**OCENA REALIZACJI DZIAŁAŃ**

**W RAMACH PLANU KOMUNIKACYJNEGO**

**W II PÓŁROCZU 2017 R.**

Lokalna Grupa Działania „Brynica to nie granica”

ul. Centralna 5

42-625 Pyrzowice

**Ocena realizacji działań w ramach planu komunikacyjnego w II półroczu 2017 r.**

W II półroczu 2017 r. Lokalna Grupa Działania „Brynica to nie granica” realizowała plan komunikacji dla działania przewidzianego w Lokalnej Strategii Rozwoju.

W celu oceny zrealizowanego działania, LGD przeprowadziła badanie ilościowe CATI. W II połowie stycznia 2018 r. za pośrednictwem wywiadu telefonicznego, który był wspomagany komputerowo, zadano losowo wybranym osobom pytania związane z działaniem komunikacyjnym realizowanym w II półroczu 2017 r. Osoby zostały losowo wybrane z  listy doradztw prowadzonej przez LGD „Brynica to nie granica”.

Działaniem komunikacyjnym realizowanym w II półroczu 2017 r. była „Informacja nt. stanu realizacji LSR”. Celem tego działania było przekazywanie informacji na temat stanu realizacji założeń LSR – informacje miały dotyczyć osiąganych wskaźników, zdiagnozowanych i zgłaszanych problemów związanych z realizacją przyjętych procedur. Realizacja wspomnianego działania odbywała się poprzez następujące środki przekazu:

- artykuły w prasie lokalnej (w tym w biuletynie LGD – kwartalnik),

- wypowiedzi dla mediów, patronaty medialne,

- serwis internetowy LGD (strona internetowa),

- spotkania informacyjne, szkolenia,

- informacje przekazywane na festynach, wyjazdach studyjnych, wydarzeniach promocyjnych (targi, imprezy, itp.),

- opracowanie i druk kalendarzy,

- materiały informacyjne,

- materiały promocyjne.

Załącznik nr 1 do niniejszego dokumentu prezentuje formę przeprowadzonego badania.

Analizując ww. załącznik można wskazać, że:

1. 100 % uczestników badania posiada wiedzę na temat tego jakie konkursy zostały ogłoszone i przeprowadzone przez LGD „Brynica to nie granica” do końca 2017 r.

1. a. Źródłami informacji o ogłoszonych konkursach są:

- strona internetowa LGD – 60 %

- materiały informacyjne – 20 %

- spotkania informacyjne – 10 %

- artykuły w prasie – 10 %

2. 60 % uczestników badania posiada wiedzę na temat tego jakie wskaźniki udało się osiągnąć/jakie zostaną lub powinny zostać osiągnięte w wyniku realizacji złożonych projektów.

2. a. Źródłami informacji o wskaźnikach są:

- strona internetowa LGD – 33,3 %

- spotkania informacyjne – 33,3 %

- materiały informacyjne – 16,7 %

- artykuły w prasie – 16,7 %

3. 60 % uczestników badania twierdzi, że posiada informacje o stanie realizacji planu komunikacyjnego.

3. a. Źródłami tych informacji są:

- strona internetowa LGD – 33,3 %

- spotkania informacyjne – 33,3 %

- materiały informacyjne – 16,7 %

- artykuły w prasie – 16,7 %

4. 80 % uczestników badania deklaruje, że posiada wiedzę na temat zgłaszanych problemów związanych z realizacją procedur w LGD.

4. a. Źródłami informacji o problemach związanych z realizacją procedur są:

- strona internetowa LGD – 25 %

- materiały informacyjne – 25 %

- spotkania informacyjne – 25 %

- artykuły w prasie – 25 %

Badanie przeprowadzono z udziałem 10 osób (50 % kobiet i 50 % mężczyzn). Wśród badanych, 10 % osób mieści się w przedziale wiekowym 18-24 lata, 20 % w przedziale 25-34 lata, 50 % w przedziale 35-44 lata, a 20 % w przedziale 45-54 lata. 30 % badanych zamieszkuje gminę Ożarowice, 20 % gminę Siewierz, natomiast po 10 % gminę Woźniki, Świerklaniec, Mierzęcice, Psary i Bobrowniki.

Z przeprowadzonego badania wynika, że źródłami informacji badanych były:

- strona internetowa LGD – 40 %

- materiały informacyjne – 20 %

- spotkania informacyjne – 23,3 %

- artykuły w prasie – 16,7 %

Z wykorzystanych przez LGD środków przekazu, badani nie wskazali:

- wypowiedzi dla mediów,

- informacji przekazywanych na festynach, wyjazdach studyjnych, wydarzeniach promocyjnych (targi, imprezy, itp.),

- opracowania i druku kalendarzy,

- materiałów promocyjnych.

Z przedstawionej analizy wykonanego badania można wywnioskować, że LGD zrealizowała cele zakładane w  działaniu komunikacyjnym. Zgodnie z analizą, nie wszystkie środki przekazu dotarły do badanych, ale nie miało to wpływu na osiągnięcie wskazanych celów. Wśród uczestników badania nie znalazły się osoby, które korzystały z  informacji przekazywanych na festynach, wyjazdach studyjnych, wydarzeniach promocyjnych (targi, imprezy, itp.) oraz z wypowiedzi dla mediów. Wspomniane środki przekazu zostały zastosowane, ale cieszyły się mniejszym zainteresowaniem niż strona internetowa LGD, materiały i spotkania informacyjne oraz artykuły w prasie. Materiały promocyjne oraz kalendarze również nie zostały wskazane przez badanych, ponieważ ich celem jest reklama stowarzyszenia - dotarcie do jak największej liczby osób z informacją o istnieniu stowarzyszenia LGD „Brynica to nie granica”, nie przekazują natomiast szczegółowych informacji dotyczących np. osiąganych wskaźników czy problemów związanych z procedurami.