

Raport ewaluacyjny z działalności Słowińskiej Grupy Rybackiej za 2016r.



2017-03-31
Słowińska Grupa Rybacka

Spis treści

I. Wdrażanie LSR.....	2
II. Funkcjonowanie Słowińskiej Grupy Rybackiej	3
1. Metodologia badań.....	3
2. Monitoring i ocena działań komunikacyjnych.....	5
3. Monitoring i ocena działań doradczych i wspierających	12
4. Monitoring i ocena funkcjonowania struktur SGR	14
5. Rekomendacje.....	17

I. Wdrażanie LSR

27 kwietnia 2016r. rozstrzygnięty został konkurs dotyczący wyboru Lokalnych Strategii Rozwoju na lata 2014-2020 w województwie pomorskim. Lokalna Strategia Rozwoju przygotowana przez SGR została jedną z najwyższej ocenionych wśród dokumentów złożonych przez 20 Lokalnych Grup Działania i jest jedną z dwóch wielofunduszowych strategii w województwie.

23 maja 2016r. Słowińska Grupa Rybacka podpisała z Zarządem Województwa Pomorskiego umowę ramową na realizację Lokalnej Strategii Rozwoju na kwotę 23 666 000,00zł.

W 2016r. nie prowadzono konkursów dotacyjnych, dlatego nie można określić stopnia wykorzystania budżetu przeznaczonego na dofinansowanie operacji, realizacji rezultatów i wdrażania projektów, a tym samym – zbadać realizacji celów Lokalnej Strategii Rozwoju osiągniętych przez wybór operacji do dofinansowania.

28 grudnia 2016r. ogłoszono nabory wniosków:

- nr 1/2016 w ramach poddziałania: *Budowa lub przebudowa ogólnodostępnej i niekomercyjnej infrastruktury kulturalnej i rekreacyjnej, zwłaszcza służącej integracji i edukacji lokalnej społeczności* na kwotę 900 000zł,
- nr 2/2016 w ramach poddziałania: *Rozwijanie działalności gospodarczej na obszarze* na kwotę 2 500 000zł

w których termin składania wniosków o przyznanie pomocy wyznaczono w dniach od 17 stycznia 2017r. do 28 lutego 2017r.

II. Funkcjonowanie Słowińskiej Grupy Rybackiej

1. Metodologia badań

1) Cel główny i cele szczegółowe badań

Cel główny Lokalnej Strategii Rozwoju na lata 2014-2020, do którego odnosi się funkcjonowanie SGR to: **Atrakcyjne miejsce zamieszkania i pobytu.** Jest on realizowany przez cel szczegółowy: **1.4. Wzmacnianie trójsektorowej współpracy w ramach partnerstwa lokalnego**, a ten poprzez przedsięwzięcie: **1.4.1. Koszty bieżące, animacja**, które polega na wspieraniu lokalnej społeczności w ubieganiu się o środki unijne przyznawane za pośrednictwem SGR oraz w jej rozwoju społecznym, kulturowym i gospodarczym. W ramach przedsięwzięcia prowadzone są działania:

- komunikacyjne,
- doradcze i wspierające,
- związane z funkcjonowaniem struktur SGR (organy i Biuro SGR).

Celem badań jest ustalenie, w jakim stopniu wykonywanie ww. działań w ramach przedsięwzięcia 1.4.1. realizuje wymieniony cel szczegółowy LSR SGR.

2) Zakres przedmiotowy badań, techniki badawcze oraz źródła danych

Tabela 1: Zakres, techniki badawcze oraz źródła danych

Zakres badań	Techniki	Źródła danych
Działania komunikacyjne	– analiza dokumentów – ankietowanie – sondażowanie	– Lista działań komunikacyjnych i środków przekazu – Ankieta anonimowa na grupie reprezentatywnej dla obszaru działania SGR sprawdzająca rzeczywistą znajomość SGR oraz LSR – Ankieta ewaluacyjna ze szkoleń – Dokumentacja kampanii informacyjnej, promocyjnej SGR – Dane dotyczące funkcjonowania platformy informacyjnej SGR
Działania doradcze i wspierające		– Lista działań komunikacyjnych – Ankieta anonimowa na grupie reprezentatywnej dla obszaru działania SGR sprawdzająca rzeczywistą znajomość SGR oraz LSR – Ankieta ewaluacyjna ze szkoleń – Dokumentacja kampanii informacyjnej, promocyjnej SGR – Dane dotyczące funkcjonowania platformy informacyjnej SGR
Funkcjonowanie struktur SGR	– analiza dokumentów	– Dokumentacja ze szkoleń i spotkań ewaluacyjnych organów i Biura SGR – Dokumentacja z posiedzeń organów SGR

Źródło: opracowanie własne na podst. LSR SGR 2014-2020

3) Dane na temat badań ankietowych i sondażowych

SGR przeprowadziła we własnym zakresie 4 rodzaje anonimowych badań z udziałem lokalnej społeczności. Były to 3 ankiety oraz sonda rozpowszechniane osobiście przez pracowników SGR, drogą mailową, za pośrednictwem strony internetowej SGR oraz portalu internetowego.

Wyniki badań pozwoliły na sporządzenie raportu z monitoringu i ewaluacji działań SGR w 2016r.

Charakterystyka badań znajduje się w poniższej tabeli.

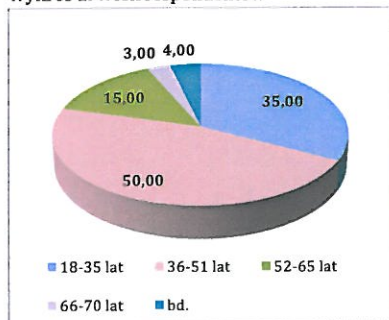
Tabela 2: Informacje na temat badań własnych SGR

Wykorzystane narzędzia oraz ich zakres przedmiotowy	Czas prowadzenia badań	Rodzaj odbiorców	Liczba uczestników
Ankieta sprawdzająca dopasowanie do potrzeb i skuteczność działań komunikacyjnych oraz znajomość SGR i Lokalnej Strategii Rozwoju	I półrocze 2016r.	Lokalna społeczność	107
Ankieta do badania satysfakcji z doradztwa prowadzonego przez pracowników SGR	2016r.	Osoby korzystające z doradztwa	198
Ankieta ewaluacyjna do badania satysfakcji ze szkoleń prowadzonych przez pracowników SGR oraz źródeł informacji o szkoleniach	Wrzesień – grudzień 2016r.	Uczestnicy szkoleń	97
Sonda internetowa na temat preferowanych kanałów komunikacji oraz preferencjach odnośnie do prowadzonych działań komunikacyjnych	Listopad - grudzień 2016r.	Lokalna społeczność	184

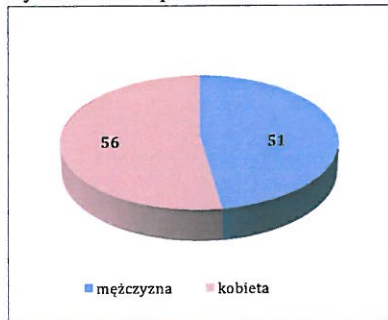
Źródło: dane własne SGR.

Ze względu na zakres badań, jedynie Ankieta sprawdzająca dopasowanie do potrzeb i skuteczność działań komunikacyjnych oraz znajomość SGR i Lokalnej Strategii Rozwoju posiadała moduł z danymi metryczkowymi pozwalającymi na dokładniejsze określenie grupy badawczej.

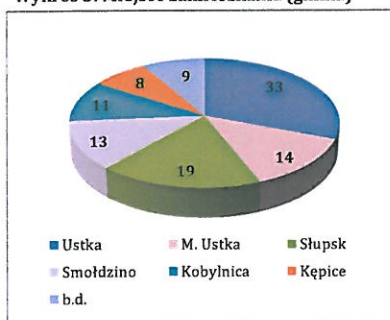
Wykres 1: Wiek respondentów



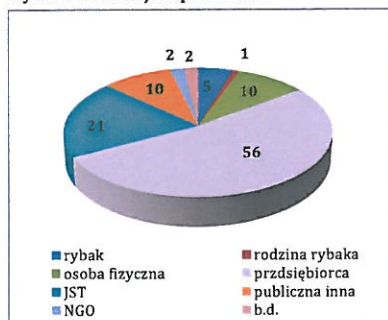
Wykres 2: Płeć respondentów



Wykres 3: Miejsce zamieszkania (gmina)



Wykres 4: Rodzaj respondentów



2. Monitoring i ocena działań komunikacyjnych

1) Cel i zakres działań komunikacyjnych SGR

Celem głównym prowadzenia działań komunikacyjnych przez SGR jest: **Wzrost zaangażowania społeczności lokalnej w rozwój obszaru**, który ma zostać osiągnięty poprzez realizację następujących celów szczegółowych:

- Zbudowanie wizerunku SGR jako znanej, skutecznej i godnej zaufania instytucji wspierającej rozwój obszaru.
- Podniesienie poziomu wiedzy interesariuszy na temat możliwości rozwoju, zmian, budowania nowych aktywności i wykorzystania szans wynikających z LSR.
- Zbudowanie zainteresowania ofertą SGR i zachęcenie do udziału w proponowanych projektach, ze szczególnym uwzględnieniem grup zmarginalizowanych i defaworyzowanych.

Cel A realizowany jest przede wszystkim w ramach kampanii wizerunkowej oraz przekazywania upominków związanych z SGR – badania na temat skuteczności tych działań komunikacyjnych zostaną przeprowadzone w I połowie 2018r., dlatego niniejszy raport obejmuje cel A w ograniczonym zakresie.

W ramach ww. celów, w oparciu o *Plan Komunikacji* realizowano 6 działań komunikacyjnych: kampanie - informacyjną, promocyjną i wizerunkową, platformę informacyjną, badania oraz udział w wydarzeniach organizowanych na terenie SGR. W stosunku do kampanii wizerunkowej pomiary jej skuteczności przeprowadzone zostaną w I połowie 2017r., natomiast wyniki pozostałych działań zostały sporządzone w 2016r. i zawierają się w niniejszym *Raporcie*.

Tabela 3: Charakterystyka działań komunikacyjnych SGR w 2016r.

Działanie komunikacyjne	Środki przekazu
Kampania informacyjna	– Sonda określająca preferencje nt. kanałów przekazywania informacji
	– Artykuły w prasie lokalnej
	– Publikacje w radiu i TV regionalnych
	– Komunikaty w organizacjach rybackich
	– Prezentacje w ramach współuczestnictwa w wydarzeniach w regionie
	– Broszura informacyjna
	– Dedykowane podstrony własnej witryny www
	– Komunikaty na witrynach gmin i ich jednostek
	– Artykuły na portalach internetowych
	– Newsletter SGR
Kampania promocyjna	– Spotkania bezpośrednie, konsultacje, szkolenia
	– Komunikaty w organizacjach rybackich
	– Działania promocyjne w regionalnych portalach internetowych
	– Dedykowane podstrony własnej witryny www
	– E-mailing do osób zapisanych w bazie kontaktów SGR
	– Newsletter SGR
	– Spotkania bezpośrednie, konsultacje, szkolenia
	– Walne Zebrania Członków
	– Spotkania i prezentacje poza siedzibą
	– Konsultacje
Platforma informacyjna	– Wydanie informatora z infografiką dot. zasad konkursów
	– Zbudowanie bazy kontaktowej potencjalnych wnioskodawców
	– Newsletter SGR
	– Obsługa e-mailowej skrzynki kontaktowej

	– Ankieta anonimowa na grupie reprezentatywnej dla obszaru działania SGR, sprawdzająca rzeczywistą znajomość SGR oraz LSR (3-krotnie w czasie do 2022)
Badania ankietowe	– Ankieta w formie małego kwestionariusza ankietowego oraz w wersji elektronicznej, kilka prostych pytań dot. oceny porad, wyjaśnień, konsultacji ze strony SGR, do wypełnienia przez wnioskodawcę po procesie doradztwa
	– Ankieta ewaluacyjna z prowadzonych szkoleń i spotkań
Wydarzenia, eventy, happeningi	Współudział w wydarzeniach organizowanych przez JST z obszaru SGR oraz innych animatorów

Źródło: LSR SGR 2014-2020

2) Dane dotyczące działań komunikacyjnych podejmowanych w 2016r.

Stowinńska Grupa Rybacka prowadzi działania komunikacyjne w oparciu o *Plan Komunikacji* oraz powstały w oparciu o niego *Harmonogram realizacji Planu Komunikacji* zawierający zestawienie środków przekazu służących realizacji ww. Planu, corocznie zatwierdzany przez Samorząd Województwa Pomorskiego. Na jego podstawie sporządzono listę wykorzystanych w 2016r. środków przekazu przedstawioną w poniższej tabeli.

Tabela 4: Zestawienie środków przekazu wykorzystanych w 2016r.

	Opis działania	Liczba działań (rodzaj i liczba wskaźnika produktu)	Stopień realizacji zakładanego wskaźnika
WYKORZYSTANIE MEDIÓW (kampania informacyjna, promocyjna, platforma inf.)			
Newsletter SGR	elektroniczny kwartalnik informujący o działaniach podejmowanych przez SGR	Wysłane newslettery - 4	100%
Artykuły w prasie lokalnej	nieodpłatne, na bazie przygotowanych materiałów prasowych, prezentujące problematykę LSR, wskazujące możliwości w nowym okresie programowania	Wysłane artykuły - 9	112,5%
Artykuły na portalach www	artykuły tematyczne, lokowane w serwisach internetowych z wyłączeniem stron www JST i ich jednostek	Wysłane artykuły - 8	100%
Publikacje w radiu i TV regionalnych	nieodpłatne audycje, rozmowy, wywiady, prezentacje, animowane na bazie przygotowanych materiałów prasowych, prezentujące problematykę LSR, wskazujące możliwości w nowym okresie programowania	Wysłane materiały - 8	400%
Komunikaty na witrynach JST i ich jednostek z obszaru SGR	Komunikaty i informacje umieszczane na witrynach JST i ich jednostek z obszaru SGR, odnoszących się do prowadzonych działań	Wysłane komunikaty - 17	425%
Komunikaty w organizacjach rybackich	Komunikaty i informacje wysyłane do organizacji rybackich działających na obszarze SGR, związane z planowanymi naborami	Udostępnione komunikaty - 3	300%
Dedykowane podstrony własnej witryny internetowej	Stworzenie zakładki na stronie www.sgr.org.pl poświęconej aktualnemu okresowi programowania: <i>Dotacje na lata 2014-2020</i> * informacje umieszczane były również w zakładce <i>Aktualności</i> oraz na portalu Facebook na profilu Centrum Promocji i Edukacji SGR	Liczba zakładek - 1	100%*
Skrzynka kontaktowa: biuro@sgr.org.pl	Bieżąca obsługa specjalnej skrzynki do kontaktów dwukierunkowych z osobami zainteresowanymi	Liczba wysłanych informacji zbiorczych -15	1500%
Rozbudowa bazy		Liczba rozbudowy	100%

kontaktów	Rozbudowa istniejącej bazy kontaktów o nowe adresy, e-maile, telefony w oparciu o listy obecności na spotkaniach, konsultacjach, prezentacjach.	dowanych baz kontaktów - 1	
WYDARZENIA, EVENTY, HAPPENINGI			
Wydarzenia organizowane na obszarze SGR i in.	Współudział w wydarzeniach organizowanych na obszarze z posiadanymi materiałami, środkami przekazu w zewnętrzne wydarzenia stanowiące dobrą okazję do informowania, promowania LSR	Liczba wydarzeń, w których SGR wzięła udział - 2	200%
Prezentacje w ramach współuczestnictwa w wydarzeniach	multimedialne oraz obrazowe prezentacje ukazujące nowe możliwości wnioskowania	Liczba prezentacji - 2	100%
DZIAŁANIA SZKOLENIOWO-DORADCZE (kampania informacyjna, promocyjna, platforma inf.)			
Konsultacje	Doradztwo indywidualne i grupowe z osobami zainteresowanymi składaniem wniosków	Liczba podmiotów, którym udzielono doradztwa - 198	247,5%
Spotkania merytoryczne	Spotkania informacyjno-szkoleniowe na temat zasad dofinansowań, wypełniania wniosków	Liczba spotkań - 11	100%
PROWADZENIE BADAŃ			
Kwestionariusz satysfakcji	Kwestionariusz wypełniany przez osoby korzystające z konsultacji, badające poziom zadowolenia z udzielonego wsparcia	Liczba wydanych kwestionariuszy - 244	152,5%
Ankieta ewaluacyjna**	Ankieta wypełniana przez uczestników spotkań informacyjno-szkoleniowych, badająca poziom zadowolenia z udzielonego wsparcia **Ankieta nie została ujęta w <i>Planie Komunikacji</i> , a jedynie w procedurze monitoringu i ewaluacji, dlatego nie założono wskaźników dotyczących jej przeprowadzania	Liczba wypełnionych ankiet - 97	nd.
Ankieta anonimowa	Ankieta przeprowadzana na grupie reprezentatywnej dla obszaru działania SGR, sprawdzająca rzeczywistą znajomość SGR oraz LSR	Liczba wydanych ankiet - 300	100%
Sonda	Sonda przeprowadzana za pomocą ankiety internetowej, której wyniki określają preferencje dotyczące terminów i godzin spotkań, kanałów informacji ***Wskaźnik ustalony na podstawie indywidualnych użytkowników strony www.sgr.org.pl w 2016r.	Liczba wydanych / wysłanych formularzy - 4235***	2117,5%
WYDAWNICTWA**** (kampania informacyjna, platforma inf.)			
Broшуra ogólnoinformacyjna	wydawnictwo drukowane, zawierające wszelkie ważne informacje nt. LSR, kierunków rozwoju, możliwości, podmiotów uczestniczących itp.	liczba egzemplarzy broшуry - 500	100%
Wydanie informatora z ikonografią dotyczącą zasad konkursów	Informator z ikonografią dotyczący zasad konkursów dotacyjnych w bieżącym okresie programowania	Liczba egzemplarzy informatora - 1000	100%
****Wydawnictwa stworzone zostały przez Biuro SGR we własnym zakresie			

Źródło: dane własne SGR.

3) Kryterium ewaluacyjne: Zainteresowanie mieszkańców działaniami komunikacyjnymi prowadzonymi przez SGR - stopień i charakter zainteresowania mieszkańców działaniami komunikacyjnymi, w tym ich biernymi i aktywnymi aspektami zachowań w odpowiedzi na prowadzone działania.

Informacje nt. liczby uczestników działań, których można podzielić na aktywnych i biernych oraz odpowiadające im wskaźniki rezultatu w Planie Komunikacji przedstawia poniższa tabela.

Tabela 5: Odbiorcy działań komunikacyjnych SGR.

Środek przekazu	Liczba aktywnych odbiorców, liczba opublikowanych materiałów (wskaźnik rezultatu)	Stopień realizacji zakładanego wskaźnika	Nakład prasy/statystyka stron www, na których zostały opublikowane materiały (liczba biernych odbiorców)
Newsletter SGR	656	102,5%	nd.
Artykuły w prasie lokalnej	4	400%	25 600
Artykuły na portalach www	7 publikacji; 453 odsłony/4 publikacje	116,67%	bd.
Publikacje w radiu i TV regionalnych	3 (publikacje)	300%	bd.
Komunikaty na witrynach JST i ich jednostek z obszaru SGR	40	125%	bd.
Komunikaty w organizacjach rybackich	3 (organizacje rybackie)	100%	nd.
Dedykowane podstrony własnej witryny internetowej	7 366 sesji (wejścia na stronę), 25 982 odsłony zakładki, 4 235 indyw. osób	104,8%	nd.
Skrzynka kontaktowa: biuro@sgr.org.pl	1818	1063%	nd.
Rozbudowa bazy kontaktów	343	130,42	nd.
Wydarzenia organizowanych na obszarze SGR i in.	55	137,5%	nd.
Prezentacje w ramach współuczestnictwa w wydarzeniach	55	137%	nd.
Konsultacje	198 osób (unikatowych)/248 usług	247,5%	nd.
Spotkania merytoryczne	128	160%	nd.
Kwestionariusz satysfakcji	198	198%	244 wydanych kwestionariuszy/46 nieoddanych
Ankieta ewaluacyjna	97	nd.	31 nieoddanych ankiet
Ankieta anonimowa	107 (liczba zwróconych ankiet)	100%	300 wydanych ankiet/193 nieoddanych
Sonda	184 (liczba wypełnionych ankiet)	184%	nd.
Broшура ogólnoinformacyjna	212 (rozpowszechnione broшуry)	nd.	500 egzemplarzy/288 niewykorzystanych w 2016r. broшur
Wydanie informatora z ikonografią dotyczącego zasad konkursów	381 (rozpowszechnione informatory)	nd.	1000 egzemplarzy/619 niewykorzystanych w 2016r. informatorów

Źródło: dane własne SGR.

Podział na biernych i aktywnych odbiorców jest trudny do ustalenia, zwłaszcza w przypadku czytelników prasy drukowanej (łącznie nakład 2 wydawnictw, w których ukazały się artykuły nie odzwierciedla liczby osób, które przeczytały artykuły – nie można ocenić, ile czytelników było zainteresowanych artykułem ani liczby osób w gospodarstwach domowych, do których trafiły wydawnictwa), publikacji w TV oraz publikacji na stronach JST i ich jednostek. W przypadku informacji wysyłanych newsletterem oraz przez pocztę mailową, należy przyjąć, że wszyscy odbiorcy byli aktywni, ponieważ wyrazili wolę przesyłania im bieżących wiadomości – jedna informacja była wysyłana do średnio 130 osób.

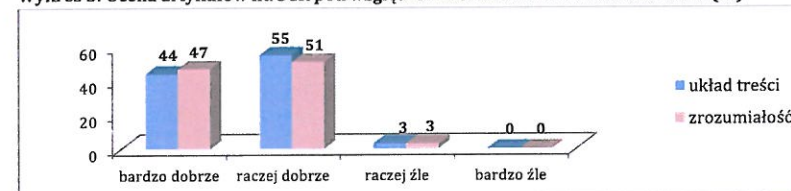
Aktywność odbiorców z góry przypisana jest również do uczestników konsultacji i szkoleń – ich liczba przekroczyła zakładane wskaźniki, także jeżeli chodzi o wypełnienie przez nich ankiet (szkolenia) i kwestionariuszy (konsultacje), co może się wiązać z bezpośrednim kontaktem z pracownikami Biura prowadzącymi badania (dla porównania ankiety związanej z komunikacją i znajomością LSR wypełnianą przez adresatów poza biurem nie zwróciło ponad 63% odbiorców).

Ograniczone dane dotyczą aktywności czytelników portali internetowych. 97 odsłon zanotowano przy 3 artykułach, które nie zostały jednak skomentowane ani ocenione. W przypadku jednej publikacji dane pochodzą z portalu Facebook należącego do serwisu internetowego, który przeniósł tam swój artykuł – w tym przypadku publikacja otrzymała 2 pozytywne noty i została jeden raz udostępniona.

Ze względu na niewielkie zainteresowanie odbiorców włączaniem się w ocenę informacji i artykułów, wskaźnik *Planu Komunikacji* dotyczący liczby publikacji o pozytywnym lub neutralnym oddźwięku został ustalony na podstawie charakteru publikowanych artykułów. Ponadto ankietowani (107 osób) zostali zapytani o opinię dotyczące publikowanych artykułów i strony www.sgr.org.pl.

89,72% z nich przyznało, że spotkało się z publikacjami nt. SGR w lokalnych mediach i innych źródłach. Co do samych artykułów ankietowani odnosili się w przeważającej części pozytywnie.

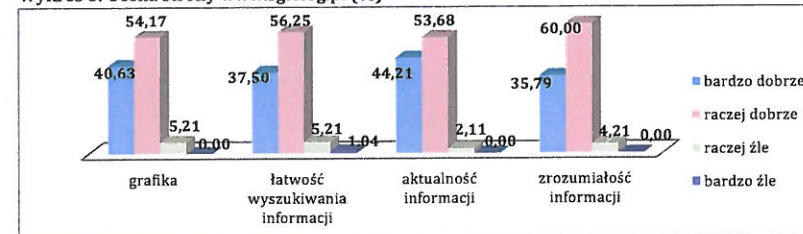
Wykres 5: Ocena artykułów nt. SGR pod względem układu treści i ich zrozumiałości (%)



Źródło: ankiety ewaluacyjne.

Podobne zdanie ankietowani wyrazili na temat strony internetowej SGR, która pozostaje najpopularniejszym źródłem informacji o działalności Stowarzyszenia. Świadczą o tym nie tylko statystyki odwiedzin, ale i badania ewaluacyjne (53,80% respondentów właśnie na stronie spotkało się z informacjami o naborach wniosków i realizacji LSR, a 88,79% przeglądało ją w ostatnim czasie). Najwyżej oceniają oni aktualność zamieszczanych informacji (93 pozytywne odpowiedzi na 95), a najmniej – łatwość wyszukiwania informacji (90 pozytywnych opinii na 96).

Wykres 6: Ocena strony www.sgr.org.pl (%)

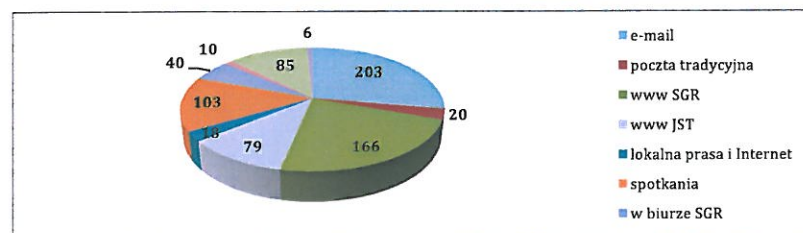


Źródło: ankiety ewaluacyjne.

- 4) **Kryterium ewaluacyjne: Adekwatność i skuteczność działań komunikacyjnych SGR w stosunku do potrzeb i zasobów odbiorców** – stopień dostosowania stosowanych przez SGR działań komunikacyjnych do potrzeb, możliwości komunikacyjnych i działań odbiorców.

Dobór narzędzi komunikacji, jakimi posługuje się SGR jest zgodny z preferencjami lokalnej społeczności w tym zakresie. Swoje oczekiwania i możliwości wyrazili oni w badaniach ankietowych i sondzie. Poniżej znajdują się zbiorcze wyniki badań.

Wykres 7. Preferencje lokalnej społeczności zw. ze środkami komunikacji



Źródło: ankiety ewaluacyjne i wyniki sondy internetowej.

Najpopularniejszym środkiem komunikacji jest mailing. SGR wykorzystuje go w największym stopniu zarówno w korespondencji zbiorczej (łącznie 1818 odbiorców 15 informacji zbiorczych), jak i w kontaktach indywidualnych (m.in. 31 porad dot. dofinansowań). Informacje mailowe są przysyłane również w przypadku korzystania z innych form komunikacji.

Wiele osób jako źródło informacji preferuje www.sgr.org.pl, co potwierdzają przytoczone wcześniej dane nt. wejść na stronę. Współgra to z działaniami SGR, która umieszcza na swoim portalu wszelkie informacje, zarówno związane z realizacją LSR, jak i z pozostałą działalnością. W ankiecie odpowiedź ta była połączona z „portalami SGR”, które oznaczały głównie profil CPIE na Facebooku (85 wskazań w sondzie). Konto nie należy do środków komunikacji ujętych w LSR, jednak Biuro wykorzystuje je do przekazywania wiadomości o Strategii. Sam profil został „polubiony” przez 104 osoby, a 102 użytkowników portalu śledzi jego działania.

Również wykorzystanie Internetu w zakresie stron JST i ich jednostek czy informacyjnych portali internetowych okazało się słusznym w stosunku do oczekiwań mieszkańców – 97 badanych osób wskazało na ten kanał informacji, z tym, że zostały one połączone z prasą lokalną.

W tym przypadku okazało się, że najczęściej czytanymi wydawnictwami są Głos Pomorza (nakład 23 100 egz.) oraz gazety gminne. SGR wysyłała artykuły średnio do 9 różnych wydawnictw, a jej materiały ukazywały się w tytułach wskazanych przez respondentów. Ankietowani w większości słuchają również rozgłośni radiowych (87/107 codziennie). Pracownicy przekazywali informacje do lokalnych stacji (w tym do najczęściej wskazywanego Radia Koszalin), jednak SGR nie ma możliwości weryfikacji ukazujących się audycji.

Duża część respondentów jako preferowane kanały kontaktów wskazała udział w spotkaniach, szkoleniach, wydarzeniach promocyjnych, itp., co można rozpatrywać łącznie z wizytami w biurze SGR. Potwierdza to frekwencja podczas spotkań – w jednym szkoleniu uczestniczyło średnio 20 osób, a blisko 50% usług doradczych świadczonych było osobiście w Biurze SGR. Niższy stopień uczestnictwa zanotowano podczas Walnych Zebrań Członków (47 osób podczas 2 Zebrań).

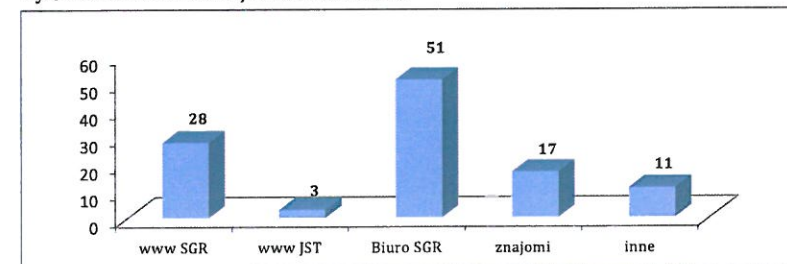
Wysoki poziom zainteresowania i uczestnictwa w spotkaniach związany jest również z dopasowaniem terminów i godzin ich organizacji – ponad 1/3 osób, które wypełniły sondę wskazało, że najbardziej dogodną porą jest początek tygodnia w godzinach do 15:00, ponad 1/2 opowiedziało się za drugą częścią tygodnia (wszystkie spotkania SGR odbyły się w takich terminach).

Sporadycznie pojawiały się odpowiedzi związane z innymi środkami przekazu, w tym z materiałami promocyjnymi (10 osób), które służą nie tylko zainteresowaniu działalnością SGR, ale i utrwaleniu oraz uporządkowaniu zdobytych przez interesantów wiadomości. Może wiązać się to z wydaniem ma-

teriałów w 2016r. własnymi środkami, przez co nie miały one odpowiedniej jakości. Pozostałe odpowiedzi (4) wskazywały na telefoniczną/sms-wą drogę kontaktu, a w 2 nie podano konkretnego kanału informacji.

Rzeczywistą skuteczność podejmowanych działań sprawdzono na podstawie ankiet wypełnianych przez uczestników spotkań, którzy odpowiedzieli na pytanie, w jaki sposób dowiedzieli się o szkoleniach.

Wykres 8: Źródła informacji o szkoleniach SGR

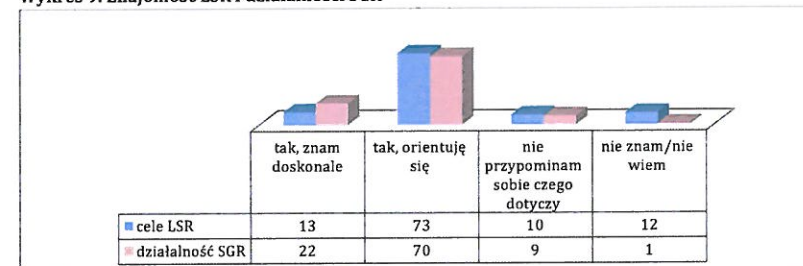


Źródło: ankiety ewaluacyjne ze szkoleń SGR.

Wyniki wskazują, że najskuteczniejsze są kanały komunikacji pozostające w dyspozycji SGR - strona internetowa oraz spotkania/informacje mailowe od pracowników Biura SGR. Stosunkowo mało osób podało strony JST, choć zostały one wskazane jako jedno z najbardziej preferowanych źródeł informacji o działaniach SGR.

Skuteczność w zakresie podniesienia wiedzy interesantów zbadano na podstawie ankiet sprawdzających dopasowanie do potrzeb i skuteczność działań komunikacyjnych oraz znajomość SGR i Lokalnej Strategii Rozwoju.

Wykres 9: Znajomość LSR i działalności SGR



Źródło: ankiety ewaluacyjne.

Wprowadzie wyniki pozwoliły na przekroczenie wskaźników Planu Komunikacji mówiącego o odsetku osób, które znają Lokalną Strategię Rozwoju (80,37% respondentów zna doskonale lub orientuje się w celach LSR, a 90,2% - zna doskonale lub orientuje się w celach LSR, podczas gdy wskaźnik wynosi 10%), jednak należy zwrócić uwagę, że procent osób przyznających, że znają doskonale cele LSR i działania SGR wynosi odpowiednio 12,1 i 21,6 (5 osób nie udzieliło odpowiedzi na ostatnie pytanie).

Skuteczność działań komunikacyjnych mierzona jakością projektów i ich rozliczania będzie możliwa do przeprowadzenia po zrealizowanych naborach w 2017r.

3. Monitoring i ocena działań doradczych i wspierających

Działania doradcze i wspierające polegają na świadczeniu usług konsultacji i prowadzenia szkoleń w zakresie ubiegania się o środki z PROW i PO RYBY 2014-2020. Jako elementom *Planu Komunikacji*, podobnie jak ww. działaniom komunikacyjnym, odpowiadają im zarówno wskaźniki strategiczne, jak i typowo komunikacyjne.

1) Kryterium ewaluacyjne: jakość i częstotliwość doradztwa świadczonego przez SGR.

Doradztwo świadczone było głównie przez pracowników Biura SGR w formie konsultacji indywidualnych oraz szkoleń dla osób zainteresowanych wnioskowaniem o dotacje. Szczegółowe informacje nt. ww. usług przedstawia poniższa tabela.

Tabela 6: Rodzaj i ilość doradztwa świadczonego przez SGR

Rodzaj usługi	Zakres usług	Liczba usług	Liczba godzin	Liczba uczestników	Prowadzący
Doradztwo ogólne	- Zasady dofinansowań - Sporządzanie wniosków i biznesplanów	244	178,28	190	Pracownicy Biura SGR
Doradztwo specjalistyczne	Sporządzanie dokumentacji finansowej	1 (dzień)	4	8 (unikatowych)	Specjalista zewnętrzny
Szkolenia dla podmiotów publicznych	- Zasady dofinansowań - Sporządzanie wniosków w zakresie budowy infrastruktury społecznej	7	nd.	47	Pracownicy Biura SGR
Szkolenia dla podmiotów gospodarczych	- Zasady dofinansowań - Sporządzanie wniosków i biznesplanów w zakresie rozwijania działalności gospodarczej	4	nd.	79	Pracownicy Biura SGR

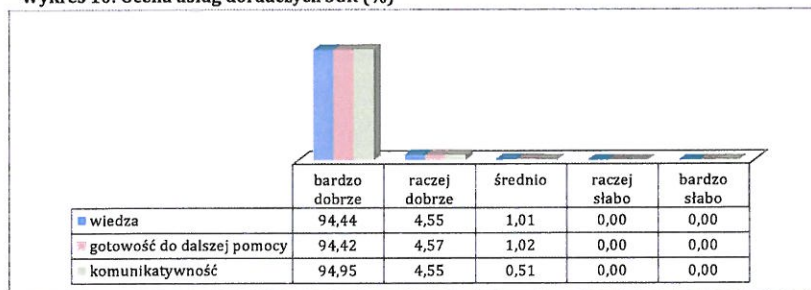
Źródło: dane własne SGR.

W 2017r. kontynuowano doradztwo i szkolenia w ww. zakresie.

Liczba szkoleń i uczestników przekroczyła zakładane wskaźniki *Planu Komunikacji* – szczegółowe informacje na ten temat znajdują się w punkcie 2: *Monitoring i ocena działań komunikacyjnych*. W 2017r. kontynuowano doradztwo i szkolenia w ww. zakresie.

Jakość świadczonych usług zbadana została za pomocą ankiet wypełnianych przez potencjalnych wnioskodawców po odbyciu konsultacji oraz po każdym ze szkoleń. Ich wyniki przedstawiono poniżej.

Wykres 10: Ocena usług doradczych SGR (%)

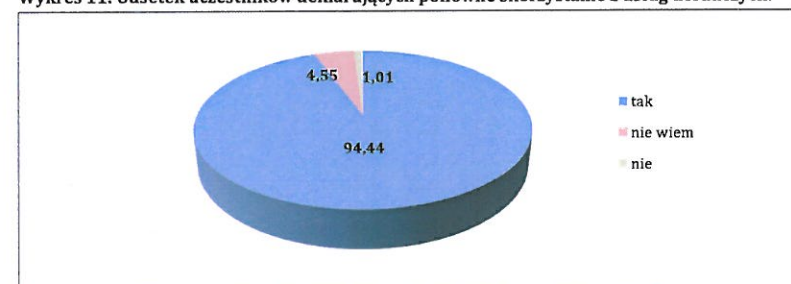


Źródło: ankiety satysfakcji z konsultacji.

Wszystkie aspekty związane z doradztwem zostały ocenione pozytywnie lub neutralnie (ocenę „średnio” we wszystkich aspektach przyznała ta sama osoba, w zakresie gotowości do dalszej pomocy – kolejna), a żaden z uczestników konsultacji nie przyznał negatywnej noty. Prawdopodobnie ma to związek z kompleksowością usług obejmujących spotkania informacyjne, przygotowujące do wnioskowania, konsultacje treści wniosków i biznesplanów po doradztwo specjalistyczne. Ten ostatni rodzaj wsparcia, który w zamyśle miał być końcowym etapem przygotowania do złożenia wniosków, nie do końca spełnił swoją funkcję, co było spowodowane różnym stopniem wiedzy na tematy finansowe oraz kompletności dokumentacji aplikacyjnych uczestników grupowych spotkań.

Niemniej osoby, którym udzielano doradztwa, korzystały z niego wielokrotnie, często już na końcowym etapie przygotowywania wniosków, kontaktując się telefonicznie, co ze względu na czas rozmów, nie było odnotowywane. Uczestnicy wyrażali również swoje zadowolenie z pomocy deklarując udział w konsultacjach w przypadku wybrania ich projektów do dofinansowania (na pytanie, czy w przypadku wyboru ich operacji do dofinansowania, skorzystają ponownie z konsultacji SGR, 187 osób na 198 podało twierdzącą odpowiedź).

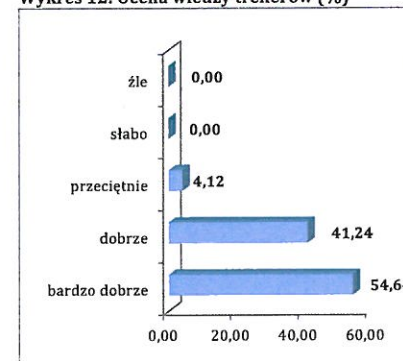
Wykres 11: Odsetek uczestników deklarujących ponowne skorzystanie z usług doradczych.



Źródło: ankiety satysfakcji z konsultacji.

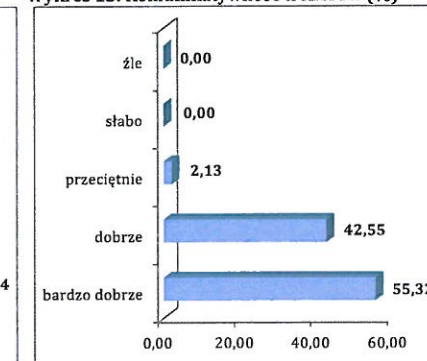
Również prowadzenie szkoleń zostało ocenione pozytywnie, choć tutaj głosy podzielone były w przypadku stopnia pozytywnej noty. Odnotowano również więcej opinii neutralnych („przeciętnie”).

Wykres 12: Ocena wiedzy trenerów (%)



Źródło: ankiety satysfakcji z konsultacji.

Wykres 13: Komunikatywność trenerów (%)



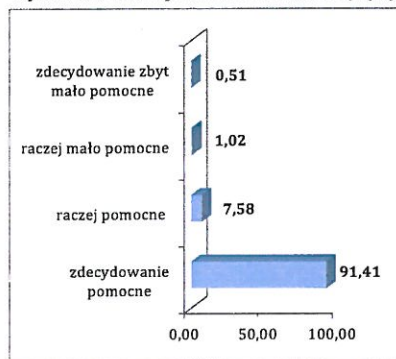
Źródło: ankiety satysfakcji z konsultacji.

Ankietowani równie wysoko ocenili materiały szkoleniowe: niemal 95% uznało je za bardzo dobre lub dobre, a 5,15% - za przeciętne.

Mimo pozytywnych ocen w trakcie ewaluacji Biura zauważono pewne mankamenty, które mogły wpłynąć na zróżnicowanie w opiniach uczestników – w szkoleniach o charakterze warsztatowym brało udział zbyt wiele osób, a zakres omawianego materiału był zbyt szeroki (wniosek, biznesplan, duża objętość dokumentów), co mogło wpływać na mniejszą efektywność szkoleń.

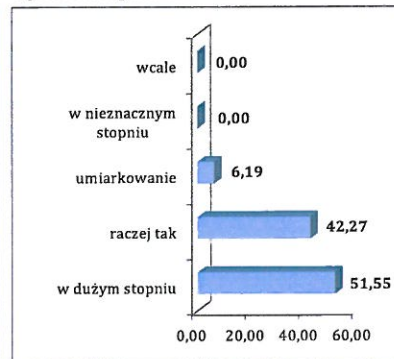
Mimo ww. braków można uznać, że zarówno konsultacje, jak i szkolenia były przydatne dla uczestników, co obrazuje poniższe wykresy pokazujące odsetek odpowiedzi na pytania o pomocność konsultacji w planowaniu projektu oraz o spełnienie oczekiwań interesantów w stosunku do zorganizowanych szkoleń.

Wykres 14: Ocena pomocności konsultacji (%)



Źródło: ankiety satysfakcji z konsultacji.

Wykres 15: Spełnienie oczekiwań wz. szkoleń.



Źródło: ankiety satysfakcji z konsultacji.

Skuteczność wsparcia w aspekcie złożenia przez uczestników spotkań wniosków i wybrania ich do dofinansowania będzie możliwa do weryfikacji w 2017r. Również pytanie ankietowe dotyczące znajomości kryteriów wyboru wniosków i procesu oceny wniosków (wcześniej omówiono znajomość celów SGR) nie ma zasadności, ponieważ anketa ewaluacyjna była prowadzona przez rozpoczęciem działań doradczych i szkoleniowych.

2) Kryterium ewaluacyjne: jakość wsparcia udzielanego przez pracowników SGR podczas realizacji projektów

Spełnienie kryterium będzie możliwe do ocenienia w 2017r., kiedy beneficjenci rozpoczną realizację swoich projektów.

4. Monitoring i ocena funkcjonowania struktur SGR

Struktury SGR tworzą: Walne Zebranie Członków, Zarząd, Komisja Rewizyjna i Rada. Dodatkowo Raport zawiera również informacje o Biurze SGR.

1) Kryterium ewaluacyjne: jakość pracy struktur SGR

W 2016r. odbyły się posiedzenia Walnego Zebrania Członków, Zarządu i Komisji Rewizyjnej.

Tabela 7: Charakterystyka organów SGR i opis ich aktywności w 2016r.

Organ SGR	Liczba Członków	Liczba posiedzeń organów	Zakres posiedzeń	Frekwencja (średnia)
Walne Zebranie Członków	184	2	- sprawozdawczość SGR - zmiana Statutu i Regulaminu Rady	23,5
Zarząd	7	14	- realizacja LSR - pozostała działalność SGR	5,36
Komisja Rewizyjna	5	1	sprawozdawczość SGR	4

Źródło: dane własne SGR.

Uwagę zwraca wspomniana już niska frekwencja podczas Walnego Zebrania Członków, które stanowi najwyższą władzę w Stowarzyszeniu. Z kolei zebrania Zarządu odbywały się średnio 1,17 raza na miesiąc, co świadczy o jego dużej aktywności. Należy również zwrócić uwagę, że członkowie tego organu uczestniczyli w szkoleniach związanych z procedurami oceny wniosków oraz spotkaniu ewaluacyjnym Rady SGR, co pozwoliło na umocnienie relacji w ramach struktur Stowarzyszenia.

Sama Rada, ze względu na brak naborów, nie spotykała się na posiedzeniach, jednak jej członkowie uczestniczyli w dwóch wymienionych wyżej szkoleniach. Służyły one zarówno podniesieniu poziomu wiedzy uczestników (przybliżenie kryteriów i zasad wyboru operacji) jak i nawiązaniu między nimi bliższego kontaktu (w 2015r. wybrano nowy skład Rady, który dotychczas nie spotykał się). Podczas szkoleń wypracowano również zasady pracy Rady (sposób rozkładu posiedzeń Rady i Komisji) i sposobu komunikacji (dostarczanie informacji drogą mailową). Ponadto przypomniano dobre praktyki wypracowane w poprzednich okresach programowania.

Spotkania organów są znaczące ze względu na budowanie współpracy wewnątrz Grupy, zwłaszcza, że jej struktury tworzą 3 sektory: publiczny, społeczny i gospodarczy, co pozwala na wzmocnienie ich relacji oraz na podejmowanie działań, które będą korzystne dla każdej z grup interesu funkcjonującej na obszarze, natomiast w kontekście weryfikacji wniosków o dofinansowanie – na sprawliwą ocenę złożonych projektów.

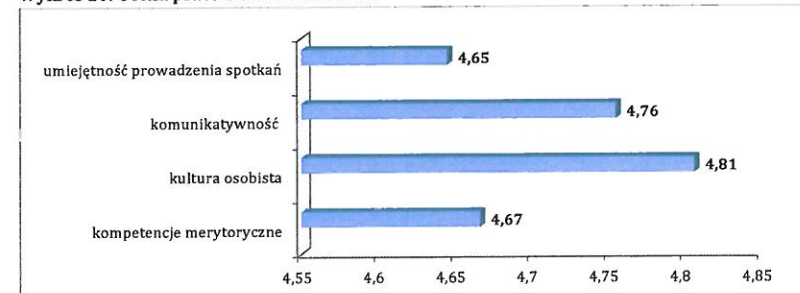
Tabela 8: Sektorowość struktur SGR

	Liczba członków z sektora publicznego	Liczba członków z sektora społecznego	Liczba członków z sektora gospodarczego
Walne Zebranie Członków	11	53	122
Zarząd	3	1	3
Komisja Rewizyjna	2	1	2
Rada	4	4	7

Źródło: dane własne SGR.

W 2016r. Biuro (5 pracowników) realizowało zadania związane z wdrażaniem Lokalnej Strategii Rozwoju, innych projektów oraz uczestniczyło w szkoleniach, które miały przygotować je do realizacji Strategii. Dotyczyły one: pracy zespołowej (zmiana składu Biura SGR), prowadzenia szkoleń, konsultacji itp. (przygotowanie do działań doradczych), kształtowania wizerunku i komunikacji z lokalną społecznością (przygotowanie do realizacji działań komunikacyjnych), znajomości procedur wyboru wniosków (przygotowanie do organizacji naborów wniosków) oraz ewaluacji pracy Biura. Ponadto co tydzień pracownicy brali udział w wewnętrznych spotkaniach organizacyjnych, podczas których planowano pracę, co pozwoliło na sprawną realizację zadań. Praca Biura została oceniona przez ankietowanych, którzy oceniali pracowników w skali 1-5. Poniższy wykres przedstawia średnie ocen.

Wykres 16: Ocena pracowników Biura SGR



Źródło: ankiety ewaluacyjne.

Należy zauważyć, że noty 1. 2 i 3 zdarzały się sporadycznie. Niższe średnie w przypadku umiejętności prowadzenia spotkań i kompetencji merytorycznych mogą wynikać z faktu, że w czasie prowadzenia badania, nie były jeszcze znane dokładne zasady wnioskowania o dotacje oraz z tego, że pracownicy nie odbyli ww. szkoleń, które pozwoliłyby im na przygotowanie się do prowadzenia działań doradczych pod kątem merytorycznym i komunikacyjnym. Niemniej w opisanych aspektach liczba negatywnych not wynosi odpowiednio 2 i 1.

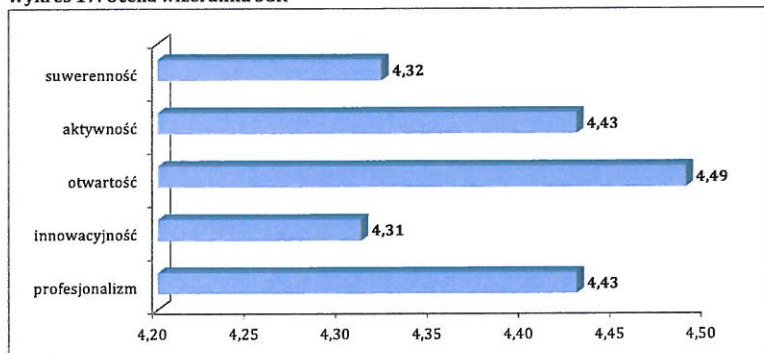
2) Kryterium ewaluacyjne: ocena jakości wewnętrznych i zewnętrznych relacji partnerstwa

a. rozpoznawalność i wizerunek SGR wśród mieszkańców oraz partnerów zewnętrznych

Współpraca organów SGR oraz wsparcie Biura przyczyniły się do zbudowania wizerunku SGR, który jest rozpoznawalny wśród mieszkańców, co przeanalizowano przy okazji analizy adekwatności i skuteczności działań komunikacyjnych SGR w stosunku do potrzeb i zasobów odbiorców (wykres 9: Znajomość LSR i działalności SGR).

Samo Stowarzyszenie jest postrzegane pozytywnie pod względem profesjonalizmu, innowacyjności, otwartości, aktywności i samodzielności – respondenci wydali oceny w skali 1-5, gdzie 5 stanowiło najwyższą notę.

Wykres 17: Ocena wizerunku SGR



Źródło: ankiety ewaluacyjne.

Najsilniejszą stroną od lat pozostaje jego otwartość, którą można postrzegać jako umiejętność współpracy z różnymi podmiotami z terenu regionu i kraju oraz wsparcie osób zainteresowanych działalnością Stowarzyszenia. Należy odnotować natomiast spadek oceny w aspekcie innowacyjności, czego powodem był dość bierny z zewnętrznego punktu widzenia okres działalności SGR. Niemniej warto wspomnieć, że negatywne oceny (1), podobnie jak w poprzednich przypadkach wydała jedna i ta sama osoba – ogólny wizerunek SGR jest zatem pozytywny (głównie noty 5 i 4).

b. charakter i jakość relacji z podmiotami zewnętrznymi lokalnymi i ponadlokalnymi

SGR realizowała projekty i współpracowała z zewnętrznymi podmiotami zarówno lokalnymi jak i ponadlokalnymi, co zostało przybliżone w tabeli nr 9. Realizowane projekty mają charakter wieloletni, co wzmacnia zawiązywane partnerstwa i podnosi jakość relacji z nimi.

Ponadto LSR zakłada realizację dwóch projektów współpracy z pomorskimi lokalnymi grupami działania (dawniej: LGR), w tym jeden międzynarodowy.

Tabela 9: Charakter współpracy SGR z podmiotami zewnętrznymi

Działanie	Zakres działania	Partnerzy	Zasięg partnerstwa
Projekt: <i>Przywrócenie walorów historycznych Starej Osady Rybackiej w Ustce poprzez zabezpieczenie i ekspozycję ruin kościoła p.w. św. Mikołaja oraz nadanie obszarowi charakteru produktu turystycznego</i>	Ochrona i wyeksponowanie dziedzictwa kulturowego Starej Osady Rybackiej w Ustce oraz nadanie obszarowi cech produktu turystycznego (SGR odpowiada za opracowanie koncepcji architektoniczno-kulturowej wpisującej Starą Osadę Rybacką w Słowiński Szlak Rybacki	Miasto Ustka (lider)	lokalny
Projekt: <i>Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej w subregionie słupskim</i>	Wsparcie merytoryczne i finansowe podmiotów ekonomii społecznej z powiatów: słupskiego, lęborskiego, bytowskiego i Słupska	- Centrum Inicjatyw Obywatelskich, - Partnerstwo Dorzecze Słupi	ponadlokalny
Projekt: <i>Edukacja ekologiczna w sieci</i>	Zwiększenie świadomości mieszkańców i turystów w zakresie ochrony środowiska i ochrony przyrody, poszanowania energii, zwiększenie skuteczności i atrakcyjności edukacji ekologicznej, kształtowanie postaw pro-środowiskowych	Lokalne grupy działania (rybackie) z województwa pomorskiego	ponadlokalny
Lokalne Centrum Organizacji Pozarządowych	Działalność informacyjna wspierająca organizacje pozarządowe z obszaru działania SGR	Gmina Ustka	lokalny
Słowiński Szlak Rybacki	Promocja SSR (m.in. wizyta studyjna po SSR pracownika PROT, druk materiałów promocyjnych)	16 podmiotów gospodarczych	lokalny
Organizacja zajęć dla dzieci	Przeprowadzenie zajęć dla dzieci z 10 przedszkoli z obszaru SGR	przedszkola	lokalny

Źródło: dane własne SGR.

5. Rekomendacje

Działalność SGR jest pozytywnie oceniana przez lokalną społeczność, a z danych związanych z realizowanymi przez nią działań wynika, że wszystkie powierzone jej zadania wykonuje zgodnie z planami zawartymi w LSR (m.in. realizuje zakładane wskaźniki). W każdym z opisanych w Raporcie zakresie pojawiły się jednak obszary, które wymagają zwiększonej uwagi lub wprowadzenia modyfikacji.

1) Rekomendacje w zakresie działań komunikacyjnych:

- przeprojektowanie strony internetowej www.sgr.org.pl w taki sposób, by zamieszczane na niej treści, zwłaszcza dotyczące organizowanych naborów wniosków, były czytelne i łatwo dostępne,
- prowadzenie działalności związanej z informowaniem i ewaluacją drogą bezpośrednią – np. podczas spotkań z lokalną społecznością, szkoleń, konsultacji,
- zakup usługi dot. bieżącego monitoringu działań komunikacyjnych w Internecie,
- kontakt z JST w sprawie informacji o statystyce ich stron www, w celu uzupełnienia danych do monitoringu,
- wydanie materiałów promocyjnych.

2) Rekomendacje w zakresie działań wspierających i doradczych:

- modyfikacja formy konsultacji specjalistycznych w większych grupach, tak aby każdy uczestnik oraz prowadzący mieli komfort pracy (np. dobierać grupy odbiorców pod względem ich wiedzy na dany temat, stopnia przygotowania wniosków o dofinansowanie) lub zmiana formy na konsultacje indywidualne, szkolenie,
- zmniejszenie zakresu merytorycznego szkoleń poprzez podzielenie go na kilka części przekazywanych na oddzielnych szkoleniach oraz ograniczenie liczbę uczestników spotkań w celu zachowania ich efektywności,
- dalsze szkolenie pracowników w zakresie technik prowadzenia spotkań, szkoleń oraz wiedzy z prezentowanych treści.

3) Rekomendacje w zakresie funkcjonowania struktur SGR:

- podjęcie działań w celu zwiększenia frekwencji podczas Walnego Zebrania Członków, np. poprzez przedstawianie zgromadzonych działań i planów SGR, budowanie oferty bliższej współpracy z członkami,
- zaplanowanie działania w celu zwiększenia świadomości lokalnej społeczności na temat celów Lokalnej Strategii Rozwoju i procesu oceny wniosków o dofinansowanie,
- podjęcie próby zdefiniowania innowacyjności w rozumieniu jej przez społeczność lokalną i wdrożenie jej elementów w swoje działania.

Spis tabel:

Tabela 1. Zakres, techniki badawcze oraz źródła danych	3
Tabela 2. Informacje na temat badań własnych SGR.....	4
Tabela 3. Charakterystyka działań komunikacyjnych SGR w 2016r.	5
Tabela 4. Zestawienie środków przekazu wykorzystanych w 2016r.....	6
Tabela 5. Odbiorcy działań komunikacyjnych SGR.....	8
Tabela 6. Rodzaj i ilość doradztwa świadczonego przez SGR.....	12
Tabela 7.: Charakterystyka organów SGR i opis ich aktywności w 2016r.....	14
Tabela 8. Sektorowość struktur SGR.....	15
Tabela 9.: Charakter współpracy SGR z podmiotami zewnętrznymi	17

Spis wykresów:

Wykres 1.: Wiek respondentów; Wykres 2.: Płeć respondentów	4
Wykres 3.: Miejsce zamieszkania (gmina); Wykres 4. Rodzaj respondentów	4
Wykres 5. Ocena artykułów nt. SGR pod względem układu treści i ich zrozumiałości (%).....	9
Wykres 6. Ocena strony www.sgr.org.pl (%)	9
Wykres 7. Preferencje lokalnej społeczności zw. ze środkami komunikacji.....	10
Wykres 8.: Źródła informacji o szkoleniach SGR.....	11
Wykres 9. Znajomość LSR i działalności SGR	11
Wykres 10. Ocena usług doradczych SGR (%).....	12
Wykres 11.: Odsetek uczestników deklarujących ponowne skorzystanie z usług doradczych.	13
Wykres 12.: Ocena wiedzy trenerów (%), Wykres 13.: Komunikatywność trenerów (%).....	13
Wykres 14.: Ocena pomocności konsultacji (%), Wykres 15.: Spełnienie oczekiwań wz. szkoleń	14
Wykres 16.: Ocena pracowników Biura SGR	15
Wykres 17. Ocena wizerunku SGR.....	16