstawicieli JST korzystało również z wiedzy przekazywanej podczas konferencji i spotkań informacyjnych (87%) lub szkoleń (86%). W przypadku MSP kolejne miejsce, po Internecie, zajęły rozmowy z ekspertami z firm doradczych.

- **1.4:** Najszybszym sposobem przekazywania informacji na temat RPO WSL 2007-2013 było zamieszczanie ich na stronach internetowych prowadzonych przez UMWSL oraz ŚCP. W celu wykorzystania w większym zakresie Internetu do szybkiego rozpowszechniania informacji na temat przedsięwzięć zrealizowanych w ramach RPO WSL wskazane jest szersze rozpropagowanie portalu www.rpo-promocja.slaskie.pl oraz dalsze wzbogacanie jego treści.

- **1.11:** W dotychczasowych działaniach informacyjnych i promocyjnych, w szczególności skierowanych do beneficjentów, a także do potencjalnych beneficjentów, Internet odgrywał kluczową rolę. Jednak tylko w ograniczonym stopniu wykorzystywano go do dwustronnej komunikacji z adresatami działań informacyjnych i promocyjnych. Warto zmienić tę sytuację, przede wszystkim zwiększając intensywność działań promocyjnych prowadzonych w serwisach społecznościowych.
- **1.5:** Znaczna część beneficjentów – około jedna piąta (21%), a wśród JST przeszło połowa (55%) – zaangażowała się we współpracę z UMWSL lub ŚCP, służącą promowaniu RPO WSL 2007-2013 poprzez prezentowanie efektów konkretnych projektów. Obie strony oceniły tego typu współpracę jako satysfakcjonującą. Współpraca i komunikacja w tym obszarze nie wymaga poprawy.

Rozwiązaniem, które przyczyniłoby się do udoskonalenia przepływu informacji pomiędzy IZ a beneficjentami byłoby natomiast regularne publikowanie na stronie internetowej odpowiedzi na pytania zadane przez uczestników szkoleń. Optymalne byłoby umożliwienie osobom zainteresowanym przysyłania pytań dotyczących kwestii, które mieszczą się w zakresie szkolenia, jeszcze przed jego przeprowadzeniem i dostosowywanie na tej podstawie programu szkolenia do potrzeb uczestników⁶⁵.

- **1.9:** W okresie 2007-2013 współpraca z mediami w zakresie upowszechniania informacji na temat RPO WSL, wykraczająca poza zlecenie im przygotowania lub emisji zamówionych materiałów, w przypadku UMWSL była umiarkowanie intensywna, a ŚCP nieomal wcale jej nie prowadziło.

Wskazane jest znaczne zintensyfikowanie skierowanych do dziennikarzy działań z zakresu PR. Prowadząc takie działania należy przyjąć, że zainteresowanie z ich strony mają szansę wzbudzić wyłącznie tematy najbardziej atrakcyjne dla odbiorców. Do tematów potencjalnie atrakcyjnych dla szerokiego grona odbiorców należą możliwości korzystania ze sfinansowanych obiektów, a także informacje o przedsięwzięciach w jakiś sposób wyjątkowych (na przykład szczególnie innowacyjnych).

- **1.10:** Pracownicy odpowiedzialni za wdrażanie RPO WSL zdają sobie sprawę, że terminologia związana z programami finansowanymi z funduszy unijnych jest trudna do opanowania przez osoby, które nie mają doświadczenia w tym zakresie. Dlatego jako szczególnie przydatne należy ocenić starania pracowników punktów informacyjnych, żeby kwestie związane z ubieganiem się o wsparcie i realizowaniem projektów przedstawiać w jak najbardziej przystępny sposób.

Opracowaniem przydatnym dla osób zajmujących się funduszami unijnymi, lecz nie będących specjalistami w tym zakresie (na przykład dla dziennikarzy i wykładowców) ma szansę okazać się wydana przez UMWSL broszura „Słownik polsko-europejski”, objaśniające terminy związane z funduszami.

Nietrafna okazała się natomiast próba objaśniania tych terminów w programie telewizyjnym skierowanym do ogółu społeczeństwa.

- **1.6:** Spośród JST cztery piąte (80%) przekazywało informacje na temat RPO WSL swoim jednostkom organizacyjnym. Najczęściej (w 93% przypadków) były to informacje o możliwości ubiegania się o fundusze, ale tylko niewiele rzadziej – dotyczące wniosku o dofinansowanie (83%) lub prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu (79%).

⁶⁵ Propozycja zaczerpnięta z: EU Consult Sp. z o.o., Instytut Badawczy IPC Sp. z o.o.: *Badanie ewaluacyjne pt. Ocena efektywności szkoleń dla Beneficjentów RPO WSL 2007-2013. Raport końcowy*, s. 3.

- **1.7:** Dotychczasowa współpraca pomiędzy UMWSL i ŚCP a partnerami społecznymi i gospodarczymi, w zakresie upowszechniania informacji na temat RPO WSL, była umiarkowanie intensywna. Polegała przede wszystkim na udziale w organizowanych przez partnerów spotkaniach. Czynnikiem ograniczającym zaangażowanie części partnerów w dystrybuowanie informacji na temat RPO WSL 2007-2013 były niewielkie zasoby kadrowe. Znaczną rolę w upowszechnianiu informacji na temat programu odegrały natomiast instytucje otoczenia biznesu, które przekazały informacje na temat możliwości uzyskania wsparcia z RPO WSL 2007-2013 przeszło jednej piątej (21%) spośród potencjalnych beneficjentów, do których takie informacje dotarły.

Rekomendacje

- Sporządzenie *Strategii komunikacji* dotyczącej RPO WSL 2014-2020 pozbawionego mankamentów dokumentu, który obowiązuje obecnie. W *Planie komunikacji* należy sformułować jednoznaczne i realne rezultaty, do których osiągnięcia mają doprowadzić działania informacyjne i promocyjne, zdefiniować wskaźniki odwołujące się m.in. do osiągniętego poziomu wiedzy dotyczącej RPO WSL 2014-2020 wśród grup docelowych oraz przypisać do poszczególnych wskaźników prawidłowe sposoby ustalania ich wartości.
- Zwiększenie grupy przedsiębiorstw świadomych możliwości ubiegania się o środki z RPO WSL. Wdrożenie tej rekomendacji powinno polegać na bardziej intensywnym wykorzystaniu do informowania MSP mediów o profilu gospodarczo-społecznym (w szczególności portali internetowych) oraz współpracy z instytucjami otoczenia biznesu, w tym organizacjami zrzeszającymi przedsiębiorców.
- Zwiększenie dostępności szkoleń poprzez zamieszczanie nagrań w Internecie lub transmisję on-line (po zawarciu z prowadzącymi umów umożliwiających takie wykorzystanie ich wystąpień). Wskazane jest stosowanie rozwiązań umożliwiających korzystanie ze szkoleń udostępnianych przez Internet osobom niesłyszącym (napisy lub tłumacz języka migowego).
- Promowanie RPO WSL wśród ogółu mieszkańców województwa śląskiego przy zastosowaniu komplementarnych mediów, umożliwiających dotarcie do szerokiej grupy odbiorców oraz wzmacnianie przekazu. W tym celu rekomendowane jest zamówienie zintegrowanej „kampanii szerokiego zasięgu” u zewnętrznego Wykonawcy.
- Bardziej intensywne niż dotychczas kierowanie do dziennikarzy działań z zakresu *public relations*. Działaniami, które warto podjąć w tym zakresie, są: sporządzenie listy dziennikarzy mediów regionalnych i lokalnych

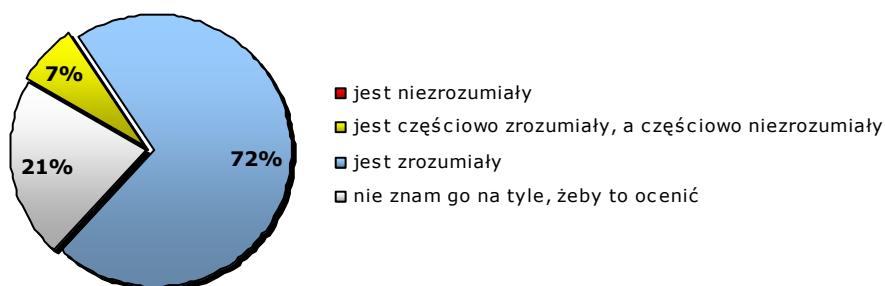
2.4.1 Zgodność działań z założeniami i dostosowywanie ich do potrzeb

Dokumentami określającymi pożądany przebieg działań informacyjnych i promocyjnych są sformułowane przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego ogólnokrajowe *Wytyczne w zakresie informacji i promocji*, a na szczeblu regionu oparty na nich *Plan Komunikacji RPO WSL 2007-2013* oraz roczne *Plany działań informacyjnych i promocyjnych*, odnoszące się do Planu Komunikacji.

Działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WSL 2007-2013 były zgodne z zasadami prowadzenia i koordynacji tego typu działań, określonymi w *Wytycznych* oraz z zawartym w tym dokumencie katalogiem narzędzi służących upowszechnianiu informacji na temat programów finansowanych z funduszy unijnych. Nie stwierdzono również rozbieżności pomiędzy przeprowadzonymi działaniami a zapisami *Planu Komunikacji RPO WSL 2007-2013*. W badaniu ankietowym (CAWI) blisko trzy czwarte spośród pracowników UMWSL oraz ŚCP odpowiedzialnych za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 uznało ten dokument za całkowicie zrozumiały.

Wykres 51: Czy P. zdaniem *Plan Komunikacji RPO WSL* na lata 2007-2013 był zrozumiały dla osób realizujących działania informacyjne i promocyjne? [N=14]

[Wyniki uzyskane w ramach ewaluacji obejmującej okres 2007-2013]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

Analiza *Planu Komunikacji RPO WSL 2007-2013* wykazała jednak, że dokument ten nie określa we właściwy sposób rezultatów działań, których dotyczy, ani sposobu pomiaru tych rezultatów. W badaniu przeprowadzonym w 2010 roku ustalono, że:

Główną wadą *Planu Komunikacji* jest brak właściwego określenia zakładanych efektów jego realizacji. Część rezultatów została określona w sposób mało realistyczny, mało zrozumiały lub mało precyzyjny. Wśród rezultatów, które mają zostać osiągnięte w odniesieniu do ogółu mieszkańców regionu, przewidziano między innymi „Dostępność informacji o możliwościach uzyskania wsparcia w ramach Funduszy Europejskich oraz o wymiarze pomocy wspólnotowej dla poszczególnych działań RPO WSL”. Jeżeli chodzi wyłącznie o to, żeby dane na ten temat nie były objęte tajemnicą, to rezultat ten został określony niezwykle mało ambitnie. Jeżeli natomiast intencją było uzyskanie wśród ogółu mieszkańców powszechnej znajomości wymiaru pomocy wspólnotowej w ramach poszczególnych Działań, jest całkowicie nierealistyczny, biorąc pod uwagę, że w kolejnych badaniach ewaluacyjnych odsetek mieszkańców, którzy są w stanie podać samodzielnie choćby nazwę regionalnego programu operacyjnego realizowanego w ich województwie, oscyluje wokół 5%. Trudno również stwierdzić na czym na przykład miałyby polegać osiągnięcie rezultatu określonego enigmatycznie jako „Postrzeganie RPO WSL jako `europejskiego produktu regionalnego”.

Od tego czasu sytuacja nie uległa zmianie. Wśród wskaźników zdefiniowanych w *Planie Komunikacji* brakuje takich, które odwoływałyby się do poziomu wiedzy grup docelowych, do których adresowane były działania informacyjne i promocyjne. Przyjęty zestaw wskaźników nie mierzy zatem stopnia realizacji głównych celów tych działań.

Odpowiednim sposobem przewyższenia tego mankamentu byłoby wprowadzenie do *Strategii Komunikacji* dotyczącej RPO WSL 2014-2020 wskaźników rezultatu odnoszących się do odsetka przedstawicieli głównych grup docelowych, którzy uzyskali kluczowe informacje. Takimi wskaźnikami byłyby na przykład:

- odsetek mieszkańców województwa śląskiego w wieku 15+ świadomych, że część funduszy unijnych została przeznaczona na dofinansowanie przedsięwzięć prowadzonych w tym województwie,
- odsetek potencjalnych beneficjentów świadomych, że należą do grona instytucji uprawnionych do ubiegania się o środki z RPO WSL 2014-2020 (oddzielnie wśród JST, MSP oraz innych instytucji – przy czym ze względu na mniejszy potencjał MSP w zakresie pozyskiwania informacji oraz znacznie większą liczebność tej grupy docelowej poziom wskaźnika założonych w odniesieniu do tej grupy powinien być niższy, niż w przypadku pozostałych potencjalnych beneficjentów, zwłaszcza z sektora JST),
- odsetek beneficjentów, którzy oceniają działalność IZ oraz IP w zakresie przekazywania informacji potrzebnych do prawidłowej realizacji projektu na ocenę co najmniej „dobrą” w szkolnej, sześciostopniowej skali.

Określając wszelkie wskaźniki rezultatu należy stosować się do ich definicji, zgodnie z którą oznaczają „bezpośredni wpływ produktów na osoby, które z nich skorzystały”⁶⁶ – a zatem właściwymi wskaźnikami należącymi do tej kategorii z pewnością nie są na przykład wskaźniki takie jak „liczba przekazanych materiałów” czy „nakład publikacji”.

Uczestnicy zogniskowanego wywiadu grupowego z pracownikami IZ oraz IP2 RPO WSL 2007-2013 zwracali uwagę, że na kształt *Planu Komunikacji RPO WSL 2007-2013* wpływały uzgodnienia z MRR, podobnie brzmienie *Strategii Komunikacji RPO WSL 2014-2020* będzie zależało między innymi od uzgodnień z MIR. Ministerialne *Wytyczne w zakresie informacji i promocji*, dotyczące okresu 2007-2013, nie precyzowały wymagań dotyczących definicji umieszczanych w *Planach Komunikacji* wskaźników.

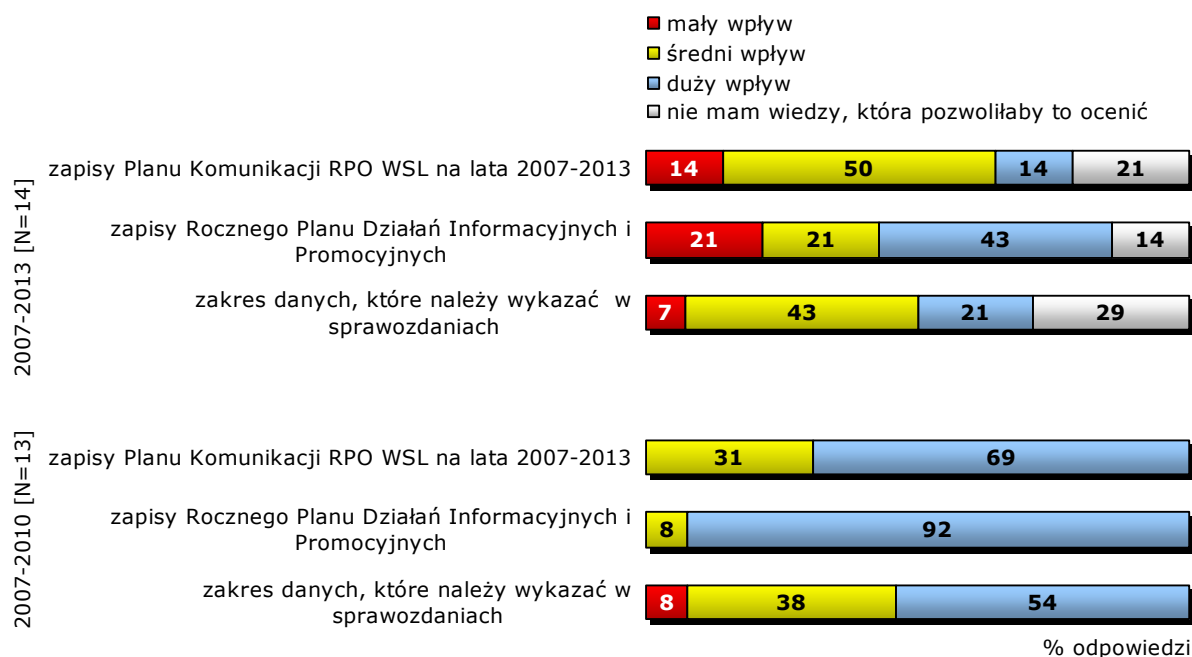
W odniesieniu do okresu programowania 2014-2020 przydatne wydaje się skorzystanie przez IZ przy określaniu wskaźników rezultatu między innymi z badań opinii publicznej, których wyniki przewiduje udostępnić IK RPO. Zaletą takich sondaży byłaby porównywalność wyników pomiędzy województwami. Zamawianie przez IZ RPO WSL „własnych” badań z mieszkańcami województwa śląskiego byłoby uzasadnione, jeżeli w badaniach ogólnopolskich nie zostaną w wystarczającym stopniu uwzględnione wskaźniki dotyczące ewentualnych celów specyficznych dla *Strategii Komunikacji RPO WSL*. Natomiast bezwarunkowo przydatne byłoby sformułowanie również wskaźników odnoszących się do poziomu poinformowania o RPO WSL 2014-2020 potencjalnych beneficjentów i beneficjentów lub do poziomu satysfakcji tych grup docelowych z informacji uzyskanych od instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie Programu. Określaniu wartości tych wskaźników służyłyby badania zamawiane przez IZ RPO WSL.

Z informacji uzyskanych w badaniu ankietowym od pracowników UMWSL oraz ŚCP, odpowiedzialnych za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 wynika, że na przebieg tych działań większy wpływ, niż *Plan Komunikacji*, miały roczne *Plany działań informacyjnych i promocyjnych*. Jest to zrozumiałe biorąc pod uwagę, że plany roczne są bardziej szczegółowe. Porównanie uzyskanych odpowiedzi z wynikami analogicznego badania przeprowadzonego w 2010

⁶⁶ Taka definicja została zamieszczona w Planie Komunikacji RPO WSL 2007-2013 (s. 32), natomiast podane przykłady („np. liczba osób, które otrzymały Newsletter lub biuletyn, liczba osób, które uczestniczyły w spotkaniu”) są nietrafne (liczbę uczestników spotkania można byłoby ewentualnie uznać za wskaźnik rezultatu odnoszący się wyłącznie do informowania o tym spotkaniu).

roku wskazuje z kolei, że w drugiej połowie okresu 2007-2013 dokumenty planistyczne miały mniejszy wpływ na prowadzone działania.

Wykres 52: W jakim stopniu P. zdaniem poszczególne czynniki wpływały na działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WSL 2007-2013?⁶⁷



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

Przebieg działań planowanych na poszczególne lata podsumowują roczne sprawozdania z ich realizacji. W sprawozdaniach podawany jest między innymi osiągnięty, a także zakładany poziom wskaźników monitorowania.

Dla 16 z 18 wskaźników średni poziom ich realizacji w latach 2007-2012⁶⁸ przekroczył 100%. Średnia wartość okazała się (nieznacznie) niższa od zakładanej wyłącznie w przypadku liczby punktów informacyjnych (96%) oraz liczby egzemplarzy biuletynu (95%). Według informacji przekazanych przez pracownika UMWSL odpowiedzialnego za działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WSL 2007-2013 wynikało to, odpowiednio: z późniejszego niż zakładano uruchomienia punktu informacyjnego zlokalizowanego poza filiami UMWSL (tj. w Rybniku) oraz z długotrwałego przebiegu procedury przetargowej dotyczącej zaplanowanych publikacji.

W przypadku siedmiu wskaźników wartość osiągnięta w okresie 2007-2012 przekroczyła wartość zakładaną przeszło dwukrotnie. Spośród tych wskaźników cztery dotyczą liczebności grup docelowych korzystających z poszczególnych form przekazywania informacji na temat programu – są to:

- liczba odpowiedzi udzielonych przez pracowników punktów informacyjnych drogą telefoniczną (poziom realizacji: 209% wartości zakładanej),
- liczba osób odwiedzających punkty (338%),
- liczba osób uczestniczących w wizytacjach projektów oraz w ekspozycjach projektów (621%),
- liczba odwiedzin serwisów internetowych RPO WSL (242%).

⁶⁷ Na wykresach przedstawiających wyniki z obu edycji badania oznaczono je datami 2007-2013 oraz 2007-2010, stosownie do okresu, który obejmowała każda z edycji.

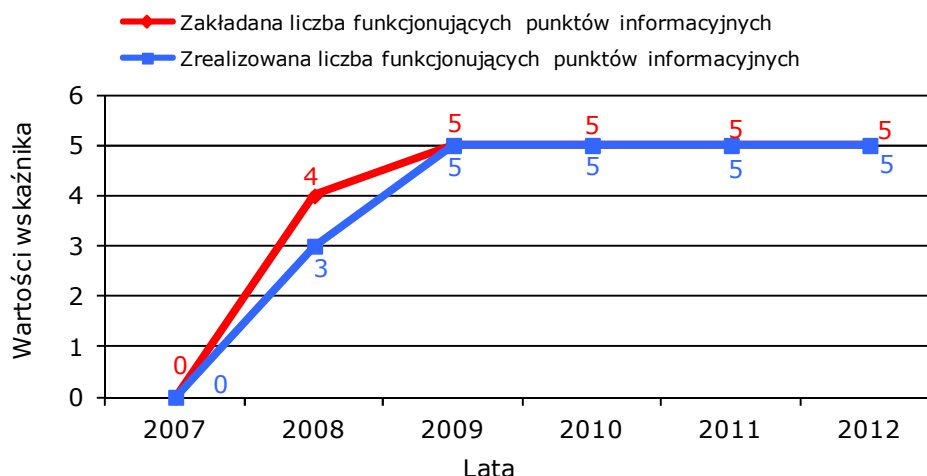
⁶⁸ W momencie realizacji badania sprawozdanie za rok 2013 nie było jeszcze dostępne.

Poziom realizacji wskaźników tego rodzaju, tj. odnoszących się do liczby osób korzystających z poszczególnych źródeł informacji, jest z perspektywy oceny rezultatów przeprowadzonych działań istotniejszy, niż poziom realizacji wskaźników produktu, obrazujących wyłącznie skalę monitorowanego przedsięwzięcia.

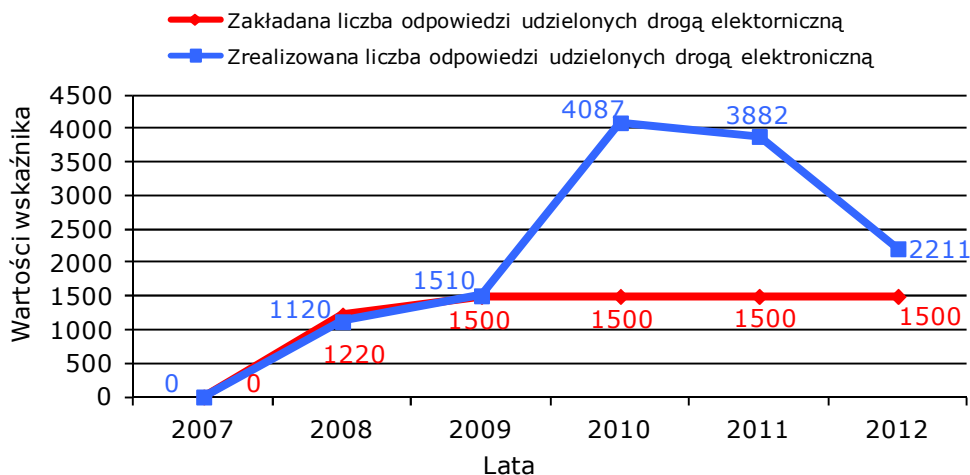
Do oceny zgodności przebiegu działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013, za których przebieg odpowiadały IZ oraz IP2, przydatne jest prześledzenie osiągniętej wartości wskaźników, w zestawieniu z wartością zakładaną, w poszczególnych latach. Służy temu poniższy wykres.

Wykres 53: Wartości wskaźników monitorowania działań informacyjnych i promocyjnych zakładane i osiągnięte w poszczególnych latach

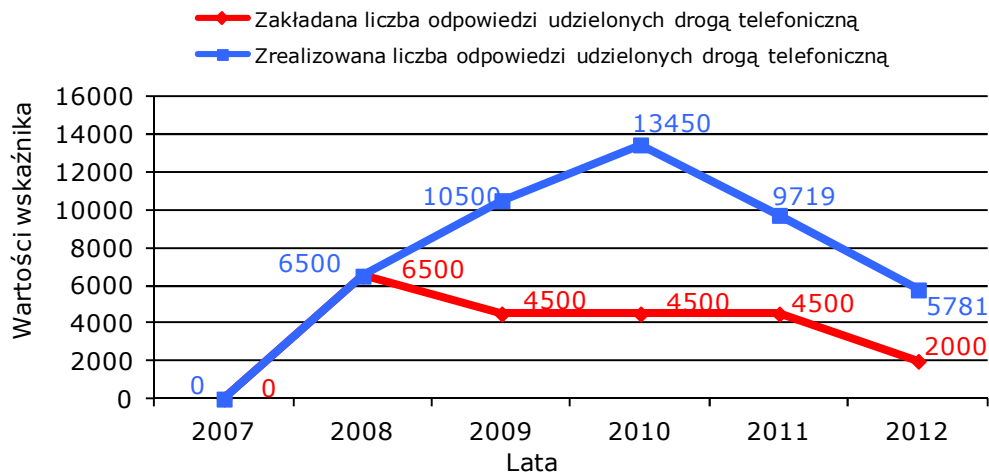
a) punkty informacyjne:



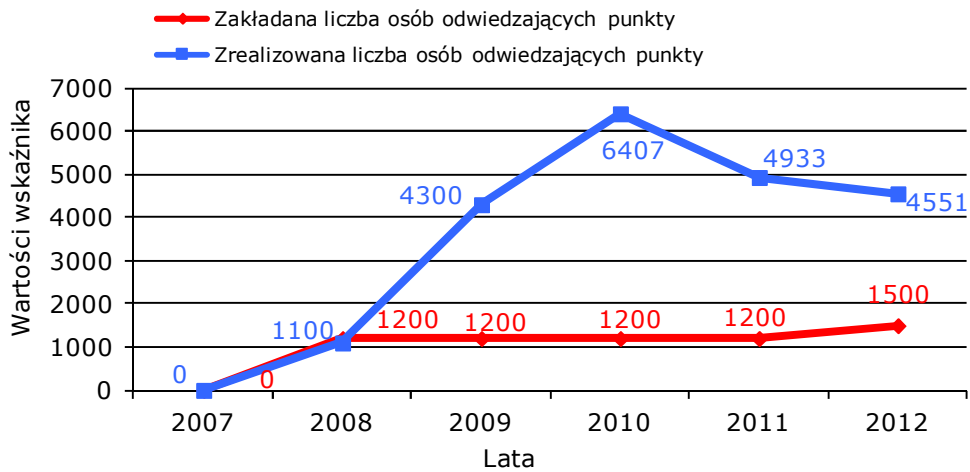
b) odpowiedzi udzielone przez punkty informacyjne drogą elektroniczną:



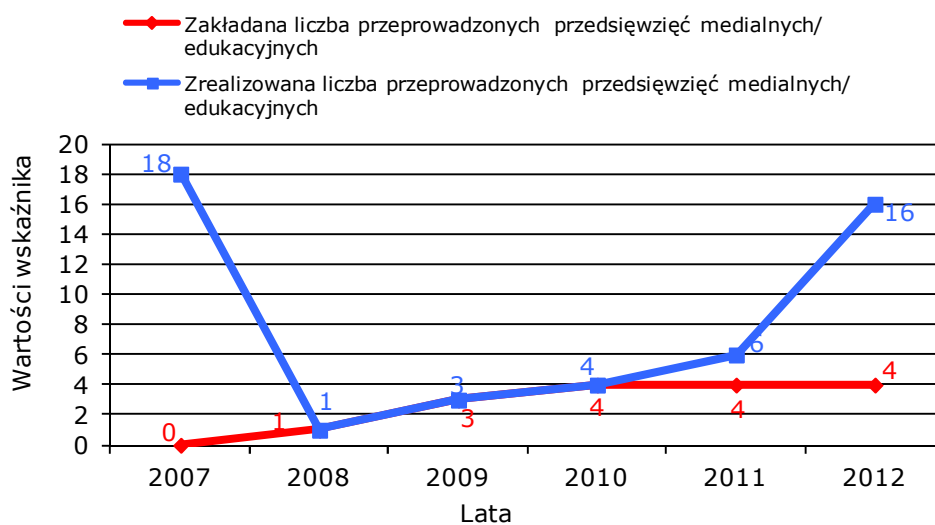
c) odpowiedzi udzielone przez punkty informacyjne drogą telefoniczną:



d) osoby odwiedzające punkty informacyjne:



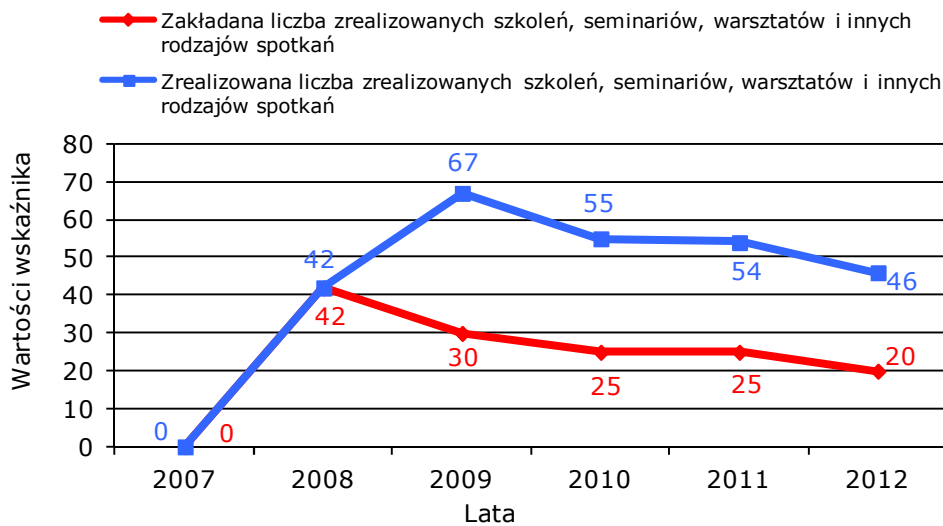
e) przedsięwzięcia medialne lub edukacyjne:



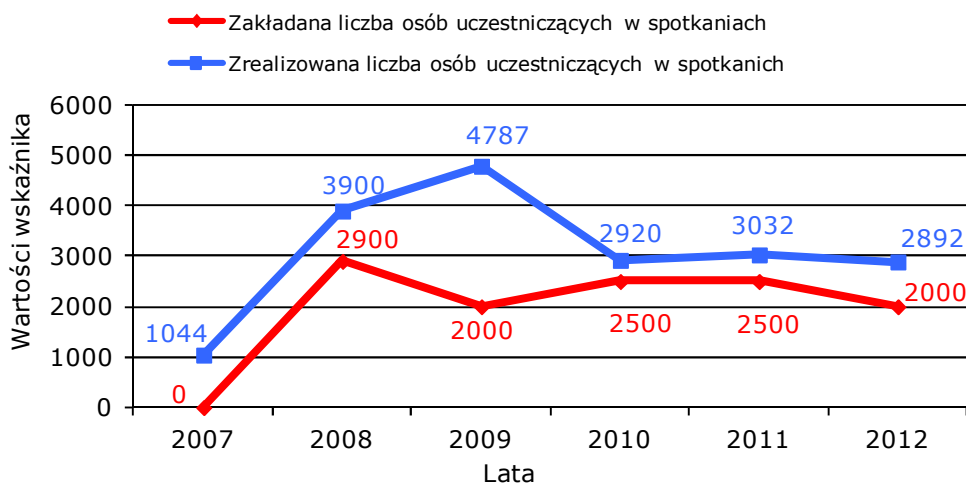
f) artykuły prasowe, audycje radiowe i telewizyjne:



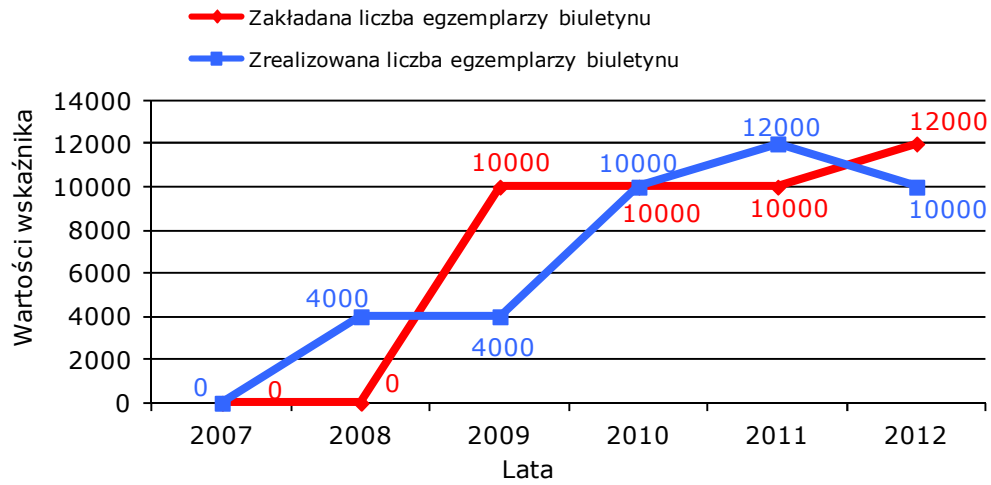
g) szkolenia, seminaria, warsztaty i inne spotkania:



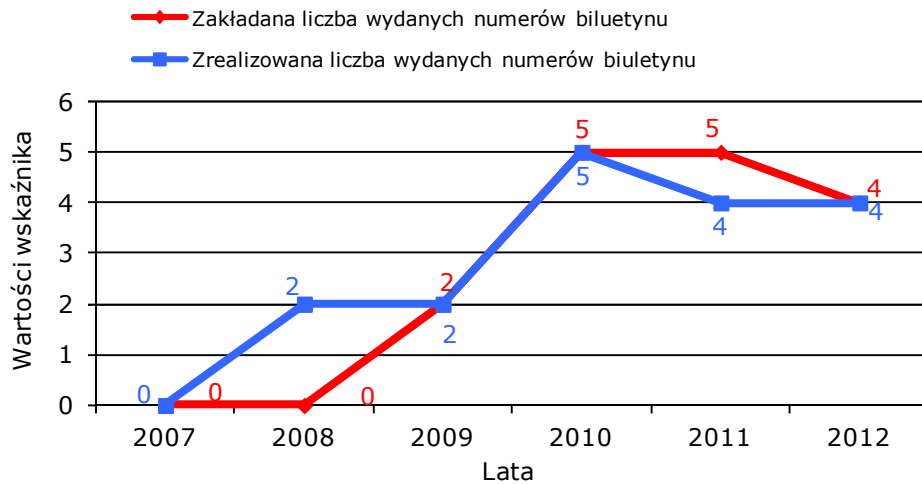
h) osoby uczestniczące w spotkaniach:



i) egzemplarze biuletynu:



j) numery biuletynu:



k) wizytacje oraz ekspozycje projektów:



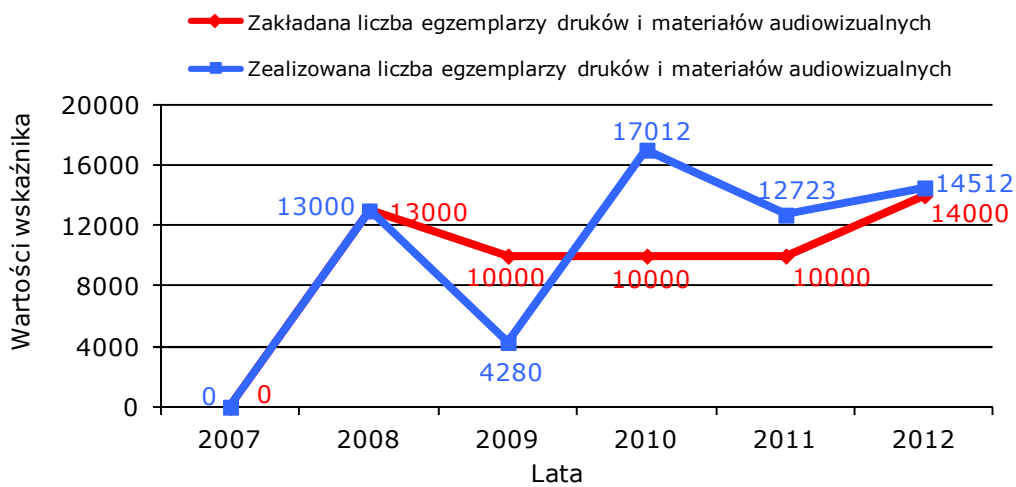
l) osoby uczestniczące w warsztatach i ekspozycjach:



m) tytuły druków i materiałów audiowizualnych:



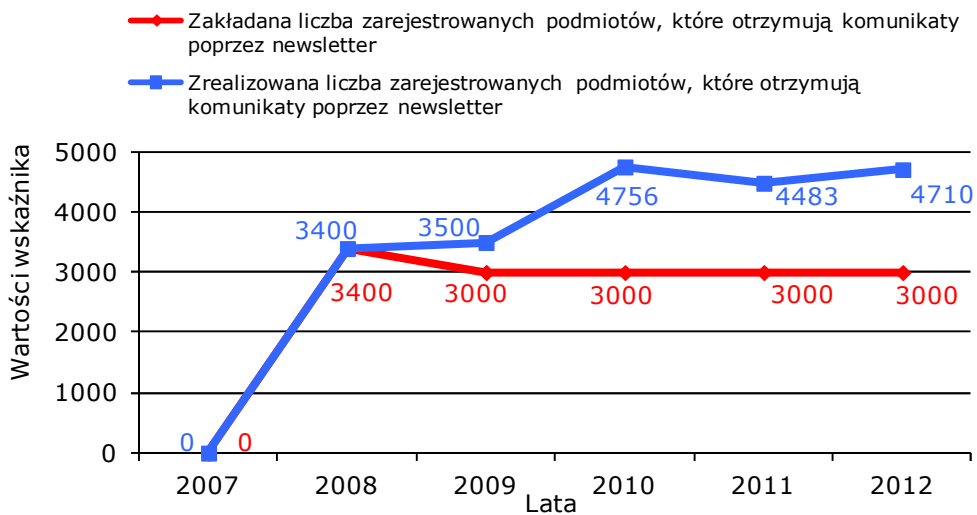
n) egzemplarze druków i materiałów audiowizualnych:



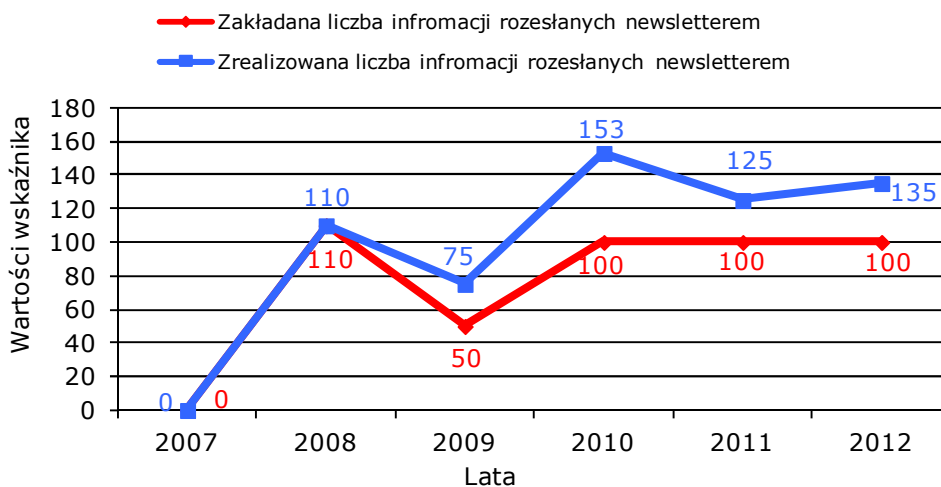
o) odwiedziny serwisów internetowych:



p) podmioty otrzymujące newsletter:



q) informacje rozesłane newsletterem:



r) sporządzone raporty:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie sprawozdań rocznych z realizacji działań informacyjnych i promocyjnych RPO WSL 2007-2013 w okresie 2007-2012

Analiza przedstawionych danych pozwala zauważyć, że przypadki nieosiągnięcia założonej wartości wskaźników występowały sporadycznie. Taka sytuacja miała miejsce w przypadku:

- liczby punktów informacyjnych w 2008 roku,
- liczby egzemplarzy biuletynu w 2009 i w 2012 roku,
- liczby numerów biuletynu w 2011 roku,
- liczby tytułów druków i materiałów audiowizualnych w 2012 roku,
- liczby egzemplarzy druków i materiałów audiowizualnych w 2009 roku.

Jedyną istotną przeszkodą w realizacji poszczególnych działań w założonych terminach była długotrwała realizacja procedur z zakresu zamówień publicznych (problem ten omówiono w części raportu poświęconej potencjałowi IZ oraz IP2⁶⁹).

Różnice pomiędzy przebiegiem części działań a początkowymi założeniami wynikały również z tego, że rodzaj i natężenie działań informacyjnych zależały od przebiegu wdrażania Programu:

- Konstruując ten plan komunikacji zakładaliśmy, że działania szkoleniowe będą nieco słabsze w tych latach 2014-2015, że ta informacja dla beneficjenta angażująca go do składania projektów (...) ona gdzieś tam też będzie słabła z końcem perspektywy. No dzisiaj wiemy, że tak nie jest, bo nie ma takiego idealnego stanu, że konkursy były bardzo intensywne na początku wdrażania, a potem to już była tylko realizacja projektów i potem to już tylko tak naprawdę chwalenie się efektami tych projektów. Te konkursy trwały bardzo długo, nawet jeszcze ogłaszamy na przełomie roku w tej chwili (...), bo pojawiały się oszczędności (...). Więc jeżeli ogłaszaliśmy konkursy, to wzmagaliśmy znowu tę naszą działalność też szkoleniową w tym obszarze przygotowania do złożenia wniosku aplikacyjnego. No a w sumie też cały czas wspieramy beneficjentów szkoleniami w zakresie realizacji projektów, kontroli projektów, podejścia do projektów w ich okresie trwałości. Więc w tym zakresie można powiedzieć, że te nasze działania są jednak bardziej intensywne niż przewidywaliśmy w naszych planach. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

⁶⁹ Porównaj: rozdział 2.6.8 „Zamówienia publiczne”.

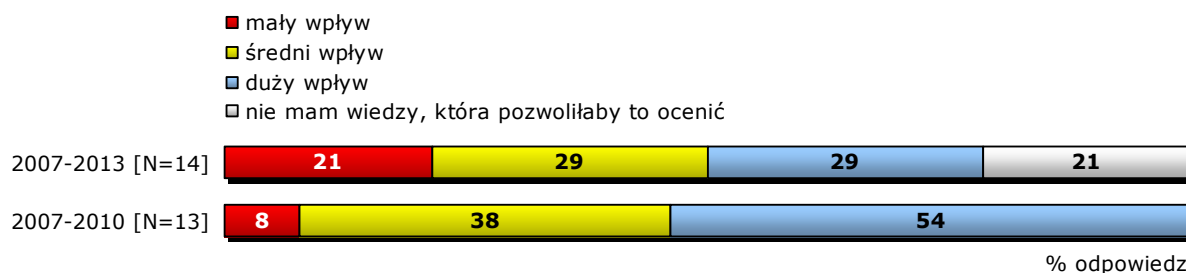
- W pierwszej kolejności zabezpieczaliśmy te działania szkoleniowe, planowaliśmy [je] na początku roku. Czasami oczywiście te plany były modyfikowane, (...) bo ten kalendarz konkursów się też zmieniał. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Oczywiście trzymaliśmy się [dokumentów planistycznych], nie mniej jednak dla nas priorytetem było to, żeby reagować na potrzeby tak tymi naszymi działaniami, albo na zmiany, które gdzieś tam wokół nas się dzieją, albo na zmiany w programie, albo na jakieś potrzeby, które w danym momencie wynikają z chwili, a nie tylko z tego co w dokumencie planistycznym było po kolei zakładane. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Takie podejście znacząco przyczyniło się do „wsparcia realizacji celów RPO WSL” (zgodnie ze strategicznym celem działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących tego programu). Przykładem reagowania na bieżące potrzeby było organizowanie szkoleń dotyczących zagadnień, w przypadku których zaobserwowano, że sprawiają problemy instytucjom ubiegającym się o dofinansowanie lub beneficjentom.

W pewnym stopniu na przebieg działań wpływały również wyniki ankiet przeprowadzanych z osobami korzystającymi ze szkoleń dotyczących RPO WSL 2007-2013 lub odwiedzającymi punkty informacyjne. Pracownicy UMWSL i ŚCP odpowiedzialni za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 różnili się opiniami na temat stopnia, w jakim wyniki takich ankiet wpływały na prowadzone działania. Zdaniem ponad jednej czwartej (29%) pracowników miały duży wpływ, a taki sam odsetek (29%) określił ten wpływ jako średni. Po około jednej piątej uważało, że ankiety wypełniane przez osoby objęte działaniami informacyjnymi i promocyjnymi wpływały na dalszy przebieg tych działań w małym stopniu (21%) lub nie umiało tego ocenić (również 21%).

Wykres 54: W jakim stopniu P. zdaniem wyniki ankiet wypełnionych przez uczestników działań informacyjno-promocyjnych wpływały na działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WSL 2007-2013?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

W wywiadach jakościowych niektórzy pracownicy zajmujący się prowadzeniem działań informacyjnych i promocyjnych argumentowali, że wyniki ankiet nie są miarodajne, ponieważ ewentualne negatywne oceny mogą być podyktowane nieadekwatnymi oczekiwaniami klientów:

- Może się ludzie spodziewali też czasami większego i innego wsparcia. Tak, że punkt za nich napisze, czy konsultant za nich napisze, wniosek, czy konsultant rozliczy ten wniosek. Takich rzeczy nie wolno nam było robić. Może też były takie oczekiwania, że punkt informacyjny będzie służył jako miejsce do składania wniosków w tej wersji papierowej. Tego nam też nie wolno było zrobić, tego procedury nie przewidywały. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych]

Z kolei w zewnętrznej ewaluacji szkoleń dotyczących RPO WSL zidentyfikowano inny czynnik ograniczający praktyczną przydatność ankiet wypełnianych samodzielnie przez osoby objęte działaniami informacyjnymi i promocyjnymi: „Ankiety ewaluacyjne na

zakończenie szkoleń/warsztatów wypełniane są szybko i pobieżnie, a oceny osób prowadzących są zawsze bardzo wysokie i pozbawione sugestii, dotyczących poprawy jakości prowadzenia szkoleń/warsztatów⁷⁰.

Możliwości oddziaływania na poziom zaangażowania adresatów działań informacyjnych i promocyjnych w wypełnianie rozdawanych im ankiet są ograniczone. Rozwiązaniami, które mogłyby polepszyć przepływ informacji przekazywanych za pomocą ankiet są:

- położenie większego nacisku na uświadamianie osobom, do których kierowane są ankiety, sposobu w jaki zostaną wykorzystane udzielone odpowiedzi,
- zamieszczanie w kwestionariuszach pytań dotyczących oczekiwań respondentów dotyczących ocenianego źródła informacji oraz uwzględnianie odpowiedzi przy analizowaniu wyników (w celu zneutralizowania negatywnego wpływu ewentualnych nietrafnych oczekiwań wobec danego źródła informacji na jego ocenę),
- zastępowanie stosowanych w kwestionariuszach pytań otwartych pytaniami, którym towarzyszą kafeterie, opracowane na podstawie dotychczasowych wyników ankiet (odpowiadanie na pytania otwarte jest bardziej absorbujące; ponadto w ankietach wypełnianych samodzielnie przez respondentów odpowiedzi udzielane na pytania otwarte są często zbyt lakoniczne – lub niezgodne z treścią pytania – żeby możliwe było ich zinterpretowanie i wykorzystanie).

2.4.2 Poziom dotarcia za pomocą poszczególnych narzędzi

2.4.2.1 Dotarcie do mieszkańców

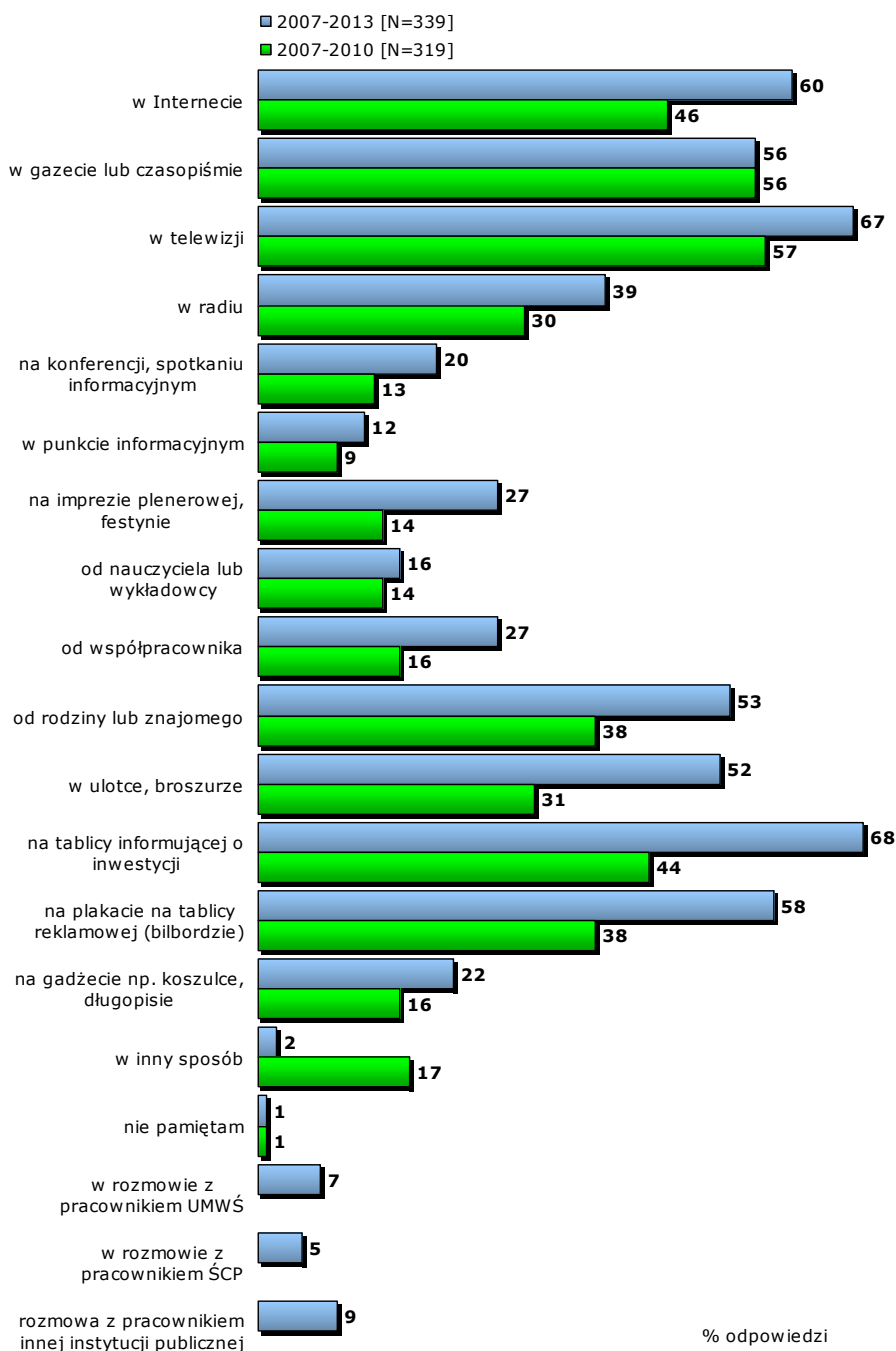
Mieszkańcy województwa śląskiego, którzy byli świadomi prowadzenia w ich regionie przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych dowiadywali się o nich najczęściej z tablic informacyjnych umieszczanych przy inwestycji (68%). Również w przybliżeniu dwie trzecie (67%) jako źródło informacji o Programie wskazały telewizję. Na kolejnych miejscach znalazły się – wskazane przez niespełna trzy piąte respondentów – plakat lub tablica reklamowa (*bilbord*) (58%) oraz prasa (56%). Nieco ponad połowa mieszkańców spośród tych, którzy wiedzieli o realizowaniu w województwie śląskim inwestycji współfinansowanych ze środków UE uzyskało o nich informacje od rodziny lub znajomego (53%) lub z ulotki albo broszury (52%). Niemal dwie piąte (39%) usłyszało o prowadzonych w regionie inwestycjach przez radio, a blisko jedna trzecia (27%) od współpracownika lub na imprezie plenerowej albo festynie. Niewiele ponad jedna piąta (22%) mieszkańców dowiedziało się o prowadzeniu w województwie przedsięwzięć finansowanych ze środków unijnych z informacji umieszczonych na gadżecie takim jak koszulka czy długopis. Pozostałe źródła informacji pozwoliły na dotarcie do mniej niż jednej piątej odbiorców⁷¹.

Od 2010 roku wzrósł znacząco odsetek osób, które o prowadzeniu w województwie śląskim przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych dowiedziały się z tablic informacyjnych (z 44% do 68%), ulotek i broszur (z 31% do 53%) oraz Internetu (z 46% do 60%).

⁷⁰ EU Consult Sp. z o.o., Instytut Badawczy IPC Sp. z o.o.: *Badanie ewaluacyjne pt. Ocena efektywności działań szkoleń dla Beneficjentów RPO WSL 2007-2013. Raport końcowy*, s. 2.

⁷¹ Do źródeł informacji stosunkowo rzadko wykorzystywanych przez mieszkańców należały między innymi punkty informacyjne (taki wynik przewidywano na podstawie wyników poprzedniej edycji badania, w związku z czym mieszkańców nie proszono o ocenę pracowników UMWSL i ŚCP przekazujących informacje na temat funduszy unijnych).

Wykres 55: Gdzie zetknęła (zetknął) się P. z informacjami o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim w latach 2007-2013 / 2007-2010 ?

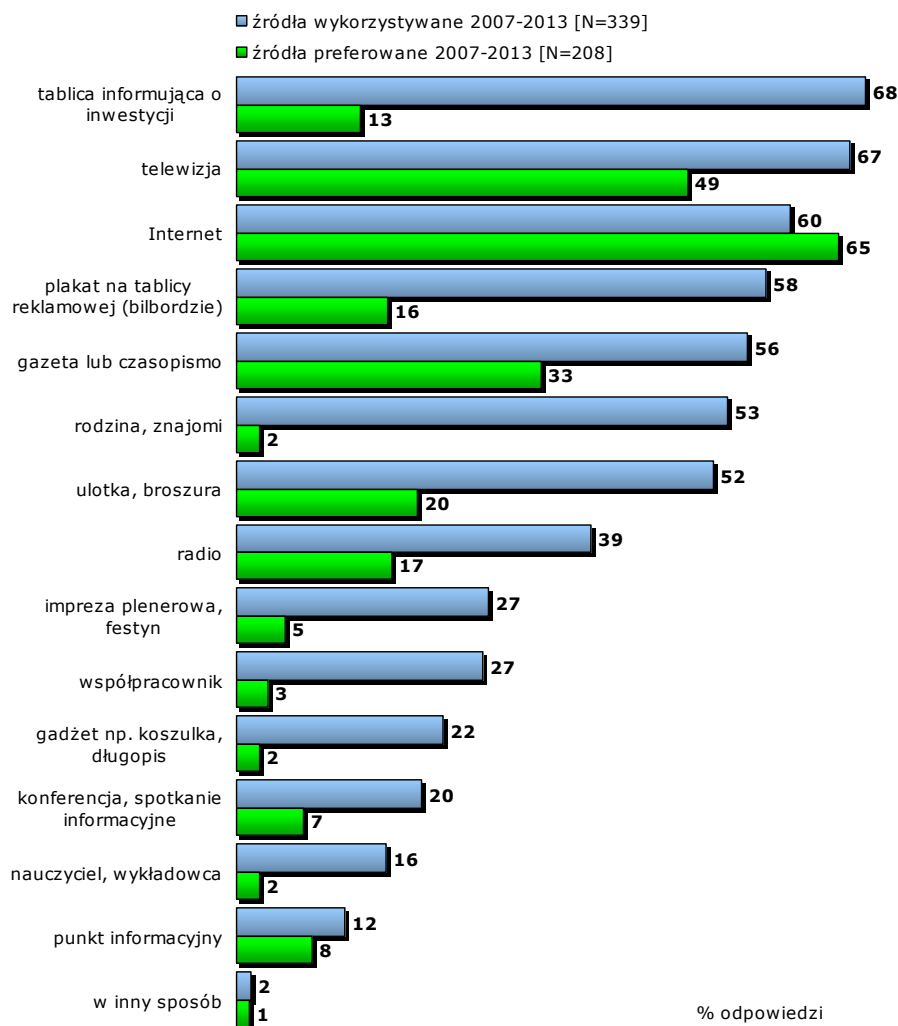


Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Powszechność otrzymywania informacji przekazywanych przez poszczególne kanały można porównać z preferencjami osób zainteresowanych kwestią wykorzystywania w województwie śląskim funduszy unijnych, dotyczącymi źródeł informacji na ten temat. Ponieważ w pytaniu dotyczącym źródeł preferowanych respondenci mogli wskazać nie więcej, niż trzy odpowiedzi, prawie wszystkie kanały informacji były wskazywane rzadziej jako preferowane, niż jako wykorzystywane. Wyjątkiem jest Internet, wskazywany (pomimo wspomnianego ograniczenia) częściej jako źródło preferowane, niż jako wykorzystywane (przez, odpowiednio: 65% i 60% respondentów).

Wykres 56: Wykorzystywane i preferowane źródła informacji

Na podstawie pytań: Gdzie zetknęła (zetknął) się P. z informacjami o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim w latach 2007-2013? oraz W jaki sposób najbardziej chciałaby (chciałby) P. uzyskiwać informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim? (Można wskazać od 1 do 3 odpowiedzi)



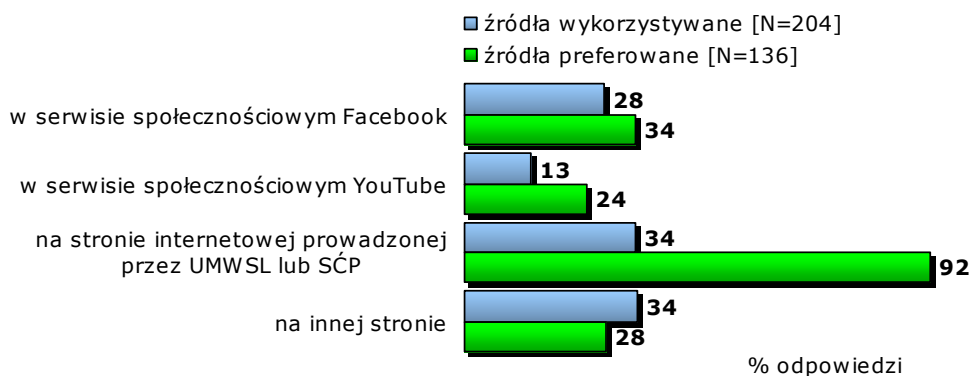
Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Serwisami internetowymi, z których mieszkańcy województwa chcieliby się dowiadywać o funduszach unijnych w województwie śląskim wielokrotnie częściej, niż do tej pory, okazały się strony prowadzone przez instytucje, które wydają te fundusze (czyli, w przypadku RPO WSL 2007-2013, przez UMWSL oraz ŚCP). Portal www.rpo.slaskie.pl oraz strona internetowa ŚCP zawierają informacje skierowane przede wszystkim do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów. Natomiast przywołany wynik badania ankietowego przemawia za szerokim rozpowszechnianiem adresu strony www.rpo-promocja.slaskie.pl, a także jej wzbogacaniem w kolejne materiały. Potwierdza również słuszność decyzji o utworzeniu tego portalu, służącego wyodrębnieniu informacji na temat RPO WSL 2007-2013 skierowanych do szerokiego grona odbiorców.

Strony internetowe prowadzone przez UMWSL oraz ŚCP stanowią również kanały informacji, poprzez które informacje mogą być przekazywane najszybciej. Wynika to z braku konieczności angażowania w ten proces zewnętrznych wykonawców.

Wykres 57: Wykorzystywane i preferowane źródła informacji z Internetu

Na podstawie pytań: Czy z informacjami o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim w latach 2007-2013 zetknął (zetknęła) się P. w Internecie... oraz Czy informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim chciałby (chciałaby) P. uzyskiwać...



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

2.4.2.2 Dotarcie do potencjalnych beneficjentów

Prawie wszyscy (96%) potencjalni beneficjenci Programu, którzy spotkali się z informacją na temat możliwości uzyskania finansowania z RPO WSL zetknęli się z nimi w Internecie.

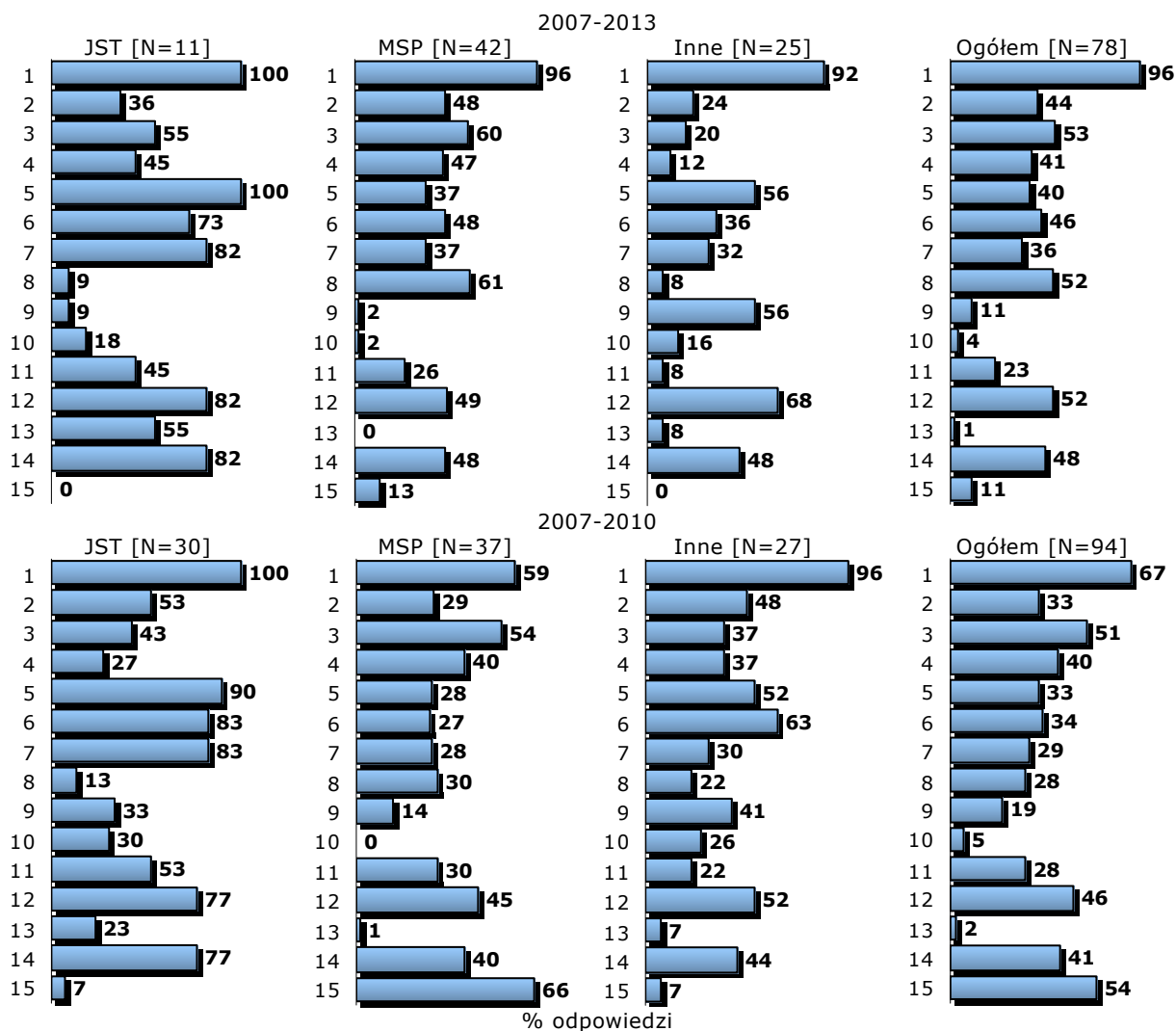
Wśród przedstawicieli JST równie powszechnym co Internet źródłem informacji były konferencje i spotkania informacyjne (oba źródła wykorzystywało 100% potencjalnych beneficjentów z sektora JST). Nieco ponad cztery piąte JST dowiedziało się o możliwości finansowania drogą mailową, w rozmowie z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego lub poprzez ulotkę bądź broszurę (z każdego z tych źródeł po 82%).

Dla przedstawicieli MSP kolejnymi po Internecie (wskazanym przez 96% tej grupy) źródłami informacji okazały się ogłoszenia i audycje w telewizji, wskazane przez trzy piąte (60%) respondentów oraz pracownicy ŚCP (61%).

Dla pozostałych potencjalnych beneficjentów innymi niż Internet (92%) często wykorzystywanymi kanałami informacji okazały się wiadomości przekazywane drogą elektroniczną (68%), konferencje i spotkania informacyjne (56%) oraz rozmowy z pracownikami gmin (56%), w których zlokalizowane były poszczególne instytucje korzystające z przekazywanych informacji. Podobne wyniki uzyskano w badaniu przeprowadzonym w 2010 roku.

Wykres 58: Czy z informacjami na temat możliwości uzyskania przez Państwa instytucję finansowania z RPO Województwa Śląskiego zetknęła (zetknął) się P. poprzez:

- | | |
|---|--|
| 1. Internet | 9. rozmowa z pracownikiem urzędu gminy |
| 2. gazeta, czasopismo | 10. rozmowa z pracownikiem starostwa powiatowego |
| 3. telewizja | 11. rozmowa z ekspertem firmy doradczej |
| 4. radio | 12. e-mail |
| 5. konferencja, spotkanie informacyjne | 13. targi, impreza plenerowa, festyn |
| 6. szkolenie | 14. ulotka, broszura |
| 7. rozmowa z pracownikiem UMWSL lub punktu informacyjnego UMWSL | 15. inne źródło |
| 8. rozmowa z pracownikiem ŚCP lub punktu informacyjnego ŚCP | |



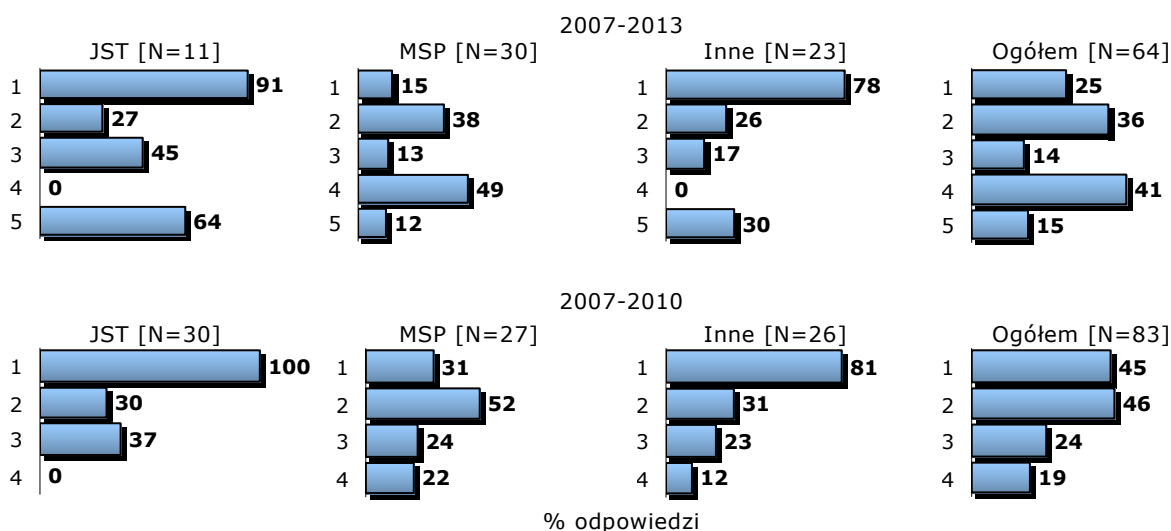
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Rodzaj stron internetowych, z których potencjalni beneficjenci dowiadywali się o możliwościach uzyskania dofinansowania z RPO WSL 2007-2013 w dużej mierze zależał od charakteru danej instytucji. Zarówno JST jak i przedstawiciele podmiotów innego typu zdecydowanie najczęściej korzystali z portalu www.rpo.slaskie.pl (odpowiednio: 91% i 78%). Ponad trzy piąte JST (64%) odwiedzało portal www.rpo-promocja.slaskie.pl. Z wywiadów jakościowych przeprowadzonych z beneficjentami wynika, że dla JST ta strona bywa źródłem inspiracji przy przygotowywaniu projektów. Spośród MSP prawie dwie piąte (38%) korzystało z witryny ŚCP; blisko połowa przedstawicieli przedsiębiorstw (49%) nie była w stanie podać adresu strony internetowej, z której zaczerpnęli informacje na tematy możliwości uzyskania wsparcia z RPO WSL 2007-2013.

Powszechne korzystanie ze stron prowadzonych przez UMWSL oraz ŚCP wynika z faktu, że – jak ustalono w wywiadach jakościowych przeprowadzonych z pracownikami tych instytucji, a także z beneficjentami, przedstawicielami partnerów społecznych oraz konsultantami z firm doradczych – portal www.rpo-promocja.slaskie.pl oraz strona www.scp-slask.pl zawierają najbardziej kompletny zasób informacji na temat programu. Są również najbardziej skuteczne pod względem szybkości przekazywania informacji.

Wykres 59: Czy informacje z Internetu na temat możliwości uzyskania finansowania pochodziły z:

1. rpo.slaskie.pl lub rpo.silesia-region.pl
2. scp-slask.pl
3. innych stron internetowych
4. trudno powiedzieć
5. rpo-promocja.slaskie.pl*



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Dwoma źródłami, najczęściej wskazywanymi przez potencjalnych beneficjentów jako preferowane kanały informacji na temat możliwości uzyskania wsparcia z funduszy unijnych, okazały się: strony internetowe (45%) oraz poczta elektroniczna (64%). Pierwsze z tych źródeł jest najczęściej preferowane przez JST, a drugie przez MSP, natomiast beneficjenci zaliczeni do kategorii „innych instytucji” podobnie często wskazywali każde z nich. Rzadsze wskazywanie poszczególnych źródeł jako preferowanych, niż jako wykorzystywanych, wynika z faktu, że respondenci mogli wybrać nie więcej niż trzy źródła, z których chcieliby uzyskiwać informacje (oraz wszystkie źródła, z których faktycznie je uzyskiwali).

Źródła takie jak strony internetowe, rozmowy z pracownikami UMWSL lub ŚCP (w zależności od typu potencjalnego beneficjenta) oraz szkolenia, a w przypadku MSP również ulotki i broszury, uplasowały się wysoko zarówno na liście źródeł preferowanych, jak i wykorzystywanych. Natomiast źródłami, z których chciałoby korzystać więcej beneficjentów, niż czyniło to do tej pory, okazały się: poczta elektroniczna oraz – ale już wyłącznie w przypadku MSP – urzędy gmin.

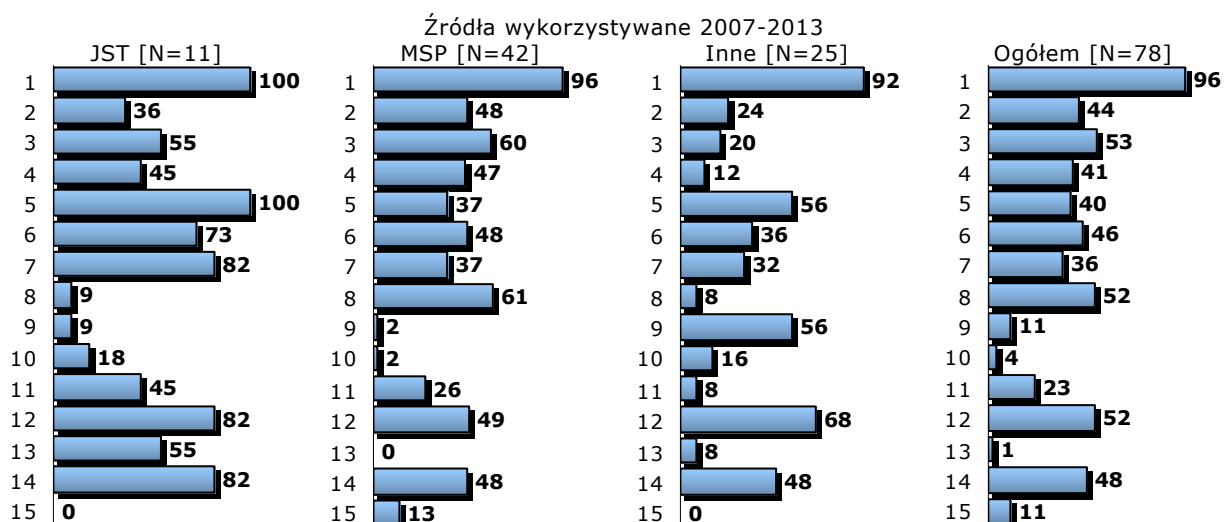
Źródła, z których potencjalni beneficjenci chcieliby korzystać częściej niż dotychczas, warto wykorzystać przede wszystkim wobec MSP, jako grupy w mniejszym stopniu, niż inne, poinformowanej o Programie. Dobrym sposobem mogłoby się okazać zwrócenie się do JST z prośbą o zamieszczenia na ich stronach internetowych banerów kierujących na strony poświęcone RPO WSL, prowadzone przez UMWSL i ŚCP, a także przekazywanie JST ulotek na temat wsparcia przeznaczonego dla przedsiębiorstw (z adresami stron internetowych oraz danymi umożliwiającymi kontakt z punktami informacyjnymi), w celu ich dystrybucji wśród przedsiębiorców kontaktujących się z daną jednostką.

Biorąc pod uwagę dużą liczbę różnorodnych ofert przesyłanych pocztą elektroniczną można mieć wątpliwości dotyczące zastosowania mailingu jako skutecznej metody informowania podmiotów z sektora MSP na temat funduszy unijnych. Użyteczne mogłoby być jednak „eksperymentalne” rozesłanie do grupy przedsiębiorstw pocztą elektroniczną pytania o zgodę na otrzymywanie tą drogą informacji na temat wsparcia z funduszy unijnych przeznaczonego dla przedsiębiorstw w ramach RPO WSL. Wykorzystywanie tej metody na większą skalę warto uzależnić od tego, na ile satysfakcjonujący okaże się odzew ze strony adresatów.

Wykres 60: Wykorzystywane i preferowane źródła informacji

Na podstawie pytań: Czy z informacjami na temat możliwości uzyskania przez Państwa instytucję finansowania z RPO Województwa Śląskiego zetknęła (zetknął) się P. poprzez... oraz W jaki sposób chciałaby (chciałby) P. najbardziej uzyskiwać informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z funduszy Unii Europejskiej? (Można wskazać od jednej do trzech odpowiedzi)

- | | |
|---|--|
| 1. Internet | 9. rozmowa z pracownikiem urzędu gminy |
| 2. gazeta, czasopismo | 10. rozmowa z pracownikiem starostwa powiatowego |
| 3. telewizja | 11. rozmowa z ekspertem firmy doradczej |
| 4. radio | 12. e-mail |
| 5. konferencja, spotkanie informacyjne | 13. targi, impreza plenerowa, festyn |
| 6. szkolenie | 14. ulotka, broszura |
| 7. rozmowa z pracownikiem UMWSL lub punktu informacyjnego UMWSL | 15. inne źródło |
| 8. rozmowa z pracownikiem ŚCP lub punktu informacyjnego ŚCP | |





Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

2.4.2.3 Dotarcie do beneficjentów

Podobnie jak w poprzednim badaniu, najczęściej wykorzystywanym przez beneficjentów źródłem informacji o możliwościach uzyskania dofinansowania okazał się Internet. W Internecie z informacjami na ten temat spotkały się niemal wszystkie JST oraz „inne instytucje” (po 98%), a także około cztery piąte MSP (81%).

Blisko dziewięciu na dziesięciu przedstawiciele JST korzystało z wiedzy przekazywanej podczas konferencji i spotkań informacyjnych (87%) lub szkoleń (86%). Przeszło trzy czwarte (77%) beneficjentów z tego sektora czerpało wiedzę z wiadomości przysyłanych pocztą elektroniczną (77%), a w przybliżeniu siedmiu na dziesięciu (71%) z rozmów prowadzonych z pracownikami Urzędu Marszałkowskiego.

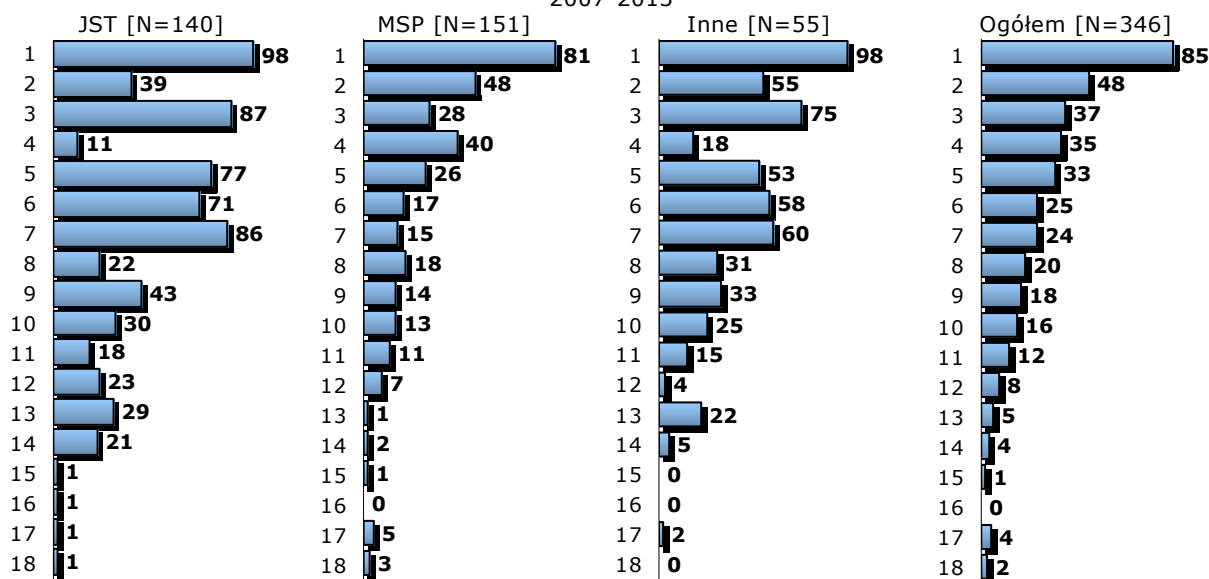
W przypadku MSP kolejne miejsca, po Internecie, zajęły rozmowy z ekspertami z firm doradczych, od których informacje dotyczące możliwości otrzymania wsparcia uzyskała blisko połowa (48%) respondentów oraz rozmowy z pracownikami ŚCP, wskazane przez dwie piąte przedstawiciele przedsiębiorstw (40%).

Wachlarz źródeł informacji wykorzystywanych powszechnie przez „inne instytucje” był szerszy. Trzy czwarte (75%) z nich informacje dotyczące możliwości uzyskania środków z RPO WSL 2007-2013 zdobyło podczas konferencji i spotkań informacyjnych, natomiast trzy piąte dowiadywało się o tych możliwościach ze szkoleń (60%) lub z rozmów z pracownikami Urzędu Marszałkowskiego (58%), a przeszło co drugi w rozmowie z konsultantem z firmy doradczej (55%) lub z informacji przysyłanych pocztą elektroniczną (53%).

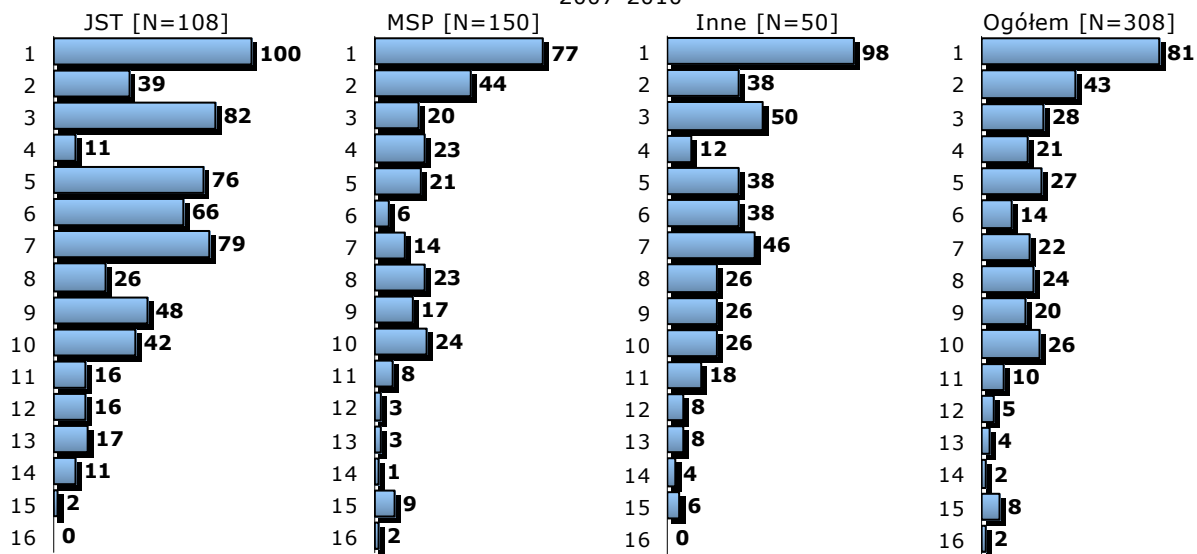
Wykres 61: Czy z informacjami na temat możliwości uzyskania przez P. instytucję finansowania z RPO Województwa Śląskiego zetknął (zetkną) się P. poprzez:

- | | |
|---|--|
| 1. Internet | 10. ogłoszenie lub artykuł w gazecie lub czasopiśmie |
| 2. rozmowę z ekspertem firmy doradczej | 11. ogłoszenie lub audycję w radiu |
| 3. konferencję, spotkanie informacyjne | 12. targi, imprezę plenerową, festyn |
| 4. rozmowę z pracownikiem ŚCP lub punktu informacyjnego ŚCP | 13. rozmowę z pracownikiem urzędu gminy |
| 5. wiadomość e-mail | 14. rozmowę z pracownikiem starostwa powiatowego |
| 6. rozmowę z pracownikiem UMWSL lub punktu informacyjnego UMWSL | 15. w inny sposób |
| 7. szkolenie | 16. trudno powiedzieć |
| 8. ogłoszenie lub audycję w telewizji | 17. od znajomych |
| 9. ulotkę, broszurę | 18. od innego beneficjenta |

2007-2013



2007-2010

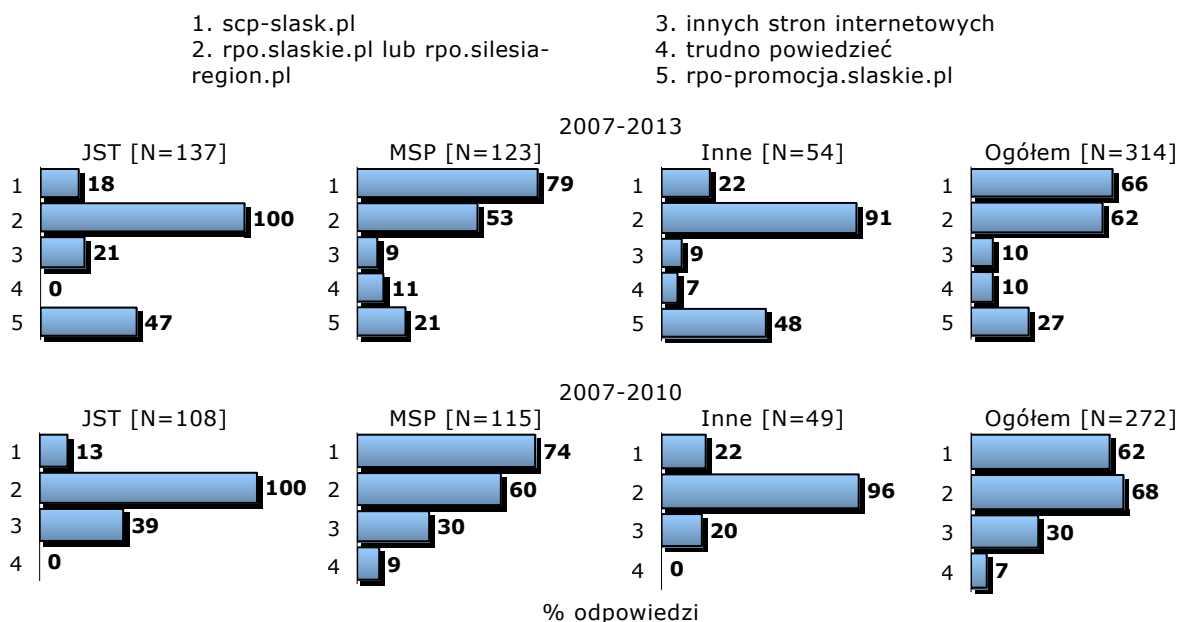


% odpowiedzi

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Internet jako źródło informacji zdecydowanie wyprzedził pozostałe kanały. Beneficjenci, którzy wyszukiwali informacji na witrynach internetowych najczęściej korzystali ze stron należących do instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie Programu. Różnice pomiędzy beneficjentami z różnych sektorów pod względem powszechności korzystania z konkretnych stron wynikają z podziału kompetencji w zakresie wdrażania programu pomiędzy UMWSL a ŚCP. O ile JST oraz „inne instytucje” korzystały przede wszystkim z portalu www.rpo.slaskie.pl (odpowiednio: 100% i 91%), prowadzonego przez UMWSL, o tyle dla przedsiębiorstw kluczowym źródłem informacji była strona ŚCP (79%). Portal www.rpo-promocja.slaskie.pl był wykorzystywany przez blisko połowę JST (47%) oraz „innych instytucji” (48%) i około jedną piątą MSP (21%).

Wykres 62: Czy informacje z Internetu na temat możliwości uzyskania finansowania pochodziły z:



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Zgodnie z *Planem Komunikacji RPO WSL 2007-2013*, działania promocyjne i informacyjne skierowane do beneficjentów poza powiadomieniem ich o możliwościach korzystania ze środków dostępnych w ramach Programu mają na celu również podnoszenie kompetencji grupy docelowej w zakresie poprawnego prowadzenia i rozliczania projektów.

Podobnie jak w przypadku informacji o możliwościach aplikowania o środki przekazywane z RPO WSL oraz podobnie jak w poprzednim badaniu, najczęściej wykorzystywanym kanałem informacji był Internet. Z Internetu informacje potrzebne w trakcie realizacji przedsięwzięcia czerpało siedmiu na dziesięciu (70%) beneficjentów, w tym niemal wszystkie (97%) JST, blisko dwie trzecie (65%) MSP i prawie dziewięciu na dziesięciu (87%) beneficjentów innego typu.

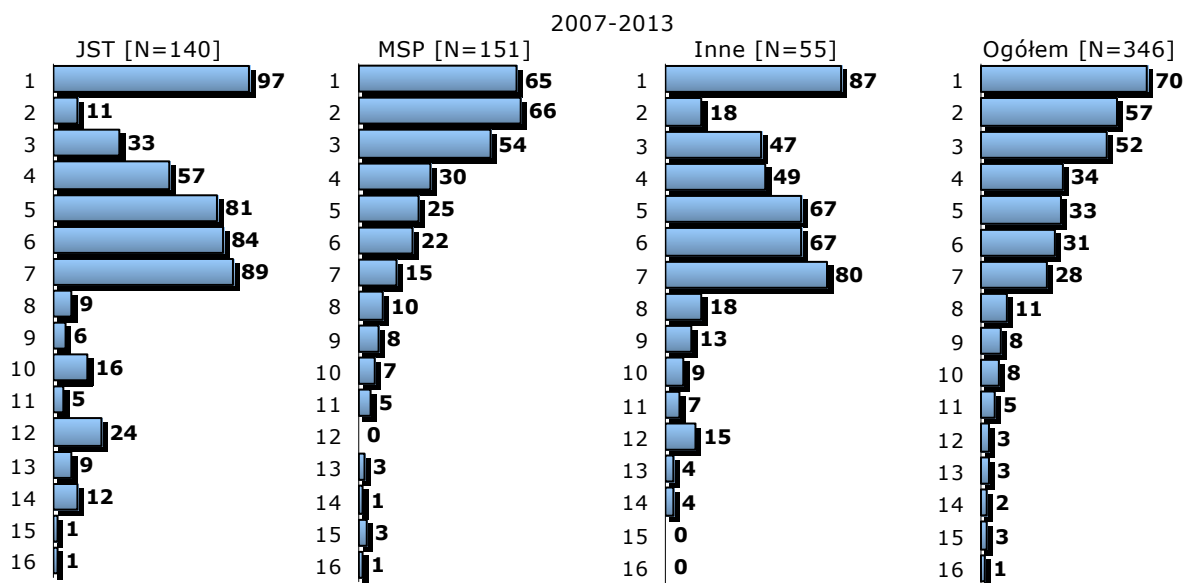
Przeszło cztery piąte JST informacje dotyczące realizacji i rozliczania projektów czerpało również z rozmów z pracownikami UMWSL (89%), szkoleń (84%) oraz konferencji i spotkań informacyjnych (81%). Blisko trzy piąte (57%) korzystało z informacji przysyłanych pocztą elektroniczną. Źródłami informacji wykorzystywanymi przez przedsiębiorstwa podobnie często, jak Internet, były rozmowy z pracownikami ŚCP (66%). Ponad połowa (54%) beneficjentów z sektora MSP korzystała z konsultacji z ekspertami z firm doradczych.

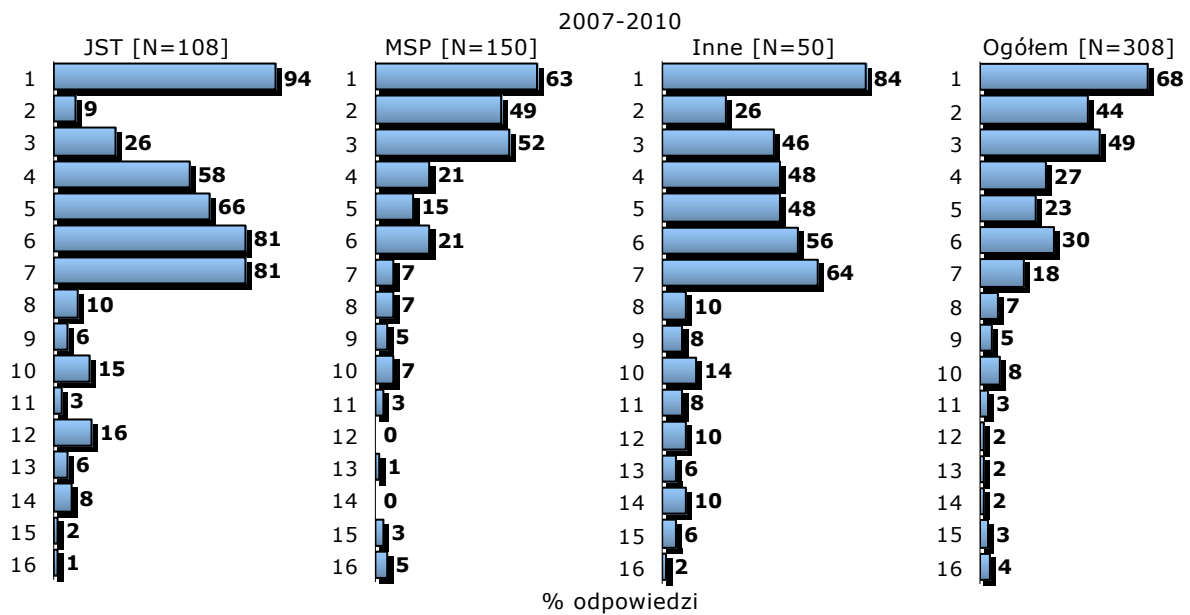
Nieco inaczej przedstawia się lista źródeł wykorzystywanych najczęściej przez „inne instytucje”. Cztery piąte (80%) beneficjentów należących do tej grupy korzystało z rozmów z pracownikami UMWSL, po dwie trzecie ze szkoleń (67%) i konferencji lub spotkań informacyjnych (67%), a blisko połowa z informacji przysyłanych pocztą elektroniczną (49%) oraz rozmów z ekspertami z firm doradczych (47%).

W porównaniu z poprzednią edycją badania lista źródeł wykorzystywanych najczęściej przez beneficjentów należących do poszczególnych kategorii nie uległa większym zmianom.

Wykres 63: Czy z informacjami na temat prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego zetknęła (zetknął) się P. poprzez:

- | | |
|---|--|
| 1. Internet | 9. ogłoszenie lub audycję w telewizji |
| 2. rozmowę z pracownikiem ŚCP lub punktu informacyjnego ŚCP | 10. ulotkę, broszurę |
| 3. rozmowę z ekspertem firmy doradczej | 11. ogłoszenie lub audycję w radiu |
| 4. wiadomość e-mail | 12. rozmowę z pracownikiem urzędu gminy |
| 5. konferencję, spotkanie informacyjne | 13. targi, imprezę plenerową, festyn |
| 6. szkolenie | 14. rozmowę z pracownikiem starostwa powiatowego |
| 7. rozmowę z pracownikiem UMWSL lub punktu informacyjnego UMWSL | 15. w inny sposób |
| 8. ogłoszenie lub artykuł w gazecie lub czasopiśmie | 16. trudno powiedzieć |



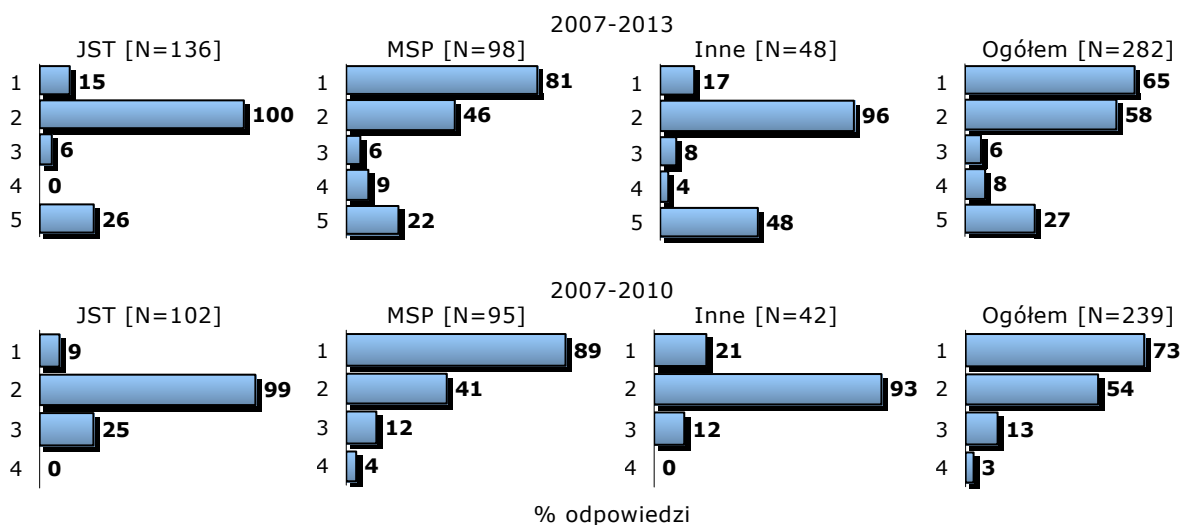


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Stronami internetowymi, z których beneficjenci najczęściej pozyskiwali informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczania projektów, były – podobnie jak w przypadku informacji dotyczących możliwości uzyskania finansowania z RPO WSL 2007-2013 – strony prowadzone przez instytucje wdrażające Program. Wszystkie (100%) JST i prawie wszystkie „inne instytucje” korzystały w tym zakresie z portalu www.rpo-slaskie.pl, natomiast prawie wszystkie przedsiębiorstwa – ze strony www.scp-slask.pl. W poprzedniej edycji badania uzyskano bardzo zbliżone wyniki.

Wykres 64: Czy informacje z Internetu na temat prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu pochodziły z:

1. scp-slask.pl
2. rpo.slaskie.pl lub rpo.silesia-region.pl
3. innych stron internetowych
4. trudno powiedzieć
5. rpo-promocja.slaskie.pl



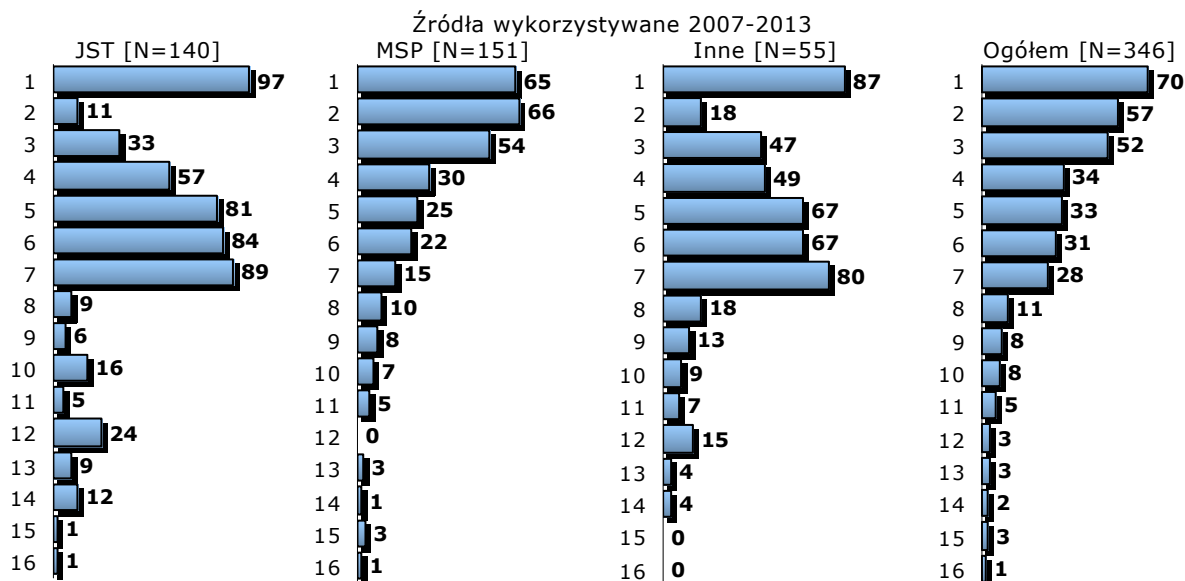
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

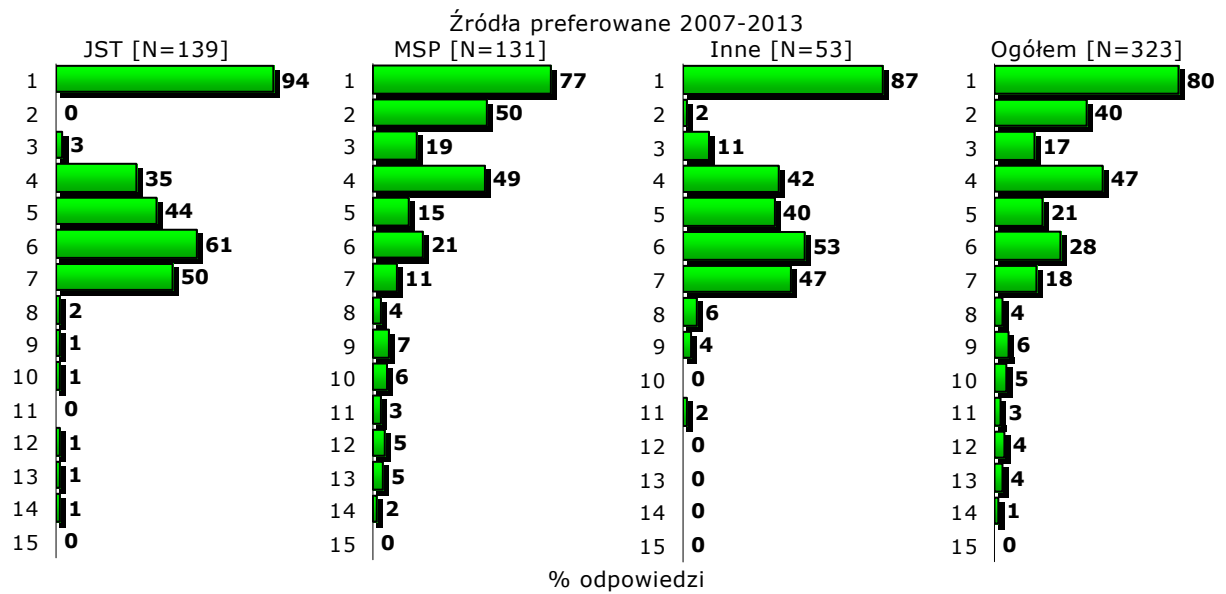
Źródłem informacji potrzebnych do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu, preferowanym przez największy odsetek beneficjentów (niezależnie od typu instytucji) jest Internet. Kolejnymi po Internecie źródłami uznanymi za preferowane przez beneficjentów zaliczających się do kategorii MSP są rozmowy z pracownikami ŚCP (50%) oraz wiadomości przesyłane pocztą elektroniczną (49%). Natomiast wśród JST oraz pozostałych beneficjentów najbardziej pożądane są informacje uzyskane w trakcie szkoleń (odpowiednio: 61% i 53%), rozmów z pracownikami UMWSL (odpowiednio: 50% i 47%), konferencji i spotkań informacyjnych (odpowiednio: 44% i 40%) a także przesłane mailem (odpowiednio: 35% i 42%).

Wykres 65: Wykorzystywane i preferowane źródła informacji

Na podstawie pytań: **Czy z informacjami na temat prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego zetknęła (zetknął) się P. poprzez... oraz W jaki sposób chciałaby (chciałby) P. najbardziej uzyskiwać informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczania projektów?**

- | | |
|---|--|
| 1. Internet | 9. ogłoszenie lub audycję w telewizji |
| 2. rozmowę z pracownikiem ŚCP lub punktu informacyjnego ŚCP | 10. ulotkę, broszurę |
| 3. rozmowę z ekspertem firmy doradczej | 11. ogłoszenie lub audycję w radiu |
| 4. wiadomość e-mail | 12. rozmowę z pracownikiem urzędu gminy |
| 5. konferencję, spotkanie informacyjne | 13. targi, imprezę plenerową, festyn |
| 6. szkolenie | 14. rozmowę z pracownikiem starostwa powiatowego |
| 7. rozmowę z pracownikiem UMWSL lub punktu informacyjnego UMWSL | 15. w inny sposób |
| 8. ogłoszenie lub artykuł w gazecie lub czasopiśmie | 16. trudno powiedzieć |





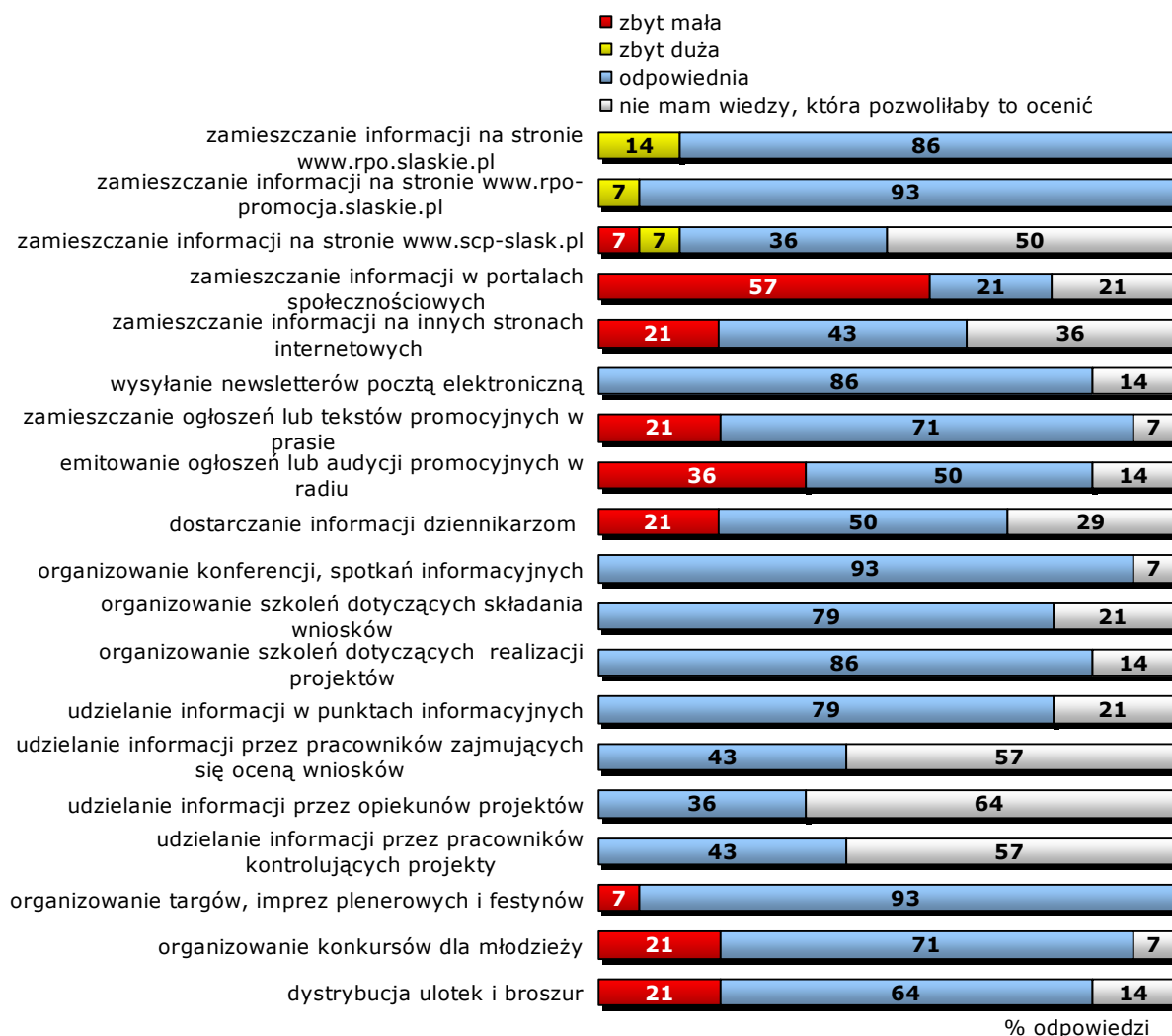
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

2.4.3 Intensywność poszczególnych działań wg pracowników IZ IP2

Intensywność wykorzystywania poszczególnych kanałów, poprzez które przekazywano informacje na temat RPO WSL 2007-2013, została oceniona w badaniu ankietowym również przez pracowników UMWSL oraz ŚCP realizujących działania informacyjne i promocyjne dotyczące Programu. Blisko trzy piąte (57%) uczestników badania opowiedziało się za zwiększeniem intensywności działań prowadzonych w portalach społecznościowych, a przeszło jedna trzecia (36%) za wykorzystywaniem w szerszym zakresie rozgłośni radiowych. Po około jednej piątej (21%) respondentów do działań informacyjnych, które dotychczas były wykorzystywane w zbyt małym stopniu, zaliczyło: zamieszczanie informacji na stronach internetowych innych, niż prowadzone przez UMWSL i ŚCP, publikowanie ogłoszeń lub tekstów promocyjnych w prasie, dostarczanie informacji dziennikarzom, organizację konkursów dla młodzieży oraz dystrybucję ulotek i broszur. Znaczny odsetek respondentów nie podjął się oceny intensywności przekazywania informacji przez inne komórki, uczestniczące we wdrażaniu Programu.

Wykres 66: Jak ocenia P. intensywność poszczególnych działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013, z perspektywy osiągnięcia celów, którym miały służyć? [N=14]

[Wyniki uzyskane w ramach ewaluacji obejmującej okres 2007-2013]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

2.4.4 Komplementarność

W badaniach ankietowych, których wyniki przedstawiono w poprzednim rozdziale⁷² źródła informacji dotyczących RPO WSL 2007-2013 były rozpatrywane pojedynczo. Natomiast wywiady jakościowe z pracownikami odpowiedzialnymi za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych, przedstawicielami beneficjentów, partnerów społecznych i gospodarczych oraz firm doradczych, świadczą o tym, że poszczególne sposoby przekazywania informacji były wzajemnie komplementarne, i to w różny sposób.

Po pierwsze, różne źródła służyły uzyskiwaniu przez tych samych odbiorców różnego typu informacji. Ten rodzaj komplementarności dotyczył w szczególności beneficjentów.

⁷² Porównaj: rozdział 2.4.2 „Poziom dotarcia za pomocą poszczególnych narzędzi”.

W wywiadach jakościowych przeprowadzonych z tą grupą docelową ustalono, że komplementarnymi źródłami informacji były:

- strony internetowe prowadzone przez UMWSL i ŚCP, wykorzystywane przez beneficjentów (począwszy od etapu przygotowywania projektu) do zapoznawania się na bieżąco z aktualnościami dotyczącymi wdrażania Programu oraz do pozyskiwania dokumentów potrzebnych do ubiegania się o środki oraz prowadzenia i rozliczania projektów,
- szkolenia, przydatne do zdobycia orientacji w zakresie omawianych zagadnień i stanowiące okazję do zadania pytań dotyczących bardziej złożonych kwestii,
- kontakty z pracownikami UMWSL lub ŚCP:
 - telefoniczne w sytuacjach, gdy priorytetem było szybkie uzyskanie informacji,
 - osobiste w bardziej złożonych sprawach (zwłaszcza wymagających przeglądania dokumentów)
 - mailowe, gdy beneficjentom zależało na uzyskaniu bardziej (ich zdaniem) wiążącej odpowiedzi.

Po drugie, informacje z danego źródła służyły informowaniu odbiorców o innym źródle. Na przykład na stronach internetowych zamieszczano ogłoszenia o szkoleniach dla potencjalnych beneficjentów, a w programach emitowanych w telewizji wyświetlano adres strony internetowej poświęconej RPO WSL 2007-2013. Zdarzało się również, że pracownicy UMWSL pomagali beneficjentom lub pracownikom firm doradczych odszukać odpowiednie dokumenty w portalu internetowym poświęconym RPO WSL.

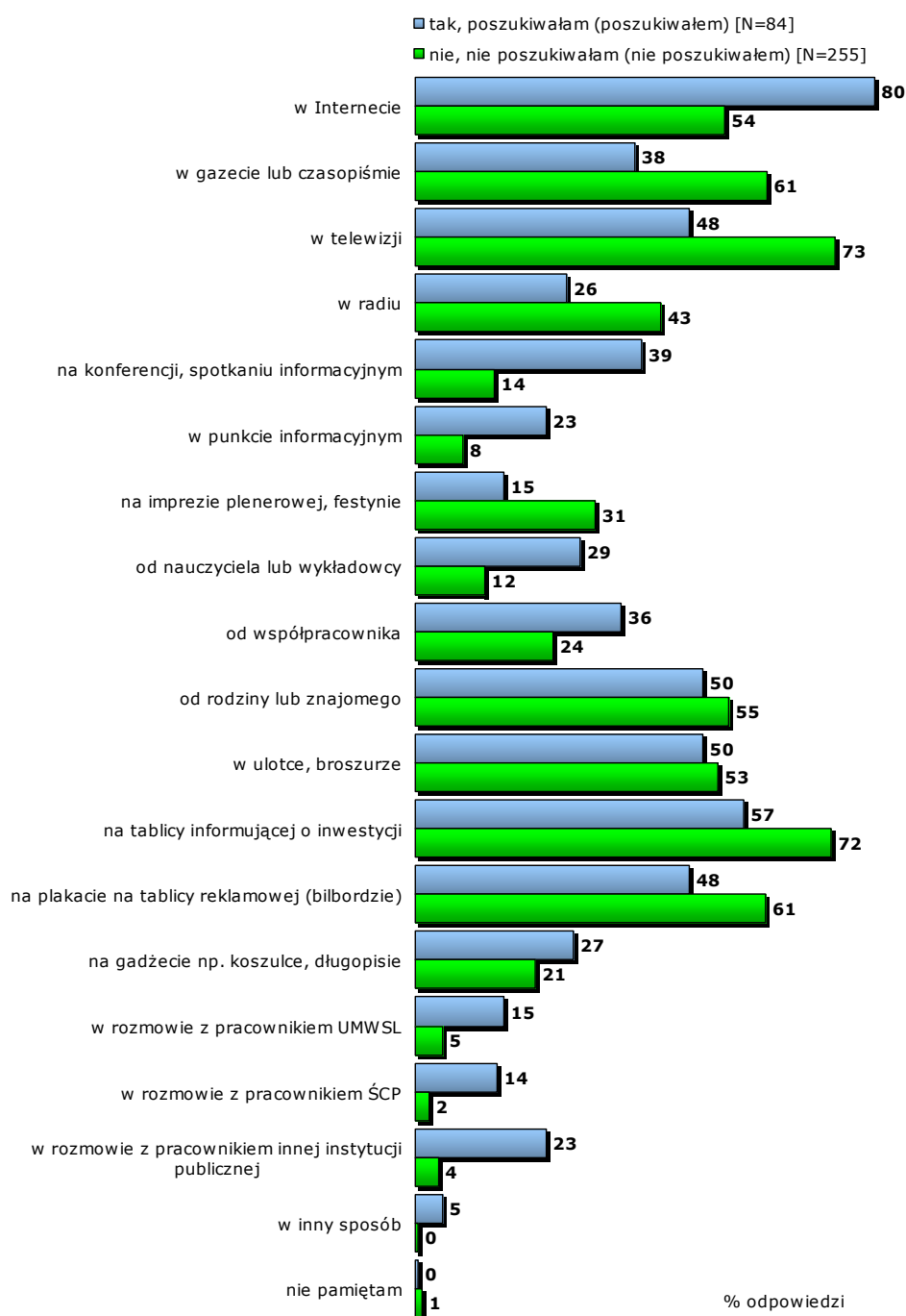
Po trzecie, informacje przekazywane poprzez różne media pozwalają dotrzeć do różnych odbiorców, z uwzględnieniem różnic w korzystaniu z mediów zachodzących na przykład pomiędzy osobami o odmiennych cechach społeczno-demograficznych. W badaniu ankietowym z mieszkańcami województwa śląskiego ustalono, że o wykorzystywaniu w tym regionie środków unijnych:

- z telewizji dowiadywały się częściej kobiety (74%), niż mężczyźni (59%),
- z Internetu dowiadywały się częściej osoby młodsze, niż starsze (82% wśród osób w wieku 15-29 lat, 64% wśród osób w wieku 30-49 lat i 43% wśród osób, które ukończyły 50 rok życia),
- z prasy dowiadywały się częściej osoby starsze, niż w średnim wieku i młode (w kolejnych grupach wiekowych: 45%, 42% oraz 74%).

Intensywność korzystania z poszczególnych mediów była również związana z poziomem aktywności w zakresie poszukiwania informacji. Z badania ankietowego z mieszkańcami województwa śląskiego wynika, że osoby poszukujące informacji dotyczących prowadzenia w tym regionie przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych szczególnie często znajdowały wiadomości na ten temat w Internecie. Z kolei poprzez telewizję, radio, prasę oraz nośniki eksponowane w przestrzeni publicznej informacje docierały częściej do mieszkańców, którzy ich nie poszukiwali.

Wykres 67: Dowiadywanie się o funduszach unijnych z poszczególnych mediów w okresie 2007-2013, w zależności od tego, czy użytkownik poszukiwał informacji o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy unijnych w województwie śląskim

Na podstawie pytań: Gdzie zetknęła (zetknął) się P. z informacjami o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim w latach 2007-2013? oraz Czy w latach 2007-2013 specjalnie poszukiwała (poszukiwał) P. informacji o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wyników badań ankietowych (CATI) z mieszkańcami województwa śląskiego

Szybkie przekazywanie informacji mieszkańcom nie korzystającym z najszybszego źródła, jakim w przypadku RPO WSL był Internet, jest trudnym wyzwaniem. Wydaje się, że w ich przypadku najskuteczniejszym medium jest prasa, w tym bezpłatna – jednak ze względu na konieczność przeprowadzania procedury zamówień publicznych wykorzystanie tego narzędzia nie jest szybkie. Ponadto zlecając kampanie szerokiego zasięgu warto zwrócić uwagę, żeby z zakładanego grona odbiorców nie były wyłączone osoby nie należące do segmentów atrakcyjnych dla większości nadawców kampanii dotyczących dóbr komercyjnych.

Czwarty rodzaj komplementarności polega na tym, że dzięki dotarciu różnymi kanałami do tych samych odbiorców komunikaty mają szansę zostać przez nich lepiej przyswojone.

W okresie 2007-2013 najszerzej zakrojone działania polegające na równoczesnym skierowaniu spójnego komunikatu promocyjnego dotyczącego RPO WSL poprzez różnorodne media zostały przeprowadzone w listopadzie w ramach tzw. „kampanii o szerokim zasięgu”, zleconej przez Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego agencji reklamowej Eskadra.

Osoba zajmująca się działaniami informacyjnymi i promocyjnymi w IZ RPO WSL zwróciła uwagę na szereg zalet kampanii, której koordynację powierzono zewnętrznemu Wykonawcy, w porównaniu z wcześniejszymi, bardziej rozproszonymi działaniami:

- Różnica polega na tym, że mieliśmy do czynienia z profesjonalną agencją reklamową, która ma specjalistów od tego, żeby dobrze kampanię zaplanować, przeprowadzić. Ma dom mediowy jako partnera, który dobrze media plany zaaranżuje. Nie ma takiej potrzeby, że od planu do realizacji nas jeszcze zobowiązuje jakaś procedura zlecenia [publikacji w poszczególnych mediach]. [Działania w różnych mediach] można ze sobą bardzo fajnie powiązać i wtedy te efekty są do osiągnięcia bardziej prawdopodobne. W danym momencie komunikat pojawia się w różnych mediach, w różnych miejscach, w różnych formach, co my nie zawsze jesteśmy sobie w stanie zapewnić planując nasze działania (...). [Działania], które już są widziane przez tego odbiorcę, idą bardzo fajnie, spójnie i szybko i się ze sobą zająbiają. (...) To jest dla nas sytuacja idealna, jeżeli można współpracować z agencją reklamową. (...) Ja tę współpracę oceniam bardzo pozytywnie i efekt tej kampanii też oceniam bardzo pozytywnie, no naprawdę nam się udało bardzo szeroko dotrzeć do odbiorców. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Można zakładać, że wykorzystanie różnorodnych mediów sprzyjało dotarciu do szerokiego kręgu odbiorców. Poszczególnym kanałom przypisano różne funkcje: reklama zewnętrzna (jako główne medium) – „budowanie zasięgu”, prasa – „uwiarygodnienie”, strony internetowe – „angażowanie” odbiorców (poprzez umożliwienie im zapoznania się z bardziej szczegółowymi informacjami oraz wzięcia udziału w konkursach), radio – „przypomnienie” (ugruntowanie komunikatów przekazanych przez inne media)⁷³. Pozytywna ocena efektów kampanii ma podstawy w przedstawionych przez jej Wykonawcę informacjach na temat osiągniętej liczby odbiorców przekazywanych komunikatów.

2.4.5 Skuteczność poszczególnych narzędzi

2.4.5.1 Przydatność informacji z poszczególnych źródeł

Potencjalni beneficjenci spośród źródeł, w których zetknęli się z informacjami na temat RPO WSL 2007-2013, najwyżej ocenili rozmowy z ekspertami z firm doradczych (w przypadku których średnia ocen w sześciostopniowej skali osiągnęła poziom 4,9),

⁷³ Grupa Eskadra: *Raport pokampanijny. Zaplanowanie i przeprowadzenie kampanii promocyjnej RPO WSL na lata 2007-2013 w 2013 roku*, s. 247

stronę internetową ŚCP (również 4,9) oraz konferencje i spotkania informacyjne (4,8). Na kolejnym miejscu znalazły się szkolenia (4,5). Stosunkowo najniżej oceniono przydatność ulotek i broszur (3,6), a także informacje przekazywane w rozmowach przez pracowników instytucji samorządowych (3,8)⁷⁴. Pozostałe źródła uzyskały średnią ocen w przedziale 3,8-4,0.

O co najmniej jeden punkt wyżej niż w poprzednim badaniu oceniona została przydatność informacji publikowanych na stronie ŚCP oraz w telewizji, natomiast o co najmniej jeden punkt niżej, niż w 2010 roku, oceniono przydatność informacji udostępnianych w portalu www.rpo.slaskie.pl oraz uzyskiwane od pracowników instytucji samorządowych.

Tabela 3: Proszę ocenić przydatność informacji na temat RPO Województwa Śląskiego, z którymi zetknęła (zetknął) się P. w poszczególnych źródłach.

Proszę wybrać ocenę na skali od 1 – informacje z tego źródła w ogóle nie odpowiadały Państwa potrzebom do 6 – informacje z tego źródła w pełni zaspokoily Państwa potrzeby.

Źródła informacji	2007-2013		2007-2010	
	Średnia	Liczebność	Średnia	Liczebność
rozmowy z ekspertami firm doradczych	4,9	22	4,1	37
strona internetowa Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości: www.scp-slask.pl	4,9	23	3,9	34
konferencje, spotkania informacyjne	4,8	38	4,6	54
szkolenia	4,5	32	4,7	49
ogłoszenia lub artykuły w gazetach lub czasopismach	4,0	25	3,1	40
wiadomości przysłane pocztą elektroniczną	3,9	42	3,8	59
portal rpo.slaskie.pl lub rpo.silesia-region.pl	3,8	41	4,7	67
ogłoszenia lub audycje w telewizji	3,8	24	2,8	35
ulotki, broszury	3,6	32	3,5	46
rozmowy z pracownikami instytucji samorządowych	3,4	50	4,8	55

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Beneficjenci RPO WSL, podobnie jak w poprzedniej edycji badania, za najbardziej przydatne uznali rozmowy z pracownikami firm doradczych, które uzyskały (w sześciostopniowej skali) średnią ocen 5,2. Wysoko oceniono również szkolenia (4,7), portal www.rpo.slaskie.pl (4,7), stronę internetową www.scp-slask.pl (4,6), a także portal www.rpo-promocja.slaskie.pl (4,7). Stosunkowo najniżej, podobnie jak w roku 2010, została oceniona przydatność informacji emitowanych w mediach (prasie, telewizji, radiu) oraz zamieszczanych w ulotkach i broszurach.

Warto zwrócić uwagę, że beneficjenci zdecydowanie wyżej, niż potencjalni beneficjenci, ocenili portal www.rpo.slaskie.pl. W niektórych wywiadach jakościowych respondenci zwracali uwagę, że o ile korzystanie z tego serwisu nie sprawia większych trudności doświadczonym użytkownikom, o tyle może być problemem dla osób, które wcześniej z niego nie korzystały i nie mają orientacji w zakresie funduszy unijnych.

⁷⁴ W omawianym pytaniu „instytucje samorządowe” zostały ujęte zbiorczo, natomiast prezentowane wcześniej oceny dotyczące UMWSL i ŚCP były wyższe (porównaj: rozdział 2.3.2 „Użyteczność informacji dla potencjalnych beneficjentów”), co sugeruje, że mniej pozytywne oceny dotyczyły informacji przekazywane przez urzędy miast i gmin lub starostwa powiatowe.

Tabela 4: Proszę ocenić przydatność informacji na temat możliwości uzyskania finansowania z RPO Województwa Śląskiego, z którymi zetknęła (zetknął) się P. w poszczególnych źródłach.

Źródło informacji	Rok	JST		MSP		INNE		Ogółem	
		N	Średnia	N	Średnia	N	Średnia	N	Średnia
rozmowy z ekspertami firm doradczych	2007-2013	54	4,6	72	5,3	29	5,2	164	5,2
	2007-2010	42	4,6	66	5,2			127	5,2
rpo.slaskie.pl lub rpo.silesia-region.pl	2007-2013	137	5,3	64	4,5	49	5,0	178	4,7
	2007-2010	108	5,3	69	4,4	47	4,9	224	4,6
portal rpo-promocja.slaskie.pl	2007-2013	65	4,9	25	4,6	25	4,8	76	4,7
	2007-2010	-	-	-	-	-	-	-	-
szkolenia	2007-2013	118	4,8	21	4,6	32	4,7	82	4,7
	2007-2010	85	4,8					129	4,6
www.scp-slask.pl	2007-2013	24	4,9	96	4,6	12	4,7	192	4,6
	2007-2010			85	4,7			110	4,7
konferencje, spotkania informacyjne	2007-2013	120	4,6	40	4,3	39	4,6	123	4,4
	2007-2010	89	4,5	30	4,3			144	4,4
rozmowy z pracownikami instytucji samorządowych	2007-2013	109	4,7	59	4,1	37	4,6	155	4,2
	2007-2010	78	4,3	40	3,9			141	4,1
wiadomości przysłane pocztą elektroniczną	2007-2013	108	4,5	40	4,0	29	4,3	114	4,2
	2007-2010	82	4,4	31	3,8			132	4,0
targi, imprezy plenerowe, festyny	2007-2013	108	4,5	40	4,0	29	4,3	114	4,2
	2007-2010	-	-	-	-	-	-	-	-
inne strony internetowe	2007-2013	41	4,0	25	3,6	9	3,7	60	3,7
	2007-2010	42	4,2	35	3,9			87	4,0
ogłoszenia lub artykuły w gazetach lub czasopismach	2007-2013	41	3,5	18	3,3	13	3,9	50	3,5
	2007-2010	45	3,3	36	3,1			94	3,2
ulotki, broszury	2007-2013	60	3,8	21	3,4	18	3,8	62	3,5
	2007-2010	52	3,8					90	3,5
ogłoszenia lub audycje w telewizji	2007-2013	31	3,1	26	3,2	17	3,5	66	3,2
	2007-2010			35	3,1			76	3,2
ogłoszenia lub audycje w radiu	2007-2013	25	3,1	17	3,0	8	3,0	42	3,0
	2007-2010							38	3,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Również w przypadku oceny przydatności informacji dotyczących prawidłowej realizacji i rozliczania projektów odpowiedzi udzielne przez beneficjentów nie różnią się znacząco od wyników uzyskanych w poprzednim badaniu. Najwyżej ocenianym przez beneficjentów źródłem informacji były rozmowy z ekspertami firm doradczych, które na skali od 1 do 6 uzyskały ocenę 5,1. Równie wysoko ocenione zostały szkolenia (4,7), strona internetowa ŚCP (4,7), portal rpo.slaskie.pl (4,6) oraz witryna rpo-promocja.slaskie.pl (4,6).

Tabela 5: Proszę ocenić przydatność informacji na temat prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego, z którymi zetknęła (zetknął) się P. w poszczególnych źródłach.

Źródło informacji	Rok	JST		MSP		Inne		Ogółem	
		N	Średnia	N	Średnia	N	Średnia	N	Średnia
rozmowy z ekspertami firm doradczych	2007-2013	46	4,7	82	5,2	26	4,7	180	5,1
	2007-2010			78	4,9			129	4,9
www.scp-slask.pl	2007-2013	20	4,7	79	4,7	8	4,8	156	4,7
	2007-2010			85	4,4			103	4,4
szkolenia	2007-2013	117	4,9	33	4,5	36	4,7	107	4,7
	2007-2010	88	4,6	32	4,5			148	4,6
rpo.slaskie.pl lub rpo.silesia-region.pl	2007-2013	136	5,1	45	4,4	46	4,9	140	4,6
	2007-2010	101	5,1	39	4,1	39	4,6	179	4,4
portal rpo-promocja.slaskie.pl	2007-2013	36	4,9	22	4,3	23	5	64	4,6
	2007-2010								
rozmowy z pracownikami instytucji samorządowych	2007-2013	122	4,8	92	4,1	43	4,5	224	4,2
	2007-2010	90	4,5	75	4,4	36	5,2	201	4,5
wiadomości przysłane pocztą elektroniczną	2007-2013	80	4,5	45	4,1	27	4,4	117	4,2
	2007-2010	63	4,5	32	3,9			119	4,1
konferencje, spotkania informacyjne	2007-2013	113	4,6	34	3,9	37	4,4	109	4,1
	2007-2010	71	4,4	23	3,9			118	4,1
inne strony internetowe	2007-2013	11	3,5	14	4	5	3,8	32	3,9
	2007-2010							42	3,8
targi, imprezy plenerowe, festyny	2007-2013	12	3,9	4	3,8	2	4	11	3,8
	2007-2010								
ulotki, broszury	2007-2013	23	3,8	9	3,7	5	4,6	24	3,8
	2007-2010							33	2,8
ogłoszenia lub artykuły w gazetach lub czasopismach	2007-2013	12	3,5	15	3,5	9	4,4	37	3,6
	2007-2010								
ogłoszenia lub audycje w telewizji	2007-2013	8	3,4	12	3,3	7	3,7	29	3,3
	2007-2010								
ogłoszenia lub audycje w radiu	2007-2013	7	3,6	8	2,9	4	3,5	19	3
	2007-2010								

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

2.4.5.2 Szkolenia

Najpełniejszą ocenę szkoleń dotyczących RPO WSL 2007-2013 zawiera raport z ewaluacji zewnętrznej, przeprowadzonej na zamówienie UMWSL przez EU Consult oraz Instytut Badawczy IPC. W badaniu tym ustalono między innymi, że uczestnicy szkoleń „najbardziej wartościowe informacje, dotyczące ich konkretnych problemów otrzymują od pracowników Urzędu Marszałkowskiego”, natomiast szkolenia prowadzone przez ekspertów zewnętrznych, oderwane od kwestii, z którymi borykają się ich uczestnicy, są mniej przydatne. Zwrócono również uwagę na trudności w zaspokajaniu indywidualnych potrzeb poszczególnych uczestników szkoleń w zakresie informacji na temat Programu.

W odpowiedzi na te problemy zarekomendowano między innymi:

- zwiększenie liczby szkoleń prowadzonych nie tylko przez ekspertów zewnętrznych, lecz także przez pracowników UMWSL,
- umożliwienie przyszłym uczestnikom szkolenia zgłaszania pytań jeszcze przed wzięciem w nim udziału, w celu lepszego dostosowania programu do ich potrzeb,
- dostarczanie zainteresowanym bardziej szczegółowych informacji o zakresie i poziomie zaawansowania szkolenia,
- uwzględniania w większym stopniu, przy wyborze trenerów, ich praktycznego (a nie tylko „dydaktycznego”) doświadczenia,

- prowadzenie szkoleń w zakresie tematów adresowanych do niewielkiej grupy zainteresowanych w formie e-learningu.

Rekomendowano również udostępnianie materiałów informacyjnych przed szkoleniem (dzięki czemu uczestnicy będą mieli większą swobodę ich wykorzystywania), szersze rozpropagowanie Newslettera zawierającego informacje o szkoleniach oraz zbieranie od uczestników opinii na temat szkoleń przy zastosowaniu ankiet internetowych przesyłanych im pocztą elektroniczną⁷⁵.

Ewaluacja, której wyniki przedstawia niniejszy raport, pozwala uzupełnić przywołaną diagnozę. Według informacji przekazanych przez pracowników UMWSL w wywiadach jakościowych, powierzenie prowadzenia części szkoleń ekspertom zewnętrznym wynikało po części z dużego obciążenia pracowników UMWSL pracą związaną bezpośrednio z wdrażaniem RPO WSL, a z drugiej strony przewidywanymi korzyściami z takiego rozwiązania. Do takich korzyści można zaliczyć lepszą orientację ekspertów zewnętrznych w niektórych tematach (na przykład analizach ekonomicznych stanowiących element studiów wykonalności), a także rozwinięte umiejętności trenerskie:

Założenie (...) było takie, że szkolenia będą prowadzone przez pracowników urzędu. My potem wypracowaliśmy jednak trochę inną modłę, bo widzieliśmy, że no nie do końca jest to szczęśliwe. Oczywiście to jest bardzo ważne, żeby była przekazana wiedza przez osoby, które bezpośrednio pracują przy dokumentach, nad dokumentami, potem nad projektami. Głównie [przez pracowników referatu] wyboru projektów. Natomiast jesteśmy urzędnikami, nie każdy ma tę zdolność prowadzenia zajęć, nie każdy ma zdolności trenerskie. W pewnym momencie też bardzo dużo tych obowiązków było tutaj, na miejscu, typu ocena konkursowa. (...) Więc [później] te szkolenia były prowadzone z ekspertami w danej dziedzinie, ludźmi którzy mają takie trenerskie przygotowanie, ale mają też tą podbudowę wiedzy w zakresie w jakim było nam to potrzebne. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Do zalet angażowania do prowadzenia szkoleń również ekspertów zewnętrznych zarówno pracownicy UMWSL, jak i przedstawiciele beneficjentów zaliczyli możliwość uzyskania dodatkowych przydatnych wskazówek, wynikających z praktycznego doświadczenia takich ekspertów:

- My występowaliśmy zawsze jako urzędnicy, jako ta strona instytucji zarządzającej. [Zewnętrzni] trenerzy bardzo często występowali również jako beneficjenci, co inne doświadczenia dawało, czasami takie ciekawostki, które okazywały się pomocne. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

- Jeżeli chodzi o pracownika Urzędu Marszałkowskiego, no to kwestia jest taka, że (...) dla niego zawsze wytyczne będą najważniejsze i będzie udzielał informacji w oparciu o wiedzę związaną z wytycznymi, bo to jest dla niego wiążące. Natomiast takie spojrzenie zewnętrzne, to są techniczne może nieraz sprawy, ale nawet przechowywanie dokumentów. (...) Jest gro faktur na takim papierze światłoczułym, które blakną (...) Na samym początku na pewno nikt nie myślał o takich sytuacjach, że te dokumenty nie przetrwają próby czasu. (...) W tym momencie właśnie to są takie techniczne, drobne sprawy, aczkolwiek beneficjent mógłby mieć problemy nie posiadając oryginałów dokumentów. (...) I to chyba wtedy też wyszło na takim spotkaniu z osobami z zewnątrz, że [na podstawie] swojej praktyki zawodowej i doświadczenia zawodowego mówiły, że warto byłoby też o tym pamiętać. [IDI z przedstawicielem beneficjenta – JST]

⁷⁵ Ocena efektywności działań szkoleń dla beneficjentów RPO WSL 2007-2013 – raport z badania przeprowadzonego na zamówienie UMWSL przez firmę EU-Consult oraz Instytut Badawczy IPC Sp. z o.o., Katowice 2013, s. 2-3.

Zarazem w wywiadach jakościowych beneficjenci potwierdzali szczególną wartość szkoleń prowadzonych przez pracowników instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie Programu:

Natomiast te szkolenia przeprowadzane przez pracowników [UMWSL] tę szczegółowość mają dużo większą, bo to też są osoby, które oceniają, sprawdzają dane dokumenty, więc też uczulają. Ja jeżeli mogę mieć jakąś preferencję, to wolę szkolenia właśnie z pracownikami [IDI z przedstawicielem beneficjenta – JST]

Szkolenia prowadzone przez ekspertów zewnętrznych powinny być traktowane jako przydatne uzupełnienie szkoleń prowadzonych przez pracowników UMWSL i ŚCP, odpowiedzialnych za wdrażanie Programu. Istotne jest również zapewnienie możliwości uzupełniania przez pracowników tych instytucji informacji przekazywanych przez ekspertów zewnętrznych, zwłaszcza o kwestie specyficzne dla RPO wdrażanego w województwie śląskim. Z informacji przekazanej przez pracownika UMWSL odpowiedzialnego za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych wynika, że takie podejście było już stosowane:

- Jeżeli były szkolenia gdzie skupialiśmy się na konkretnym konkursie i konkretnym zagadnieniu Uszczegółowienia [RPO WSL], to wtedy oczywiście wykorzystywaliśmy pracownika, ale zawsze staraliśmy się poszerzyć to jeszcze o taką wiedzę ogólno-horyzontalną. (...) Jeżeli się pojawiało jakieś pytanie konkretnie odnoszące się do naszego Uszczegółowienia i mógł mieć [zewnętrzny] trener pewien problem z tym, bo pracuje powiedzmy na horyzontalnych dokumentach, no to był jednak zawsze ktoś (...) do dyspozycji [z IZ], wyjaśniał te wątpliwości (...). [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Dla części uczestników szkoleń istotne było nie tyle uzyskanie informacji ogólnych, co dotyczących zagadnień występujących w konkretnym projekcie. Z tego względu za szczególnie cenną uważali możliwość zadawania pytań osobom prowadzącym szkolenia. Zarazem w wywiadach jakościowych beneficjenci oceniali jako przydatne również zapoznawanie się z odpowiedziami udzielonymi na pytania zadane przez inne osoby. Dlatego warto byłoby udostępniać na stronie internetowej, oprócz materiałów szkoleniowych, również odpowiedzi na pytania zadane przez uczestników.

Z perspektywy dostosowania przekazywanej wiedzy do specyficznych potrzeb odbiorców odpowiednim rozwiązaniem było wprowadzenie (w drugiej połowie okresu 2007-2013) warsztatów. Warsztaty (dotyczące zamówień publicznych) odbywały się w mniejszym gronie niż szkolenia i obejmowały wspólną pracę uczestników i trenera nad wybranymi przypadkami (*case study*).

Czynnikiem obniżającym przydatność szkoleń organizowanych przez IZ był zróżnicowany poziom wiedzy ich uczestników:

- Jeżeli na szkoleniach znajdowali się przedstawiciele tych dwóch środowisk, urzędników i podmiotów spoza tego środowiska, no to pojawiały się wtedy takie sygnały, że jak prowadzący zakładał, że ma na sali same samorządy i zaczynał od jakiegoś wyższego poziomu informacji, to się pojawiały sygnały z sali: „wróćmy do początku, zacznijmy od podstaw”. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

IZ w zaproszeniach podawała grupę, której dedykowane były poszczególne szkolenia, a także ich tematy, jednak część uczestników nie kierowała się tymi informacjami:

- Staraliśmy się jasno podkreślać w zaproszeniu czy w informacjach o tych szkoleniach, że to są szkolenia dedykowane dla przedsiębiorców, a to są szkolenia dedykowane dla przedstawicieli jednostek badawczo-rozwojowych, że w sposób szczególny ich zapraszamy, bo poziom tego szkolenia będzie taki, albo kierunek tego szkolenia będzie szedł w taką stronę. (...) No ale wiadomo w 100% się nie da takiego przesiewu zrobić, (...) no nie można odsiać połowy sali i powiedzieć „nie, wam się to nie należy”. Na przykład zamówienia publiczne: jeżeli one się pojawiły [kilka] razy to ten sam człowiek chciał skorzystać ze

wszystkich (...). Oczywiście dawaliśmy pierwszeństwo w formularzu rejestracyjnym tym, którzy pojawiali się po raz pierwszy, ale jeżeli miejsca były, to trudno takiemu człowiekowi odmówić udziału. Z tym, że to zainteresowanie było na tyle duże, że tych miejsc rzadko kiedy było aż tyle. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Z relacji pracowników Urzędu Marszałkowskiego oraz ŚCP wynika, że liczba osób zainteresowanych udziałem w szkoleniach często przekraczała liczbę dostępnych miejsc.

- Frekwencja była raczej nadfrekwencją zwykle, bo zawsze mieliśmy te listy rezerwowe ludzi, którzy czekają na to czy się dostaną czy się nie dostaną, to nie było na tej zasadzie, że przychodzi każdy i bierzemy każdego. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Wprowadzenie szkoleń dostępnych przez Internet byłoby przydatne nie tylko jako sposób przekazywania informacji dotyczących specyficznych tematów, znajdujących się w obszarze zainteresowania nielicznej grupy potencjalnych uczestników, lecz – przede wszystkim – jako sposób zwiększenia dostępności szkoleń budzących najbardziej powszechne zainteresowanie. Takie rozwiązanie sprzyjałoby również korzystaniu z poszczególnych szkoleń przez osoby z miejscowości oddalonych od ośrodków, w których szkolenia te będą prowadzone.

2.4.5.3 Strony internetowe

Strony internetowe służące przekazywaniu informacji o RPO WSL jego potencjalnym i faktycznym beneficjentom (www.rpo.slaskie.pl oraz www.scp-slask.pl) oraz promowaniu Programu wśród szerszego grona odbiorców (www.rpo-promocja.slaskie.pl) ulegały zmianom mającym na celu przede wszystkim ułatwienie korzystania z nich użytkownikom. Część tego typu zmian wprowadzono na podstawie badania użyteczności (*usability*) wymienionych serwisów, przeprowadzonego w listopadzie 2012 roku na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego przez firmę Edisona:

- Staraliśmy się cały czas nad tym portalem [www.rpo.slaskie.pl] pracować, żeby układać go w taki sposób, żeby on był przyjazny dla odbiorcy, żeby się dobrze z tego korzystało. Może nie kładliśmy nacisku na to, żeby tam były jakieś fajerwerki, bo to nie jest tego typu portal, on jednak jest portalem urzędu, my się musimy wpisywać też w pewną ogólną szatę graficzną tych podstron urzędowych. Natomiast na pewno bardzo dużo poświęciliśmy na to, żeby ta strona była przyjazna dla odbiorcy (...). Staraliśmy się zmieniać formę publikacji, (...) załączników, żeby to było łatwe do przeglądania w różnych przeglądarkach, łatwe do otwierania, żeby posegregować tą informację w taki sposób, te okienka tam tak stworzyć, żeby był możliwy łatwy, szybki dostęp. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Badanie użyteczności, które zleciliśmy pod koniec 2012 roku. (...) Naprawdę to były bardzo cenne rekomendacje dzięki którym w kolejnym roku znacząco ześmy przemodelowali nasze serwisy, a zwłaszcza ten www.rpo.slaskie.pl. (...) Na stronie „niebieskiej” [www.rpo.slaskie.pl] mamy trzy ważne mapy. Jedna mapa to jest mapa dotacji ministerstwa, druga to jest mapa nasza, czyli dotycząca podmiotów publicznych wnioskujących o dofinansowanie z programu, a trzecia to jest mapa ŚCP. I dla nas było oczywiste, czym one się różnią. Natomiast po badaniu pod jednym banerem są mapy, a następnie można sobie wybrać, po krótkim opisie co dana mapa zawiera, konkretną mapę. (..) Też był problem taki, że bardzo dużo osób odwiedzało stronę rpo.slaskie.pl, a stosunkowo mało odwiedzało stronę www.rpo-promocja.slaskie.pl. Był baner na stronie „niebieskiej”, ale on był albo za mało widoczny, albo w złym miejscu. A teraz na przykład, po przemodelowaniu tego baneru, po przeniesieniu go, (...) odnotowujemy więcej [wejść na stronę www.rpo-promocja.slaskie.pl ze strony www.rpo.slaskie.pl] [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Beneficjenci uczestniczący w wywiadach jakościowych o skierowanych do nich stronach poświęconych RPO WSL wypowiadali się generalnie pozytywnie.

B: - Mówił pan o tej stronie internetowej www.rpo.slaskie.pl. Na ile pan ją uważa za czytelną, dobrze zorganizowaną?

R: - Wszystkie informacje, których szukam, to jestem w stanie bez problemu odszukać. (...) Wszystkie informacje potrzebne beneficjentowi tam są. [IDI z przedstawicielem beneficjenta - JST]

Do szczególnie docenianych rozwiązań zaliczono:

- umieszczanie na stronie www.rpo.slaskie.pl kompletu dokumentów dotyczących danego konkursu w jednym miejscu,
- publikowanie danych kontaktowych pracowników poszczególnych referatów uczestniczących we wdrażaniu Programu.

Oczekiwanym przez niektórych beneficjentów uzupełnieniem zawartości strony www.rpo.slaskie.pl było natomiast zamieszczanie większej liczby pytań zadawanych przez instytucje ubiegające się o dofinansowanie oraz przez beneficjentów (FAQ) wraz z odpowiedziami. Niektórzy użytkownicy, sami sprawnie nawigujący w portalu www.rpo.slaskie.pl, zauważali, że może to być trudne dla osób, które nie mają doświadczenia w korzystaniu z tego portalu ani dobrej orientacji w zakresie funduszy unijnych:

- Tam są te zakładki, dokumenty, wszystkie wytyczne. Wiadomo, że tego jest bardzo dużo, tak że jeżeli ktoś nie ma dużego doświadczenia i zderzy się z tą stroną, no to rozumiem, że może być to dla niego niezrozumiałe. Bo nie wie gdzie czego szukać, co te nazwy poszczególnych dokumentów oznaczają, (...) samo Uszczegółowienie RPO o ma chyba kilkanaście załączników. [IDI z przedstawicielem beneficjenta - JST]

Warto byłoby rozważyć umieszczenie w portalu łatwo dostępnej (i sformułowanej prostym językiem) informacji o tym kto i na co może uzyskać dofinansowanie z RPO WSL.

Utworzenie w 2010 roku strony www.rpo-promocja.slaskie.pl służyło rozdzieleniu informacji istotnych dla instytucji ubiegających się o środki i realizujących projekty (tego rodzaju informacje zamieszczano na stronie www.rpo.slaskie.pl) od informacji przeznaczonych dla szerszego grona odbiorców, dotyczących zrealizowanych przedsięwzięć i wynikających z nich korzyści. W rezultacie obie grupy uzyskały lepszy dostęp do informacji dostosowanej do ich potrzeb.

Zależało nam na tym żeby nie mieszać na jednej stronie informacji tych takich stricte technicznych właśnie dla beneficjenta z tymi informacjami promocyjnymi, dedykowanymi powszechnemu odbiorcy, pisanymi innym językiem. Dlatego stworzyliśmy tę drugą stronę. (...) Żeby po prostu nie stworzyć pewnego szumu informacyjnego. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Zgodnie z wiedzą pracowników prowadzących działania informacyjne i promocyjne, strona promocyjna jest również przydatna dla mediów:

Dochodzą do nas głosy, że bardzo często korzystają z niej przedstawiciele mediów, którzy potrzebują takiej krótkiej, prostej informacji, bez przebijania się przez jakieś dokumenty, zakładki, podzakładki. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Cechą Internetu, odróżniającą go od tradycyjnych mediów, takich jak telewizja, radio czy prasa, jest możliwość wykorzystywania go do dwustronnej komunikacji. W przypadku portali internetowych funkcją umożliwiającą wykorzystanie tej cechy Internetu jest możliwość zamieszczania przez czytelników komentarzy pod publikowanymi informacjami. Biorąc pod uwagę ryzyko chaosu informacyjnego i fakt, że komentarze

wymagałyby moderacji, wprowadzanie tej funkcji na stronach www.rpo.slaskie.pl, www.rpo-promocja.slaskie.pl oraz www-scp.slask.pl nie byłoby jednak uzasadnione. Dobrą praktyką, stosowaną na pierwszej z wymienionych stron, prowadzonej przez UMWSL, jest natomiast zamieszczanie często zadawanych przez użytkowników pytań, wraz z odpowiedziami (FAQ). Dotychczas takie rozwiązanie zastosowano do wyjaśniania potencjalnym beneficjentom wątpliwości dotyczących zasad udzielania dofinansowania (w ramach części Programu dedykowanej przedsiębiorstwom oraz w ramach Działania 2.1 RPO WSL) oraz do prezentacji Systemu Informatycznego Wdrażania i Zarządzania RPO WSL 2007-2013⁷⁶. Z FAQ warto korzystać w szerszym zakresie, korzystając z powtarzających się lub szczególnie istotnych pytań zadawanych pracownikom punktów informacyjnych oraz osobom prowadzącym szkolenia.

Dwustronne przekazywanie informacji jest szczególnie istotną funkcją serwisów społecznościowych. Działania promocyjne dotyczące RPO WSL w serwisie Facebook były dotychczas prowadzone na niewielką skalę i mało aktywnie. W momencie sporządzania niniejszego raportu najnowsza informacja zamieszczona w profilu „Śląskie sprawdza się”, poświęconym RPO WSL, pochodzi sprzed 10 tygodni.

Osoby odpowiedzialne za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych mają świadomość, że prowadzenie atrakcyjnego profilu wymaga dużego zaangażowania, zarówno w zamieszczanie kolejnych informacji, jak i w bieżącą interakcję z użytkownikami. Istnieje również ryzyko pojawiania się negatywnych komentarzy, wymagających szybkiej i kompetentnej reakcji. Dodatkowa trudność wiąże się z potrzebą prowadzenia komunikacji w sposób, który nie zostanie odebrany jako nieliczący ze statusem urzędu.

Wydaje się, że w zasilaniu profilu informacjami atrakcyjnymi dla odbiorców mogłaby pomóc szersza współpraca w tym zakresie z beneficjentami, którzy zarządzają obiektami dofinansowanymi w ramach RPO WSL. Profil RPO WSL mógłby udostępniać m.in. informacje na temat wydarzeń organizowanych w tych obiektach. Facebook mógłby służyć również do włączania mieszkańców – zwłaszcza poprzez konkursy – w rozpowszechnianie informacji o przedsięwzięciach dofinansowanych w ramach Programu.

Należałoby również wyraźnie określić, że profil służy przedstawianiu dofinansowanych z RPO WSL przedsięwzięć, natomiast informacji na temat możliwości uzyskania funduszy oraz zasad realizowania projektów udzielają punkty informacyjne.

W okresie 2007-2013 działania prowadzone w Internecie częściowo zastąpiły wydawanie materiałów w wersji papierowej:

Taka deprecjacja tych materiałów ulotkowych nastąpiła, (...) te nowoczesne media wyparły trochę ten papier. Uznaliśmy, że to jest trochę pieniędzy wyrzucony w błoto, tak żeby co roku jakieś ulotki produkować. (...) To nie jest sztuką wydawanie przez 7 lat ulotki, bo tak założyliśmy, że będzie ulotka, która będzie łądowała w koszu. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Strony internetowe dotyczące Programu są kluczowym źródłem informacji dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów. Ponadto odnotowano wysoki poziom zainteresowania korzystaniem z informacji zamieszczanych w Internecie ze strony mieszkańców regionu⁷⁷. W związku z tym kontynuowanie przekazywania grupom docelowym informacji na temat RPO WSL poprzez strony prowadzone przez instytucje odpowiedzialne za wdrażanie Programu ma priorytetowe znaczenie. Należy również zadbać o szerszą promocję strony www.rpo-promocja.slaskie.pl oraz bardziej aktywnie

⁷⁶ System ten służy beneficjentom m.in. do generowania wniosków o dofinansowanie oraz wniosków o płatność, a więc sam w sobie jest narzędziem umożliwiającym przekazywanie informacji przez użytkowników.

⁷⁷ Porównaj: rozdział 2.4.2.1 „Dotarcie do mieszkańców”.

korzystać z portali społecznościowych, umożliwiających dwustronny kontakt z odbiorcami (dotychczas potencjał tego typu portali wykorzystano jedynie w ograniczonym stopniu), a także w większym zakresie wykorzystywać do promocji Programu inne strony internetowe (zwłaszcza lokalne i regionalne portale informacyjne).

Zarazem należy uwzględnić fakt, że Internet jest w stosunkowo niewielkim stopniu wykorzystywany przez osoby starsze i mało aktywne w poszukiwaniu informacji. Dlatego działania prowadzone w Internecie nie zastąpią kierowania komunikatów do opinii publicznej również za pośrednictwem tradycyjnych mediów.

2.4.5.4 Program „Słownik polsko-europejski”

Przykładem przedsięwzięcia mającego na celu między innymi zwiększenie przystępności unijnej terminologii był realizowany cyklicznie program „Słownik polsko-europejski”. W kolejnych odcinkach prezentowaniu wybranych inwestycji sfinansowanych w ramach RPO WSL towarzyszyło objaśnianie terminów związanych z wdrażaniem funduszy unijnych. Program był emitowany w telewizji i został udostępniony w Internecie. Jego uzupełnieniem była publikacja objaśniająca poszczególne terminy, skierowana między innymi do wykładowców i dziennikarzy:

- Tutaj w regionie się to z dość takim fajnym odbiorem spotkało, bo jak wysyłaliśmy później tą publikację do uczelni, do redakcji to wręcz mieliśmy głosy takie, żeby [przysłać] jeszcze kilka pozycji, bo się to przyda. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Prezentowanie atrakcyjnych inwestycji dofinansowanych z RPO WSL, wywiady z osobami zaangażowanymi w realizację projektów oraz wypowiedzi „zwykłych ludzi” stanowiły atuty programu. Jego fragment przedstawiony podczas zogniskowanego wywiadu grupowego spotkał się ze zdecydowanie pozytywnym przyjęciem ze strony mieszkańców:

B: - Na ile ten filmik jakoś był ciekawy? Gdyby nie było tak, że państwa poprosiłem w szczególnej sytuacji spotkania, żebyście państwo na niego zwrócili uwagę... Powiedzmy, byłby w telewizji. Czy to raczej byłaby jedna z reklam, jak pani mówiła, przy których się wychodzi zrobić herbatę, czy...

R: To nie jest reklama proszku.

R: Dla mnie był bardzo ciekawy.

R: Ciekawy

R: Ciekawe, już sam ten budynek przyciągnął wzrok, z takim zainteresowaniem się oglądało, co będzie dalej, co pokażą nowego.

R: (...) Wraca chęć pójścia do biblioteki generalnie... [FGI z mieszkańcami województwa]

Prezentowany obiekt (Centrum Informacji Naukowej i Biblioteka Akademicka w Katowicach) został uznany za bardzo atrakcyjny, a treść filmu wzbudziła ożywione komentarze:

B: - Co państwo sądzą o tym budynku na podstawie tego, co zostało pokazane?

R: - Super nowoczesny

R: - Bardzo...

R: - Nowatorski pomysł...

R: - Na pewno był drogi.

R: - Ułatwienie dla czytelników, myślę, że bardzo duże...

R:- Wygląda na zrobione profesjonalnie, przede wszystkim.

R: - Łatwość dostępu.

R: - Jak studiowałam dwadzieścia lat temu, to przychodziłam, wypisywałam jakieś tam karty, tydzień czekałam na książki... [FGI z mieszkańcami województwa]

Odbiorcy oczekiwali wręcz informacji ułatwiających znalezienie i odwiedzenie przedstawionego obiektu:

R: - Lokalizacji za bardzo nie było

R: Po prostu [przydatny byłby] na przykład adres konkretny, jak dojechać autem, czy rowerem. [FGI z mieszkańcami województwa]

Nietrafnym elementem przyjętej formuły było natomiast objaśnianie terminów. Mieszkańcy nie są grupą skłoną do przyswajania skomplikowanej terminologii, której znajomość większości z nich jest zbędna:

R: - Człowiek, powiedzmy, jeśli zacząłby się program od wyjaśnień tych pojęć dotyczących funduszy, to myślę, że by zrezygnował z oglądania czegoś takiego. [FGI z mieszkańcami województwa]

Mieszkańcy województwa zaznaczyli również, że z ich perspektywy w filmach prezentujących prezentowane przedsięwzięcia nie powinni pojawiać się „oficjele”:

R: - Oficjeli przecinających wstęgę, nie lubię czegoś takiego, tam generalnie ludzie są po to, żeby się pokazać, a jeszcze bardziej, że niedługo wybory...

R: - Myślałem o tym, ale nie chciałem znowu wyjść na jakiegoś...

R: - To jest niepotrzebne w filmikach... (...)

R: - Jest to dla mnie takie lansowanie się przy okazji czegoś tam, promowanie samego siebie, to ma być promowana inwestycja, promowany obiekt.

R: - Ja też myślę, że to jest zbędne. (...)

R: - Bez przecinania tej wstęgi, tylko na przykład w ramach reportażu burmistrz opowiada o tej inwestycji, pokazuje ten budynek, opowiada o tym, powiedzmy, jak wygląda w środku, jakie są funkcje, powiedzmy, tego budynku i tak dalej. To na takiej zasadzie tak, ale nic więcej, powiedzmy, bez żadnego promowania siebie. [FGI z mieszkańcami województwa]

Trafna wydaje się uwaga respondentki, która pracowała w Zespole ds. informacji i promocji RPO WSL, że program mógłby służyć promocji RPO WSL i zarazem województwa śląskiego również poza granicami regionu:

- Mielibyśmy szansę wesprzeć również promocyjnie region, pochwalić się w skali kraju tym jak dobrze wykorzystujemy środki unijne, jak zmieniamy ten region i jego oblicze, bo pojawia się bardzo dużo fajnych obiektów, a w Polsce nadal myślę w wielu głowach pokutuje to wyobrażenie Śląska jako przemysłowego, czarnego, brudnego. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Emisję programu w telewizji o zasięgu ogólnopolskim wkluczała reguła, zgodnie z którą samorządy województw zasadniczo mogą wykorzystywać do promowania RPO wyłącznie media o zasięgu co najwyżej regionalnym. W przypadku dalszego obowiązywania tej zasady przydatne mogłoby się okazać zamówienie programu w podobnej formule (poświęconego inwestycjom zrealizowanych w różnych regionach) przez MIR. Idealnym terminem emisji takiego programu wydają się wakacje letnie i okres przedwakacyjny.

Biorąc pod uwagę, że zainteresowanie mieszkańców inwestycjami finansowanymi z funduszy unijnych jest podyktowane w znacznej mierze chęcią ewentualnego skorzystania z dofinansowanych obiektów, należy ocenić pozytywnie różnicowanie treści informacji w zależności od miejsca zamieszkania odbiorców:

Patrzyliśmy też przez pryzmat subregionów, modyfikując czasami, na ile oczywiście było to możliwe, pewien przekaz informacyjny o tym co w danym subregionie się zmieniło. (...) jeżeli ktoś jest mieszkańcem północnej części

[regionu], to pokazywaliśmy co w północnej części, jeżeli w południowej - to co w południowej... Żeby ten komunikat był najbliższy temu miejscu, w którym ten dany mieszkaniec funkcjonuje na co dzień. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Wzorcowym przykładem prezentacji przedsięwzięć sfinansowanych z funduszy unijnych z perspektywy możliwości korzystania z nich przez mieszkańców regionu jest opublikowany przez Urząd Marszałkowski przewodnik turystyczny „Śladem projektów unijnych”. Publikacja doskonale wpisuje się w oczekiwania przedstawione przez jedną z uczestniczek wywiadu z mieszkańcami:

Ja bym gdzieś sobie przeczytała, że na przykład taki i taki region, czy takie i takie miasto na przykład stworzyło jakąś ścieżkę rowerową, dydaktyczną właśnie z tych środków. To byłoby to dla mnie jakimś impulsem, (...) żeby tam pojechać i zobaczyć, bo z tego ja się po prostu dowiaduję, co nowego w regionie powstało. (...) Ja taka jestem akurat, że bardzo lubię sobie gdzieś pojechać, jak weekend nadchodzi, to myślę, gdzie, w którą stronę wyruszyć. Ostatnio na Jurze byłam, to też są te ścieżki dydaktyczne. Są tablice, to wiem, że to było ze środków unijnych finansowane. [FGI z mieszkańcami województwa]

Podsumowując ocenę programu można stwierdzić, że jego główne założenie, tj. prezentowanie w kolejnych odcinkach poszczególnych projektów realizowanych w regionie w ramach RPO WSL, sprawdziło się bardzo dobrze – również dzięki atrakcyjnej formie prezentacji. Nietrafnym pomysłem (od którego pochodził tytuł całego cyklu) było natomiast objaśnianie odbiorcom specjalistycznych terminów związanych z wdrażaniem funduszy unijnych.

2.4.5.5 Przewycięzanie problemu niezrozumiałości terminów⁷⁸

Terminologia związana z wdrażaniem programów finansowanych z funduszy unijnych jest trudna do opanowania przez osoby, które nie mają doświadczenia w tym zakresie. Pracownicy odpowiedzialni za wdrażanie RPO WSL sami zdają sobie z tego sprawę:

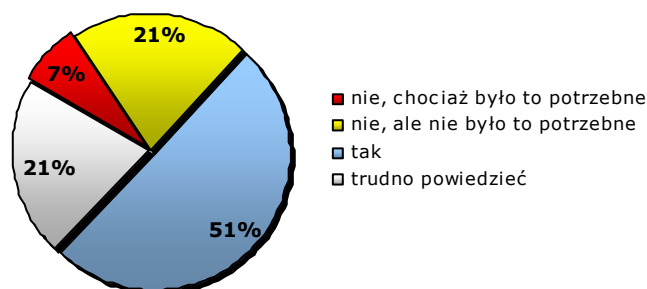
- Ten język funduszowy jest bardzo skomplikowanym językiem i może nam jest trochę łatwiej, bo siedzimy w tych dokumentach. Ciężko jest te dokumenty zrozumieć i widać też, że one są robione przez różne jednostki, przez różnych ludzi, którzy chyba nie do końca ze sobą się komunikowali. Jest bardzo dużo dziwnych sformułowań. (...) Nawet sam tytuł programu: „Regionalny Program Operacyjny”. On komuś z zewnątrz nic nie powie, (...) to jest bardzo skomplikowanie, dziwnie brzmiąca nazwa i takich nazw jest bardzo wiele. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym bezpośrednio za wdrażanie RPO WSL]

Połowa (51%) pracowników UMWSL oraz ŚCP zajmujących się działaniami informacyjnymi lub promocyjnymi dotyczącymi RPO WSL stwierdziła, że były one przynajmniej częściowo dostosowywane do potrzeb odbiorców nieobeznanych ze słownictwem związanym z wdrażaniem funduszy unijnych.

⁷⁸ Uzupełnieniem informacji zawartych w tym rozdziale są wyniki badań ankietowych z przedstawicielami grup docelowych, dotyczące poziomu zrozumiałości docierających do nich informacji. Wyniki te zostały przedstawione w rozdziałach 2.3.1 „Użyteczność informacji dla mieszkańców”, 2.3.2 „Użyteczność informacji dla potencjalnych beneficjentów” oraz 2.3.3 „Użyteczność informacji dla beneficjentów” (s. 58, 60, 63-64).

Wykres 68: Czy co najmniej część działań informacyjnych i promocyjnych, w których prowadzeniu P. uczestniczył(a), była dostosowywana do specyficznych potrzeb odbiorców nie znających terminologii związanej z wdrażaniem funduszy unijnych? [N=14]

[Wyniki uzyskane w ramach ewaluacji obejmującej okres 2007-2013]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

Z perspektywy zaspokajania potrzeb potencjalnych beneficjentów, a w pewnym stopniu również beneficjentów, którzy nie znają specjalistycznej terminologii związanej z wdrażaniem funduszy unijnych, szczególnie przydatne było przekazywanie informacji o Programie w sposób dostosowany do kompetencji poszczególnych odbiorców przez pracowników punktów informacyjnych:

- *Zawsze wychodziłem z takiego założenia, że należy tłumaczyć nie językiem sformalizowanym, tylko prostym, tak aby każdy zrozumiał tę informację. (...) jeżeli ktoś nie wie co to jest kwalifikowalność wydatków, to trzeba mu powiedzieć, że to są takie wydatki, które może sobie wliczyć do takiego projektu, które zostaną zrefundowane. I w tym momencie taka osoba już wie o czym mówimy. Jak ja będę do niego mówił takim językiem niby polskim, ale niezrozumiałym, to on odłoży słuchawkę i powie „kurczę, ja się niczego nie dowiedziałem”. Pojęcia „alokacja”, „priorytety”, to są pojęcia dla przeciętnego Kowalskiego, który chciałby na przykład uzyskać dotację na kolektory słoneczne, abstrakcyjne. (...) Możemy mu wytłumaczyć Priorytety i Działania tak, że (..) wyobrazi sobie szafę z szufladami [w których są pieniądze], do tej [szuflady] ma klucz i może je sobie wyciągnąć, a do tej nie. W ten sposób myślę, że da się po prostu dotrzeć do osoby, która no nie koniecznie musi znać te pojęcia. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]*

W działaniach skierowanych do instytucji przygotowujących wnioski o dofinansowanie lub już realizujących projekty barierą w upraszczaniu języka stanowi konieczność zachowania formalnej terminologii:

- *Sama kwestia upraszczania języka w kontekście komunikatów do beneficjentów nie zawsze się sprawdza, bo tam trzeba się trzymać czasami bardzo sztywno języka jednak urzędowego, pewnych określeń, które w dokumentach występują. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]*

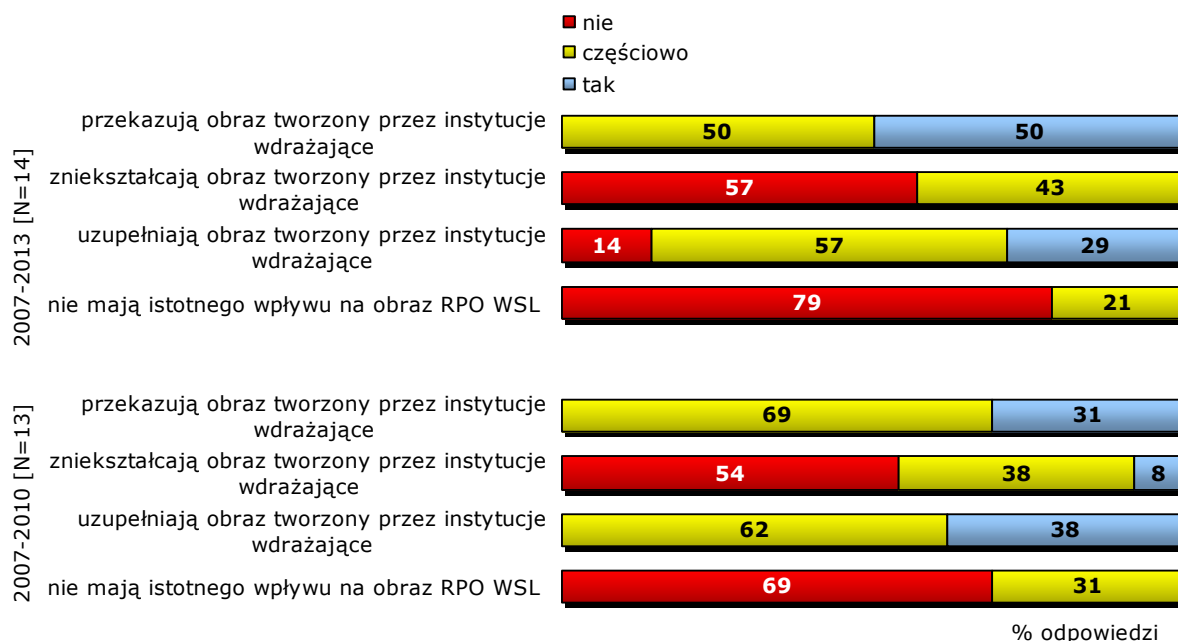
- *Ja też rozumiem, że nie da się tego uprościć i w jakiś bardzo prosty sposób napisać, bo to też wszystko rządzi się własnymi prawami. Ale uważam, że jest problem ze zrozumieniem tych dokumentów. My na bazie tych dokumentów musimy stworzyć własne instrukcje, (...) chcąc nie chcąc musimy się posługiwać wyrazami, sformułowaniami, które są zawarte w innych dokumentach. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym bezpośrednio za wdrażanie RPO WSL]*

Przystępnym językiem były również ujmowane komunikaty promocyjne kierowane do mieszkańców województwa (chybiony wydaje się natomiast pomysł zapoznawania z terminologią dotyczącą funduszy szerokiego grona odbiorców, do których kierowany był program „słownik polsko-europejski”), a także do dziennikarzy. Język, za pomocą którego grupom docelowym były przekazywane informacje na temat RPO WSL lub funduszy unijnych, był w znacznym stopniu dostosowywany do poziomu ich orientacji w tej tematyce. Dodatkowym użytecznym rozwiązaniem byłoby umieszczenie w portalu www.rpo.slaskie.pl krótkiego, przystępnego wprowadzenia informującego o tym jakie instytucje mogą uzyskać wsparcie z Programu na realizację jakiego rodzaju projektów. Przydatne może być również rozpowszechnianie wśród beneficjentów zaleceń pomocnych w zrozumiałym i atrakcyjnym formułowaniu komunikatów promocyjnych na temat funduszy unijnych i finansowanych projektów. Przykładem takiego opracowania, którego praktyczną użyteczność potwierdził w wywiadzie jakościowym jeden z pracowników UMWSL zajmujących się prowadzeniem działań informacyjnych i promocyjnych, jest opublikowany przez MRR poradnik „Jak pisać o funduszach unijnych?”⁷⁹.

2.4.6 Współpraca z mediami

Zdecydowana większość pracowników UMWSL oraz ŚCP uważa, że media mają istotny wpływ na kształtowanie obrazu RPO WSL: w badaniu ankietowym (CAWI) opinię przeciwną odrzuciły około cztery piąte (79%) respondentów, natomiast żaden nie zgodził się z nią w pełni. W pozostałych kwestiach dotyczących roli mediów w kształtowaniu wizerunku RPO WSL osoby odpowiedzialne za jego promocję oraz za upowszechnianie informacji na temat Programu często miały opinie ambiwalentne. Większość (57%) uznała, że media nie zniekształcają obrazu programu tworzony przez instytucje, które go wdrażają, ale zdaniem ponad dwóch piątych (43%) częściowo tak się dzieje. Zdaniem ponad połowy (57%) respondentów media częściowo uzupełniają ten obraz. Połowa (50%) jest zdania, że media ów obraz przekazują, a druga połowa (50%) zgadza się z tą opinią tylko częściowo.

Wykres 69: Jaką rolę P. zdaniem odgrywały / odgrywają media w przedstawianiu RPO WSL 2007-2013?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

⁷⁹ Miodek J. et al.: *Jak pisać o funduszach unijnych?*, MRR: Warszawa 2010.

Z perspektywy IZ RPO WSL 2007-2013 problemem pojawiającym się niekiedy w przekazach medialnych był brak rzetelności w informowaniu na temat przebiegu Programu.

W przekazie medialnym brak czasami (...) dociekania rzeczywiście do sedna problemu i takie prześlizgnięcie się po danym temacie powoduje, że ta informacja, która idzie do społeczeństwa, nie jest do końca rzetelna. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Zdaniem respondentki takie sytuacje polegają głównie na wyolbrzymianiu występujących w niektórych projektach problemów oraz błędnym wskazywaniu ich źródeł, w oparciu o niezweryfikowane informacje przekazywane dziennikarzom na przykład przez politycznych konkurentów władz samorządowych gmin, w których realizowane są projekty. Jej zdaniem pod tym względem w okresie 2007-2013 sytuacja uległa poprawie:

Dużo się na dobre zmieniło w przekazie medialnym, bo dziennikarze są już też na przestrzeni tych lat coraz bardziej wyedukowani. [To widać po ilości] pytań dziennikarskich jaka do nas wpływa. (...) Rośnie ta liczba pytań, to zainteresowanie, sięganie właśnie do źródła zanim pojawi się jakaś informacja w mediach. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

W opinii respondentki znajomość zagadnień dotyczących Programu wzrosła zwłaszcza wśród tych dziennikarzy, z którymi IZ RPO WSL prowadziła regularną współpracę – również w zakresie realizacji materiałów zamówionych.

Obecność RPO WSL w mediach z inicjatywy instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie Programu opierała się dotychczas przede wszystkim na zleceniu przygotowania i emisji materiałów. Działalność z zakresu *public relations*, skutkująca emisją materiałów niezamówionych, była przez Urząd Marszałkowski prowadzona w ograniczonym zakresie, natomiast przez ŚCP – mało intensywnie i niesystematycznie. Na małą intensywność działań kierowanych przez ŚCP w okresie 2007-2013 do mediów wskazują informacje uzyskane w wywiadach jakościowych z dziennikarzami (przeprowadzone w obu edycjach badania).

W okresie 2014-2020 ten element działań informacyjnych i promocyjnych wymaga wzmocnienia. Dobrym krokiem w tym kierunku wydaje się powołanie w ŚCP Zespołu ds. kontaktu z mediami (co nastąpiło 1 lipca 2014 roku). Przydatnym narzędziem do prowadzenia tego typu działań byłaby stale aktualizowana baza danych kontaktowych dziennikarzy potencjalnie zainteresowanych tematyką funduszy unijnych, zawierająca między innymi informacje o tym, jakiego rodzaju zagadnienia są dla nich interesujące.

Jedną z dotychczas stosowanych form współpracy z dziennikarzami było cotygodniowe rozsyłanie z biura prasowego Urzędu Marszałkowskiego informacji dla mediów.

Pracownicy IZ RPO WSL 2007-2013 odpowiedzialni za współpracę z mediami zauważają, że zainteresowanie dziennikarzy tematami związanymi z funduszami unijnymi ogranicza się do tematów najbardziej atrakcyjnych dla czytelników:

Żeby temat stał się przedmiotem takiego autorskiego jakiegoś działania dziennikarza no to on musi być mega atrakcyjny. Albo kwestia problemu jakiegoś, no albo naprawdę coś super hiper się wydarzyło. (...) Mówimy o mediach najczęściej prywatnych, które też muszą żyć z czytelników i z tego, że dają im atrakcyjne kąski, żeby ten czytelnik po to sięgnął. (...) Nie można wierzyć tu naiwnie, że każda nasza informacja gdyby była tylko wysyłana do mediów, do redakcji jakiejś z prośbą o ich zamieszczenie czy publikowanie no to spotka się to z pozytywnym odzewem. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Wywiady przeprowadzone z dziennikarzami potwierdzają, że fundusze unijne same w sobie rzadko są wystarczająco atrakcyjnym tematem. Na uwagę mediów mogą

natomiast liczyć finansowane z funduszy unijnych projekty i przedsięwzięcia, które mają szansę zainteresować odbiorców:

R: - Dajemy informację jeżeli jest projekt finansowany przez Unię Europejską, ale to zależy od projektu. Jeżeli jest coś bardzo ciekawego, to jest to często główna informacja. Ale to zależy od konkretnego. (...) Na przykład jeżeli jest dajmy na to impreza sponsorowana przez Unię Europejską, bo takie się zdarzają, to zależy to od wielkości imprezy, od tego jakie gwiazdy tam wystąpią. Także nie ma dla nas znaczenia tak naprawdę kto sponsoruje, kto płaci, tylko po co to jest.

B: - A co to jest, to co przyciąga?

R: - Przyciąga, [gdy] samo wydarzenie jest atrakcyjne bądź inwestycja. Ogólnie te dwie rzeczy. To wtedy to jest wysoka ranga. (...) Powiedzmy jakiś czas temu, chyba przy okazji majówki, była jakaś impreza w parku z okazji wejścia do Unii. To było przez chwilę u nas główną wiadomością. Jeżeli to jest jakaś duża inwestycja, na przykład, teraz nie jestem pewien, chyba dworzec PKP był współfinansowany, to się cieszyło wielkim zainteresowaniem. Ale dlatego, że to było duże wydarzenie dla [nazwa miasta]. Myślę, że jeżeli by Unia nie dała pieniędzy, to również byłoby takie samo zainteresowanie. (...) [IDI z dziennikarzem internetowego portalu informacyjnego]

Do „interesujących przedsięwzięć” należą przede wszystkim inwestycje, z których odbiorcy sami mogą skorzystać. Uwagę dziennikarzy przyciągają również – jako potencjalnie atrakcyjne dla odbiorców – wszelkie „ciekawostki” dotyczące zrealizowanych przedsięwzięć.

- Jakie informacje? No przede wszystkim ciekawe dla użytkowników. (...) Nawet informacja jak nie jest ciekawa a jest ciekawie podana, to ma szansę. Bo dajmy na to, że inwestuje się w jakiś biurowiec. Jeżeli dostaniemy powiedzmy informację, że jest biurowiec, no to może będzie [w portalu], może nie. Ale jeżeli w tym biurowcu jest chociaż jedna rzecz jakaś taka wyjątkowa, jakaś nawet głupota, nie wiem, że toalety jakieś nowoczesne czy coś takiego, to to ma większą szansę zostać opublikowane. [IDI z dziennikarzem internetowego portalu informacyjnego]

Atrakcyjność poszczególnych inwestycji zwiększa anonsowanie ich jako szczególnie nowoczesnych i plasowanie w różnego rodzaju „rankingach”:

- Na przykład żeby wiadomo było, że ten remont to nie jest tylko ocieplenie ściany, ale na przykład sprawienie, że jakiś gabinet jest dajmy na to trzecim najnowocześniejszym w Polsce. (...) Z reguły jak jest remont, inwestycja, to są wykorzystywane nowe technologie. No więc łatwo żeby w jakimś tam szczególe to było najlepsze. Jak nie najlepsze w Polsce, to najlepsze na Śląsku, najlepsze w mieście. I warto na to zwrócić uwagę. [IDI z dziennikarzem internetowego portalu informacyjnego]

Dziennikarz portalu internetowego do elementów zwiększających atrakcyjność informacji dla odbiorców zaliczył zdjęcia opisywanych obiektów. Zarazem znalezienie odpowiednich zdjęć niejednokrotnie jest dla niego kłopotliwe:

- Jeżeli są trudności to z pozyskaniem zdjęć. (...) Najczęściej albo te zdjęcia ktoś ma nieaktualne, albo nie wiedzą czy mogą przekazać, nie wiedzą jakie mają umowy z fotografem. (...) Jeżeli chodzi o zdjęcia to ja wiem, że Urząd Marszałkowski ma jakiś serwis prasowy ze zdjęciami. Ale to tak naprawdę jest kolejna robota, bo tam się właśnie zalogować, ściągnąć. No jeżeli wszystko jest podane na tacy to jest łatwiej i wtedy jest większa szansa, że pojawi to się na naszym portalu. [Dziennikarz – portal informacyjny]

Biorąc to pod uwagę warto rozważyć wspomaganie dziennikarzy przez instytucje odpowiedzialne za wdrażanie RPO WSL poprzez udostępnianie im większego zasobu zdjęć

przedstawiających zrealizowane inwestycje, z możliwością wykorzystania na łamach. Część dziennikarzy nie poszukuje samodzielnie tego typu materiałów, zakładając, że „same” do nich dotrą:

- *Raczej rzadko wchodzimy na jakieś strony poświęcone tym wszystkim inwestycjom. Tego po prostu jest za dużo i z reguły te najciekawsze rzeczy i tak do nas trafiają. [IDI z dziennikarzem internetowego portalu informacyjnego]*

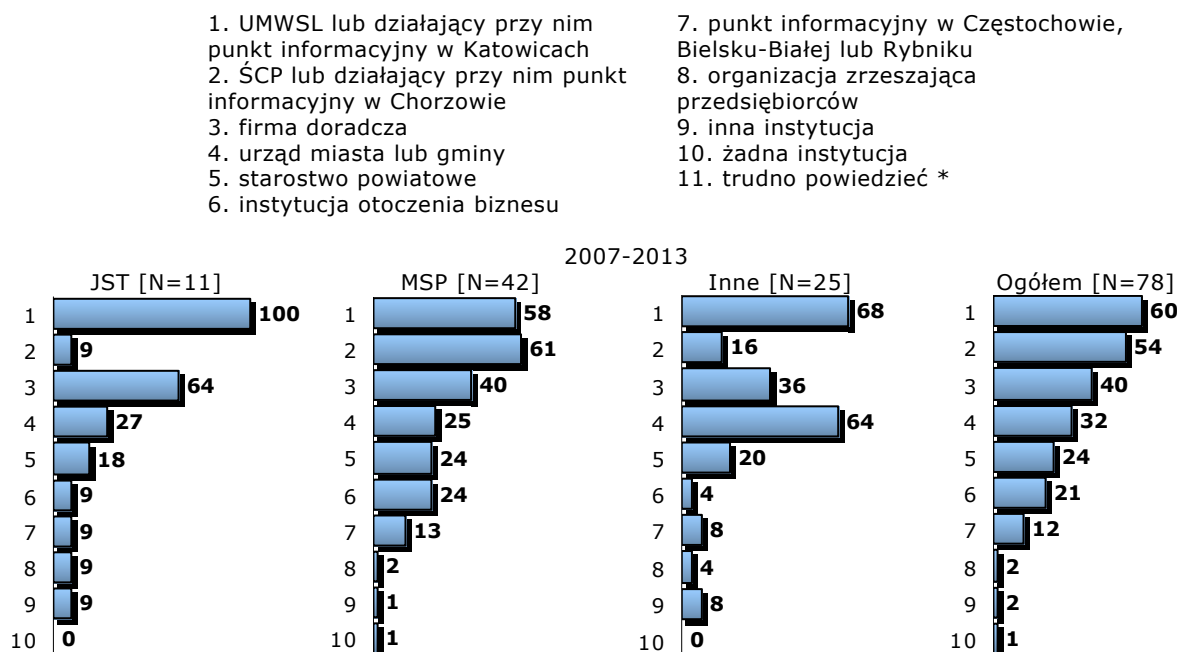
Ze strony uczestniczącego w badaniu dziennikarza pojawiła się sugestia powołania w Urzędzie Marszałkowskim osoby, która pełniłaby zadania analogiczne do zadań Rzecznika prasowego tej instytucji, ale wyłącznie w odniesieniu do RPO WSL. Rozwiązaniem zgodnym z tą sugestią było utworzenie w Wydziale Rozwoju Regionalnego Samodzielnego stanowiska ds. komunikacji.

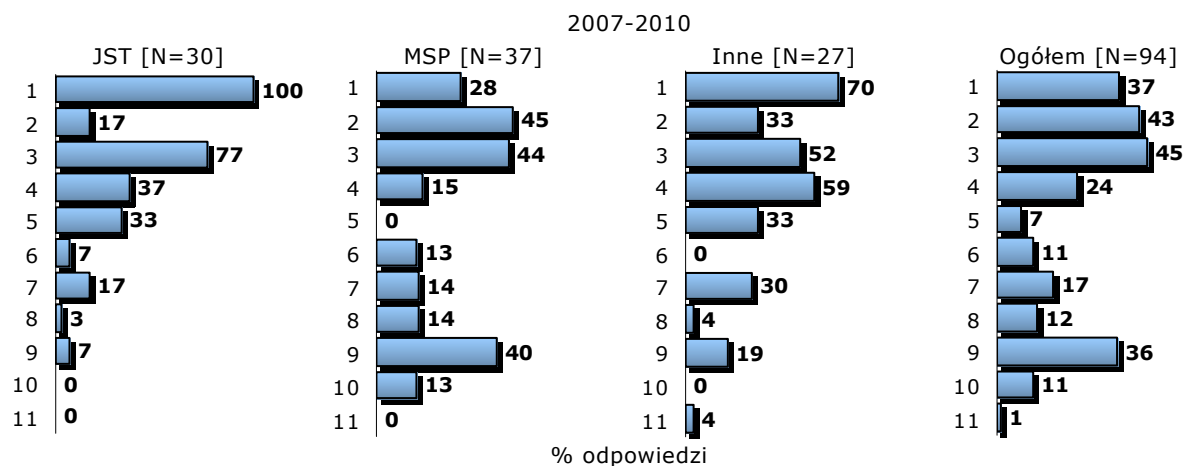
2.4.7 Rola „pośredników”

2.4.7.1 Wprowadzenie

Instytucją, z której informacje o możliwości uzyskania dofinansowania z RPO WSL 2007-2013 dotarły do największego odsetka potencjalnych beneficjentów tego programu – tj. do trzech piątych (60%) – był UMWSL. Na drugim miejscu znalazło się ŚCP (54%), które w przypadku potencjalnych beneficjentów z sektora MSP odegrało również ważną rolę, co UMWSL (odpowiednio: 58% i 61%). Wyniki badania ankietowego z potencjalnymi beneficjentami świadczą również o istotnej roli odgrywanej w upowszechnianiu informacji na temat RPO WSL przez inne instytucje. Dwie piąte (40%) potencjalnych beneficjentów uzyskało informacje od firm doradczych, blisko jedna trzecia (32%) z urzędu miasta lub gminy, prawie jedna czwarta (24%) ze starostwa powiatowego, a przeszło jedna piąta (21%) z instytucji otoczenia biznesu.

Wykres 70: Proszę wskazać instytucje, które w jakikolwiek sposób przekazały Państwu informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z RPO Województwa Śląskiego.



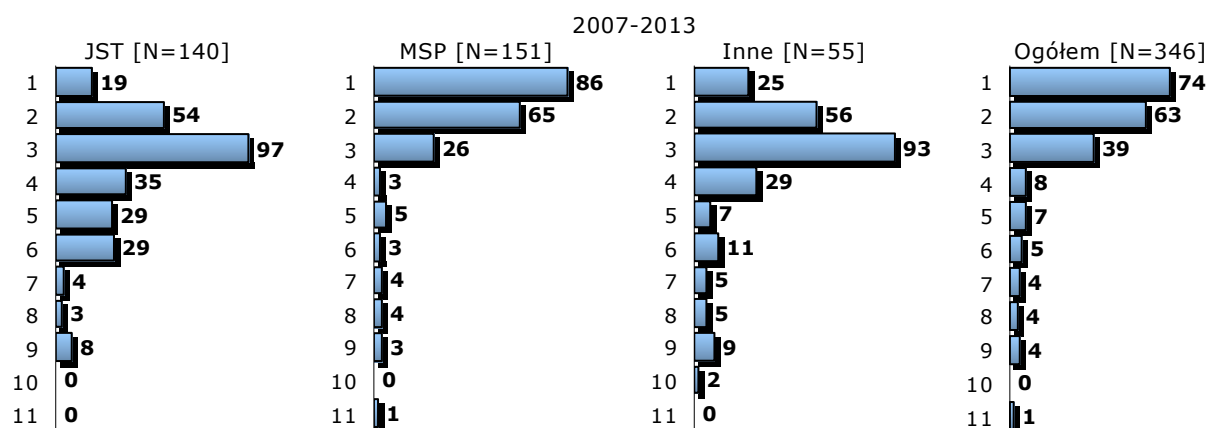


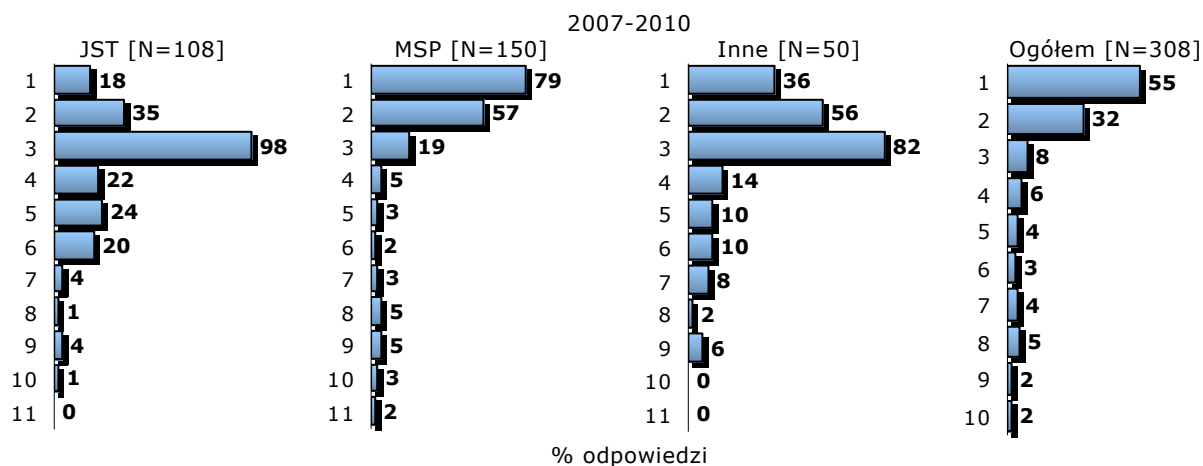
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z potencjalnymi beneficjentami

Do beneficjentów informacje na temat RPO WSL docierały zdecydowanie najczęściej z ŚCP (74%) – przy czym ze względu na zakres zadań tej instytucji dotyczyło to przede wszystkim MSP (86%), a także z firm doradczych (63%) oraz UMWSL (39%). W przybliżeniu trzy na dziesięć JST uzyskiwały informacje na temat Programu od innych jednostek z tego samego sektora (35% z urzędu miasta lub gminy, 29% ze starostwa powiatowego) lub z lokalnych punktów informacyjnych (29%). Urzędy miast lub gmin były również źródłem informacji wykorzystywanych przez w przybliżeniu trzech na dziesięciu (29%) beneficjentów zaliczanych do grona „innych instytucji”. W informowaniu o Programie beneficjentów pozostałe rodzaje instytucji nie odegrały większej roli.

Wykres 71: Proszę wskazać instytucje, które w jakikolwiek sposób przekazały Państwu informacje na temat możliwości uzyskania finansowania lub prawidłowej realizacji i rozliczania projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego.

- | | |
|--|--|
| 1. ŚCP lub punkt informacyjny w Chorzowie | 6. starostwo powiatu |
| 2. firma doradcza | 7. instytucja otoczenia biznesu |
| 3. Urząd Marszałkowski lub punkt informacyjny w Katowicach | 8. organizacja zrzeszająca przedsiębiorców |
| 4. urząd miasta lub gminy | 9. inna instytucja |
| 5. punkt informacyjny w Częstochowie, Bielsku-Białej lub Rybniku | 10. żadna instytucja |
| | 11. trudno powiedzieć |





Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

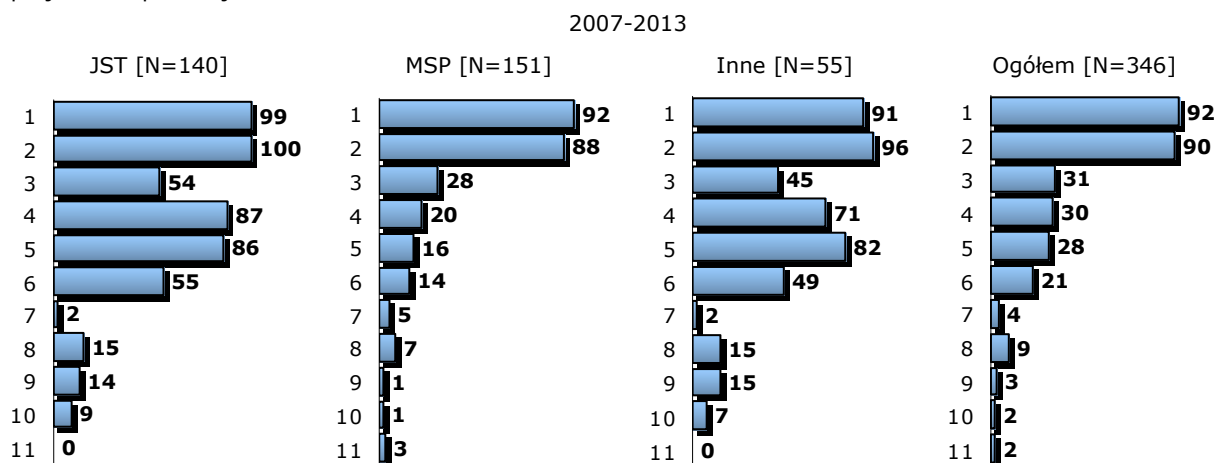
2.4.7.2 Udział beneficjentów w działaniach informacyjnych i promocyjnych

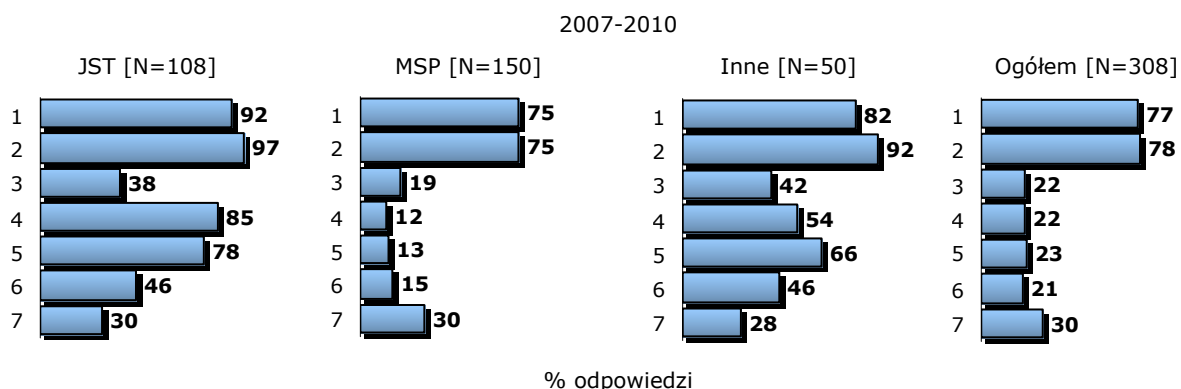
W badaniu ankietowym prawie wszyscy przedstawiciele beneficjentów RPO WSL 2007-2013 wśród zrealizowanych lub zaplanowanych sposobów promowania projektu wskazali tablice lub plakietki (92%) oraz zamieszczenie informacji na własnej stronie internetowej (90%). Pozostałe formy promocji były wykorzystywane znacznie rzadziej.

Okolo jedna piąta (21%) beneficjentów włączyła się we współpracę z UMWSL lub ŚCP polegającą na wykorzystaniu informacji o konkretnym projekcie, lub dofinansowanego obiektu, do promocji całego Programu. Biorąc pod uwagę, że wymagało to od beneficjentów dodatkowego zaangażowania, odsetek ten wydaje się wysoki.

Wykres 72: Jakie sposoby promowania projektu Państwo zrealizowali lub zaplanowali?

- | | |
|---|--|
| 1. tablice pamiątkowe, informacyjne lub plakietki | 7. inny sposób |
| 2. informacje na stronie internetowej Państwa instytucji | 8. ulotki, broszury, druki firmowe |
| 3. plakaty lub billboardy | 9. organizacja, spotkań, imprez, promocja na targach |
| 4. ogłoszenia zamówione w prasie lub innych mediach | 10. upominki, gadżety |
| 5. przekazywanie informacji dziennikarzom | 11. trudno powiedzieć |
| 6. współpraca z UMWSL lub ŚCP przy wykorzystywaniu projektu do promocji RPO WSL | |

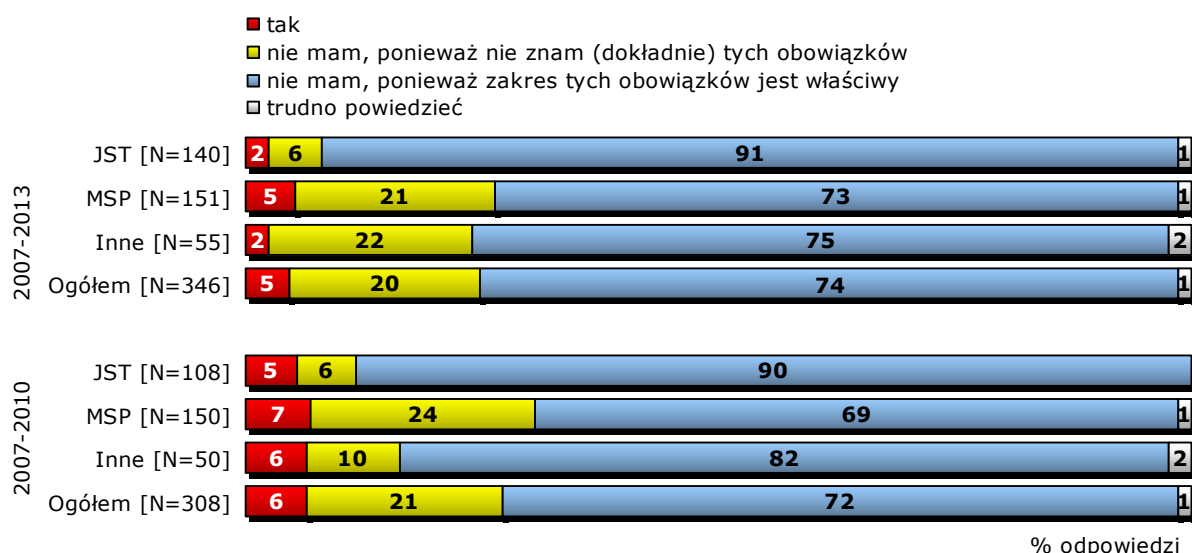




Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Około trzy czwarte beneficjentów uważało zakres swoich obowiązków w zakresie promocji projektu realizowanego w ramach RPO WSL 2007-2013 za właściwy.

Wykres 73: Czy ma P. jakieś zastrzeżenia wobec zakresu Państwa obowiązków związanych z prowadzeniem działań informacyjno-promocyjnych dotyczących Państwa projektu?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Część beneficjentów w wywiadach jakościowych dystansowała się wobec prowadzenia na dużą skalę działań promocyjnych dotyczących zrealizowanych projektów.

Tu bym zwrócił uwagę na to, że projekty same w sobie powinny bronić jakby swoją funkcjonalnością. (...) Ja panu powiem szczerze: ja fanem promocji nie jestem. (...) Po co wydawać tyle pieniędzy. (...) Są po prostu obowiązkowe elementy no i teraz to jest jakby decyzja beneficjenta, tak, czy on chce sobie zmniejszyć efektywność projektu tym, że daje więcej działań promocyjnych. [IDI z przedstawicielem beneficjenta – JST]

Zwracali również uwagę, że nie każdy projekt da się przedstawić w sposób atrakcyjny dla odbiorców:

R: - No musi być przede wszystkim jakiś taki projekt, który można promować tak konkretnie wśród ludzi. No bo no nie ma sensu, na przykład są takie projekty stricte techniczne, jakieś systemu komputerowe. Czy na przykład no nie wiem, robi pan jakiś, jakąś drogę, tak? No jest droga, jest wyremontowana, fajnie, ale

to tych dróg jest tyle remontowanych z tych pieniędzy Unii Europejskiej, że to nie robi jakiegoś wrażenia.

B: - Czyli to rozumiem jest coś, co się właśnie nadaje do takiego promowania?

R: - Dokładnie. To musi być coś takiego „wow”. W sensie, że jest to [na przykład] jedno z pierwszych wdrożeń w Polsce. (...) Jeżeli jest projekt rzeczywiście, że tak powiem o dużej skali rażenia, no to wtedy go trzeba pokazywać, te najlepsze przykłady. [IDI z przedstawicielem beneficjenta – JST]

Promocja RPO WSL 2007-2013 opierała się w dużym stopniu na przedstawianiu konkretnych projektów (w szczególności w programach telewizyjnych oraz na stronie www.rpo-promocja.slaskie.pl). Ponadto konferencje i spotkania dotyczące Programu (m.in. organizowane w ramach targów funduszy unijnych) oraz wydarzenia związane z jego wdrażaniem – na przykład publiczne podpisywanie szczególnie istotnych umów – organizowano w obiektach, które zostały z niego dofinansowane.

Ze strony IZ współpraca prowadzona w tym zakresie z beneficjentami została oceniona jednoznacznie pozytywnie:

Staraliśmy się jakoś ubarwić i uatrakcyjnić [przekaz], żeby przyciągnąć ludzi, którzy daną tematyką się powiedzmy interesują i żeby też pokazać im jakiś wachlarz możliwości, ale też już im pokazać jakieś efekty, czyjeś pomysły. To były zawsze bardzo fajne spotkania, bo na panele zapraszaliśmy beneficjentów z prezentacją swoich obiektów, oni po prostu mówili o tym jaki to był pomysł, skąd się ten pomysł wziął. [Pracownik UMWSL odpowiedzialny za działania informacyjno-promocyjne]

B: - A na ile te informacje, które beneficjenci przekazywali były przydatne, na ile to było to czego państwo oczekiwali?

R: - W pełnym stopniu były przydatne no, bo rzeczywiście dzielili się tymi informacjami co się dzieje. Mieliśmy materiały do publikowania na stronie. Korzystaliśmy też z nich do takich wydarzeń konferencyjnych tak prosząc ich o to, żeby się podzielili właśnie swoim doświadczeniami w realizacji projektów, swoimi problemami z jakimi się borykali, żeby [wskazali] może jakieś rozwiązania, które tam się rodziły w trakcie realizacji, żeby się tym podzielili z innymi projektodawcami. (...)

B: -A jaka była gotowość beneficjentów do współpracy?

- Nie narzekam, my mamy naprawdę bardzo dużą współpracę [ze strony] naszych beneficjentów, tych podmiotów publicznych, z którymi głównie współpracujemy, ale również przedsiębiorców (...) Na prawdę w bardzo dużej mierze ci beneficjenci są tak sercem związani z tymi projektami, że żadna publikacja nie odda przedmiotu projektu tak jak robi to ten człowiek, w którego głowie się pomysł na ten projekt urodził, który przeszedł tę całą ścieżkę realizacji, aplikowania i potem się cieszył efektami. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Zarazem pozyskanie do współpracy przy promowaniu Programu przedsiębiorców oceniano jako trudniejsze, niż włączenie we wspólne działania promocyjne instytucji publicznych.

Z przedsiębiorcami jest trochę trudniej, bo to są jednak podmioty, które może nie zawsze mają czas na to, żeby gdzieś tam jeszcze się poświęcać urzędowi (...). Ale nawet wśród przedsiębiorców bardzo często też nam się zdarzało pozyskać fajnych beneficjentów do różnych działań promocyjnych. Wykorzystywaliśmy ich na przykład na różnych wydarzeniach plenerowych. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Zakładanym dodatkowym efektem współpracy w zakresie działań promocyjnych było zapewnienie dobrych relacji pomiędzy IZ a beneficjentami, jako instytucjami wspólnie zaangażowanymi w realizację Programu.

Też na tym nam zależało, żeby oni [beneficjenci] czuli, (...) że zależy nam na tym, żeby (...) tę inwestycję wspierać w jej promocji, albo w jej wykorzystywaniu. (...) Żeby oni czuli (...), że tworzymy jedno środowisko, że to nie jest tak, że my tutaj występujemy tylko jako instytucja, która zarządza programem i która dyktuje warunki (...), ale żeby budować wzajemne zaufanie, żeby budować poniekąd partnerskie relacje też pomiędzy nami. (...) Wszyscy mamy ten jeden interes, powinniśmy go mieć, żeby jak najlepiej wydatkować te środki, żeby w 100% wykorzystać alokację no i żeby te inwestycje były dobre. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Przy włączaniu beneficjentów do promowania RPO WSL pracownicy Urzędu Marszałkowskiego oraz ŚCP odpowiedzialni za promocję współpracowali z pracownikami komórek zajmujących się bezpośrednio wdrażaniem Programu, w celu zweryfikowania, czy realizacja wstępnie wybranego projektu nie budzi zastrzeżeń:

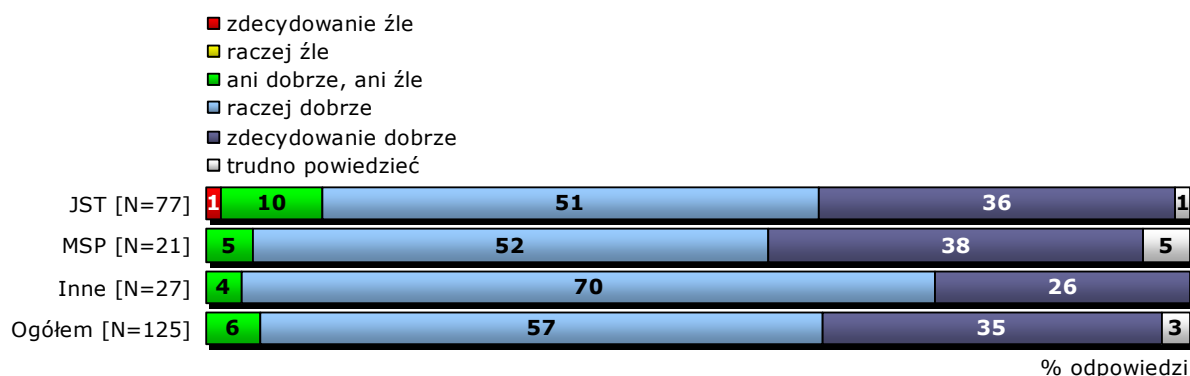
Nasz szef wysyłał taką listę mailową do kierowników referatów, na przykład kontroli albo płatności, którzy mieli takie bieżące informacje na temat właśnie realizacji tych projektów, czy nie wystąpiła w trakcie ich wdrażania jakaś okoliczność, która eliminuje ten projekt z działań promocyjnych, [która sprawia,] że nie możemy go promować jako dobrą praktykę. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Chcemy rekomendować, pokazywać dobre projekty, także oni [pracownicy odpowiedzialni za promocję RPO WSL] nas pytają, czy z projektem jest wszystko w porządku, czy tam nie okaże się, że będą jakieś duże problemy, że nagle powiemy, że projekt jest super, świetny, a się okaże, że jednak nie do końca [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Współpracę z UMWSL lub ŚCP związaną z promowaniem RPO WSL przy wykorzystaniu konkretnego projektu ocenili pozytywnie przedstawiciele przeszło dziewięciu na dziesięciu (92%)⁸⁰ spośród beneficjentów, którzy się w nią włączyli.

Wykres 74: Jak ocenia P. współpracę z Urzędem Marszałkowskim lub Śląskim Centrum Przedsiębiorczości związaną z promowaniem RPO WSL przy wykorzystaniu Państwa projektu?

[Wyniki uzyskane w ramach ewaluacji obejmującej okres 2007-2013]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego (CATI) z beneficjentami

⁸⁰ Suma odsetków odpowiedzi „raczej dobrze” i „zdecydowanie dobrze”.

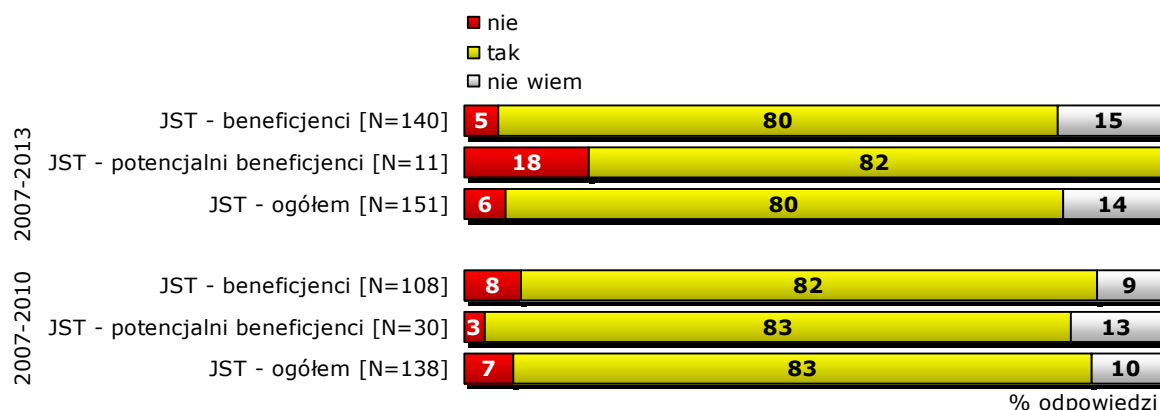
Promocja dobrych praktyk w zakresie wykorzystywania RPO WSL mogłaby wpłynąć korzystnie na upowszechnienie wiedzy o Programie wśród beneficjentów i potencjalnych beneficjentów, co jest istotne szczególnie w przypadku MSP. Z tego względu dobrym rozwiązaniem było wymaganie od beneficjentów zamieszczenia we wniosku o dofinansowanie krótkiego opisu własnego projektu. Opis ten był przeznaczony do opublikowania w witrynie internetowej RPO WSL. Takie rozwiązanie zostało pozytywnie ocenione w wywiadzie jakościowym przez przedstawicielkę jednego z beneficjentów, która zwróciła uwagę, że zebranie informacji w tej formie pozwala rozpowszechniać je bez obawy o naruszenie tajemnicy instytucji realizujących projekty:

W ŚCP było coś takiego, że przedsiębiorcy mieli [we wniosku o dofinansowanie] jedno pole, [o którym] wiedzieli, że [jego zawartość] będzie opublikowana. (...) Wiedzieli, że (...) trzeba napisać tyle, żeby konkurencja, mówiąc wprost, za dużo się nie dowiedziała, że to będzie upublicznione. Ale z drugiej strony jak gdyby wyrażali na to zgodę. Bo sami napisali, wiedzieli, że to jest takie pole. [IDI z przedstawicielką beneficjenta – innej instytucji]

Wydaje się, że uzasadnione byłoby rozszerzenie adnotacji zamieszczonej we wniosku o dofinansowanie, tak żeby zawierała informację, że przedstawiony krótki opis projektu może zostać wykorzystany w dowolnej formie ramach działań promocyjnych dotyczących RPO WSL, prowadzonych przez instytucje odpowiedzialne za wdrażanie tego programu⁸¹.

Cztery piąte (80%) JST informacje na temat RPO WSL 2007-2013 przekazywało swoim jednostkom organizacyjnym.

Wykres 75: Czy Państwa instytucja w jakiegokolwiek formie przekazywała informacje na temat RPO WSL swoim jednostkom organizacyjnym?



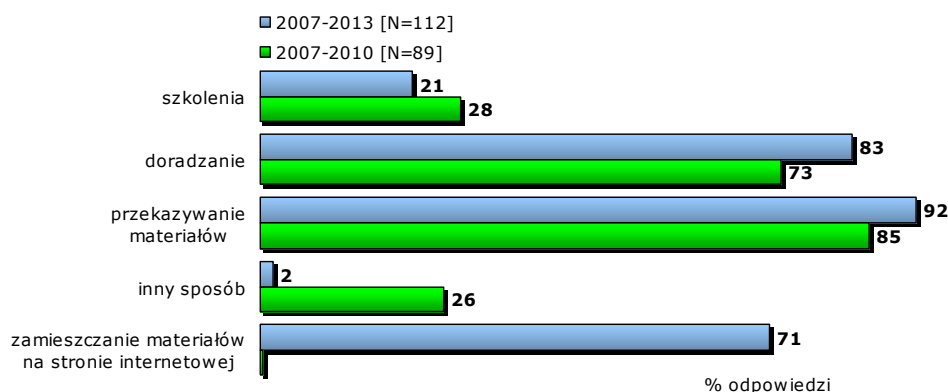
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Najczęstszymi formami przekazywania przez JST informacji na temat Programu ich jednostkom organizacyjnym były: dystrybucja materiałów (92%), doradzanie (83%) oraz zamieszczanie materiałów na stronie internetowej (71%)⁸²

⁸¹ Obecnie pole „krótki opis projektu” jest opatrzone adnotacją: „Należy podać krótki opis projektu, mający charakter informacyjny, dla celów jego umieszczenia na witrynie internetowej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013”.

⁸² Ostatniej z wymienionych form nie uwzględniono w badaniu przeprowadzonym w 2010 roku.

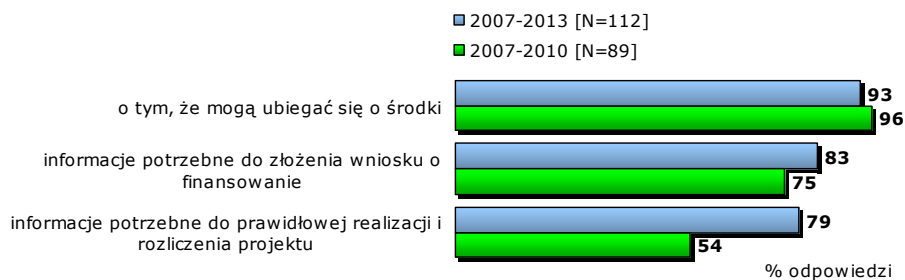
Wykres 76: W jakiej formie Państwa instytucja przekazywała informacje na temat RPO WSL swoim jednostkom organizacyjnym?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Przekazywane informacje dotyczyły najczęściej możliwości ubiegania się o środki (93%), ale tylko niewiele rzadziej wniosku o dofinansowanie (83%) oraz prawidłowej realizacji i rozliczania projektu (79%).

Wykres 77: Jakiego rodzaju informacje na temat RPO WSL Państwa instytucja przekazywała swoim jednostkom organizacyjnym?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

2.4.7.3 Współpraca z partnerami społeczno-gospodarczymi

Współpraca instytucji odpowiedzialnych za upowszechnianie informacji na temat RPO WSL 2007-2013 z partnerami społecznymi i gospodarczymi obejmowała przede wszystkim udział w organizowanych przez nich spotkaniach:

- *Poprzez samorządy gospodarcze staraliśmy się z kolei dotrzeć do przedsiębiorców z informacją o (...) możliwościach aplikowania w ramach programu, informować o szkoleniach, o spotkaniach. Również w drugą stronę to działało, te same samorządy gospodarcze również zapraszały nas też na różne spotkania i szkolenia, które przy okazji powiedzmy spotkań w gronie tam ich przedsiębiorców zrzeszonych. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]*

Czynnikiem ograniczającym zaangażowanie przejawiane przez część partnerów społecznych i gospodarczych w dystrybuowanie informacji na temat RPO WSL 2007-2013 były niewielkie zasoby kadrowe. Skutecznym pośrednikiem w przekazywaniu takich informacji potencjalnym beneficjentom okazały się natomiast instytucje otoczenia biznesu. Instytucje otoczenia biznesu dysponują zazwyczaj odpowiednim potencjałem organizacyjnym, przekazywanie informacji na temat źródeł finansowania zewnętrznego

należy do ich zadań, a niekiedy przyczynia się do zwiększania popytu na usługi, które oferują⁸³. W efekcie blisko co czwarte (24%) spośród przedsiębiorstw, do których dotarły informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z RPO WSL, uzyskało je od tego typu instytucji.

Dalsza współpraca z partnerami społecznymi i gospodarczymi w zakresie rozpowszechniania informacji na temat programu powinna polegać, tak jak dotychczas, na udziale w organizowanych przez nich wydarzeniach. Warto również (być może nawet bardziej intensywnie, niż do tej pory) włączać ich w dystrybucję materiałów informacyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013.

Część partnerów społeczno-gospodarczych ma swoich przedstawicieli w Komitecie Monitorującym RPO WSL 2007-2013. Grupa ta nie była w szczególny sposób (tj. odmienny od pozostałych partnerów społeczno-gospodarczych oraz beneficjentów) włączana w prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych:

- My oczywiście wyposażamy członków komitetów w różne publikacje, w materiały informacyjne, po to żeby mogli też gdzieś w swoich środowiskach ten program i te informacje promować. Ale rola ich jakaś szczególna w zakresie wspierania informacji i promocji... No ja jej tak bardzo nie widzę, nawet sobie nie wyobrażam jakby miała wyglądać tak bardzo... (...) Oczywiście oni są jakimś dla nas czasami łącznikiem z danym środowiskiem. Można dopytać powiedzmy: „chcemy trafić do takiego środowiska, proszę nam podpowiedzieć jak to zrobić najlepiej”. To może być członek Komitetu Monitorującego, ale to może być równie dobrze inny nasz partner, z którym my na co dzień współpracujemy, a dane środowisko reprezentuje. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Według osoby zaangażowanej w prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych, za których realizację odpowiadała IZ RPO WSL 2007-2013, takie działania nie stanowią priorytetowej kwestii wśród zagadnień, którymi zajmuje się Komitet Monitorujący:

- Rola komitetu monitorującego jest trochę inna, a przynajmniej w praktyce jest trochę inna (...) niż to, żeby się angażować w działania promocyjne bądź informacyjne. (...) Komitet monitorujący skupia się na meritum programu, a nie na tych działaniach właśnie takich wspierających, promocyjnych, informacyjnych. [Członkowie Komitetu] się bardziej skupiają na tym jak przebiegają konkursy, (...) głosują nad (...) całym systemem wyboru projektów. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Propozycją dotyczącą udoskonalenia współpracy pomiędzy IZ a członkami Komitetu Monitorującego, zgłoszoną przez jednego z przedstawicieli partnerów gospodarczych, było organizowanie dodatkowych spotkań, podczas których osoby zasiadające w Komitecie byłyby zapoznawane w szerszym zakresie z przesłankami (na przykład: z wynikami przeprowadzonych lub zleconych przez UMWSL analiz), na podstawie których opracowane zostały rozwiązania przedkładane przez IZ do akceptacji członkom Komitetu.

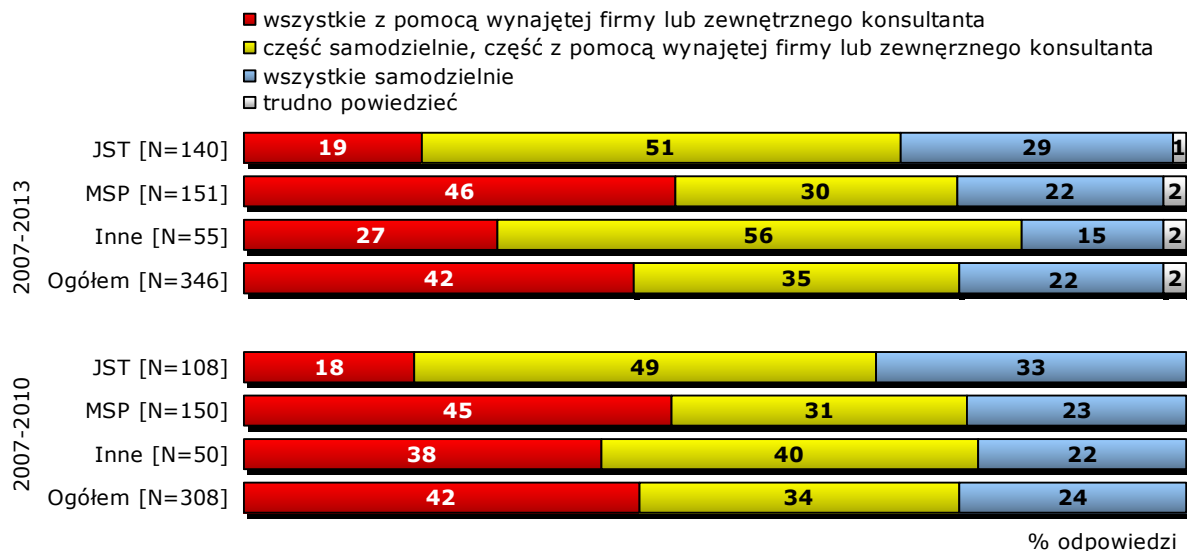
2.4.7.4 Rola firm doradczych

O dużym wpływie firm doradczych na przebieg wdrażania RPO WSL 2007-2013 świadczy powszechność korzystania z ich usług przez beneficjentów. Ponad dwie piąte beneficjentów przy aplikowaniu o finansowanie korzystało z takiej firmy lub z zewnętrznego konsultanta. Odsetek podmiotów, które nigdy nie ubiegały się o środki z tego programu samodzielnie, wynosił niespełna jedną piątą (19%) wśród JST, ponad jedną czwartą (27%) wśród „innych instytucji”, a wśród MSP zbliżył się do połowy (46%).

⁸³ Na przykład działające przy instytucji badawczo-rozwojowej centrum transferu technologii może pozyskać do współpracy przedsiębiorców dzięki poinformowaniu ich o możliwości uzyskania dotacji na wdrożenie innowacyjnych rozwiązań.

JST oraz „inne instytucje” najczęściej część wniosków przygotowywały samodzielnie, a część z pomocą firm doradczych. Wyniki okazały się zbliżone do uzyskanych w poprzedniej edycji badania.

Wykres 78: Czy wniosek lub wnioski o finansowanie z RPO Województwa Śląskiego, które złożyła P. instytucja, przygotowywali Państwo samodzielnie, czy z pomocą wynajętej firmy lub zewnętrznego konsultanta?

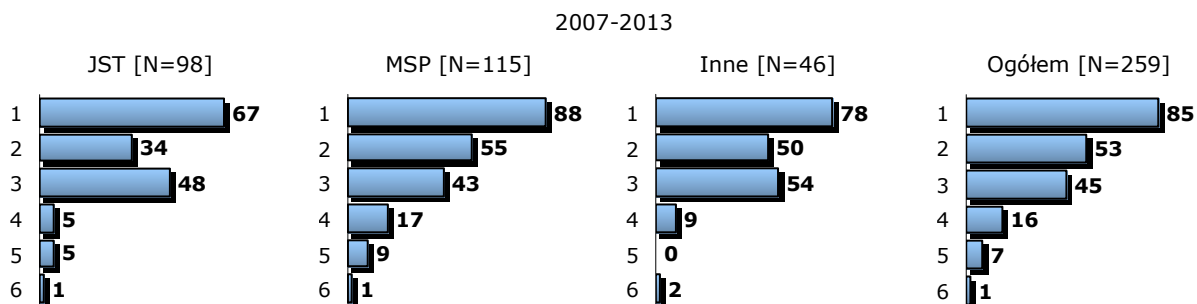


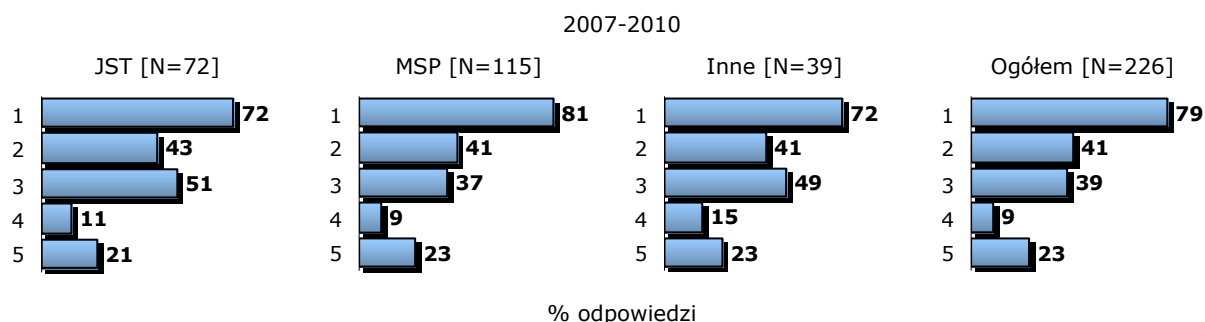
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Powodem korzystania ze wsparcia firm zewnętrznych przy aplikowaniu o wsparcie z RPO WSL 2007-2013, wskazanym najczęściej przez klientów ze wszystkich sektorów, były większe kompetencje firm świadczących usługi w zakresie pozyskiwania funduszy unijnych. Taki powód wskazały ponad cztery piąte (85%) beneficjentów. Ponad połowa (53%) wskazała jako powód lepszy dostęp firm doradczych do potrzebnych informacji (przy czym spośród JST powód ten wskazała w przybliżeniu jedna trzecia – 34%), a ponad dwie piąte (45%) brak pracowników, którzy mogliby przygotować wniosek. Poszczególne pozostałe powody – w tym przypuszczenie, że firmy doradcze mają kontakty z osobami oceniającymi wnioski – były wskazywane przez mniej niż jedną piątą respondentów.

Wykres 79: Z jakich powodów zdecydowali się P. na zlecenie prac nad wnioskiem wynajętej firmie? Można wybrać jedną lub więcej odpowiedzi.

1. większe kompetencje wynajętej firmy lub zewnętrznego konsultanta
2. lepszy dostęp wynajętej firmy lub zewnętrznego konsultanta do potrzebnych informacji
3. brak pracowników, którzy mogli przygotować wniosek
4. kontakty wynajętej firmy lub zewnętrznego konsultanta z osobami oceniającymi wnioski
5. inny powód
6. trudno powiedzieć





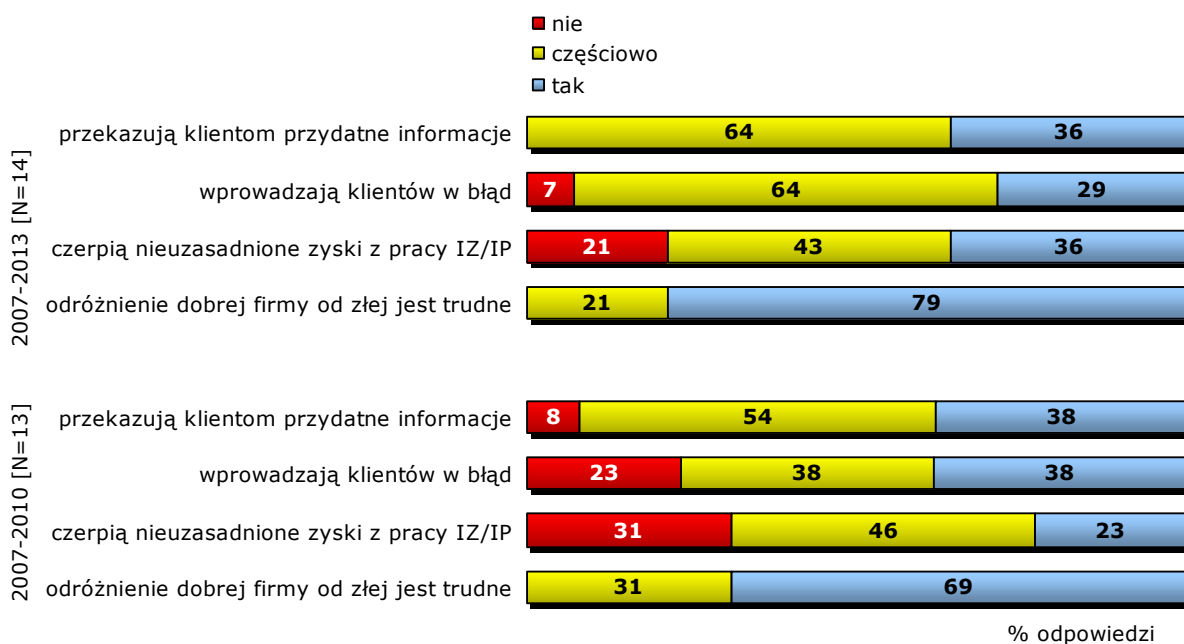
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CATI) z beneficjentami

Wywiady jakościowe wskazują, że w przypadku JST doświadczonych w ubieganiu się o fundusze unijne „brak pracowników, którzy mogli przygotować wnioski” oznaczał niejednokrotnie nie tyle niezatrudnianie urzędników o odpowiednich kompetencjach, co brak czasu:

Wolałbym żeby wszystkie studia [wykonalności] był w stanie sam napisać. Bo wiem, że jak ja napiszę, czy mój zespół tutaj pracowników miejskich napisze, to nikt lepiej tego nie napisze. Bo choćbym wziął najlepszą firmę consultingową, wiadomo, że nigdy nie będzie tak znała miasta jak my znamy i nigdy tych niuansów, które czasami decydują o tym, czy ten projekt dostanie 1 czy 2 punkty więcej, nie wydobędzie. No ale wiadomo, studium wykonalności żeby dobrze napisać no to trzeba te 2-3 tygodnie poświęcić pracy. No i teraz jeżeli pan ma na przykład 5 wniosków na raz do napisania, (...) no to nie mam fizycznej możliwości, żebym ja te studia napisał i jeszcze po prostu robił inne rzeczy. Dlatego wtedy się musimy posilkwować tymi firmami zewnętrznymi. No i ona po prostu pisze to studium, a ja je weryfikuję. [IDI z beneficjentem – JST]

Zdaniem pracowników UMWSL oraz ŚCP zajmujących się prowadzeniem działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 firmy doradcze z perspektywy wdrażania Programu odgrywają zarówno korzystną, jak i niekorzystną rolę. Po blisko dwie trzecie (64%) respondentów zgodziło się częściowo z opinią, że takie firmy przekazują swoim klientom przydatne informacje, ale także z opinią, że wprowadzają ich w błąd. Wynika to z funkcjonowania na rynku podmiotów mających różne podejście do etyki zawodowej i działających według różnych standardów. Zdaniem prawie czterech piątych (79%) pracowników UMWSL oraz ŚCP zajmujących się działaniami informacyjnymi i promocyjnymi dotyczącymi RPO WSL 2007-2013 odróżnienie dobrej firmy doradczej od złej sprawia klientom tych podmiotów trudności. Również w wywiadach jakościowych respondenci opisywali zarówno pozytywną rolę firm konsultingowych, jak i przypadki nadużyć dokonywanych przez podmioty należące z tego sektora.

Wykres 80: Jaką rolę P. zdaniem odgrywały / odgrywają firmy doradcze w przekazywaniu informacji na temat RPO WSL 2007-2013?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

Firmy doradcze nie należą do określonego w *Planie komunikacji RPO WSL 2007-2013* katalogu odbiorców informacji dotyczących tego programu. W okresie 2007-2013 ukształtowało się podejście, zgodnie z którym instytucje odpowiedzialne za wdrażanie RPO WSL nie ograniczały dostępu takich podmiotów do informacji i akceptowały sytuacje, gdy w roboczych kontaktach dotyczących realizacji projektu beneficjenta reprezentował zewnętrzny konsultant. Zarazem dbały o to, żeby w pierwszej kolejności dostęp do szkoleń zapewnić beneficjentom. Takie podejście wydaje się właściwe.

2.5 Efektywność działań informacyjnych i promocyjnych

Najważniejsze wnioski

- **3.1⁸⁴**: Zestawienie informacji o wydatkach zaplanowanych na poszczególne rodzaje działań informacyjnych i promocyjnych z wynikami badań ankietowych, dotyczących sposobów uzyskiwania informacji na temat funduszy unijnych, w tym RPO WSL, przez grupy docelowe, prowadzi do wniosku, że szczególnie efektywnym narzędziem był Internet.

Wydaje się, że relacja pomiędzy nakładami a poziomem dotarcia do mieszkańców województwa jest korzystna również w przypadku promocji prowadzonej poprzez rozgłośnie radiowe.

Z perspektywy efektywności szczególnie godne polecenia są również działania z zakresu PR kierowane do dziennikarzy.

⁸⁴ Ocenę wielkości budżetu przeznaczanego na działania informacyjne i promocyjne zamieszczono w rozdziale 2.6.2 „Zasoby finansowe”.

Ze względu na ograniczoną dostępność danych precyzyjne oszacowanie efektywności poszczególnych sposobów przekazywania informacji nie jest możliwe. Za punkt wyjścia do udzielenia (przybliżonej) odpowiedzi na pytanie badawcze dotyczące efektywności może posłużyć struktura planowanego budżetu tych działań.

Tabela 6: Struktura wydatków planowanych na działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WSL w latach 2009-2013

Kategoria wydatków	% budżetu
Współpraca z mediami (ogólnie)	3,4
Kampanie o szerokim zasięgu	22,0
Współpraca ze stacjami radiowymi	0,9
Internet (2 portale RPO i strona ŚCP, newsletter)	1,1
Współpraca z TV	8,0
Biuletyny, wydawnictwa, materiały promocyjne oraz informacyjne, druk	19,5
Współpraca z wydawcami prasowymi	2,1
Punkty informacyjne	15,7
Szkolenia, seminaria, konferencje	12,7
Działania edukacyjne dla młodzieży	2,3
Eventy, wydarzenia edukacyjne, konkursy	7,4
Targi i imprezy wystawiennicze	0,7
Współpraca z partnerami społecznymi i gospodarczymi	0,4
Wymiana doświadczeń	0,4
Ewaluacja	3,2
Ogółem	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie rocznych Planów działań informacyjnych i promocyjnych na lata 2009-2013

Biorąc pod uwagę rolę poszczególnych źródeł w docieraniu z informacjami na temat RPO WSL do poszczególnych grup docelowych⁸⁵ wydaje się, że szczególnie dużą efektywnością cechują się działania prowadzone w Internecie.

Na prowadzone przez UMWS oraz ŚCP serwisy internetowe poświęcone RPO WSL, które stanowiły kluczowe źródło informacji dla instytucji ubiegających się o dofinansowanie oraz realizujących projekty, przeznaczono w przybliżeniu zaledwie 1% łącznego budżetu zaplanowanych działań informacyjnych i promocyjnych. Za dalszym intensywnym korzystaniem z Internetu przemawia również fakt, że jest to źródło preferowane zarówno przez potencjalnych beneficjentów i beneficjentów programu, jak i przez mieszkańców województwa (przy czym należy pamiętać, że z Internetu w mniejszym stopniu korzystają osoby starsze i mniej aktywnie poszukujące informacji).

Prawdopodobnie warto również korzystać w szerszym zakresie z działających w województwie śląskim rozgłośni radiowych. Wprawdzie tą drogą informacje o funduszach unijnych dotarły do mniejszego odsetka odbiorców, niż poprzez telewizję lub prasę, ale w relacji do nakładów wynik promocji wykorzystującej rozgłośnie radiowe prezentuje się korzystnie.

Należy również pamiętać, że wysoki poziom dotarcia z informacjami o funduszach unijnych za pośrednictwem telewizji jest prawdopodobnie przede wszystkim wynikiem promocji prowadzonej w kanałach ogólnopolskich, cieszących się wyższą oglądalnością, niż stacje regionalne (czyli zasadniczo jedyne, które – zgodnie z wytycznymi dotyczącymi działań informacyjnych i promocyjnych – mogą być wykorzystywane przez IZ).

⁸⁵ Przedstawioną w rozdziale 2.4.2 „Poziom dotarcia za pomocą poszczególnych narzędzi”.

Bez wątplenia szczególnie efektywną formą promowania wśród opinii publicznej przedsięwzięć dofinansowanych z RPO WSL są działania z zakresu PR kierowane do dziennikarzy: regularne sygnalizowanie im atrakcyjnych tematów, dostarczanie materiałów oraz ułatwianie kontaktu z informatorami.

2.6 Potencjał IZ oraz IP2

Najważniejsze wnioski

- **5.1:** Środki przeznaczone w regionie na działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WSL 2007-2013 były odpowiednie.

Liczba pracowników ulegała zmianom. W przypadku UMWSL osiągnęła odpowiedni poziom w połowie okresu 2007-2013. Obecnie ani *Referat komunikacji i promocji RPO WSL* w UMWSL, ani *Wydział informacji i promocji* w ŚCP nie zatrudniają liczby pracowników wystarczającej do skutecznej realizacji powierzonych im zadań.

W okresie 2007-2013 zespoły odpowiedzialne w UMWSL oraz w ŚCP za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych zdobyły wystarczające kompetencje. W przypadku *Referatu komunikacji i promocji* UMWSL sytuacja pod tym względem uległa pogorszeniu, w związku z przeniesieniem, na początku okresu 2014-2020, niektórych doświadczonych pracowników do innych referatów.

- **5.2:** Poziom obciążenia pracą osób odpowiedzialnych za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych różnił się w zależności od fazy wdrażania programu. Prawdopodobnie będzie tak również w przyszłości. W związku z tym należy dążyć do wyraźniejszego określania zadań, za których realizacją odpowiadają w danym momencie poszczególni pracownicy. Warto również precyzyjniej określać oczekiwane efekty ich pracy.

Podział zadań pomiędzy zespołami odpowiedzialnymi za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych a innymi komórkami był czytelny zarówno w UMWSL, jak i w ŚCP. Komunikacja i współpraca z komórkami odpowiedzialnymi bezpośrednio za wdrażanie Programu w obu tych instytucjach przebiegała bez zastrzeżeń.

Istotnym utrudnieniem w prowadzeniu przez UMWSL działań informacyjnych dotyczących RPO WSL była długotrwała realizacja postępowań o udzielenie zamówień publicznych, związana z obowiązującym podejściem do łączenia zamówień. W przypadku niektórych przetargów z tego podejścia wynikały również trudności w stosowaniu kryteriów optymalnych z perspektywy promocji RPO WSL.

- **5.3:** Dotychczas większość działań promocyjnych dotyczących przedsięwzięć finansowanych w województwie śląskim z EFRR (w ramach RPO WSL 2007-2013) oraz finansowanych z EFS (w ramach komponentu regionalnego EFS) było prowadzonych odrębnie. Taka sytuacja nie sprzyjała tworzeniu spójnego obrazu interwencji finansowanej z funduszy Unii Europejskiej. Fakt, że w ramach RPO WSL 2014-2020 będą wykorzystywane oba fundusze, zwiększa potrzebę i możliwości prowadzenia spójnych przedsięwzięć promocyjnych.

Rekomendacje

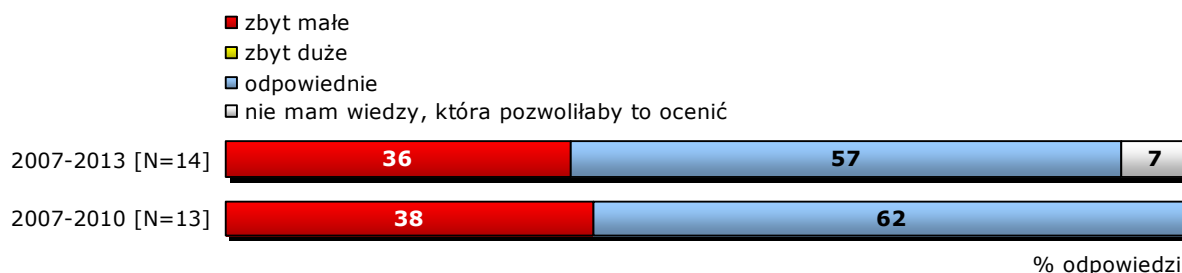
- Zwiększenie liczby pracowników zatrudnionych w *Referacie komunikacji i promocji RPO WSL* w UMWSL o jedną osobę, a w przypadku *Wydziału informacji i promocji* w ŚCP o co najmniej jedną. Ewentualne zatrudnienie w drugiej z wymienionych komórek więcej niż jednego dodatkowego pracownika byłoby uzasadnione w przypadku rozszerzenia zakresu jej zadań.

- Zintegrowanie zadań związanych z promowaniem RPO WSL 2014-2020 przez UMWSL, poprzez:
 - przeniesienie zadań związanych z promowaniem EFS oraz realizujących je pracowników do *Referatu komunikacji i promocji RPO WSL*,
 - sprecyzowanie w *Strategii Komunikacji RPO WSL 2014-2020* podziału zadań i zasad współpracy pomiędzy pracownikiem zatrudnionym na Samodzielnym stanowisku ds. komunikacji, Referatem komunikacji i promocji w Wydziale Rozwoju Regionalnego oraz Regionalnym koordynatorem sieci punktów informacyjnych, prowadzonej przez MIR.
- Zmodyfikowanie sposobu prowadzenia w UMWSL postępowań w zakresie udzielania zamówień publicznych dotyczących przygotowywania materiałów informacyjnych promocyjnych oraz publikowania materiałów w mediach – tak aby możliwe stało się przygotowanie specyfikacji (SIWZ) dotyczących RPO WSL odrębnie od postępowań nie odnoszących się do tego programu. Pierwszy krok do wprowadzenia tej zmiany powinno stanowić zamówienie ekspertyzy prawnej potwierdzającej możliwość przeprowadzania, w trybie ustawy o zamówieniach publicznych, odrębnych postępowań dla usług o podobnym charakterze, ale o innym, specyficznym celu
- Upowszechnienie przez Urząd Zamówień Publicznych podejścia (poprzez sformułowanie odpowiednich wytycznych), zgodnie z którym postępowania, których celem jest upowszechnianie informacji na temat funduszy unijnych, nietożsame przedmiotowo z innymi zamówieniami dokonywanymi przez tego samego zamawiającego, są prowadzone na podstawie odrębnych specyfikacji (SIWZ).

2.6.1 Ranga działań informacyjnych i promocyjnych

Zdaniem blisko trzech piątych (57%) pracowników IZ oraz IP2 zajmujących się informowaniem o RPO WSL 2007-2013 i promowaniem tego programu, takim działaniami w UMWS oraz ŚCP przypisywane jest odpowiednie znaczenie. Ponad jedna trzecia (36%) sądzi natomiast, że ranga działań informacyjnych i promocyjnych jest zbyt mała. Sytuacja pod tym względem nie zmieniła się istotnie od 2010 roku.

Wykres 81: Jak ocenia P. znaczenie przypisywane działaniom informacyjnym i promocyjnym wśród innych działań związanych z wdrażaniem RPO WSL 2007-2013 w instytucji, w której P. pracuje?



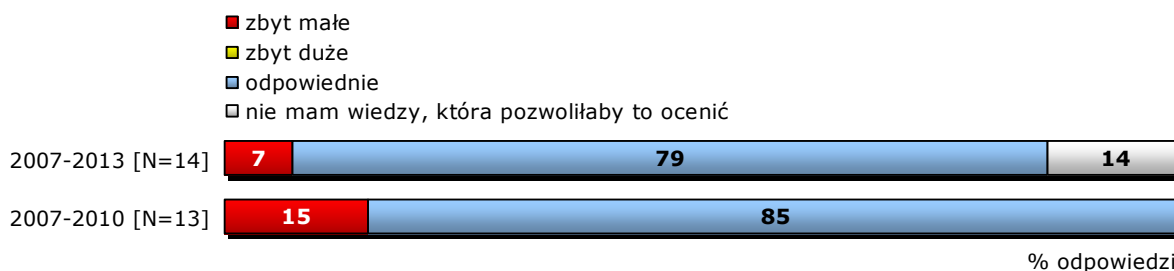
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

2.6.2 Zasoby finansowe

W wywiadach jakościowych środki na działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WSL, którymi dysponowała IZ, jej pracownicy uznawali za wystarczające. Pojawiały się natomiast uwagi, że zbyt niski był budżet przeznaczony na analogiczne działania prowadzone przez ŚCP.

Zdecydowana większość – cztery piąte (79%) pracowników UMWSL oraz ŚCP prowadzących działania informacyjne lub promocyjne dotyczące RPO WSL uznała budżet przeznaczony na realizację tego typu przedsięwzięć za odpowiedni. Podobny wynik uzyskano w poprzedniej edycji badania.

Wykres 82: Jak ocenia P. środki finansowe przeznaczone na działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WSL 2007-2013 w stosunku do zaplanowanych działań?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

2.6.3 Zasoby kadrowe

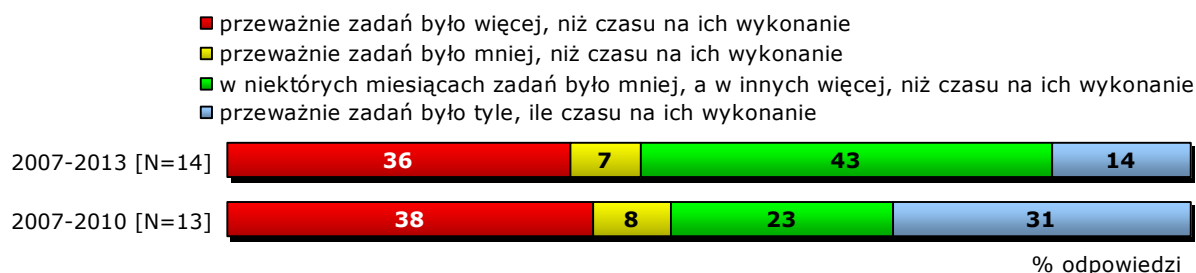
Charakterystyczną cechą pracy związanej z prowadzeniem działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL, wskazywaną w wywiadach jakościowych, było jej zmienne natężenie:

Nie była to praca i nie jest to praca o jednolitym natężeniu, są momenty że tej pracy w jednym wycinku działalności jest więcej, a inni mają że tak powiem wolne moce przerobowe. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

W okresach mniejszego obciążenia własnymi podstawowymi obowiązkami pracownicy włączali się w pewnym zakresie w realizację innych zadań. Informacje uzyskane w wywiadach jakościowych wskazują jednak na potrzebę zwiększenia elastyczności zakresu zadań wykonywanych przez poszczególnych pracowników Referatu komunikacji i promocji RPO WSL, w celu zapewnienia efektywnego wykorzystania „zasobów ludzkich” oraz zapewnienia równomiernego obciążenia pracą różnych członków zespołu.

Wśród pracowników UMWSL oraz ŚCP odpowiedzialnych za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL najliczniejszą grupę (43%) stanowiły osoby, zdaniem których ich obciążenie obowiązkami było nierównomierne. Wiązało się to z przebiegiem procesu wdrażania Programu. Niewiele mniejszy odsetek (36%) stanowiły osoby, zdaniem których przeważnie zadań było więcej, niż czasu na ich wykonanie.

Wykres 83: Jak ocenia P. swoje obciążenie pracą (polegającą na informowaniu o RPO WSL 2007-2013 i promowaniu tego programu) w badanym okresie?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

W latach 2007-2013 liczba pracowników UMWSL oraz ŚCP odpowiedzialnych za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL ulegała zmianom. W UMWSL wzrosła od dwóch do 13 osób (w tym 5 pracowników Punktów Informacyjnych), osiągając odpowiedni poziom w połowie okresu programowania 2007-2013. Na skutek reorganizacji związanej z rozpoczęciem okresu programowania 2014-2020 liczebność zespołu zajmującego się prowadzeniem działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL uległa jednak zmniejszeniu. Obecnie Referat komunikacji i promocji RPO WSL liczy 7 osób⁸⁶, przy czym nie zaliczają się do nich pracownicy punktów informacyjnych.

Wydział informacji i promocji ŚCP liczy obecnie 3 osoby, ponadto jedna osoba pracuje w nowoutworzonym Zespole ds. kontaktów z mediami.

Zarówno liczba pracowników *Referatu komunikacji i promocji RPO WSL* w UMWSL jak i pracowników *Wydziału informacji i promocji* w ŚCP wydają się zbyt małe. W celu skutecznego prowadzenia przez te komórki powierzonych im zadań, uzasadnione byłoby zwiększenie liczby zatrudnionych w nich pracowników: w przypadku *Referatu komunikacji i promocji RPO WSL* w UMWSL o jedną osobę, a w przypadku *Wydziału informacji i promocji* w ŚCP o co najmniej jedną. Ewentualne zatrudnienie w drugiej z wymienionych komórek więcej niż jednego dodatkowego pracownika byłoby uzasadnione w przypadku rozszerzenia zakresu jej zadań.

2.6.4 Wiedza i szkolenia

W okresie programowania 2007-2013 zespoły odpowiedzialne w UMWSL oraz w ŚCP za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych zdobyły wystarczające kompetencje. W przypadku *Referatu komunikacji i promocji* UMWSL wraz z rozpoczęciem kolejnego okresu programowania (2014-2020) sytuacja pod tym względem uległa pogorszeniu, w związku z przeniesieniem niektórych doświadczonych pracowników do innych referatów.

W okresie 2007-2013 podnoszeniu kompetencji sprzyjała satysfakcjonująca dostępność szkoleń zawodowych:

- Nie było jakichś większych ograniczeń możliwości korzystania ze szkoleń. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

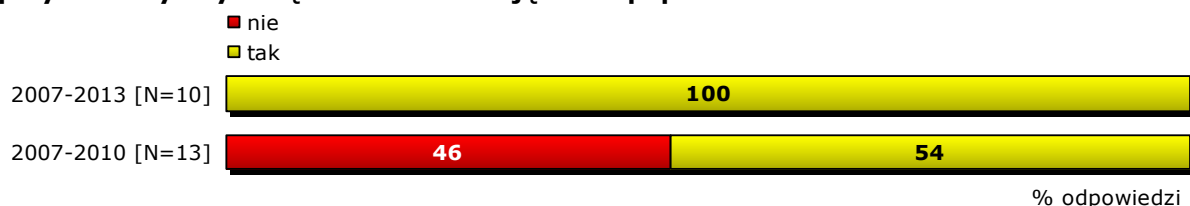
Istotna część szkoleń była organizowana przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, a udział w nich nie obciążał budżetu przeznaczonego na promocję RPO WSL.

⁸⁶ Z czego jedna pracuje na samodzielnym stanowisku ds. spójności wizerunkowej i podlega bezpośrednio dyrekcji Wydziału Rozwoju Regionalnego.

Spośród osób uczestniczących w szkoleniach w ciągu ostatniego roku co druga (50%) uznała, że wszystkie odbyte szkolenia okazały się przydatne w wykonywanej pracy. Żadna nie stwierdziła natomiast, że przydatnych była mniej niż połowa szkoleń.

Z przeprowadzonego badania ankietowego wynika również, że wszyscy (100%) pracownicy odpowiedzialni za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych odczuwają obecnie potrzebę dalszego podnoszenia kompetencji zawodowych poprzez udział w szkoleniach. Wśród tematów szkoleń uważanych za potrzebne najczęściej wymieniano współpracę z mediami, zamówienia publiczne, prawo autorskie oraz formy promocji wykorzystujące Internet (np. media społecznościowe).

Wykres 84: Czy istnieją obecnie tematy związane z P. pracą, w przypadku których przydatne byłoby zwiększenie P. umiejętności poprzez udział w szkoleniach?



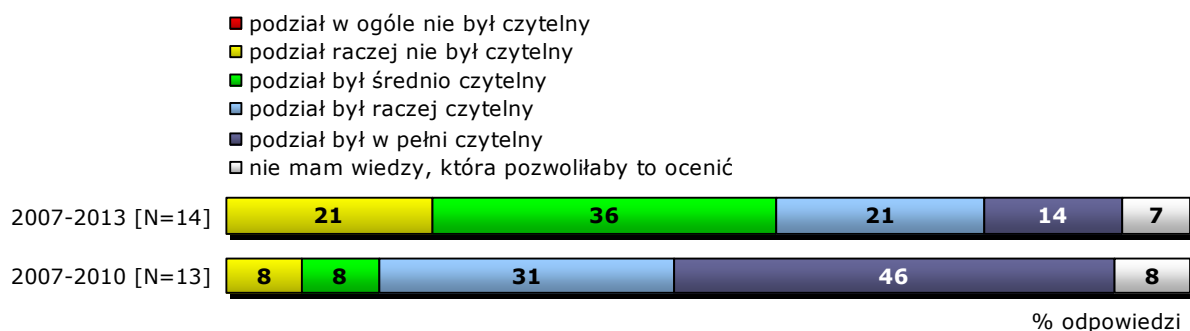
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

2.6.5 Podział zadań, komunikacja i podejmowanie decyzji

W badaniu ankietowym pracownicy odpowiedzialni za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL byli podzieleni w opiniach dotyczących tego, na ile czytelnie były podzielone pomiędzy nich zadania. Ponad jedna trzecia (36%) uważa ten podział za średnio czytelny, po około jednej piątej (21%) za raczej nieczytelny lub – przeciwnie – raczej czytelny, a tylko 14% za w pełni czytelny.

Sytuacja ta może się wiązać ze wspomnianym wcześniej różnym poziomem obciążenia zadaniami, w zależności od fazy wdrażania Programu. Wymaga to od przełożonych wyraźnego określania aktualnego zakresu odpowiedzialności poszczególnych członków zespołu, a od pracowników – znacznej elastyczności w podejmowaniu nowych zadań.

Wykres 85: Na ile czytelny był podział zadań pomiędzy P. a innymi pracownikami Zespołu lub Komórki, w której P. pracował(a)?

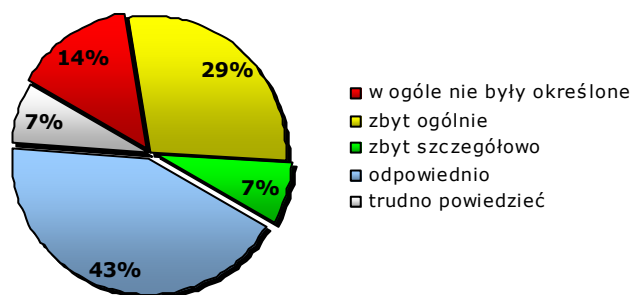


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

Ponad dwie piąte pracowników uznało, że oczekiwane efekty działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL, w których realizacji uczestniczyli, były określone odpowiednio precyzyjnie. Jednak taki sam odsetek jest zdania, że zakładane rezultaty były sformułowane zbyt ogólnie (29%) lub że w ogóle nie zostały określone (14%). Wynik ten przemawia za silniejszym ukierunkowaniem pracy osób zajmujących się działaniami informacyjnymi lub promocyjnymi na osiągnięcie określonych efektów.

Wykres 86: Czy P. zdaniem założone efekty działań informacyjnych i promocyjnych, w których prowadzeniu P. uczestniczył(a), były określone: [N=14]

[Wyniki uzyskane w ramach ewaluacji obejmującej okres 2007-2013]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

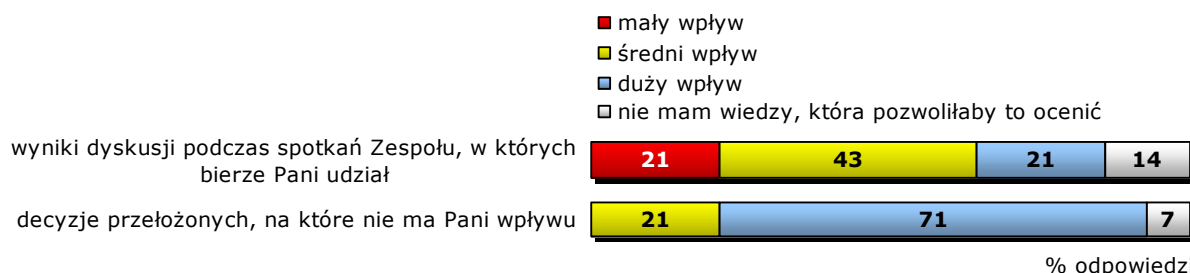
Praca w ramach Zespołu ds. informacji i promocji⁸⁷ wymagała intensywnej współpracy pomiędzy jego członkami:

- Musiały bardzo ściśle wszystkie osoby ze sobą współpracować i współpracowały. (...) Osoby w ramach zespołu musiały współpracować bardzo ściśle, bo generalnie zespół tworzył jedną całość. (...) Oczywiście pewne zadania musiały być w pewien sposób sztywno określone kto się nimi zajmuje, ale bardzo też dużo taki działań promocyjnych wymagało zaangażowania całego zespołu. Promocja jest taką działką, która wymaga dużej kreatywności (...). Bardzo często było tak, że realizując jakieś działania czy przygotowując się do jakichś działań czy planując jakieś działania konsultowaliśmy to wspólnie. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Z badania ankietowego z pracownikami odpowiedzialnymi za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL wynika, że jakkolwiek zakres tych działań zależał przede wszystkim od decyzji przełożonych, to w pewnym stopniu kształtował się również pod wpływem dyskusji prowadzonej w gronie całego zespołu.

Wykres 87: W jakim stopniu P. zdaniem poszczególne czynniki wpływały na działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WSL 2007-2013? - wyniki dyskusji podczas spotkań Zespołu, w których bierze Pani udział; decyzje przełożonych, na które nie ma Pani wpływu [N=14]

[Wyniki uzyskane w ramach ewaluacji obejmującej okres 2007-2013]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

⁸⁷ Od 1 kwietnia 2014 roku Zespół zmienił nazwę na Referat komunikacji i promocji RPO WSL.

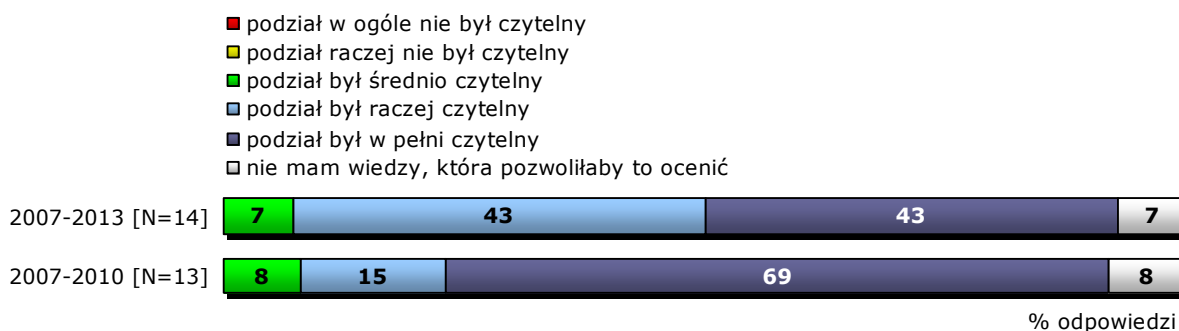
2.6.6 Komunikacja i współpraca pomiędzy komórkami⁸⁸

Prowadzenie przez Zespół ds. informacji i promocji⁸⁹ działań adekwatnych wobec potrzeb grup docelowych oraz sprzyjających skutecznemu wdrażaniu Programu wymagało komunikacji i współpracy z innymi komórkami IZ RPO WSL 2007-2013.

Te działania informacyjno-promocyjne, one muszą być powiązane z tymi wszystkimi innymi referatami, bo ja sobie nie wyobrażam tego, żeby rozbić coś sobie tak i być zadowolonym, że sobie robimy tu jakieś działania informacyjno-promocyjne i w ogóle jakby nie wiedzieć co się dzieje w tych innych referatach, które za ten projekt odpowiadają, które go monitorują. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Zdaniem blisko dziewięciu na dziesięciu (86%) pracowników zespołów zajmujących się (w UMWSL oraz ŚCP) prowadzeniem działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL, podział zadań pomiędzy tymi zespołami a innymi komórkami wchodzącymi w skład danej instytucji był czytelny⁹⁰. Uważały go za taki wszystkie trzy uczestniczące w badaniu pracowniczki ŚCP oraz dziewięciu na jedenastu pracowników UMWSL.

Wykres 88: Na ile czytelny był podział zadań pomiędzy Zespołem lub Komórką, w której P. pracowała, a innymi Referatami lub Komórkami instytucji, w której P. pracowała, uczestniczącymi we wdrażaniu RPO WSL 2007-2013?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

Współpraca z komórkami odpowiedzialnymi bezpośrednio za wdrażanie programu dotyczyła przede wszystkim szkoleń:

My się tutaj oczywiście porozumiewamy wewnątrz instytucji z referatami, które monitorują projekty czy realizują kontrole (...). Również w oparciu o to konstruujemy szkolenia dla beneficjentów, właśnie w oparciu o tę wiedzę, którą posiada każdy z referatów. (...) [Uwzględnialiśmy informacje] jaka jest skala problemu na przykład z zamówieniami publicznymi, z czym najczęściej kontrole się na projektach stykają, jakie są najczęściej popełniane błędy przez wnioskodawców, czy potem już [beneficjentów] realizujących projekty. Chcieliśmy (...) konstruować program tych szkoleń w taki sposób, ale również wykorzystywać samych pracowników [IZ], którzy bądź w tych kontrolach biorą udział, bądź w rozliczeniach projektów uczestniczą, w monitoringu, w ocenie dokumentów. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Dzisiaj na przykład dostałam takie pytanie, że pan ma właśnie podpisać umowę, czyli jeszcze nie jest naszym beneficjentem, i chciał wiedzieć czy w Urzędzie Skarbowym ma pobrać jakiś dokument (...). Współpraca między nami [

⁸⁸ Rozdział zawiera również krótką informację nt. współpracy w zakresie działań informacyjnych i promocyjnych pomiędzy UMWSL a ŚCP (s. 137).

⁸⁹ Od 1 kwietnia 2014 roku Zespół zmienił nazwę na *Referat komunikacji i promocji RPO WSL*.

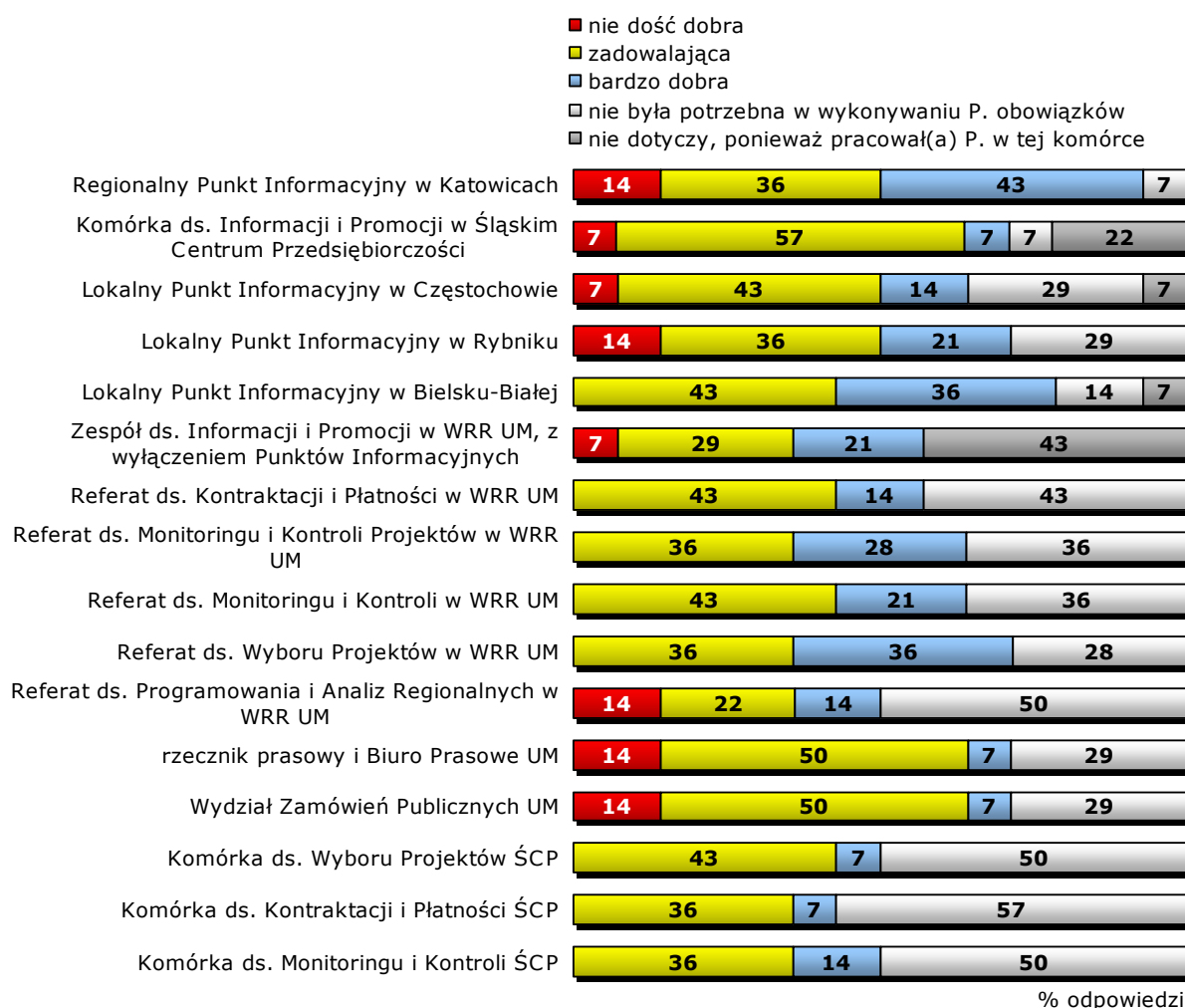
⁹⁰ Suma odsetków odpowiedzi „raczej czytelny” i „w pełni czytelny”.

Wydziałem jest na tyle ustalona, że dzwonię do koleżanki z wyboru projektów, mówię: słuchaj, mam na linii beneficjenta do podpisania umowy, czy mogłabyś odpowiedzieć na pytanie (...). Tylko przedstawiam jej najpierw problem żeby, on nie musiał już tego robić [kolejny] raz. [IDI z pracowniczką ŚCP odpowiedzialną za działania informacyjno-promocyjne]

Pracownicy, którzy współpracowali z innymi komórkami, w większości ocenili współpracę z nimi jako co najmniej zadowalającą. Spośród 14 respondentów nie więcej niż dwie osoby oceniły współpracę z niektórymi innymi referatami jako „nie dość dobrą”. W ramach ŚCP problem „nie dość dobrej” współpracy z innymi komórkami wchodzącymi w skład tej instytucji nie wystąpił w ogóle.

Wykres 89: Jak ocenia P. efektywność współpracy z innymi komórkami zajmującymi się działaniami informacyjno-promocyjnymi dotyczącymi RPO WSL 2007-2013? [N=14]

[Wyniki uzyskane w ramach ewaluacji obejmującej okres 2007-2013]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

Również opinie zebrane podczas wywiadów jakościowych od obu współpracujących stron były pozytywne:

B: - A jak ocenia P. przebieg tej współpracy z różnymi innymi referatami?

R: - Bardzo pozytywnie, bardzo pozytywnie. Wiadomo, że to naszym „interesem” było, żeby o tę informację zabiegać, bo każdy w poszczególnym referacie jest skupiony na swoich obowiązkach i na swoich zadaniach, a naszym obowiązkiem i zdaniem była informacja i promocja, więc to nam głównie zależało na tym, żeby tej informacji jak najwięcej pozyskać. Natomiast współpraca generalnie była

bardzo uważam dobra i pozytywna. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Generalnie współpraca naprawdę w mojej opinii była dobra, nie narzekam na referat promocji w żaden sposób, czy pod kątem szkoleń, czy organizacji no bo tutaj mieliśmy kontakt, czy pod kątem biuletynu, który potem też pomagaliśmy [tworzyć]. Dobrze się współpracowało z koleżankami, kolegami z tego zespołu promocji. [IDI z pracownikiem UMWSL z referatu odpowiedzialnego bezpośrednio za wdrażanie RPO WSL]

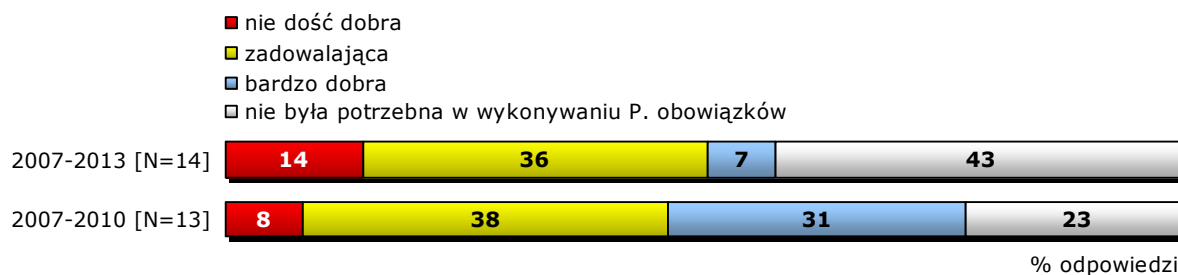
Zarówno pracownicy odpowiedzialni za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL, jak i pracownicy referatów odpowiedzialnych bezpośrednio za wdrażanie Programu uważali, że nie ma potrzeby podnoszenia stopnia formalizowania współpracy.

Współpraca pomiędzy UMWSL a ŚCP w zakresie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 przebiegała bez zakłóceń, była jednak stosunkowo mało intensywna. Wymiana informacji pomiędzy tymi instytucjami wiązała się głównie ze sporządzaniem rocznych planów działań oraz sprawozdań z ich realizacji, a także przygotowywania opisów projektów będących dobrymi praktykami. Jediną zidentyfikowaną trudnością w zakresie tej współpracy był niedostatek czasu na przygotowanie niektórych materiałów. Ponadto w razie potrzeby odbywały się bieżące konsultacje pomiędzy pracownikami punktów informacyjnych: prowadzonego przez UMWSL w Katowicach oraz prowadzonego przez ŚCP w Chorzowie. Współpraca dotyczyła również wspólnej organizacji imprez plenerowych i targowych oraz konferencji związanych z wdrażaniem Programu.

W wywiadach jakościowych jako czynnik obniżający intensywność współpracy wskazywano długotrwałą realizację postępowań dotyczących udzielania zamówień publicznych przez UMWSL⁹¹ oraz ograniczony budżet przewidziany na działania informacyjne i promocyjne prowadzone przez ŚCP.

Niezbyt intensywna była również współpraca w ramach działającej na szczeblu regionu grupy roboczej, powołanej w celu koordynacji promocji różnych programów finansowanych z funduszy unijnych⁹². Dwie piąte (43%) pracowników UMWSL i SCP zajmujących się działaniami informacyjnymi i promocyjnymi uznały współpracę z Grupą za przynajmniej zadowalającą, a również dwie piąte (43%) stwierdziły, że nie była potrzebna w wykonywaniu ich obowiązków. Od czasu poprzedniego badania, przeprowadzonego w roku 2010, praktyczne znaczenie funkcjonowania Grupy spadło.

Wykres 90: Jak ocenia P. efektywność współpracy z Grupą Roboczą ds. Informacji i Promocji Funduszy Europejskich na lata 2007-2013?



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań ankietowych (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

⁹¹ Porównaj: rozdział 2.6.7 „Zamówienia publiczne”.

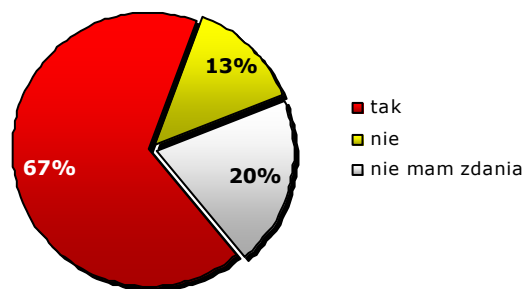
⁹² Zgodnie z *Planem Komunikacji RPO WSL 2007-2013* w skład Grupy Roboczej ds. Informacji i Promocji Funduszy Europejskich na lata 2007-2013 wchodził „przedstawiciele wydziałów UMWSL zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich w regionie oraz przedstawiciel Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości (IP2)” (s. 30).

2.6.7 Rozwiązania organizacyjne z perspektywy RPO WSL 2014-2020

Dwie trzecie (67%) pracowników odpowiedzialnych za upowszechnianie informacji na temat RPO WSL i promowanie tego programu opowiedziało się za wprowadzeniem nowych rozwiązań służących koordynacji działań z tego zakresu, w związku z rozpoczęciem okresu programowania 2014-2020, w którym RPO WSL będzie programem finansowanym nie tylko z EFS, lecz również z EFRR.

Wykres 91: Czy P. zdaniem włączenie do RPO WSL 2014-2020 przedsięwzięć finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS) powinno skutkować wprowadzeniem nowych rozwiązań służących koordynacji działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących tego programu? [N=15⁹³]

[Wyniki uzyskane w ramach ewaluacji obejmującej okres 2007-2013]



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania ankietowego (CAWI) z pracownikami UMWSL i ŚCP odpowiedzialnymi za działania informacyjne i promocyjne

Na początku okresu programowania 2014-2020 działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WSL w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Śląskiego wykonują⁹⁴:

- pracownik zatrudniony na Samodzielnym stanowisku ds. komunikacji w Wydziale Rozwoju Regionalnego
- Referat komunikacji i promocji w Wydziale Rozwoju Regionalnego
- Główny Punkt Informacyjny o Funduszach Europejskich w Katowicach, włączony, do sieci PIFE, której koordynatorem jest Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju⁹⁵.

Z kolei promocja przedsięwzięć finansowanych z EFS należy do zadań Referatu Pomocy Technicznej i Promocji EFS w Wydziale Europejskiego Funduszu Społecznego.

Za promocję funduszy unijnych w województwie śląskim odpowiadają również:

- Wydział Informacji i Promocji oraz Zespół ds. kontaktów z mediami w ŚCP (IP RPO WSL 2007-2013) – wyłącznie w zakresie RPO WSL,
- Zespół ds. informacji i promocji w WUP (IP2 PO KL).

Biorąc pod uwagę potrzebę prowadzenia spójnych działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2014-2020 wskazane jest zintegrowanie promocji przedsięwzięć wspieranych z EFRR oraz EFS. Optymalne byłoby przeniesienie zadań związanych z promowaniem przedsięwzięć finansowanych z EFS, a także realizujących je dotychczas

⁹³ Liczba respondentów jest o jeden większa, niż w przypadku pozostałych pytań zadanych w badaniu CAWI z pracownikami UMWSL oraz ŚCP w ramach ewaluacji przeprowadzonej w 2014 roku. Różnica wynika stąd, że na pytania dotyczące lat 2007-2013 odpowiadali wyłącznie pracownicy zajmujący się prowadzeniem działań informacyjnych lub promocyjnych przynajmniej przez część tego okresu, natomiast na pytania dotyczące okresu po roku 2013 odpowiadała również respondentka, która dołączyła do *Referatu komunikacji i promocji RPO WSL* w 2014 roku.

⁹⁴ Zgodnie z informacjami dostępnymi aktualnie na stronie www.rpo.slaskie.pl.

⁹⁵ Działające w województwie śląskim punkty należące do sieci PIFE będą udzielały informacji o różnych programach finansowanych z funduszy unijnych, w tym RPO WSL.

pracowników, do Referatu komunikacji i promocji funkcjonującego w Wydziale Rozwoju Regionalnego.

Innym rozwiązaniem sprzyjającym koordynacji działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2014-2020 oraz zacieśnianiu współpracy pomiędzy instytucjami odpowiedzialnymi za ich prowadzenie, byłoby regularny wspólny udział pracowników wszystkich komórek UMWSL, ŚCP oraz WUP, odpowiedzialnych za promocję Programu, w warsztatach z zakresu prowadzenia działań promocyjnych. Oprócz podnoszenia kompetencji zawodowych, zakładanym efektem warsztatów byłoby przygotowywanie wspólnych koncepcji takich działań, a także wzmacnianie poczucia wspólnej realizacji celów związanych z promocją RPO WSL.

Ponadto wskazane byłoby przyjęcie zasady, zgodnie z którą koncepcje wszystkich szerzej zakrojonych działań promocyjnych dotyczących Programu są konsultowane w gronie przedstawicieli odpowiednich komórek UMWSL, ŚCP i WUP. Zasada ta powinna dotyczyć co najmniej wszystkich działań zaliczanych do „kampanii szerokiego zasięgu”.

W okresie 2007-2013 większość działań promujących RPO WSL oraz komponent regionalny PO KL była prowadzona dwutorowo (jednym z niewielu wspólnych przedsięwzięć były targi funduszy europejskich, innym – internetowa Eurogra, zorganizowana w maju 2014 roku z okazji dziesięciolecia przystąpienia Polski do Unii Europejskiej). Współdziałanie utrudniał fakt, że przedsięwzięcia finansowane z EFRR oraz EFS były prowadzone w ramach dwóch odrębnych programów (odpowiednio: RPO WSL 2007-2013 oraz PO KL), dysponujących odrębnymi budżetami i zarządzanych przez inne instytucje. Pod tym względem sytuacja w okresie 2014-2020, gdy RPO WSL jest programem dwufunduszowym, będzie bardziej sprzyjająca.

Pomiędzy pracownikami Wydziału Rozwoju Regionalnego odpowiedzialnymi za promowanie RPO WSL 2007-2013 a pracownikami Wydziału Europejskiego Funduszu Społecznego odpowiedzialnymi za promowanie komponentu regionalnego PO KL występował element rywalizacji.

Pewnymi rzeczami się ludzie dzielili, pewnymi się nie dzielili, też z prostej przyczyny: nikt nie chciał żeby mu odebrano jego pomysły, jeśli to było coś oryginalnego. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

W sytuacji, w której większość przedsięwzięć była prowadzona oddzielnie, dążenie do uniknięcia trudności związanych z prowadzeniem zamówień publicznych sprawiało, że wzajemne uzgodnienia zmierzały między innymi do uniknięcia prowadzenia podobnych działań w tym samym okresie:

Poza tym za tą sprzedażą pomysłu idzie też automatycznie ta wysokość, kwota zamówienia, która jest w ramach urzędu i to determinuje sposób zamówienia. Jeżeli ja wiedziałam powiedzmy, że mamy pewien pomysł i dam tam tylko swoje środki to miałam tą pewność, że będę to realizowała w tym trybie w jakim moje zamówienie zostało oszacowane. My sobie tam po koleżeńsku powiedzieliśmy: „dobra, no nie rób tego (...), nie w tym roku, bo zablokujemy się nawzajem. Ani my, ani wy, nikt z nas tego nie zrealizuje. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Odrębne prowadzenie działań promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 (na większą skalę) oraz analogicznych działań dotyczących komponentu regionalnego PO KL (na mniejszą) budzi obawy przed zepchnięciem tych drugich na dalszy plan. Wspólna promocja obejmująca inicjatywy finansowane z obu funduszy byłaby dogodna szczególnie w przypadku przedsięwzięć komplementarnych (na przykład związanych z rewitalizacją lub edukacją).

W promowaniu RPO WSL 2007-2013 przydatne może okazać się doświadczenie w zakresie promowania EFS poprzez pokazywanie osób, którym pomagają projekty lub idee wspierane z tego funduszu:

EFS ma swoje projekty i kampanie, które są bardziej ludzkie, z ludzką twarzą. Tam łatwiej, bo tam są odbiorcami często indywidualne osoby, więc jest prościej reklamować fundusz przez osoby, to do czego Unia generalnie dąży teraz w nowej perspektywie. Czyli do takiej personifikacji funduszy, żeby to nie były takie bezosobowe kampanie, tylko, żeby faktycznie było tam „ja”, „my”, takie utożsamianie się. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Kampanie wykorzystujące „ludzki wymiar” funduszy mają szanse na wzbudzenie szerokiego zainteresowania:

Też bardzo fajna rzecz jaka im się udała to wystawa, którą robili w tym roku na dworcu. To była wystawa osób, które zrobiły sobie zdjęcia z taką tabliczką, która miała przedstawiać wychodzenie poza pewne utarte stereotypy. Na przykład osoba na wózku, która pozowała z tabliczką: „to że nie mogę chodzić nie znaczy, że nie mogę iść dalej”, czy podążać w swoim rozwoju, coś takiego. Bardzo fajna to była akcja (...), zorganizowali wystawę na dworcu i wywiady w radiu z tymi osobami, które się wypowiadały. Nie wykupywali powierzchni w gazetach, natomiast takim oddźwiękiem było to, że gazety same z siebie zainteresowały się tą akcją i same z siebie o tym napisały jako o ciekawym przedsięwzięciu. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Omawiana kampania wzbudziła również kontrowersje, jednak wydaje się, że nie zakłóciły one jej przekazu. Ryzyko kontrowersji jest poniekąd wpisane w działania niestandardowe i nastawione na wywołanie żywej reakcji wśród odbiorców.

Istotne jest także czytelne określenie podziału zadań i zasad współpracy pomiędzy:

- pracownikiem zatrudnionym na Samodzielnym stanowisku ds. komunikacji w Wydziale Rozwoju Regionalnego⁹⁶ a Referatem komunikacji i promocji w Wydziale Rozwoju Regionalnego⁹⁷
- Referatem komunikacji i promocji w Wydziale Rozwoju Regionalnego a Regionalnym koordynatorem sieci PIFE (oraz podlegającymi mu Punktami Informacyjnymi).

Ponadto potrzebne będzie uzgadnianie przebiegu działań informacyjnych i promocyjnych w gronie przedstawicieli wszystkich wymienionych komórek Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego, poszerzonym o przedstawicieli pozostałych instytucji pełniących kluczową rolę w informowaniu o RPO WSL 2014-2020, tj.: Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości oraz Wojewódzkiego Urzędu Pracy.

Wspólne uzgodnienia powinny służyć zacieśnieniu współpracy pomiędzy Urzędem Marszałkowskim Województwa Śląskiego a ŚCP w zakresie organizowania szkoleń (w celu ustaleniu ich optymalnego harmonogramu i zakresu) oraz kampanii promocyjnych:

Dla dobra programu i dla dobra informacji byłoby najlepsze żebyśmy się pojawiali razem w tych działaniach w miarę możliwości, żeby przedsiębiorca również miał świadomość tego, że jest nie tylko ŚCP. [Że ŚCP nie jest] jakimś samodzielnym

⁹⁶ Do obowiązków przypisanych do Samodzielnego stanowiska ds. komunikacji należy m.in. zapewnienie realizacji polityki informacyjnej Urzędu – prowadzonej przez Biuro Prasowe – w zakresie RPO WSL 2014-2020 i 2007-2013, bieżąca obsługa medialna IZ oraz wydziałów wdrażających RPO WSL 2014-2020 i 2007-2013, a także prowadzenie spraw związanych z zapytaniami dziennikarskimi w zakresie RPO WSL 2014-2020 i 2007-2013 oraz współpraca z wydziałami wdrożeniowymi w zakresie spójnego podejścia do udostępniania informacji publicznej na temat RPO WSL 2014-2020 i 2007-2013 – porównaj: Regulamin organizacyjny Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego z 17 czerwca 2014, s. 84.

⁹⁷ Do obowiązków przypisanych do Referat komunikacji i promocji należy m.in. wypełnianie zadań IZ RPO WSL w zakresie informacji i promocji o RPO WSL 2014-2020 i 2007-2013.

elektronem, ale że programem zarządza IZ, urząd. (...) Generalnie jest takie przeświadczenie, że człowiek się czuje trochę też pewniej jak (...) bierze jakieś środki czy wiąże się jakąś umową z podmiotem, który jest urzędem. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Moglibyśmy np. wspólnie realizować kampanie, czy radiowe, czy telewizyjne, czy w ogóle takie o szerokim zasięgu, nie na takiej zasadzie, że oni dokleją się do nas tylko swoją informacją, ale również uczestniczą finansowo w pewnych przedsięwzięciach. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

2.6.8 Zamówienia publiczne

Poważnym utrudnieniem w prowadzeniu działań promocyjnych dotyczących RPO WSL przez IZ była zasada łączenia zamówień publicznych na publikacje w skali całego Urzędu marszałkowskiego. Przedłużało to przebieg procedur związanych z zamówieniami:

Żeby informacja [w mediach] była bieżąca, to niestety w naszej strukturze urzędowej jest niesamowicie trudne. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Gdy chcemy zrobić zamówienie na materiały promocyjne czy opracowanie merytoryczne jakiejś publikacji, to wydział zamówień publicznych pyta wszystkie pozostałe wydziały, czy w tej sferze będą również zlecały podobne zamówienia w danym roku. Jeżeli tak, to musimy się wszyscy zebrać razem, to zamówienie zrobić wspólnie. To bardzo wydłuża całą procedurę, bo każdy z tych wydziałów wkłada tam swoją część zamówienia, a więc każdy uczestniczy w tym przetargu, daje swojego przedstawiciela do komisji, wprowadza swoje uwagi. [Pracownik UMWSL odpowiedzialny za działania informacyjno-promocyjne]

Łączenie zamówień publicznych w skali Urzędu Marszałkowskiego było także czynnikiem utrudniającym stosowanie kryteriów wyboru Wykonawcy optymalnych z perspektywy promocji Programu.

Następuje bardzo duża modyfikacja kryteriów pewnych tego zamówienia jeżeli takowe w ogóle, poza cenowe, się pojawiają. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Z punktu widzenia promocji i informacji [nie jest satysfakcjonujące] zlecenie na przykład opracowania albumu w kategorii „zamówienie na druk”, [ponieważ potrzebna jest współpraca] z podmiotem, który jest profesjonalny również w zakresie merytorycznego przygotowania tego albumu czy tej publikacji, ale nie tylko poukładania czegoś i wydrukowania. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Ograniczenia związane z zamówieniami publicznymi utrudniały zamieszczanie publikacji w prasie bezpłatnej i lokalnej (której wykorzystanie mogłoby pomóc w dotarciu do szerszych kręgów opinii publicznej), a także specjalistycznej (której łamy wydają się szczególnie dogodne do zamieszczania informacji o konkursach skierowanych do określonego rodzaju podmiotów – na przykład do instytucji naukowych).

Zróznicowanie tych mediów nam przysparza bardzo dużej trudności (...). Jeżeli chodzi o publikację w prasie, mogliśmy to robić dołączając się do dużego przetargu urzędowego na publikację w prasie, gdzie z reguły wygrywa ten przetarg rok w rok albo jeden, albo drugi duży regionalny dziennik. (...) Chętnie byśmy zaistnieli [również w bezpłatnej prasie], ale nie ma jak tego zlecić po prostu. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Dodatkowym negatywnym efektem wydłużania procedur było ograniczenie możliwości ściślejszej współpracy Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego ze Śląskim Centrum Przedsiębiorczości, w zakresie całościowej promocji RPO WSL:

Trudno byłoby nam razem z ŚCP planować działania, które mieli byśmy jakoś tam wspólnie finansować, jako jedno zdanie, łączymy tutaj pewne budżety i realizujemy, robimy coś wspólnie, właśnie z tej prostej przyczyny, że oni by z czymś zdążyli, a my podejrzewam nie. (...) Problem żeby zgrać te wszystkie nasze działania, polegał na tym, że ŚCP jest łatwiej wszystkie rzeczy realizować. Są jedną instytucją gdzie ich zamówienia to są tylko ich zamówienia, one się nie sumują już z innymi zamówieniami i o wiele rzadziej osiągają te progi przetargowe. [IDI z pracownikiem UMWSL odpowiedzialnym za działania informacyjno-promocyjne]

Korzystną zmianą w podejściu do zamówień publicznych, która zaszła w Urzędzie Marszałkowskim w okresie 2007-2013, było natomiast zwiększenie gotowości stosowania pozacenowych kryteriów wyboru ofert. Sprzyjało to wyższej jakości realizowanych zamówień.

Kolejnym pożądanym rozwiązaniem byłoby stosowanie przy prowadzeniu zamówień publicznych bardziej szczegółowych kategorii – na przykład zamówień na publikacje adresowane do potencjalnych beneficjentów Programu (analogicznie do szkoleń dla beneficjentów RPO WSL, traktowanych jako odrębne od innych szkoleń zamawianych przez Urząd Marszałkowski).

Nadzieje na częściowe ograniczenie skali problemów związanych z zamówieniami publicznymi można wiązać z podniesieniem progu wartości zamówienia, powyżej którego musi zostać udzielone w drodze przetargu.

3 Tabela rekomendacji

L.p.	Wniosek (wraz ze wskazaniem strony w raporcie)	Powiązana z wnioskiem rekomendacja (wraz ze wskazaniem strony w raporcie)	Typ rekomendacji	Adresat ⁹⁸	Sposób wdrożenia	Termin realizacji
1	Kampania zrealizowana na zamówienie UMWSL w 2013 roku, przeprowadzona przy zastosowaniu zestawu komplementarnych mediów, pozwoliła na dotarcie do szerokiego grona odbiorców. Skoordinowanie działań przeprowadzonych w ramach kampanii nie byłoby możliwe w ramach oddzielnych zamówień. (s. 69, 100)	Promowanie RPO WSL wśród mieszkańców województwa śląskiego przy zastosowaniu zestawu komplementarnych mediów, w celu dotarcia do szerokiej grupy odbiorców oraz wzmocnienia oddziaływania nadawanych komunikatów. (s. 71)	Operacyjna	IZ RPO WSL we współpracy z ŚCP	Zamówienie zintegrowanej „kampanii szerokiego zasięgu” u zewnętrznego Wykonawcy.	2014
2	Współpraca z dziennikarzami wykraczająca poza zlecenie im przygotowywania zamówionych materiałów stwarza szansę efektywnego promowania Programu. Dotychczas takie działania były prowadzone przez UMWSL w ograniczonym zakresie, a przez ŚCP – mało intensywnie i niesystematycznie. (s. 70, 114-115)	Zwiększenie intensywności kierowanych do dziennikarzy działań z zakresu public relations. (s. 71)	Operacyjna	ŚCP IZ RPO WSL - Samodzielne Stanowisko ds. Komunikacji, we współpracy z Biurem Prasowym UMWSL	2a Sporządzenie listy dziennikarzy mediów regionalnych i lokalnych, potencjalnie zainteresowanych informacjami dotyczącymi RPO WSL (ze wskazaniem rodzaju informacji, którymi są zainteresowani), zawierającej dane kontaktowe. 2b Regularne wysyłanie pocztą elektroniczną przygotowywanego specjalnie dla dziennikarzy <i>newslettera</i> poświęconego RPO WSL. 2c Dostarczanie redakcjom informacji na temat RPO WSL wraz z odnośnikami (linkami) do internetowego banku zdjęć dla mediów.	2014

⁹⁸ Zgodnie z Uchwałą Nr 972/340 /IV/2014 Zarządu Województwa Śląskiego z 27 maja 2014 w okresie 2014-2020 rolę IZ RPO WSL będzie pełnił (tak jak w okresie 2007-2013) Zarząd Województwa Śląskiego (przy pomocy UMWSL), natomiast ŚCP jest jedną z dwóch IP, którym powierzono wdrażanie RPO WSL 2014-2020. Drugą IP jest WUP. W przedsięwzięcia dotyczące całego programu, prowadzone wspólnie przez IZ RPO WSL oraz ŚCP powinien być włączany również WUP.

L.p.	Wniosek (wraz ze wskazaniem strony w raporcie)	Powiązana z wnioskiem rekomendacja (wraz ze wskazaniem strony w raporcie)	Typ rekomendacji	Adresat	Sposób wdrożenia	Termin realizacji
3	Przedsiębiorstwa są grupą potencjalnych beneficjentów, do której informacje na temat możliwości ubiegania się o wsparcie z RPO WSL dotarły w najmniejszym stopniu (s. 27, 35-37, 69)	Zwiększenie grupy przedsiębiorstw świadomych możliwości ubiegania się o środki z RPO WSL. (s. 71)	Operacyjna	ŚCP IZ RPO WSL	Bardziej intensywne informowanie o wsparciu przewidzianym w ramach RPO WSL dla przedsiębiorstw: <ul style="list-style-type: none"> • w mediach o profilu gospodarczo-ekonomicznym – w szczególności portalach internetowych, • poprzez współpracę z instytucjami otoczenia biznesu, w tym organizacjami zrzeszającymi przedsiębiorców. 	2015
4	Ograniczona liczba miejsc na szkoleniach dla potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów sprawiała, że nie wszystkie osoby zainteresowane udziałem mogły brać w nich udział. (s. 56-57, 69, 106)	Zwiększenie dostępności szkoleń. (s. 71)	Operacyjna	IZ RPO WSL ŚCP	Udostępnianie nagrań ze szkoleń cieszących się największym zainteresowaniem przez Internet lub ich transmitowanie w czasie rzeczywistym (po zawarciu z prowadzącymi umów umożliwiających takie wykorzystywanie ich wystąpień). W przypadku nagrań optymalne byłoby stosowanie napisów lub korzystanie z tłumacza języka migowego, w celu udostępnienia treści osobom niesłyszącym.	2014

L.p.	Wniosek (wraz ze wskazaniem strony w raporcie)	Powiązana z wnioskiem rekomendacja (wraz ze wskazaniem strony w raporcie)	Typ rekomendacji	Adresat	Sposób wdrożenia	Termin realizacji
5	<p>Poważnym utrudnieniem w prowadzeniu przez UMWSL działań informacyjnych dotyczących RPO WSL była długotrwała realizacja postępowań o udzielanie zamówień publicznych, związana z obowiązującą dotychczas w UMWSL interpretacją przepisów ustawy o zamówieniach publicznych i wnioskowaniem z niej konieczności przygotowywania jednej SIWZ dla zamówień o podobnym charakterze, ale różnym celu.</p> <p>Obowiązujące zasady utrudniały również stosowania w niektórych przetargach kryteriów optymalnych z perspektywy promocji RPO WSL. (s. 68-69, 129, 141-142)</p>	<p>Zmodyfikowanie sposobu prowadzenia w UMWSL postępowań w zakresie udzielania zamówień publicznych dotyczących przygotowywania materiałów informacyjnych i promocyjnych oraz publikowania materiałów w mediach – tak aby możliwe stało się przygotowanie specyfikacji (SIWZ) dotyczących RPO WSL odrębnie od postępowań nie odnoszących się do tego programu (analogicznie do zasad dotyczących zlecenia szkoleń dla beneficjentów). (s. 130)</p>	Kluczowa	UMWSL	<p>Zamówienie ekspertyzy prawnej potwierdzającej możliwość przeprowadzenia, w trybie ustawy o zamówieniach publicznych, odrębnych postępowań dla usług o podobnym charakterze, ale o innym, specyficznym celu, tak aby możliwe stało się przygotowanie specyfikacji (SIWZ) dotyczących RPO WSL odrębnie od postępowań nie odnoszących się do tego programu..</p>	2014

L.p.	Wniosek (wraz ze wskazaniem strony w raporcie)	Powiązana z wnioskiem rekomendacja (wraz ze wskazaniem strony w raporcie)	Typ rekomendacji	Adresat	Sposób wdrożenia	Termin realizacji
6	<p>Długotrwałe procedury udzielania zamówień publicznych należały do słabych stron systemu informacji i promocji na temat funduszy europejskich w okresie 2007-2013⁹⁹ - nie tylko w województwie śląskim.</p> <p>Ewaluacja przeprowadzona w województwie śląskim wskazuje, że trudności mogą wynikać ze stosowanej interpretacji przepisów ustawy zamówień publicznych i wnioskowanej z niej konieczności przygotowania jednej specyfikacji (SIWZ) dla zamówień o podobnym charakterze (przygotowanie materiałów promocyjnych i informacyjnych) ale różnym celu. (s. 68-69, 129, 141-142)</p>	<p>Upowszechnienie podejścia, zgodnie z którym postępowania, których celem jest upowszechnianie informacji na temat funduszy unijnych, nietożsame przedmiotowo z innymi zamówieniami dokonywanymi przez tego samego zamawiającego, są prowadzone na podstawie odrębnych specyfikacji (SIWZ). (s. 130)</p>	Horizontalna	Urząd Zamówień Publicznych	Sformułowanie wytycznych dotyczących prowadzenia postępowań o udzielenie zamówienia publicznego przez instytucje administracji publicznej, uwzględniających m.in. kwestię zamówień służących upowszechnianiu informacji na temat funduszy unijnych.	2015

⁹⁹ Aktualność tego problemu, wskazanego w analizie SWOT zamieszczonej w Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich (s. 8 w wersji zaktualizowanej 16 stycznia 2012 r.), potwierdziła *Metaewaluacja wyników dotychczasowych badań ewaluacyjnych i innych (wniosków i rekomendacji) dotyczących informacji i promocji Funduszy Europejskich oraz poszczególnych programów operacyjnych*, przeprowadzona na zamówienie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego przez firmę EGO w 2013 roku.

L.p.	Wniosek (wraz ze wskazaniem strony w raporcie)	Powiązana z wnioskiem rekomendacja (wraz ze wskazaniem strony w raporcie)	Typ rekomendacji	Adresat	Sposób wdrożenia	Termin realizacji
7	Liczba pracowników UMWSL oraz ŚCP odpowiedzialnych za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL jest zbyt mała do zrealizowania w wystarczającym zakresie powierzonych im zadań. (s. 129, 131-132)	Zwiększenie liczby pracowników UMWSL oraz ŚCP odpowiedzialnych za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL. (s. 129)	Operacyjna	IZ RPO WSL ŚCP	7a Zatrudnienie dodatkowego pracownika w <i>Referacie komunikacji i promocji RPO WSL w UMWSL</i> ¹⁰⁰ . 7b Zatrudnienie dodatkowego pracownika w <i>Wydziale informacji i promocji ŚCP</i> , lub dodatkowych pracowników – w przypadku rozszerzenia zakresu zadań Wydziału.	
8	Odrębne prowadzenie większości działań promocyjnych dotyczących przedsięwzięć wspieranych w ramach RPO WSL oraz w ramach komponentu regionalnego PO KL nie sprzyjało tworzeniu spójnego obrazu interwencji finansowanej z funduszy unijnych w regionie. Fakt, że RPO WSL 2014-2020 będzie programem finansowanym zarówno z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, jak i z Europejskiego Funduszu Społecznego, zwiększa potrzebę i możliwości prowadzenia spójnych przedsięwzięć promocyjnych. (s. 129, 138-141)	Zintegrowanie zadań związanych z promowaniem RPO WSL 2014-2020 przez UMWSL (s. 130)	Kluczowa	IZ RPO WSL	8a Przeniesienie zadań związanych z promowaniem EFS oraz pracowników odpowiedzialnych za ich realizację (dotychczas zatrudnionych w Wydziale EFS) do Referatu komunikacji i promocji RPO WSL (funkcjonującego w ramach Wydziału Rozwoju Regionalnego), 8b Sprecyzowanie w <i>Strategii Komunikacji RPO WSL 2014-2020</i> podziału zadań i zasad współpracy pomiędzy pracownikiem zatrudnionym na Samodzielnym stanowisku ds. komunikacji, Referatem komunikacji i promocji w Wydziale Rozwoju Regionalnego oraz Regionalnym koordynatorem sieci punktów informacyjnych, prowadzonej przez MIR.	2014

¹⁰⁰ Rekomendacja 7a i 8a są alternatywne. W przypadku wdrożenia rekomendacji 8a (co jest rozwiązaniem preferowanym) wdrożenie rekomendacji 7a nie jest konieczne.

L.p.	Wniosek (wraz ze wskazaniem strony w raporcie)	Powiązana z wnioskiem rekomendacja (wraz ze wskazaniem strony w raporcie)	Typ rekomendacji	Adresat	Sposób wdrożenia	Termin realizacji
9	<p><i>Plan Komunikacji RPO WSL 2007-2013</i> jest dokumentem niskiej jakości. Mankamenty <i>Planu Komunikacji</i> dotyczą przede wszystkim założonych rezultatów oraz przewidzianego sposobu ich pomiaru. Część rezultatów została określona w sposób mało realistyczny, mało zrozumiały lub mało precyzyjny. Wśród wskaźników brakuje natomiast takich, które odwoływałyby się do poziomu wiedzy grup docelowych działań informacyjnych i promocyjnych na temat Programu. Ponadto niektóre metody badania wartości wskaźników, zapisane w <i>Planie</i>, są nieadekwatne wobec definicji tych wskaźników. (s. 68, 69, 72-73)</p>	<p>Sporządzenie <i>Strategii komunikacji RPO WSL 2014-2020</i> pozbawionej wad aktualnie obowiązującego <i>Planu Komunikacji</i>. (s. 71, 73)</p>	Kluczowa	IZ RPO WSL	<p>Umieszczenie w <i>Planie Komunikacji</i> dotyczącym RPO WSL 2014-2020:</p> <ul style="list-style-type: none"> • jednoznacznych i realnych rezultatów, które mają zostać osiągnięte, • wskaźników odwołujących się m.in. do osiągniętego poziomu wiedzy na temat Programu wśród grup docelowych • prawidłowych sposobów ustalania wartości poszczególnych wskaźników. 	2015

Aneks: Kwestionariusze badań ankietowych

CAWI z pracownikami IZ oraz IP2 RPO WSL 2007-2013

Wprowadzenie
<p>Szanowna Pani / Szanowny Panie,</p> <p>uprzejmie prosimy o wypełnienie ankiety internetowej, w ramach badania „Ocena działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w ramach RPO WSL na lata 2007-2013”. Badanie jest realizowane na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego przez firmę Dyspersja.</p> <p>Ankieta składa się z 35 pytań. Odpowiedzenie na pytania zawarte w ankiecie zajmuje około 30 minut. Prosimy o wypełnienie jej do [DATA]. Udzielone odpowiedzi będą przedstawiane wyłącznie w formie zbiorczych zestawień, nie pozwalających na zidentyfikowanie osoby, która ich udzieliła.</p> <p>Ankieta została skierowana do pracowników Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego, Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości oraz Punktów Informacyjnych o RPO WSL, którzy biorą bądź brali udział w prowadzeniu działań informacyjnych lub promocyjnych dotyczących RPO WSL. Ponieważ zależy nam na poznaniu Państwa indywidualnych opinii, będziemy wdzięczni za wypełnienie ankiety bez konsultacji z innymi pracownikami.</p> <p>Przekazane przez Państwa informacje i opinie przyczynią się do uzyskania pełnego obrazu badanych zagadnień. Prowadzone badanie zmierza do sformułowania rekomendacji, które pozwolą na udoskonalenie działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL.</p> <p>Ankieta dotyczy okresu od 2007 do 2013 roku.</p>
<p>P1 Proszę zaznaczyć P. przynależność. Czy był(a) P.:</p> <p><i>Proszę zaznaczyć jedną odpowiedź.</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. pracownikiem Regionalnego Punktu Informacyjnego o RPO WSL 2007-2013 w Katowicach2. pracownikiem Lokalnego Punktu Informacyjnego o RPO WSL 2007-20133. pracownikiem Zespołu ds. Informacji i Promocji w Wydziale Rozwoju Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego, nie pracującym w punkcie informacyjnym <p>pracownikiem Komórki ds. Informacji i Promocji w Śląskim Centrum Przedsiębiorczości</p>
<p>P2 Od kiedy (jako pracownik Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego lub Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości) wykonywał(a) P. zadania związane z promowaniem RPO WSL lub informowaniem o tym programie?</p> <p><i>Proszę wpisać miesiąc i rok: ...</i></p>
<p>P3 Czy również obecnie wykonuje P. zadania związane z promowaniem RPO WSL lub informowaniem o tym programie?</p> <ol style="list-style-type: none">1. tak2. nie
<p>P4 Kolejne pytania odnoszą się do okresu od początku 2007 roku (lub od momentu, gdy rozpoczął / rozpoczęła P. zajmowanie się działaniami informacyjnymi lub promocyjnymi dotyczącymi RPO WSL 2007-2013, jeżeli miało to miejsce później) do końca 2013 roku.</p>

P5 Jak ocenia P. znaczenie przypisywane działaniom informacyjnym i promocyjnym wśród innych działań związanych z wdrażaniem RPO WSL 2007-2013 w instytucji, w której P. pracuje?

1. zbyt małe
2. odpowiednie
3. zbyt duże
4. nie mam wiedzy, która pozwoliłaby to ocenić

Zasoby i organizacja pracy

P6 Jak ocenia P. środki finansowe przeznaczone na działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WSL 2007-2013 w stosunku do zaplanowanych działań?

1. zbyt małe
2. odpowiednie
3. zbyt duże
4. nie mam wiedzy, która pozwoliłaby to ocenić

P7 Jak ocenia P. swoje obciążenie pracą (polegającą na informowaniu o RPO WSL 2007-2013 i promowaniu tego programu) w badanym okresie?

1. przeważnie zadań było mniej, niż czasu na ich wykonanie
2. przeważnie zadań było tyle, ile czasu na ich wykonanie
3. przeważnie zadań było więcej, niż czasu na ich wykonanie
4. w niektórych miesiącach zadań było mniej, a w innych więcej, niż czasu na ich wykonanie

P8 Na ile czytelny był podział zadań pomiędzy P. a innymi pracownikami Zespołu lub Komórki, w której P. pracowała?

1. podział był w pełni czytelny
2. podział był raczej czytelny
3. podział był średnio czytelny
4. podział raczej nie był czytelny
5. podział w ogóle nie był czytelny
6. nie mam wiedzy, która pozwoliłaby to ocenić

P9 Wszelkie propozycje dotyczące podziału zadań pomiędzy pracownikami Zespołu lub Komórki, w której P. pracował(a), byłyby bardzo przydatne. Czy (po zastanowieniu) ma P. jakiegokolwiek sugestie w tej sprawie?

1. tak
2. nie

Jeżeli w P9 zaznaczono odp. „1. tak”:

P10 Proszę wpisać P. sugestie dotyczące podziału zadań pomiędzy pracownikami Zespołu lub Komórki, w której P. pracował(a).

...

P11 Na ile czytelny był podział zadań pomiędzy Zespołem lub Komórką, w której P. pracowała, a innymi Referatami lub Komórkami instytucji, w której P. pracowała, uczestniczącymi we wdrażaniu RPO WSL 2007-2013?

1. podział był w pełni czytelny
2. podział był raczej czytelny
3. podział był średnio czytelny
4. podział raczej nie był czytelny

5. podział w ogóle nie był czytelny
6. nie mam wiedzy, która pozwoliłaby to ocenić

P12 Jak ocenia P. efektywność współpracy z innymi komórkami zajmującymi się działaniami informacyjno-promocyjnymi dotyczącymi RPO WSL 2007-2013?

Przypominamy, że wyniki ankiety zostaną przedstawione wyłącznie w formie zbiorczych zestawień, nie pozwalających na poznanie odpowiedzi udzielonych przez poszczególnych respondentów.

W przypadku komórek, których nazwy się zmieniały, proszę kierować się ich zakresem zadań.

Komórka:	bardzo dobra	zadowalająca	nie dość dobra	nie była potrzebna w wykonywaniu P. obowiązków	<i>nie dotyczy, ponieważ pracował(a) P. w tej komórce</i>
Regionalny Punkt Informacyjny w Katowicach					
Komórka ds. Informacji i Promocji w Śląskim Centrum Przedsiębiorczości					
Lokalny Punkt Informacyjny w Częstochowie					
Lokalny Punkt Informacyjny w Rybniku					
Lokalny Punkt Informacyjny w Bielsku-Białej					
Zespół ds. Informacji i Promocji w WRR UM, z wyłączeniem Punktów Informacyjnych					
Referat ds. Kontraktacji i Płatności w WRR UM					
Referat ds. Monitoringu i Kontroli Projektów w WRR UM					
Referat ds. Monitoringu i Kontroli w WRR UM					
Referat ds. Wyboru Projektów w WRR UM					
Referat ds. Programowania i Analiz Regionalnych w WRR UM					

rzecznik prasowy i Biuro Prasowe UM					
Wydział Zamówień Publicznych UM					
Komórka ds. Wyboru Projektów ŚCP					
Komórka ds. Kontrakcji i Płatności ŚCP					
Komórka ds. Monitoringu i Kontroli ŚCP					
P13 Jak ocenia P. efektywność współpracy z Grupą Roboczą ds. Informacji i Promocji Funduszy Europejskich na lata 2007-2013?					
bardzo dobra	zadowalająca	nie dość dobra	nie była potrzebna w wykonywaniu P. obowiązków		
P14 Wszelkie propozycje dotyczące współpracy z innymi komórkami uczestniczącymi we wdrażaniu RPO WSL 2007-2013 lub z Grupą Roboczą, byłyby bardzo przydatne. Czy (po zastanowieniu) ma P. jakiegokolwiek sugestie w tej sprawie?					
1. tak					
2. nie					
<i>Jeżeli w P14 zaznaczono odp. „1. tak”:</i>					
P15 Proszę wpisać P. sugestie dotyczące współpracy z innymi komórkami uczestniczącymi we wdrażaniu RPO WSL 2007-2013 lub z Grupą Roboczą.					
...					
P16 Czy P. zdaniem włączenie do RPO WSL 2014-2020 przedsięwzięć finansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS) powinno skutkować wprowadzeniem nowych rozwiązań służących koordynacji działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących tego programu?					
1. tak					
2. nie					
3. nie mam zdania					
P17 Wszelkie propozycje rozwiązań służących koordynacji działań informacyjnych i promocyjnych RPO WSL 2014-2020, które należałoby wprowadzić w związku z włączeniem do tego programu przedsięwzięć finansowanych z EFS, byłyby bardzo przydatne. Czy (po zastanowieniu) ma P. jakiegokolwiek sugestie w tej sprawie?					
1. tak					
2. nie					
<i>Jeżeli w P17 zaznaczono odp. „1. tak”:</i>					
P18 Proszę wpisać P. sugestie dotyczące rozwiązań służących koordynacji działań informacyjnych i promocyjnych RPO WSL 2014-2020, które należałoby wprowadzić w związku z włączeniem do tego programu przedsięwzięć finansowanych z EFS.					
...					

P19 W ilu szkoleniach zawodowych uczestniczył(a) P. w ciągu ostatniego pełnego roku *, przez który pracował(a) P. przy prowadzeniu działań informacyjnych lub promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013?

Proszę nie uwzględniać szkoleń z zakresu BHP.

1. w żadnym
2. w 1-3 szkoleniach
3. w 4-7 szkoleniach
4. w 8-10 szkoleniach
5. w ponad 10 szkoleniach

* Na przykład: jeżeli pracował(a) P. przy prowadzeniu działań informacyjnych lub promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013 od początku 2011 roku do w połowy 2013 roku, proszę wziąć pod uwagę rok 2012.

Jeżeli w P19 NIE zaznaczono odp. „1. w żadnym”:

P20 Proszę określić w przybliżeniu jaki odsetek szkoleń pracowniczych, w których P. uczestniczył(a) *, okazał się przydatny w wykonywaniu P. pracy?

Proszę nie uwzględniać szkoleń z zakresu BHP.

...

* W ciągu całego okresu, podczas którego pracował(a) P. przy prowadzeniu działań informacyjnych lub promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013.

Jeżeli w P3 zaznaczono odp. „1. tak”:

P21 Czy istnieją obecnie tematy związane z P. pracą, w przypadku których przydatne byłoby zwiększenie P. umiejętności poprzez udział w szkoleniach?

1. tak
2. nie

Jeżeli w P21 zaznaczono odp. „1. tak”:

P22 Szkolenia z jakich tematów byłyby P. przydatne w celu zwiększenia P. umiejętności związanych z wykonywaną pracą?

...

Wybór i prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych

1. Jak ocenia P. intensywność poszczególnych działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013, z perspektywy osiągnięcia celów, którym miały służyć?

	zbyt mała	odpowiednia	zbyt duża	nie mam wiedzy, która pozwoliłaby to ocenić
zamieszczanie informacji na stronie www.rpo.slaskie.pl				
zamieszczanie informacji na stronie www.rpo-promocja.slaskie.pl				
zamieszczanie informacji na stronie www.scp-slask.pl				
zamieszczanie informacji w portalach społecznościowych (Facebook, YouTube)				

zamieszczanie informacji na innych stronach internetowych				
wysyłanie <i>newsletterów</i> pocztą elektroniczną				
zamieszczanie ogłoszeń lub tekstów promocyjnych w prasie				
emitowanie ogłoszeń lub audycji promocyjnych w telewizji				
emitowanie ogłoszeń lub audycji promocyjnych w radiu				
dostarczanie informacji dziennikarzom				
organizowanie konferencji, spotkań informacyjnych				
organizowanie szkoleń dotyczących składania wniosków				
organizowanie szkoleń dotyczących realizacji projektów				
udzielanie informacji w punktach informacyjnych				
udzielanie informacji przez pracowników zajmujących się oceną wniosków				
udzielanie informacji przez opiekunów projektów				
udzielanie informacji przez pracowników kontrolujących projekty				
organizowanie targów, imprez plenerowych i festynów				
organizowanie konkursów dla młodzieży				
dystrybucja ulotek i broszur				
P23 Jak ocenia P. intensywność poszczególnych działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL 2007-2013, ze względu na ich intensywność, czyli relację pomiędzy poniesionymi nakładami a uzyskanymi efektami?				
	zbyt mała	odpowiednia	duża	nie mam wiedzy, która pozwoliłaby to ocenić
zamieszczanie informacji na stronie www.rpo.slaskie.pl				

zamieszczanie informacji na stronie www.rpo-promocja.slaskie.pl				
zamieszczanie informacji na stronie www.scp-slask.pl				
zamieszczanie informacji w portalach społecznościowych (Facebook, YouTube)				
zamieszczanie informacji na innych stronach internetowych				
wysyłanie <i>newsletterów</i> pocztą elektroniczną				
zamieszczanie ogłoszeń lub tekstów promocyjnych w prasie				
emitowanie ogłoszeń lub audycji promocyjnych w telewizji				
emitowanie ogłoszeń lub audycji promocyjnych w radiu				
dostarczanie informacji dziennikarzom				
organizowanie konferencji, spotkań informacyjnych				
organizowanie szkoleń dotyczących składania wniosków				
organizowanie szkoleń dotyczących realizacji projektów				
udzielanie informacji w punktach informacyjnych				
udzielanie informacji przez pracowników zajmujących się oceną wniosków				
udzielanie informacji przez opiekunów projektów				
udzielanie informacji przez pracowników kontrolujących projekty				
organizowanie targów, imprez plenerowych i festynów				
organizowanie konkursów dla młodzieży				
dystrybucja ulotek i broszur				

P24 Czy co najmniej część działań informacyjnych i promocyjnych, w których prowadzeniu P. uczestniczył(a), była dostosowywana do specyficznych potrzeb odbiorców:				
	tak	nie, ale <u>nie</u> było to potrzebne	nie, chociaż było to potrzebne	trudno powiedzieć
mało zainteresowanych pozyskiwaniem informacji				
nie znających terminologii związanej z wdrażaniem funduszy unijnych				
P25 W jakim stopniu P. zdaniem poszczególne czynniki wpływały na działania informacyjne i promocyjne dotyczące RPO WSL 2007-2013?				
	duży wpływ	średni wpływ	mały wpływ	nie mam wiedzy, która pozwoliłaby to ocenić
zapisy Planu Komunikacji RPO WSL na lata 2007-2013				
zapisy Roczego Planu Działań Informacyjnych i Promocyjnych				
wyniki ankiet wypełnionych przez uczestników działań informacyjno-promocyjnych				
zakres danych, które należy wykazać w sprawozdaniach				
wyniki dyskusji podczas spotkań Zespołu, w których bierze Pani udział				
decyzje przełożonych, na które nie ma Pani wpływu				
P26 Czy P. zdaniem założone efekty działań informacyjnych i promocyjnych, w których prowadzeniu P. uczestniczył(a), były określone *:				
<ol style="list-style-type: none"> 1. zbyt szczegółowo 2. odpowiednio 3. zbyt ogólnie 4. w ogóle nie były określone 5. trudno powiedzieć 				
<p>* Proszę wziąć pod uwagę zarówno Plan Komunikacji RPO WSL i Roczne Plany Działań Informacyjnych i Promocyjnych, jak i ew. inne znane P. ustalenia, nie wpisane do tych dokumentów.</p>				

P27 Czy P. zdaniem Plan Komunikacji RPO WSL na lata 2007-2013 był zrozumiały dla osób realizujących działania informacyjne i promocyjne?

1. jest zrozumiały
2. jest częściowo zrozumiały, a częściowo niezrozumiały
3. jest niezrozumiały
4. nie znam go na tyle, żeby to ocenić

Rola mediów w informowaniu o RPO WSL 2007-2013

P28 Jaką rolę P. zdaniem odgrywały media w przedstawianiu RPO WSL 2007-2013?

Proszę zaznaczyć, czy zgadza się Pani z poniższymi stwierdzeniami.

Stwierdzenie:	tak	częściowo	nie
media przekazują obraz RPO WSL tworzony przez instytucje odpowiedzialne za wdrażanie RPO WSL			
media zniekształcają obraz tworzony przez instytucje odpowiedzialne za wdrażanie RPO WSL			
media uzupełniają obraz tworzony przez instytucje odpowiedzialne za wdrażanie RPO WSL			
media nie mają istotnego wpływu na obraz RPO WSL			

P29 Czy P. obowiązki związane z prowadzeniem działań informacyjnych lub promocyjnych dotyczących RPO WSL obejmowały współpracę z mediami?

1. tak, należało to do moich głównych obowiązków
2. tak, należało to do moich pobocznych obowiązków
3. nie, nie należało do moich obowiązków

P30 Wszelkie propozycje dotyczące tego, co można byłoby poprawić we współpracy z mediami, byłyby bardzo przydatne. Czy (po zastanowieniu) ma P. jakiegokolwiek sugestie w tej sprawie?

1. tak
2. nie

Jeżeli w P31 zaznaczono odp. „1. tak”:

P31 Proszę wpisać P. sugestie dotyczące współpracy z mediami.

...

Rola firm doradczych w informowaniu o RPO WSL 2007-2013

P32 Jaką rolę P. zdaniem odgrywały firmy doradcze w przekazywaniu informacji na temat RPO WSL 2007-2013?

Proszę zaznaczyć, czy zgadza się Pani z poniższymi stwierdzeniami.

Stwierdzenie:	tak	częściowo	nie
firmy doradcze przekazują swoim klientom przydatne informacje			

firmy doradcze wprowadzają swoich klientów w błąd			
firmy doradcze czerpią nieuzasadnione zyski z pracy instytucji wdrażających RPO WSL			
odróżnienie dobrej firmy doradczej od złej jest trudne dla jej klientów			
<p>P33 Wszelkie dodatkowe sugestie dotyczące tego, w jaki sposób można byłoby usprawnić działania informacyjno-promocyjne RPO WSL, byłyby bardzo przydatne. Czy (po zastanowieniu) ma P. jakiegokolwiek sugestie w tej sprawie?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie 			
<p><i>Jeżeli w P34 zaznaczono odp. „1. tak“:</i></p>			
<p>P34 Proszę wpisać P. sugestie dotyczące uprawnienia działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WSL.</p> <p>...</p>			
<p>To już wszystkie pytania. Dziękujemy za czas poświęcony na udzielenie odpowiedzi.</p>			

CATI z beneficjentami RPO WSL 2007-2013

<p>Aranżacja wywiadu i dobór respondenta</p>
<p>P1 Dzień dobry, nazywam się Dzwonię w związku z badaniem, które firma „Dyspersja” prowadzi na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego.</p> <p>Badanie dotyczy Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego. Państwa instytucja / firma w ramach tego programu uzyskała finansowanie na realizację projektu [tytuł projektu].</p> <p>Czy mógłbym (mogłabym) zostać połączona z osobą, która zajmuje się tym projektem?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie, ponieważ jest nieobecna, ale wróci w ciągu 3 dni → Ankieter: zanotuj termin powrotu i nazwisko 3. nie, ponieważ jest nieobecna i nie wróci w ciągu 3 dni 4. nie, ponieważ już nie pracuje
<p><i>P2 jest zadawane, jeżeli w P1 zaznaczono odp. 3 lub odp. 4.</i></p>
<p>P2 Czy w takim razie mógłbym (mogłabym) zostać połączona z innym pracownikiem, który odpowiada za pozyskiwanie funduszy Unii Europejskiej przez Państwa instytucję / firmę?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie, ponieważ jest nieobecna, ale wróci w ciągu 3 dni → Ankieter: zanotuj termin powrotu i nazwisko 3. nie, ponieważ jest nieobecna i nie wróci w ciągu 3 dni 4. nie, ponieważ nie zatrudniamy takiej osoby
<p><i>P3 jest zadawane, jeżeli w P2 zaznaczono odp. 3 lub odp. 4.</i></p>
<p>P3 Wobec tego proszę o połączenie z osobą, która zarządza P. instytucją / firmą.</p>
<p><i>Po uzyskaniu połączenia z odpowiednim respondentem:</i></p>

P4 Dzień dobry, nazywam się Dzwonię w związku z badaniem, które firma „Dyspersja” prowadzi na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego.

Badanie dotyczy przekazywania informacji związanych z realizowaniem projektów w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego. Urząd Marszałkowski chciałby się zorientować, czy instytucje oraz przedsiębiorstwa z regionu są wystarczająco dobrze informowane.

Państwa instytucja / firma w ramach tego programu realizowała projekt [tytuł projektu].

Czy mógłbym (mogłabym) teraz przeprowadzić z P., przez telefon, piętnastominutową ankietę?

1. tak → P7
2. nie

P5 Kiedy w takim razie mogłabym (mógłbym) zadzwonić, żeby przeprowadzić z P. ankietę?

1. umówienie *Ankieter: zanotuj termin*
2. nie będzie to możliwe (odmowa udziału w badaniu)

Ankieter: W przypadku odmowy postaraj się przekonać respondenta do udziału w badaniu. Zaproponuj m.in. przesłanie mailem listu Urzędu Marszałkowskiego na temat badania. Jeżeli respondent będzie zainteresowany otrzymaniem listu, zanotuj jego adres e-mail.

P6 Czy w takim razie mógłbym (mogłabym) porozmawiać z:

- (inną) osobą, która prowadziła projekt realizowany przez Państwa instytucję w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego?
 - lub z (innym) pracownikiem, który odpowiada za pozyskiwanie funduszy Unii Europejskiej?
 - lub z (inną) osobą, która zarządza Państwa instytucją / firmą?
1. tak → P4
 2. nie (kategoryczna odmowa) → P52

Ankieter: W przypadku odmowy postaraj się przekonać respondenta do udziału w badaniu. Zaproponuj m.in. przesłanie mailem listu Urzędu Marszałkowskiego na temat badania. Jeżeli respondent będzie zainteresowany otrzymaniem listu, zanotuj jego adres e-mail.

P7 Dziękuję. Zacznę od kilku pytań, które pozwolą ustalić, czy jest P. osobą, z którą powinienam (powiniennem) przeprowadzić ankietę.

Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego będę w skrócie nazywała (nazywał) RPO Województwa Śląskiego. [Ankieter: czytaj „er-pe-o”].

Według moich informacji P. instytucja w latach 2007-2010 co najmniej raz uzyskała środki z RPO Województwa Śląskiego. Czy to się zgadza?

1. tak
2. nie → P51

99. trudno powiedzieć → P51

P8 Czy co najmniej jeden projekt Państwa instytucji w ramach RPO Województwa Śląskiego jest już w trakcie realizacji?

1. tak
2. nie

<p>P9 Czy jest P. osobą, która prowadziła projekt realizowany przez Państwa instytucję w ramach RPO Województwa Śląskiego?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie
<p>P10 Czy jest P. osobą, która odpowiada za pozyskiwanie przez P. instytucję / firmę funduszy Unii Europejskiej?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie
<p>P11 Czy jest P. osobą, która zarządza P. instytucją / firmą?</p> <p><i>[Ankieter - na przykład: dyrektor generalny, zastępca dyrektora generalnego, prezes, właściciel.]</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie
<p>P12 Jak brzmi nazwa stanowiska, na którym P. pracuje?</p> <p><i>Ankieter: zapisz dokładnie odpowiedź. Jeżeli nazwa stanowiska budzi wątpliwości co do odpowiedzi udzielonych na P9, P10 lub P11, zadaj ponownie P9, P10 lub P11.</i></p>
<p>P13 Czy instytucja, do której się dodzwoniłam (dodzwoniłem) to: Czy instytucja, do której się dodzwoniłam (dodzwoniłem) to:</p> <p><i>Ankieter: najpierw odczytaj wyłącznie podaną w bazie formę prawną instytucji, do której się dodzwoniłeś. Całą listę odczytaj dopiero w sytuacji, kiedy respondent nie potwierdzi informacji zapisanej w bazie.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. urząd miasta lub gminy 2. starostwo powiatowe 3. przedsiębiorstwo prywatne 4. przedsiębiorstwo komunalne 5. związek jednostek samorządu terytorialnego 6. szkoła lub uczelnia 7. placówka naukowa lub jednostka badawczo-rozwojowa 8. spółdzielnia lub wspólnota mieszkaniowa 9. zakład opieki zdrowotnej 10. organizacja pozarządowa 11. instytucja otoczenia biznesu 12. kościół lub związek wyznaniowy 13. organ administracji rządowej 14. straż pożarna lub policja 15. inna instytucja, jaka? <i>Ankieter: Zapisz dokładnie odpowiedź: ...</i>
<p><i>Wartość dla P14 jest wstawiana automatycznie z bazy danych, jeżeli w P13 wskazano odp. 1.</i></p>
<p>P14 W jakiego typu gminie mieści się P. urząd? W jakiego typu gminie mieści się P. urząd?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. gmina miejska 2. gmina miejsko-wiejska 3. gmina wiejska

Wartość dla P15 jest wprowadzana, jeżeli w P13 wskazano odp. 3.

P15 Wielkość przedsiębiorstwa:

1. mikro (do 9 pracowników, do 2 mln euro obrotu)
2. małe (10-49 pracowników, do 10 mln euro obrotu)
3. średnie (do 50-249 pracowników, do 50 mln euro obrotu)
4. duże (powyżej 249 pracowników)

Korzystanie z usług firm konsultingowych

P16 Czy wniosek lub wnioski o finansowanie z RPO Województwa Śląskiego, które złożyła P. instytucja, przygotowywali Państwo samodzielnie, czy z pomocą wynajętej firmy lub zewnętrznego konsultanta?

1. wszystkie samodzielnie
2. część samodzielnie, część z pomocą wynajętej firmy lub zewnętrznego konsultanta
3. wszystkie z pomocą wynajętej firmy lub zewnętrznego konsultanta

99. trudno powiedzieć

P17 jest zadawane, jeżeli w P16 zaznaczono odp. 2 lub odp. 3.

P17 Z jakich powodów zdecydowali się P. na zlecenie prac nad wnioskiem wynajętej firmie lub zewnętrznemu konsultantowi?

Można wybrać jedną lub więcej odpowiedzi.

1. brak pracowników, którzy mogli przygotować wniosek
2. większe kompetencje wynajętej firmy
3. lepszy dostęp wynajętej firmy do potrzebnych informacji
4. kontakty wynajętej firmy z osobami oceniającymi wnioski
5. inny powód, jaki? *Ankieter: Zapisz dokładnie odpowiedź.*

99. trudno powiedzieć

Informacje o możliwości aplikowania o środki z RPO WSL: poszukiwanie, uzyskanie i ocena

P18 Kolejna część ankiety dotyczy „informacji na temat możliwości uzyskania finansowania”. Mam na myśli informacje o tym, czy mogą Państwo ubiegać się o fundusze z RPO Województwa Śląskiego oraz informacje potrzebne do złożenia wniosku o finansowanie z tego programu. Proszę na razie nie brać pod uwagę informacji potrzebnych do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu, o które zapytam w dalszej kolejności.

Czy w latach 2007-2013 co najmniej raz specjalnie poszukiwali Państwo informacji na temat możliwości uzyskania przez P. instytucję finansowania z funduszy Unii Europejskiej?

1. tak
2. nie, ponieważ otrzymywali Państwo takie informacje bez ich poszukiwania
3. nie, z innego powodu – jakiego? *Ankieter: zapisz dokładnie odpowiedź.*

99. trudno powiedzieć

P19 Czy informacje na temat możliwości uzyskania przez P. instytucję o finansowania w ramach RPO Województwa Śląskiego były dla P.:

1. bardzo łatwo dostępne
2. raczej łatwo dostępne
3. średnio dostępne
4. raczej trudno dostępne

5. bardzo trudno dostępne

99. trudno powiedzieć

P20 Czy informacje na temat możliwości uzyskania przez P. instytucję finansowania w ramach RPO Województwa Śląskiego, z którymi się P. zetknął (zetknęła) były dla P.:

1. zawsze rozumiało
2. przeważnie rozumiało
3. równie często rozumiało i nie rozumiało
4. przeważnie nie rozumiało
5. zawsze nie rozumiało

99. trudno powiedzieć

P21 Czy z informacjami na temat możliwości uzyskania przez P. instytucję finansowania z RPO Województwa Śląskiego zetknęła (zetknął) się P. poprzez:

Ankieter: Można zaznaczyć jedną lub więcej odpowiedzi.

1. Internet
2. ogłoszenie lub artykuł w gazecie lub czasopiśmie
3. ogłoszenie lub audycję w telewizji
4. ogłoszenie lub audycję w radiu
5. konferencję, spotkanie informacyjne
6. szkolenie
7. rozmowę z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego lub punktu informacyjnego prowadzonego przez Urząd Marszałkowski
8. rozmowę z pracownikiem Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości lub punktu informacyjnego prowadzonego przez to Centrum
9. rozmowę z pracownikiem urzędu gminy, w której zlokalizowana jest P. instytucja
10. rozmowę z pracownikiem starostwa powiatu, w którym zlokalizowana jest P. instytucja
11. rozmowę z ekspertem firmy doradczej
12. wiadomość przysłaną pocztą elektroniczną
13. targi, imprezę plenerową, festyn
14. ulotkę, broszurę
15. w inny sposób – jaki? Ankieter: zapisz dokładnie odpowiedź.

99. trudno powiedzieć

P22 jest zadawane, jeżeli w P21 zaznaczono odp. 1.

P22 Czy informacje z Internetu na temat możliwości uzyskania finansowania pochodziły z:

Można wskazać jedną lub więcej odpowiedzi.

1. portalu rpo.slaskie.pl (Ankieter: czytaj: er-pe-o-ślaskie-peel) lub rpo.silesia-region.pl (Ankieter: czytaj: er-pe-o-silesia-region-peel), prowadzonego przez Urząd Marszałkowski
2. strony internetowej Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości: scp-slask.pl (Ankieter: czytaj: es-ce-pe-ślask-peel)
3. innych stron internetowych – jakich? ...

99. trudno powiedzieć

P23 Proszę ocenić przydatność informacji na temat możliwości uzyskania finansowania z RPO Województwa Śląskiego, z którymi zetknęła (zetknął) się P. w poszczególnych źródłach.

Proszę wybrać ocenę na skali od 1 – informacje z tego źródła w ogóle nie odpowiadały Państwa potrzebom do 6 – informacje z tego źródła w pełni zaspokoiły Państwa potrzeby.

99. *trudno powiedzieć*

[Z poniższej listy wyświetlają się wyłącznie źródła wskazane w P21 i w P22]

1. portal rpo.slaskie.pl lub rpo.silesia-region.pl
2. strona internetowa Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości: www.scp-slask.pl
3. inne strony internetowe
4. ogłoszenia lub artykuły w gazetach lub czasopiśmie
5. ogłoszenia lub audycje w telewizji
6. ogłoszenia lub audycje w radiu
7. konferencje, spotkania informacyjne
8. szkolenia
9. rozmowy z pracownikami instytucji samorządowych
10. rozmowy z ekspertami firm doradczych
11. wiadomości przysłane pocztą elektroniczną
12. targi, imprezy plenerowe, festyny
13. ulotki, broszury

Informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO WSL: poszukiwanie, uzyskanie i ocena

P24 Teraz zadam kilka podobnych pytań, ale dotyczących informacji potrzebnych do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu.

Czy informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego były dla Państwa:

1. bardzo łatwo dostępne
2. raczej łatwo dostępne
3. średnio dostępne
4. raczej trudno dostępne
5. bardzo trudno dostępne

99. *trudno powiedzieć*

P25 Czy informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego były dla Państwa:

1. zawsze zrozumiałe
2. przeważnie zrozumiałe
3. równie często zrozumiałe i nie zrozumiałe
4. przeważnie niezrozumiałe
5. zawsze niezrozumiałe

99. *trudno powiedzieć*

P26 Czy z informacjami na temat prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego zetknęła (zetknął) się P. poprzez:

Ankieter: Można zaznaczyć jedną lub więcej odpowiedzi.

1. Internet
2. ogłoszenie lub artykuł w gazecie lub czasopiśmie
3. ogłoszenie lub audycję w telewizji
4. ogłoszenie lub audycję w radiu
5. konferencję, spotkanie informacyjne
6. szkolenie
7. rozmowę z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego lub punktu informacyjnego prowadzonego przez Urząd Marszałkowski
8. rozmowę z pracownikiem Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości lub punktu informacyjnego prowadzonego przez to Centrum
9. rozmowę z pracownikiem urzędu gminy, w której zlokalizowana jest P. instytucja
10. rozmowę z pracownikiem starostwa powiatu, w którym zlokalizowana jest P. instytucja
11. rozmowę z ekspertem firmy doradczej
12. wiadomość przysłaną pocztą elektroniczną
13. targi, imprezę plenerową, festyn
14. ulotkę, broszurę
15. w inny sposób – jaki? Ankieter: zapisz dokładnie odpowiedź.

99. trudno powiedzieć

P27 jest zadawane, jeżeli w P26 zaznaczono odp. 1.

P27 Czy informacje z Internetu na temat prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu pochodziły z:

Można wskazać jedną lub więcej odpowiedzi.

1. portalu rpo.slaskie.pl (*Ankieter: czytaj: er-pe-o-ślaskie-peel*) lub rpo.silesia-region.pl (*Ankieter: czytaj: er-pe-o-silesia-region-peel*), prowadzonego przez Urząd Marszałkowski
2. strony internetowej Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości: scp-slask.pl (*Ankieter: czytaj: es-ce-pe-ślask-peel*)
3. innych stron internetowych – jakich? ...

99. trudno powiedzieć

P28 Proszę ocenić przydatność informacji na temat prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego, z którymi zetknęła (zetknął) się P. w poszczególnych źródłach.

Proszę wybrać ocenę na skali od 1 – informacje z tego źródła w ogóle nie odpowiadały Państwa potrzebom do 6 – informacje z tego źródła w pełni zaspokoily Państwa potrzeby.

99. trudno powiedzieć

[Z poniższej listy wyświetlają się wyłącznie źródła wskazane w P26 i w P27]

1. portal rpo.slaskie.pl lub rpo.silesia-region.pl
2. strona internetowa Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości: www.scp-slask.pl
3. inne strony internetowe

<ol style="list-style-type: none"> 4. ogłoszenia lub artykuły w gazetach lub czasopismach 5. ogłoszenia lub audycje w telewizji 6. ogłoszenia lub audycje w radiu 7. konferencje, spotkania informacyjne 8. szkolenia 9. rozmowy z pracownikami instytucji samorządowych 10. rozmowy z ekspertami firm doradczych 11. wiadomości przysłane pocztą elektroniczną 12. targi, imprezy plenerowe, festyny 13. ulotki, broszury
<p>P29 Czy brakowało Państwu jakichś informacji, potrzebnych do prawidłowej realizacji lub rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie <p>99. trudno powiedzieć</p>
<p><i>P30 jest zadawane, jeżeli w P29 zaznaczono odp. 1.</i></p>
<p>P30 Jakich informacji, potrzebnych do prawidłowej realizacji lub rozliczenia projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego, Państwu brakowało?</p> <p><i>Ankieter: zapisz dokładnie odpowiedź.</i></p>
<p>P31 Czy zetknął się P. z informacjami na temat RPO Województwa Śląskiego istotnymi dla Państwa instytucji, które wprowadziły P. w błąd?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie <p>99. trudno powiedzieć</p>
<p><i>P32 jest zadawane, jeżeli w P31 zaznaczono odp. 1.</i></p>
<p>P32 Na czym polegał błąd w informacjach, z którymi się P. zetknęła (zetknął)?</p> <p><i>Ankieter: zapisz dokładnie odpowiedź.</i></p>
<p><i>P33 jest zadawane, jeżeli w P31 zaznaczono odp. 1.</i></p>
<p>P33 Skąd pochodziły błędne informacje, z którymi się P. zetknęła (zetknął)?</p> <p><i>Ankieter: zapisz dokładnie odpowiedź.</i></p>
<p>Instytucje informujące o RPO WSL: identyfikacja i ocena</p>
<p>P34 Proszę wskazać instytucje, które w jakikolwiek sposób przekazały Państwu informacje na temat możliwości uzyskania finansowania lub prawidłowej realizacji i rozliczania projektu w ramach RPO Województwa Śląskiego.</p> <p>Można wskazać jedną lub więcej odpowiedzi.</p> <p><i>Jeżeli w P21 lub w P26 zaznaczono odp. 7 „rozmowę z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego lub prowadzonego przez Urząd punktu informacyjnego, kontynuowanie ankiety wymaga wybrania w P34 odp. „1. Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego lub działający przy nim punkt informacyjny w Katowicach” lub „2. Punkt informacyjny Urzędu Marszałkowskiego w Częstochowie, Bielsku-Białej lub Rybniku”.</i></p> <p><i>Jeżeli w P21 lub w P26 zaznaczono odp. „8. Rozmowę z pracownikiem Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości lub prowadzonego przez Centrum punktu informacyjnego”, w P34 automatycznie zaznaczana jest odp. „2. Śląskie Centrum Przedsiębiorczości lub działający przy nim punkt informacyjny w Chorzowie”.</i></p>

Jeżeli w P21 lub w P26 zaznaczono odp. „9. rozmowę z pracownikiem urzędu gminy, w której zlokalizowana jest P. instytucja”, w P34 automatycznie zaznaczana jest odp. „6. urząd miasta lub gminy w której zlokalizowana jest P. instytucja”.

Jeżeli w P21 lub w P26 zaznaczono odp. „10. rozmowę z pracownikiem starostwa powiatu, w którym zlokalizowana jest P. instytucja”, w P34 automatycznie zaznaczana jest odp. „8. starostwo powiatu w którym zlokalizowana jest P. instytucja”.

1. Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego lub działający przy nim punkt informacyjny w Katowicach
 2. punkt informacyjny w Częstochowie, Bielsku-Białej lub Rybniku, prowadzony przez Urząd Marszałkowski
 3. Śląskie Centrum Przedsiębiorczości lub działający przy nim punkt informacyjny w Chorzowie
 4. urząd miasta lub gminy w której zlokalizowana jest P. instytucja
 5. starostwo powiatu w którym zlokalizowana jest P. instytucja
 6. firma specjalizująca się w pozyskiwaniu środków z funduszy Unii Europejskiej
 7. organizacja zrzeszająca przedsiębiorców
 8. instytucja otoczenia biznesu
 9. inna instytucja – jaka? ...
 10. żadna instytucja
99. trudno powiedzieć

P35 Proszę ocenić działalność instytucji, które wymienię, w zakresie przekazywania Państwu informacji na temat RPO Województwa Śląskiego.

Proszę wybrać ocenę na skali od 1 – ocena niedostateczna do 6 – ocena celująca.

99 – trudno powiedzieć

[Z poniższej listy wyświetlają się wyłącznie instytucje zaznaczone w P34]

1. Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego lub działający przy nim punkt informacyjny w Katowicach
2. punkt informacyjny w Częstochowie, Bielsku-Białej lub Rybniku, prowadzony przez Urząd Marszałkowski
3. Śląskie Centrum Przedsiębiorczości lub działający przy nim punkt informacyjny w Chorzowie
4. urząd miasta lub gminy w której zlokalizowana jest P. instytucja
5. starostwo powiatu w którym zlokalizowana jest P. instytucja
6. firma specjalizująca się w pozyskiwaniu środków z funduszy Unii Europejskiej
7. organizacja zrzeszająca przedsiębiorców
8. instytucja otoczenia biznesu

Promocja projektu

P36 Jakie sposoby promowania projektu Państwo zrealizowali lub zaplanowali?

1. tablice pamiątkowe, informacyjne lub plakietki
2. informacje na stronie internetowej Państwa instytucji
3. ogłoszenia zamówione w prasie lub innych mediach
4. plakaty lub billboardy
5. przekazywanie informacji dziennikarzom
6. współpraca z Urzędem Marszałkowskim lub Śląskim Centrum Przedsiębiorczości przy wykorzystywaniu Państwa projektu do promocji RPO WSL (nie chodzi o

<p> sprawozdanie z realizacji projektu)</p> <p>7. inny sposób, jaki? ...</p> <p><i>99. trudno powiedzieć</i></p>
<p><i>P36b jest zadawane, jeżeli w P36 zaznaczono odp. 6</i></p> <p>P36b Jak ocenia P. współpracę z Urzędem Marszałkowskim lub Śląskim Centrum Przedsiębiorczości związaną z promowaniem RPO WSL przy wykorzystaniu Państwa projektu?</p> <p><i>99 – trudno powiedzieć</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. zdecydowanie dobrze 2. raczej dobrze 3. ani dobrze, ani źle 4. raczej źle 5. zdecydowanie źle
<p>P37 Czy ma P. jakieś zastrzeżenia wobec zakresu Państwa obowiązków związanych z prowadzeniem działań informacyjno-promocyjnych dotyczących Państwa projektu?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak – jakie to zastrzeżenia? <i>Ankieter: Zapisz dokładnie odpowiedź.</i> 2. nie mam, ponieważ zakres tych obowiązków jest właściwy 3. nie mam, ponieważ nie znam (dokładnie) tych obowiązków <p><i>99. trudno powiedzieć</i></p>
<p>Przekazywanie informacji nt. RPO WSL jednostkom organizacyjnym JST</p>
<p><i>P38 jest zadawane wyłącznie jeżeli w P13 zaznaczono odp. 1 lub w odp. 2.</i></p> <p>P38 Czy Państwa instytucja w jakiegokolwiek formie przekazywała informacje na temat RPO WSL swoim jednostkom organizacyjnym?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie 3. nie wiem
<p><i>P39 jest zadawane wyłącznie jeżeli w P38 zaznaczono odp. 1.</i></p> <p>P39 W jakiej formie Państwa instytucja przekazywała informacje na temat RPO WSL swoim jednostkom organizacyjnym?</p> <p>Można zaznaczyć jedną lub więcej odpowiedzi.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. szkolenia 2. doradzanie 3. przekazywanie materiałów 4. inny sposób, jaki?
<p><i>P40 jest zadawane wyłącznie jeżeli w P38 zaznaczono odp. 1.</i></p> <p>P40 Jakiego rodzaju informacje na temat RPO WSL Państwa instytucja przekazywała swoim jednostkom organizacyjnym?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. o tym, że mogą ubiegać się o środki 2. informacje potrzebne do złożenia wniosku o finansowanie 3. informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu

Zainteresowanie informacjami o funduszach UE i preferencje dot. sposobu ich uzyskiwania

P41 Czy chciał(a) by P., żeby w przyszłości docierały do Państwa informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim?

1. zdecydowanie tak
2. raczej tak
3. ani tak, ani nie
4. raczej nie
5. zdecydowanie nie

P42 jest zadawane jeżeli w P41 zaznaczono odp. 1 lub odp. 2

P42 Jakimi tematami dotyczącymi prowadzenia przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim są Państwo zainteresowani?

1. rodzaje instytucji, które mogą ubiegać się o finansowanie
2. rodzaje przedsięwzięć, które mogą zostać sfinansowane
3. sposób wyboru przedsięwzięć do sfinansowania
4. przedsięwzięcia, które uzyskały finansowanie
5. efekty zrealizowanych przedsięwzięć
6. wielkość funduszy, które są do wydania w województwie
7. stopień wykorzystania funduszy, które są do wydania w województwie
8. terminy i miejsca składania wniosków
9. sukcesy w wykorzystywaniu funduszy, jeżeli występują
10. niepowodzenia w wykorzystywaniu funduszy, jeżeli występują
11. innym tematem – jakim? ...

P43 Czy chciał(a) by P., żeby w przyszłości docierały do Państwa informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z funduszy Unii Europejskiej przez Państwa instytucję?

6. zdecydowanie tak
7. raczej tak
8. ani tak, ani nie
9. zdecydowanie nie
10. raczej nie

P44 Czy chciał(a) by P., żeby w przyszłości docierały do Państwa informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczania projektów finansowanych z funduszy Unii Europejskiej?

1. zdecydowanie tak
2. raczej tak
3. ani tak, ani nie
4. zdecydowanie nie
5. raczej nie

P45 jest zadawane jeżeli w P44 zaznaczono odp. 1 lub odp. 2 .

P45 W jaki sposób chciałaby (chciałby) P. najbardziej uzyskiwać informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczania projektów?

Można zaznaczyć od jednej do trzech odpowiedzi.

1. Internet
2. ogłoszenie lub artykuł w gazecie lub czasopiśmie
3. ogłoszenie lub audycję w telewizji
4. ogłoszenie lub audycję w radiu
5. konferencja, spotkanie informacyjne
6. szkolenie
7. rozmowa z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego lub prowadzonego przez Urząd punktu informacyjnego
8. rozmowa z pracownikiem Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości lub prowadzonego przez Centrum punktu informacyjnego
9. rozmowa z pracownikiem urzędu gminy, w której zlokalizowana jest P. instytucja
10. rozmowa z pracownikiem starostwa powiatu, w którym zlokalizowana jest P. instytucja
11. rozmowa z ekspertem firmy doradczej
12. wiadomość przysłana pocztą elektroniczną
13. targi, impreza plenerowa, festyn
14. ulotki, broszura
15. inne źródło – jakie? ...
16. żadne źródło nie jest szczególnie przydatne

Wizerunek funduszy UE w województwie śląskim

P46 Czy P. zdaniem prowadzenie przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim jest korzystne czy niekorzystne dla tego województwa

1. zdecydowanie korzystne
 2. raczej korzystne
 3. w równym stopniu korzystne i niekorzystne
 4. raczej niekorzystne
 5. zdecydowanie niekorzystne
 6. nie ma znaczenia
99. *trudno powiedzieć*

P47 Czy P. zdaniem w województwie śląskim fundusze Unii Europejskiej są przeznaczane na zaspokojenie prawdziwych potrzeb regionu i jego mieszkańców?

1. zdecydowanie tak
 2. raczej tak
 3. w równym stopniu tak i nie
 4. raczej nie
 5. zdecydowanie nie
99. *trudno powiedzieć*

P48 Czy P. zdaniem w województwie śląskim fundusze Unii Europejskiej są przyznawane w sprawiedliwy sposób?

1. zdecydowanie tak
2. raczej tak
3. w równym stopniu tak i nie
4. raczej nie

5. zdecydowanie nie <i>99.trudno powiedzieć</i>
Potencjał instytucji w zakresie ubiegania się o środki z funduszy Unii Europejskiej
P49 Czy w Państwa instytucji pracuje co najmniej jedna osoba, do której obowiązków należy pozyskiwanie informacji na temat możliwości uzyskiwania środków z funduszy Unii Europejskiej? 1. tak 2. nie
Zakończenie
P50 To już wszystkie pytania. Dziękuję bardzo za poświęcony czas. → Koniec
P51 W takim razie nie będę P. teraz zajmował czasu, ponieważ muszę sprawdzić, czy mogę przeprowadzić ankietę w Państwa instytucji. Na razie dziękuję bardzo, być może zadzwonię do Państwa ponownie. → Koniec
P52 W takim razie do widzenia. Miłego dnia. → Koniec

CATI z potencjalnymi beneficjentami RPO WSL 2007-2013

Aranżacja wywiadu i dobór respondenta
P1 Dzień dobry, nazywam się Dzwonię w związku z badaniem, które firma „Dyspersja” prowadzi na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego. Proszę o połączenie z osobą, która zarządza Państwa instytucją / firmą lub z osobą, która odpowiada za pozyskiwanie funduszy Unii Europejskiej przez Państwa instytucję / firmę.
<i>Po uzyskaniu połączenia z odpowiednim respondentem</i>
P2 Dzień dobry, nazywam się Dzwonię w związku z badaniem, które firma „Dyspersja” prowadzi na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego. Badanie dotyczy informowania o możliwościach uzyskiwania finansowania z funduszy Unii Europejskiej. Urząd Marszałkowski chciałby się zorientować, czy instytucje oraz przedsiębiorstwa z regionu są wystarczająco dobrze informowane. Czy mógłbym (mogłabym) teraz przeprowadzić z P., przez telefon, piętnastominutową ankietę? 1. tak → P5 2. nie
P3 Kiedy w takim razie mogłabym (mógłbym) zadzwonić, żeby przeprowadzić z P. ankietę? 1. umówienie → <i>Ankieter: zanotuj termin</i> 2. nie będzie to możliwe (odmowa udziału w badaniu) <i>Ankieter: W przypadku odmowy postaraj się przekonać respondenta do udziału w badaniu. Zaproponuj m.in. przesłanie mailem listu Urzędu Marszałkowskiego na temat badania. Jeżeli respondent będzie zainteresowany otrzymaniem listu, zanotuj jego adres e-mail.</i>
P4 Czy w takim razie mógłbym (mogłabym) porozmawiać z (inną) osobą, która zarządza Państwa instytucją / firmą lub z pracownikiem, który odpowiada za pozyskiwanie funduszy Unii Europejskiej przez Państwa instytucję / firmę? 1. tak → P2

2. nie (kategoryczna odmowa) → P45

Ankieter: W przypadku odmowy postaraj się przekonać respondenta do udziału w badaniu. Zaproponuj m.in. przesłanie mailem listu Urzędu Marszałkowskiego na temat badania. Jeżeli respondent będzie zainteresowany otrzymaniem listu, zanotuj jego adres e-mail.

Po uzyskaniu zgody na przeprowadzenie wywiadu:

P5 Dziękuję. Zacznę od kilku pytań, które pozwolą ustalić, czy jest P. osobą, z którą powinienam (powiniennem) przeprowadzić ankietę.

Można zaznaczyć jedną, najbardziej pasującą odpowiedź.

Czy instytucja, do której się dodzwoniłam (dodzwoniłem) to: Czy instytucja, do której się dodzwoniłam (dodzwoniłem) to:

Ankieter: najpierw odczytaj wyłącznie podaną w bazie formę prawną instytucji, do której się dodzwoniłeś. Całą listę odczytaj dopiero w sytuacji, kiedy respondent nie potwierdzi informacji zapisanej w bazie.

1. urząd miasta lub gminy
2. starostwo powiatowe
3. przedsiębiorstwo prywatne
4. przedsiębiorstwo komunalne
5. związek jednostek samorządu terytorialnego
6. szkoła lub uczelnia
7. placówka naukowa lub jednostka badawczo-rozwojowa
8. spółdzielnia lub wspólnota mieszkaniowa
9. zakład opieki zdrowotnej
10. organizacja pozarządowa
11. instytucja otoczenia biznesu
12. kościół lub związek wyznaniowy
13. organ administracji rządowej
14. straż pożarna lub policja
15. inna instytucja, jaka? *Ankieter: Zapisz dokładnie odpowiedź ...*

P6 jest automatycznie wstawiane z bazy, jeżeli w P5 wskazano odp. 1.

P6 W jakiego typu gminie mieści się P. urząd? jakiego typu gminie mieści się P. urząd?

1. gmina miejska
2. gmina miejsko-wiejska
3. gmina wiejska

P7 jest zadawane, jeżeli w P5 wskazano odp. 3.

P7 Czy P. firma zalicza się do przedsiębiorstw:

Ankieter: gdyby Respondent miał wątpliwości wyjaśnij, że chodzi o średnioroczne zatrudnienie pracowników w przeliczeniu na pełne etaty.

1. mikro (do 9 pracowników, do 2 mln euro obrotu)
2. małych (10-49 pracowników, do 10 mln euro obrotu)
3. średnich (do 50-249 pracowników, do 50 mln euro obrotu)
4. dużych (powyżej 249 pracowników) -> P48

P8 Czy jest P. osobą, która zarządza P. instytucją / firmą?

[Ankieter - na przykład: dyrektor generalny, zastępca dyrektora generalnego, prezes, właściciel.]

1. tak
2. nie

99. trudno powiedzieć

P9 Czy jest P. osobą, która w P. instytucji odpowiada za pozyskiwanie funduszy Unii Europejskiej? Czy jest P. osobą, która w P. instytucji odpowiada za pozyskiwanie funduszy Unii Europejskiej?

1. tak
2. nie

99. trudno powiedzieć

P10 Jak brzmi dokładna nazwa stanowiska, na którym P. pracuje?

Ankieter: zapisz dokładnie odpowiedź. Jeżeli nazwa stanowiska budzi wątpliwości co do odpowiedzi udzielonych na P8 albo P9, zadaj ponownie P8 lub P9.

Ogólna wiedza na temat RPO WSL

P11 W takim razie mogę z P. przeprowadzić ankietę.

Proszę chwilę się zastanowić i powiedzieć, czy według P. wiedzy w województwie śląskim w latach 2007-2013 były prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej?

1. wiem, że tak
2. nie wiem → P18 → P34 → P35 → P36 → P37 → P41 → P42 → P43 → P44
3. wiem, że nie → P18 → P34 → P35 → P36 → P37 → P41 → P42 → P43 → P44

P12 jest zadawane, jeżeli w P11 zaznaczono odp. 1

P12 Fundusze Unii Europejskiej są w Polsce wydawane w ramach różnych programów. Czy według P. wiedzy wśród tych programów jest taki, który jest przeznaczony specjalnie dla województwa śląskiego?

1. wiem, że tak
2. nie wiem
3. wiem, że nie

P13 jest zadawane, jeżeli w P12 zaznaczono odp. 1.

P13 Czy wie P., jak nazywa się program finansowany z funduszy Unii Europejskiej, który jest przeznaczony specjalnie dla województwa śląskiego? Jeżeli tak, to proszę podać nazwę tego Programu.

Ankieter: nie odczytuj odpowiedzi. Po podaniu przez respondenta nazwy innej niż „Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego” zapytaj, czy zna jeszcze jakiś program finansowany z funduszy Unii Europejskiej, którego celem jest wspieranie rozwoju województwa śląskiego.

Można zaznaczyć jedną lub więcej odpowiedzi.

1. „Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego”
2. „Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego”
3. inna odpowiedź – jaka? Ankieter: Zapisz dokładnie odpowiedź respondenta
4. nie, nie wiem

P14 nie jest zadawane, jeżeli w P13 zaznaczono odp. 1.

P14 Czy spotkał(a) się P. z nazwą „Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego”, w skrócie RPO WSL (*Ankieter: czytaj er-pe-o wu-es-el*)?

1. tak
2. nie jestem pewna (pewien) → P18 → P34 → P35 → P36 → P37 → P41 → P42 → P43 → P44
3. nie → P18 → P34 → P35 → P36 → P37 → P41 → P42 → P43 → P44

P15 „Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego”, w skrócie RPO WSL, jest programem finansowanym z funduszy Unii Europejskiej, przeznaczonym specjalnie dla województwa śląskiego. Ten program jest realizowany od 2007 roku. W skrócie będę nazywał(a) go RPO [*Ankieter: czytaj „Er-Pe-O”*] Województwa Śląskiego.

Wiedza o możliwości aplikowania o środki z RPO WSL

P16 Czy według P. wiedzy instytucje takie jak P. instytucja, czyli

[*Ankieter: podaj w liczbie mnogiej typ instytucji zaznaczony w P5, np.: urzędy miast i gmin*]

mogły ubiegać się o finansowanie w ramach RPO Województwa Śląskiego?

1. wiem, że tak
2. nie wiem
3. wiem, że nie

Informacje o możliwości aplikowania o środki z RPO WSL: poszukiwanie, uzyskanie i ocena

P17 Jakie instytucje, według P. wiedzy, przyjmują wnioski o dofinansowanie z RPO Województwa Śląskiego i wybierają projekty do finansowania z tego programu?

Ankieter: Nie odczytuj odpowiedzi. Po wymienieniu instytucji przez respondenta zapytaj, czy jeszcze jakaś instytucja przyjmuje wnioski o dofinansowanie z RPO Województwa Śląskiego i wybiera projekty do finansowania z tego programu?

Można wskazać jedną lub więcej odpowiedzi.

1. *Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego*
2. *Śląskie Centrum Przedsiębiorczości (ŚCP)*
3. *Górnośląska Agencja Rozwoju Regionalnego (GARR)*
4. *Wojewódzki Urząd Pracy (WUP)*
5. *Urząd Wojewódzki*
6. *Ministerstwo Rozwoju Regionalnego (MRR)*
7. *Inna instytucja – jaka? ...*
8. *nie wiem*

P18 Czy w latach 2007-2013 co najmniej raz specjalnie poszukiwali Państwo informacji na temat możliwości uzyskania przez Państwa instytucję finansowania z funduszy Unii Europejskiej?

Przez „informacje na temat możliwości uzyskania finansowania” rozumiem informacje o tym, czy mogą Państwo ubiegać się o fundusze oraz informacje potrzebne do złożenia wniosku o finansowanie.

1. tak
2. nie

<i>99. trudno powiedzieć</i>
<i>P19 jest zadawane, jeżeli w P18 zaznaczono odp. 2</i>
<p>P19 Dlaczego w latach 2007-2013 nie poszukiwali Państwo informacji na temat możliwości uzyskania przez P. instytucję finansowania z funduszy Unii Europejskiej?</p> <p>Ankieter: Można zaznaczyć jedną lub więcej odpowiedzi.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. otrzymywanie takich informacji bez ich poszukiwania 2. brak zainteresowania angażowaniem się w realizację projektów finansowanych z funduszy unijnych 1. nie spełnianie kryteriów ubiegania się o finansowanie 2. finansowanie nie było przyznawane na przedsięwzięcia, których realizacją byli Państwo zainteresowani 3. inny powód, jaki? Ankieter: <i>Zapisz dokładnie odpowiedź respondenta.</i>
<i>P20 jest zadawane, jeżeli w P16 nie zaznaczono odpowiedzi 1.</i>
<p>P20 Czy w latach 2007-2013 dotarły do P. jakiegokolwiek informacje na temat możliwości uzyskania przez P. instytucję finansowania z RPO Województwa Śląskiego?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie <p><i>99. trudno powiedzieć</i></p>
<i>P21 jest zadawane, jeżeli w P20 zaznaczono odp. 1 lub jeżeli w P16 zaznaczono odp. 1.</i>
<p>P21 Czy z informacjami na temat możliwości uzyskania przez Państwa instytucję finansowania z RPO Województwa Śląskiego zetknęła (zetknął) się P. poprzez:</p> <p>Ankieter: Można zaznaczyć jedną lub więcej odpowiedzi.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Internet 2. ogłoszenie lub artykuł w gazecie lub czasopiśmie 3. ogłoszenie lub audycję w telewizji 4. ogłoszenie lub audycję w radiu 5. konferencję, spotkanie informacyjne 6. szkolenie 7. rozmowę z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego lub punktu informacyjnego prowadzonego przez Urząd Marszałkowski 8. rozmowę z pracownikiem Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości lub punktu informacyjnego prowadzonego przez to Centrum 9. rozmowę z pracownikiem urzędu gminy, w której zlokalizowana jest P. instytucja 10. rozmowę z pracownikiem starostwa powiatu, w którym zlokalizowana jest P. instytucja 11. rozmowę z ekspertem firmy doradczej 12. wiadomość przysłaną pocztą elektroniczną 13. targi, imprezę plenerową, festyn 14. ulotkę, broszurę 15. w inny sposób – jaki? Ankieter: <i>zapisz dokładnie odpowiedź.</i> <p><i>99. trudno powiedzieć</i></p>
<i>P22 jest zadawane, jeżeli w P21 zaznaczono odp. 1</i>
<p>P22 Czy informacje z Internetu na temat możliwości uzyskania finansowania pochodziły z:</p>

Ankieter: Można zaznaczyć jedną lub więcej odpowiedzi.

1. portalu rpo.slaskie.pl (Ankieter: czytaj: er-pe-o-śląskie-peel) lub rpo.silesia-region.pl (Ankieter: czytaj: er-pe-o-silesia-region-peel), prowadzonego przez Urząd Marszałkowski
2. strony internetowej Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości: scp-slask.pl (Ankieter: czytaj: es-ce-pe-śląsk-peel)
3. innych stron internetowych – jakich? ...

99. trudno powiedzieć

P23 jest zadawane, jeżeli w P20 zaznaczono odp. 1 lub jeżeli w P16 zaznaczono odp. 1.

P23 Proszę wskazać instytucje, które w jakikolwiek sposób przekazały Państwu informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z RPO Województwa Śląskiego. Czy był to:

Można wskazać jedną lub więcej odpowiedzi.

Jeżeli w P21 zaznaczono odp. 7 „rozmowę z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego lub prowadzonego przez Urząd punktu informacyjnego, kontynuowanie ankiety wymaga wybrania w P23 odp. „1. Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego lub działający przy nim punkt informacyjny w Katowicach” lub „2. Punkt informacyjny Urzędu Marszałkowskiego w Częstochowie, Bielsku-Białej lub Rybniku”.

Jeżeli w P21 zaznaczono odp. „8. Rozmowę z pracownikiem Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości lub prowadzonego przez Centrum punktu informacyjnego”, w P23 automatycznie zaznaczana jest odp. „2. Śląskie Centrum Przedsiębiorczości lub działający przy nim punkt informacyjny w Chorzowie”.

Jeżeli w P21 zaznaczono odp. „9. rozmowę z pracownikiem urzędu gminy, w której zlokalizowana jest P. instytucja”, w P23 automatycznie zaznaczana jest odp. „6. urząd miasta lub gminy w której zlokalizowana jest P. instytucja”.

Jeżeli w P21 zaznaczono odp. „10. rozmowę z pracownikiem starostwa powiatu, w którym zlokalizowana jest P. instytucja”, w P23 automatycznie zaznaczana jest odp. „8. starostwo powiatu w którym zlokalizowana jest P. instytucja”.

1. Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego lub działający przy nim punkt informacyjny w Katowicach
2. punkt informacyjny w Częstochowie, Bielsku-Białej lub Rybniku, prowadzony przez Urząd Marszałkowski
3. Śląskie Centrum Przedsiębiorczości lub działający przy nim punkt informacyjny w Chorzowie
4. urząd miasta lub gminy w której zlokalizowana jest P. instytucja
5. starostwo powiatu w którym zlokalizowana jest P. instytucja
6. firma specjalizująca się w pozyskiwaniu środków z funduszy Unii Europejskiej
7. organizacja zrzeszająca przedsiębiorców
8. instytucja otoczenia biznesu
9. inna instytucja – jaka? ...
10. żadna instytucja

99. trudno powiedzieć

P24 jest zadawane, jeżeli w P20 zaznaczono odp. 1 lub jeżeli w P16 zaznaczono odp. 1.

P24 Czy informacje na temat możliwości ubiegania się przez P. instytucję o finansowanie w ramach RPO Województwa Śląskiego były dla P.:

1. bardzo łatwo dostępne
2. raczej łatwo dostępne

<p>3. średnio dostępne</p> <p>4. raczej trudno dostępne</p> <p>5. bardzo trudno dostępne</p> <p>99. trudno powiedzieć</p>
<p><i>P25 jest zadawane, jeżeli w P20 zaznaczono odp. 1 lub jeżeli w P16 zaznaczono odp. 1.</i></p> <p>P25 Czy informacje na temat możliwości ubiegania się przez P. instytucję o finansowanie w ramach RPO Województwa Śląskiego, z którymi się P. zetknął (zetknęła) były dla P.:</p> <p>1. zawsze rozumiałe</p> <p>2. przeważnie rozumiałe</p> <p>3. równie często rozumiałe i niezrozumiałe</p> <p>4. przeważnie niezrozumiałe</p> <p>5. zawsze niezrozumiałe</p> <p>99. trudno powiedzieć</p>
<p><i>P26 jest zadawane, jeżeli w P20 zaznaczono odp. 1 lub jeżeli w P16 zaznaczono odp. 1.</i></p> <p>P26 Czy zetknął się P. z informacjami na temat możliwości ubiegania się przez P. instytucję o finansowanie w ramach RPO Województwa Śląskiego, które wprowadziły P. w błąd?</p> <p>1. tak</p> <p>2. nie</p> <p>99. trudno powiedzieć</p>
<p><i>P27 jest zadawane, jeżeli w P26 zaznaczono odp. 1.</i></p> <p>P27 Na czym polegał błąd w informacjach na temat możliwości ubiegania się przez P. instytucję o finansowanie w ramach RPO Województwa Śląskiego?</p> <p><i>Ankieter: zapisz dokładnie odpowiedź.</i></p>
<p><i>P28 jest zadawane, jeżeli w P26 zaznaczono odp. 1.</i></p> <p>P28 Skąd pochodziły błędne informacje na temat możliwości ubiegania się przez P. instytucję o finansowanie w ramach RPO Województwa Śląskiego?</p> <p><i>Ankieter: zapisz dokładnie odpowiedź.</i></p>
<p>Ocena źródeł i „nadawców” informacji o RPO WSL</p>
<p>P29 Proszę ocenić przydatność informacji na temat RPO Województwa Śląskiego, z którymi zetknęła (zetknął) się P. w poszczególnych źródłach.</p> <p>Proszę wybrać ocenę na skali od 1 – informacje z tego źródła w ogóle nie odpowiadały Państwa potrzebom do 6 – informacje z tego źródła w pełni zaspokoiły Państwa potrzeby.</p> <p><i>[Z poniższej listy wyświetlają się wyłącznie źródła wskazane w P21 i w P22]</i></p> <p>1. portal rpo.slaskie.pl lub rpo.silesia-region.pl</p> <p>2. strona internetowa Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości: www.scp-slask.pl</p> <p>3. inne strony internetowe</p> <p>4. ogłoszenia lub artykuły w gazetach lub czasopismach</p> <p>5. ogłoszenia lub audycje w telewizji</p> <p>6. ogłoszenia lub audycje w radiu</p> <p>7. konferencje, spotkania informacyjne</p> <p>8. szkolenia</p> <p>9. rozmowy z pracownikami instytucji samorządowych</p>

10. rozmowy z ekspertami firm doradczych
11. wiadomości przysłane pocztą elektroniczną
12. targi, imprezy plenerowe, festyny
13. ulotki, broszury

P30 nie jest zadawane, jeżeli w P21 nie wybrano żadnej odp. z zakresu 1-14.

P30 Proszę ocenić działalność instytucji, które wymienię, w zakresie przekazywania Państwu informacji na temat RPO WSL.

Proszę wybrać ocenę na skali od 1 – ocena niedostateczna do 6 – ocena celująca.

99 – trudno powiedzieć

[Z poniższej listy wyświetlają się wyłącznie instytucje zaznaczone w P23]

1. Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego lub działający przy nim punkt informacyjny w Katowicach
2. punkt informacyjny w Częstochowie, Bielsku-Białej lub Rybniku, prowadzony przez Urząd Marszałkowski
3. Śląskie Centrum Przedsiębiorczości lub działający przy nim punkt informacyjny w Chorzowie
4. urząd miasta lub gminy w której zlokalizowana jest P. instytucja
5. starostwo powiatu w którym zlokalizowana jest P. instytucja
6. firma specjalizująca się w pozyskiwaniu środków z funduszy Unii Europejskiej
7. organizacja zrzeszająca przedsiębiorców
8. instytucja otoczenia biznesu

Przekazywanie informacji nt. RPO WSL jednostkom organizacyjnym JST

P31 jest zadawane wyłącznie jeżeli w P5 zaznaczono odp. 1 lub w odp. 2.

P31 Czy Państwa instytucja w jakiegokolwiek formie przekazywała informacje na temat RPO WSL swoim jednostkom organizacyjnym?

1. tak
2. nie
3. nie wiem

P32 jest zadawane wyłącznie jeżeli w P31 zaznaczono odp. 1.

P32 W jakiej formie Państwa instytucja przekazywała informacje na temat RPO WSL swoim jednostkom organizacyjnym?

Można zaznaczyć jedną lub więcej odpowiedzi.

1. szkolenia
2. doradzanie
3. przekazywanie materiałów
4. inny sposób, jaki?

P33 jest zadawane wyłącznie jeżeli w P31 zaznaczono odp. 1.

P33 Jakiego rodzaju informacje na temat RPO WSL Państwa instytucja przekazywała swoim jednostkom organizacyjnym?

1. o tym, że mogą ubiegać się o środki
2. informacje potrzebne do złożenia wniosku o finansowanie
3. informacje potrzebne do prawidłowej realizacji i rozliczenia projektu

Zainteresowanie informacjami o funduszach UE i preferencje dot. sposobu ich uzyskiwania

P34 Czy chciał(a) by P., żeby w przyszłości docierały do Państwa informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim?

1. zdecydowanie tak
2. raczej tak
3. jest mi to obojętne
4. raczej nie
5. zdecydowanie nie

P35 jest zadawane jeżeli w P34 zostanie zaznaczona odp. 1 lub odp. 2

P35 Jakimi tematami dotyczącymi prowadzenia przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim są Państwo zainteresowani?

1. rodzaje instytucji, które mogą ubiegać się o finansowanie
2. rodzaje przedsięwzięć, które mogą zostać sfinansowane
3. sposób wyboru przedsięwzięć do sfinansowania
4. przedsięwzięcia, które uzyskały finansowanie
5. efekty zrealizowanych przedsięwzięć
6. wielkość funduszy, które są do wydania w województwie
7. stopień wykorzystania funduszy, które są do wydania w województwie
8. terminy i miejsca składania wniosków
9. sukcesy w wykorzystywaniu funduszy, jeżeli występują
10. niepowodzenia w wykorzystywaniu funduszy, jeżeli występują
11. innym tematem – jakim? ...

P36 Czy chciał(a) by P., żeby w przyszłości docierały do Państwa informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z funduszy Unii Europejskiej przez Państwa instytucję?

1. zdecydowanie tak
2. raczej tak
3. ani tak, ani nie
4. zdecydowanie nie
5. raczej nie

P37 jest zadawane jeżeli w P36 zaznaczono odp. 1 lub odp. 2.

P37 W jaki sposób chciałaby (chciałby) P. najbardziej uzyskiwać informacje na temat możliwości uzyskania finansowania z funduszy Unii Europejskiej?

Można zaznaczyć od jednej do trzech odpowiedzi.

1. strona w internecie
2. ogłoszenie lub artykuł w gazecie lub czasopiśmie
3. ogłoszenie lub audycję w telewizji
4. ogłoszenie lub audycję w radiu
5. konferencja, spotkanie informacyjne
6. szkolenie
7. rozmowa z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego lub prowadzonego przez

<p>Urząd punktu informacyjnego</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. rozmowa z pracownikiem Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości lub prowadzonego przez Centrum punktu informacyjnego 9. rozmowa z pracownikiem urzędu gminy, w której zlokalizowana jest P. instytucja 10. rozmowa z pracownikiem starostwa powiatu, w którym zlokalizowana jest P. instytucja 11. rozmowa z ekspertem firmy doradczej 12. wiadomość przysłana pocztą elektroniczną 13. targi, impreza plenerowa, festyn 14. ulotki, broszura 15. inne źródło – jakie? ... 16. żadne źródło nie jest szczególnie przydatne
<p>Wizerunek funduszy UE w województwie śląskim</p>
<p>P38 Czy P. zdaniem prowadzenie przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim jest korzystne czy niekorzystne dla tego województwa</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. zdecydowanie korzystne 2. raczej korzystne 3. w równym stopniu korzystne i niekorzystne 4. raczej niekorzystne 5. zdecydowanie niekorzystne 6. nie ma znaczenia 99. <i>trudno powiedzieć</i>
<p>P39 Czy P. zdaniem w województwie śląskim fundusze Unii Europejskiej są przeznaczane na zaspokojenie prawdziwych potrzeb regionu i jego mieszkańców?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. zdecydowanie tak 2. raczej tak 3. w równym stopniu tak i nie 4. raczej nie 5. zdecydowanie nie 6. <i>trudno powiedzieć</i>
<p>P40 Czy P. zdaniem w województwie śląskim fundusze Unii Europejskiej są przyznawane w sprawiedliwy sposób?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. zdecydowanie tak 2. raczej tak 3. w równym stopniu tak i nie 4. raczej nie 5. zdecydowanie nie 6. <i>trudno powiedzieć</i>
<p>Potencjał instytucji w zakresie ubiegania się o środki z funduszy Unii Europejskiej</p>
<p>P41 Czy Państwa instytucja kiedykolwiek ubiegała się o dofinansowanie z funduszy Unii Europejskiej?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie

<p>P42 Czy Państwa instytucja kiedykolwiek uzyskała dofinansowanie z funduszy Unii Europejskiej?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie
<p>P43 Czy w Państwa instytucji <u>pracuje co najmniej jedna osoba, do której</u> obowiązków należy pozyskiwanie informacji na temat możliwości uzyskiwania środków z funduszy Unii Europejskiej?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak 2. nie
<p>Zakończenie</p>
<p>P44 To już wszystkie pytania. Dziękuję bardzo za poświęcony czas. → Koniec</p>
<p>P45 W takim razie do widzenia. Miłego dnia. → Koniec</p>
<p>P46 W takim razie nie będę zajmował(a) P. czasu, ponieważ do udziału w ankiecie poszukujemy pracowników innych instytucji. Dziękuję. → Koniec</p>

CATI z mieszkańcami województwa śląskiego

<p>Aranżacja wywiadu i dobór respondenta</p>
<p>P1 Dzień dobry, nazywam się Dzwonię w związku z badaniem, które firma „Dyspersja” prowadzi na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego. Badanie dotyczy informowania mieszkańców województwa o przedsięwzięciach finansowanych z funduszy Unii Europejskiej. Urząd Marszałkowski chciałby się zorientować, czy mieszkańcy są wystarczająco dobrze informowani. Chciał(a)bym przeprowadzić teraz, przez telefon, dziesięciominutową ankietę z:</p> <p><i>Ankieter: odczytaj zgodnie z kryteriami doboru.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • kobietą / mężczyzną, <p>który / która:</p> <ul style="list-style-type: none"> • mieszka w mieście / na wsi, • ma od 15 do 29 lat / od 30 do 49 lat / co najmniej 50 lat. <p>Czy zastałam (zastałem) taką osobę?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak, ja jestem taką osobą → P7 2. tak, ale to nie jestem ja → <i>Ankieter: poproś o przekazanie słuchawki</i> → P4 3. nie
<p>P2 Czy w miejscu, do którego się dodzwoniłem, mieszka taka osoba?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. tak (nie ma jej w tej chwili, ale mieszka pod tym numerem) 2. nie → P32
<p>P3 Kiedy mogłabym (mógłbym) zastać taką osobę?</p> <p><i>Ankieter: zanotuj w systemie</i> → P34</p>
<p><i>Po uzyskaniu połączenia z potencjalnym respondentem:</i></p>
<p>P4 Dzień dobry, nazywam się Dzwonię w związku z badaniem, które firma „Dyspersja” prowadzi na zamówienie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego. Badanie dotyczy informowania mieszkańców województwa o przedsięwzięciach finansowanych z funduszy Unii Europejskiej. Urząd Marszałkowski chciałby się</p>

<p>zorientować, czy mieszkańcy są wystarczająco dobrze informowani.</p> <p>Czy mogłabym (mógłbym) przeprowadzić z P. teraz, przez telefon, ankietę? Potrwa nie więcej, niż dziesięć minut.</p> <p><i>Po uzyskaniu zgody na przeprowadzenie wywiadu:</i></p>
<p><i>P5 Ankieter: zaznacz płeć respondenta nie pytając.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. kobieta 2. mężczyzna
<p><i>Jeżeli opcja zaznaczona w P5 jest zgodna z kryteriami doboru, wywiad jest kontynuowany. W przeciwnym razie → P33</i></p>
<p>P6 Dziękuję. Zacznę od dwóch pytań, które pozwolą ustalić, czy jest P. osobą, z którą powinienam (powiniennem) przeprowadzić ankietę.</p>
<p>P7 Czy mieszka P. na wsi, czy w mieście?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. na wsi 2. w mieście <p>98. odmowa odpowiedzi</p> <p>99. trudno powiedzieć</p>
<p><i>Jeżeli odpowiedź na P7 jest zgodna z kryteriami doboru, wywiad jest kontynuowany. W przeciwnym razie → P33</i></p>
<p>P8 W jakim jest P. wieku – czy ma P.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. od 15 do 29 lat 2. od 30 do 49 lat 3. co najmniej 50 lat <p>98. odmowa odpowiedzi</p> <p>99. trudno powiedzieć</p>
<p><i>Jeżeli odpowiedź na P8 jest zgodna z kryteriami doboru, wywiad jest kontynuowany. W przeciwnym razie → P33</i></p>
<p>Wiedza na temat RPO WSL</p>
<p>P9 W takim razie mogę przeprowadzić z P. ankietę.</p> <p>Proszę chwilę się zastanowić i powiedzieć, czy według P. wiedzy w województwie śląskim w latach 2007-2013 były prowadzone przedsięwzięcia finansowane z funduszy Unii Europejskiej?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. wiem, że tak 2. nie wiem → P18 → P25 → P26 → P27 → P33 3. wiem, że nie → P18 → P25 → P26 → P27 → P33
<p>P10 Fundusze Unii Europejskiej są w Polsce wydawane w ramach różnych programów. Czy według P. wiedzy wśród tych programów jest taki, który jest przeznaczony specjalnie dla województwa śląskiego?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. wiem, że tak 2. nie wiem 3. wiem, że nie

P11 jest zadawane, jeżeli w P10 zaznaczono odp. 1.

P11 Czy wie P., jak nazywa się program finansowany z funduszy Unii Europejskiej, który jest przeznaczony specjalnie dla województwa śląskiego? Jeżeli tak, proszę podać nazwę tego Programu.

Ankieter: nie odczytuj odpowiedzi. Po podaniu przez respondenta nazwy innej niż „Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego” zapytaj, czy zna jeszcze jakiś program finansowany z funduszy Unii Europejskiej, którego celem jest wspieranie województwa śląskiego.

Można zaznaczyć jedną lub więcej odpowiedzi.

1. „Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego”
2. „Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego”
3. inna odpowiedź – jaka? Ankieter: Zapisz dokładnie odpowiedź respondenta
4. nie, nie wiem

P12 nie jest zadawane, jeżeli w P11 zaznaczono odp. 1.

P12 Czy spotkał(a) się P. z nazwą „Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego”, w skrócie RPO WSL (Ankieter: czytaj er-pe-o wu-es-el)?

1. tak
2. nie jestem pewna (pewien)
3. nie

P13 nie jest odczytywane, jeżeli w P11 zaznaczono odp. 1

P13 „Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego”, w skrócie RPO WSL, jest programem finansowanym z funduszy Unii Europejskiej, przeznaczonym specjalnie dla województwa śląskiego.

P14 jest zadawane, jeżeli w P11 zaznaczono odp. 1 lub w P12 zaznaczono odp. 1

P14 Czy wie P., jak brzmi hasło Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego? Jeżeli tak, to proszę podać to hasło.

Ankieter: nie odczytuj odpowiedzi.

1. „Realna odpowiedź na realne potrzeby”
2. „Śląskie do przodu”
3. „Śląskie.- Sprawdza się”.
4. „Śląskie. Pozytywna energia”.
5. inna odpowiedź – jaka? Ankieter: Zapisz dokładnie odpowiedź respondenta
6. nie, nie wiem

P15 zadaj, jeżeli w P14 nie zaznaczono odp. 1.

P15 To hasło brzmi „Realna odpowiedź na realne potrzeby”. Czy spotkał(a) się P. z tym hasłem już wcześniej, zanim je podałam (podałem)?

1. tak
2. nie jestem pewna (pewien)
3. nie

P16 Przedsięwzięcia prowadzone w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego są oznaczane zestawem trzech znaków graficznych z napisami.

Są to: gwiazdy z napisem „Program regionalny. Narodowa strategia spójności”, linie z napisem „Śląskie. Pozytywna energia” oraz flaga Unii Europejskiej z napisem „Unia Europejska. Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego”.

Czy spotkał(a) się P. z tymi trzema znakami, występującymi razem?

1. tak
2. nie jestem pewna (pewien)
3. nie

P17 Proszę powiedzieć, czy według P. wiedzy w województwie śląskim w latach 2007-2013 z funduszy Unii Europejskiej były finansowane rodzaje przedsięwzięć, które odczytam.

1. wiem, że tak
2. nie wiem
3. wiem, że nie
99. trudno powiedzieć

[Opcje w kafeterii wyświetlają się w losowej kolejności]

1. Upowszechnianie dostępu do Internetu
2. Remont zabytków oraz inwestycje w obiekty turystyczne, takie jak hotele, restauracje, punkty informacji turystycznej
3. Inwestycje w obiekty, w których prowadzona jest działalność kulturalna
4. Promowanie województwa śląskiego, jego kultury oraz produktów regionalnych
5. Przebudowa dróg
6. Budowa sieci kanalizacyjnej i oczyszczalni ścieków
7. Budowa urządzeń produkujących energię odnawialną (czyli energię z wiatru, słońca lub wody) oraz działania na rzecz ochrony środowiska
8. Budowa i remonty szpitali i przychodni oraz zakup wyposażenia medycznego
9. Budowa i remonty obiektów sportowych
10. Budowa i remonty oraz zakup wyposażenia przedszkoli, szkół i uczelni
11. Przygotowywanie terenów pod działalność przedsiębiorstw
12. Budowa i wyposażanie instytucji wspierających przedsiębiorstwa w rozwijaniu nowych technologii
13. Zakup nowoczesnego sprzętu do przedsiębiorstw
14. Szkolenia dla pracowników przedsiębiorstw
15. Szkolenia i staże dla osób bezrobotnych
16. Dotacje na założenie działalności gospodarczej

Dotychczasowe zainteresowanie przedsięwzięciami współfinansowanymi z funduszy UE w województwie śląskim

P18 Czy w latach 2007-2013 specjalnie poszukiwała (poszukiwał) P. informacji o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim?

1. tak, poszukiwałam (poszukiwałem)

2. nie, nie poszukiwałam (nie poszukiwałem)

Źródła i zakres dotychczasowej wiedzy nt. przedsięwzięć współfinansowanych z funduszy UE w województwie śląskim

P19 Gdzie zetknęła (zetknął) się P. z informacjami o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim w latach 2007-2013?

Można wskazać jedną lub więcej odpowiedzi.

1. w Internecie
2. w gazecie lub czasopiśmie
3. w telewizji
4. w radiu
5. na konferencji, spotkaniu informacyjnym
6. w punkcie informacyjnym
7. na imprezie plenerowej, festynie
8. od nauczyciela lub wykładowcy
9. od współpracownika
10. od rodziny lub znajomego
11. w ulotce, broszurze
12. na tablicy informującej o inwestycji
13. na plakacie na tablicy reklamowej (bilbordzie)
14. na gadżecie np. koszulce, długopisie
15. w rozmowie z pracownikiem Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego
16. w rozmowie z pracownikiem Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości
17. w inny sposób – jaki? *Ankieter: zapisz dokładnie odpowiedź respondenta.*

P19b zadaj, jeżeli w P19 zaznaczono odp. 1

P19b Czy z informacjami o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim w latach 2007-2013 zetknął (zetknęła) się P. w Internecie:

Można wskazać jedną lub więcej odpowiedzi.

1. w serwisie społecznościowym Facebook (*Ankieter: czytaj fejsbuk*)
2. w serwisie społecznościowym YouTube (*Ankieter: czytaj jutub*)
3. na stronie internetowej prowadzonej przez Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego lub Śląskie Centrum Przedsiębiorczości – te strony mają adresy: rpo.slaskie.pl (*Ankieter: czytaj er-pe-o-slaskie-pe-el*), rpo-promocja.slaskie.pl (*Ankieter: czytaj (er-pe-o-promocja-slaskie-pl)*) oraz scp-slask.pl (*Ankieter: czytaj es-ce-pe-slaskie-pe-el*)
4. na innej stronie internetowej – jakiej? ...

Ocena informacji na temat przedsięwzięć współfinansowanych z funduszy UE w województwie śląskim

P20 Czy informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim zachęciły lub zniechęciły P. do bliższego zainteresowania się tym tematem?

1. zdecydowanie zachęciły
2. raczej zachęciły
3. ani nie zachęciły, ani nie zniechęciły
4. raczej zniechęciły

5. zdecydowanie zniechęciły
<p>P21 Czy informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim były dla P:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. bardzo łatwo dostępne 2. raczej łatwo dostępne 3. średnio dostępne 4. raczej trudno dostępne 5. bardzo trudno dostępne <p>99. trudno powiedzieć</p>
<p>P22 Czy informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim, z którymi się P. spotkał(a), były sformułowane przystępnym dla P. językiem?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. zawsze przystępnym 2. przeważnie przystępnym 3. równie często przystępnym i nieprzystępnym 4. przeważnie nieprzystępnym 5. zawsze nieprzystępnym <p>99. trudno powiedzieć</p>
<p>P23 Czy informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim, z którymi się P. spotkał(a), były P. zdaniem:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. zawsze wiarygodne 2. przeważnie wiarygodne 3. równie często wiarygodne i niewiarygodne 4. przeważnie niewiarygodne 5. zawsze niewiarygodne <p>99. trudno powiedzieć</p>
<i>P24 nie jest zadawane, jeżeli w P23 wskazano odp. 1</i>
<p>P24 Z jakiego względu informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim nie zawsze były dla P. za wiarygodne?</p> <p><i>Ankieter: Zapisz dokładnie odpowiedź Respondenta.</i></p>
<p>Obecne zainteresowanie informacjami na temat przedsięwzięć współfinansowanych z funduszy UE w województwie śląskim</p>
<p>P25 Czy chciał(a) by P., żeby w przyszłości docierały do P. informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. zdecydowanie tak 2. raczej tak 3. jest mi to obojętne 4. raczej nie 5. zdecydowanie nie <p>99. trudno powiedzieć</p>
<i>P26 zadaj, jeżeli w P25 zaznaczono odp. 1 lub odp. 2</i>
<p>P26 Jakimi tematami dotyczącymi prowadzenia przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim jest P. zainteresowana (zainteresowany)?</p>

Ankieter: Można wskazać jedną lub więcej odpowiedzi

1. rodzaje instytucji, które mogą ubiegać się o finansowanie
2. rodzaje przedsięwzięć, które mogą zostać sfinansowane
3. sposób wyboru przedsięwzięć do sfinansowania
4. przedsięwzięcia, które uzyskały finansowanie
5. efekty zrealizowanych przedsięwzięć
6. wielkość funduszy, które są do wydania w województwie
7. stopień wykorzystania funduszy, które są do wydania w województwie
8. terminy i miejsca składania wniosków
9. sukcesy w wykorzystywaniu funduszy, jeżeli występują
10. niepowodzenia w wykorzystywaniu funduszy, jeżeli występują
11. innym tematem – jakim? ...

Preferowane źródła informacji

P27 zadaj, jeżeli w P25 zaznaczono odp. 1 lub odp. 2

P27 W jaki sposób najbardziej chciałaby (chciałby) P. uzyskiwać informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim?

Można zaznaczyć od jednej do trzech odpowiedzi.

1. z Internetu
2. z gazet lub czasopism
3. z telewizji
4. z radia
5. na konferencjach, spotkaniach informacyjnych
6. w punkcie informacyjnym
7. na imprezie plenerowej, festynie
8. od nauczyciela lub wykładowcy
9. od współpracownika
10. od rodziny lub znajomych
11. z ulotek, broszur
12. z tablic informujących o inwestycji
13. z plakatów na tablicach reklamowych (z *bilbordów*)
14. z napisów na gadżetach np. koszulkach, długopisach
15. w inny sposób – jaki? *Ankieter: zapisz dokładnie odpowiedź respondenta.*

P27b zadaj, jeżeli w P27 zaznaczono odp. 1

P27b Czy informacje o prowadzeniu przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim chciałby (chciałaby) P. uzyskiwać:

Można wskazać jedną lub więcej odpowiedzi.

1. w serwisie społecznościowym Facebook (*Ankieter: czytaj fejsbuk*)
2. w serwisie społecznościowym YouTube (*Ankieter: czytaj jutiub*)
3. na stronie internetowej prowadzonej przez instytucje, które przyznają te fundusze, czyli przez Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego lub Śląskie Centrum Przedsiębiorczości
4. na innej stronie internetowej – jakiej? ...

Wizerunek funduszy UE w województwie śląskim

P28 Czy P. zdaniem prowadzenie przedsięwzięć finansowanych z funduszy Unii Europejskiej w województwie śląskim jest korzystne czy niekorzystne dla tego województwa?

1. zdecydowanie korzystne
 2. raczej korzystne
 3. w równym stopniu korzystne i niekorzystne
 4. raczej niekorzystne
 5. zdecydowanie niekorzystne
 6. nie ma znaczenia
99. *trudno powiedzieć*

P29 Czy P. zdaniem w województwie śląskim fundusze Unii Europejskiej są przeznaczane na zaspokojenie prawdziwych potrzeb regionu i jego mieszkańców?

1. zdecydowanie tak
2. raczej tak
3. w równym stopniu tak i nie
4. raczej nie
5. zdecydowanie nie
6. *trudno powiedzieć*

P30 Czy P. zdaniem w województwie śląskim fundusze Unii Europejskiej są przyznawane w sprawiedliwy sposób?

1. zdecydowanie tak
2. raczej tak
3. w równym stopniu tak i nie
4. raczej nie
5. zdecydowanie nie
6. *trudno powiedzieć*

P30b Na koniec chciałem (chciałam) zapytać, czy w ciągu ostatniego miesiąca kupował(a) P. prasę lub płacił(a) P. za dostęp do treści portali informacyjnych w Internecie?

1. tak
2. nie

99. *trudno powiedzieć*

P31 To już wszystkie pytania. Dziękuję bardzo za poświęcony czas. → Koniec

P32 W takim razie nie będę zajmował(a) P. czasu. Dziękuję. → Koniec

P33 W takim razie nie będę zajmował(a) P. czasu, ponieważ w tym momencie do udziału w ankiecie poszukujemy innych osób. Dziękuję. → Koniec

P34 W takim razie dziękuję, zadzwonię w terminie, który P. podał (podała). → Koniec