

DZIAŁALNOŚĆ  
CENTRUM INICJATYW LOKALNYCH  
OCZAMI MIESZKAŃCÓW  
POWIATU ZAWIERCIAŃSKIEGO

Projekt realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy finansowanego przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię w ramach Funduszy EOG.



**Autor**

Piotr Jarosz

**Wydawca**

Centrum Inicjatyw Lokalnych

Ul. Senatorska 14

42-400 Zawiercie

tel. (32) 67 020 14

Zawiercie 2022 r.

## I. Wstęp

Niniejsze badania zostały przeprowadzone w ramach projektu pt. „Aktywni inicjatorzy zmian” realizowanego przez Centrum Inicjatyw Lokalnych w Zawierciu (CIL). Projekt jest realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy finansowanego przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię w ramach Funduszy EOG. Okres realizacji projektu: 01.10.2021 - 31.03.2023 r. W ramach projektu Wnioskodawca otrzymał wsparcie instytucjonalne, w ramach którego m.in. zostało przeprowadzone badanie funkcjonowania CIL w swoim otoczeniu lokalnym.

Niniejsze opracowanie dotyczy właśnie wyżej wspomnianego badania opinii mieszkańców powiatu zawierciańskiego w odniesieniu do działalności Centrum Inicjatyw Lokalnych. Badanie miało na celu zweryfikowanie opinii mieszkańców lokalnej społeczności dotyczącej dotychczas realizowanych cyklicznych działań CIL, a także działań promocyjnych. Badanie miało na celu również sprawdzenie stopnia świadomości mieszkańców powiatu na temat znaczenia działań CILu oraz uświadomienie im możliwości partycypowania w aktywności CIL zmierzającej do spowodowania pozytywnych zmian w ich otoczeniu.

Raport kończy podsumowanie mające na celu wydobycie najistotniejszych elementów interpretacji z przeprowadzonych badań, które posłuży wyciągnięciu wniosków na przyszłość. Dzięki niniejszym badaniom Centrum Inicjatyw Lokalnych będzie mogło bowiem w przyszłości realizować swoje działania w sposób bardziej przemyślany oraz zgodny z oczekiwaniami i potrzebami odbiorców z lokalnej społeczności, a co za tym idzie, pomoże to w bardziej skutecznej realizacji działań.

Niniejszy raport został opracowany przez Piotra Jarosza, z wykształcenia socjologa pełniącego w Centrum Inicjatyw Lokalnych funkcję specjalisty ds. kontaktów międzynarodowych oraz ds. zarządzania projektami.

## **II. Metoda badań**

Niniejsze badania miały na celu zbadanie opinii mieszkańców powiatu zawierciańskiego dotyczącej postrzegania przez nich działalności Centrum Inicjatyw Lokalnych (CIL). Przedmiotem badań była m.in. recepcja działań promocyjnych CILu, postrzeganego przez respondentów poziomu skuteczności projektów realizowanych przez CIL, jak również oczekiwań wyrażanych przez badanych dotyczących przyszłych działań CIL, a także ich znajomości poszczególnych działań statutowych CIL.

Badania zostały przeprowadzone w formie ankiet badawczych. Pytania zawarte w ankiecie były zamknięte, poza paroma punktami, gdzie oprócz możliwości udzielenia odpowiedzi zamkniętej można ją było również uzasadnić w formie otwartej.

Kwestionariusz ankiety badawczej składał się z metryczki oraz z 16 pytań. Poniżej znajduje się formularz ankiety badawczej, którą wyznaczony ankieter przekazał respondentom do wypełnienia, aby zebrać od nich opinie na temat badanych kwestii. Ankieta była anonimowa.

## **III. Kwestionariusz ankiety**

### **KWESTIONARIUSZ ANKIETY SKIEROWANY DO MIESZKAŃCÓW POWIATU ZAWIERCIAŃSKIEGO**

Szanowni Państwo, Centrum Inicjatyw Lokalnych (CIL) zwraca się z prośbą o wypełnienie krótkiego kwestionariusza ankiety, który dotyczy postrzegania naszej organizacji oraz jej działań wśród mieszkańców powiatu zawierciańskiego.

Ankieta jest całkowicie anonimowa, a uzyskane odpowiedzi zostaną wykorzystane wyłącznie na użytek własny i opracowanie działań mających na celu ulepszenie funkcjonowania naszej organizacji.

Prosimy o uważne przeczytanie pytań i udzielenie jednej wybranej odpowiedzi w przypadku pytań zamkniętych lub jeśli jest to określone przy pytaniu – o uszeregowanie odpowiedzi wg instrukcji. W pytaniach rozszerzonych prosimy o uzasadnienie swojego stanowiska.

### **METRYCZKA**

Płeć:

- a) Kobieta
- b) Mężczyzna

Wiek:

- a) 18-24 lat
- b) 25-34 lata
- c) 35-44 lata
- d) 45-54 lat
- e) 55-64 lata
- f) 65 lub więcej

Miejsce zamieszkania:

- a) Obszar wiejski
- b) Obszar miejski
- c) Obszar wiejsko-miejski

Status zawodowy:

- a) Osoba pracująca w pełnym wymiarze czasu pracy
- b) Osoba pracująca w niepełnym wymiarze czasu pracy
- c) Emeryt/rencista
- d) Osoba bezrobotna lub bierna zawodowo
- e) Uczeń/student

Wykształcenie:

- a) Podstawowe
- b) Gimnazjalne
- c) Średnie
- d) Zawodowe
- e) Wyższe

**1. Które działania CIL uważasz za najważniejsze? (uszereguj w skali od 1 do 7, gdzie 7 oznacza najwyższą liczbę punktów)**

- a) Działania skierowane do seniorów („Kongres zdrowia seniorów”, „Karta seniora”)
- b) „Festyn Jurajski”
- c) Kalendarz „Dawne Zawiercie”
- d) Wielkanocna/Bożonarodzeniowa Kartka „Społem”
- e) Działania skierowane do osób z niepełnosprawnościami
- f) Wymiany młodzieżowe
- g) Wydawanie gazet i magazynów (m.in. Zawiercianin)
- h) Nie mam zdania

1	2	3	4	5	6	7

**2. Co według Ciebie powinno znaleźć się w obszarze działań CIL na najbliższe lata?**

- a) Integracja lokalnej społeczności (festyny, spotkania)
- b) Pomoc potrzebującym (zbiórki)
- c) Tworzenie materialnych produktów (kalendarze, czasopisma, foldery informacyjne)
- d) Działania na rzecz seniorów
- e) Działania edukacyjne dla młodzieży
- f) Działania o charakterze integracji międzykulturowej

**3. Jak oceniasz nasze działania promocyjne?**

- a) Bardzo dobrze
- b) Dobrze
- c) Średnio
- d) Słabo
- e) Źle
- f) Nie mam zdania

**4. Skąd czerpiesz wiedzę na temat realizowanych przez nas działań?**

- a) Internet / media społecznościowe
- b) Lokalna prasa
- c) Od znajomych
- d) Inne źródła

**5. W jaki sposób Twoim zdaniem powinniśmy się komunikować z otoczeniem, aby dotrzeć z naszymi działaniami do większej liczby odbiorców?**

- a) Internet / media społecznościowe
- b) Spotkania osobiste / konsultacje
- c) Ulotki
- d) Prasa

**6. Kiedy ostatnio słyszałeś/aś o działaniach realizowanych przez CIL?**

- a) W ciągu ostatniego miesiąca
- b) W ciągu ostatnich kilku miesięcy
- c) W ciągu ostatniego roku
- d) Nie pamiętam

**7. Jak postrzegasz aktywność Centrum Inicjatyw Lokalnych?**

- a) Dobrze
- b) Źle
- c) Nie mam zdania

**8. Z jakim obszarem działań kojarzysz naszą organizację?**

- a) Pozarządowym
- b) Rządowym
- c) Religijnym
- d) Spółdzielczym
- e) Nie wiem

**9. Czy kiedykolwiek byłeś odbiorcą działań naszej organizacji (udział w konkursach/festynach/szkoleniach)?**

- a) Tak
- b) Nie

**10. Czy Twoim zdaniem działania podejmowane przez CIL przyczyniają się do powstawania zmian w powiecie zawierciańskim?**

- a) Zdecydowanie tak
- b) Raczej tak
- c) Raczej nie
- d) Zdecydowanie nie
- e) Trudno powiedzieć

**11. Jak oceniłbyś/oceniłabyś charakter zmian powstałych w powiecie, dzięki działalności CIL?**

- a) Jako pozytywny
- b) Jako neutralny (nic się nie zmienia)
- c) Jako negatywny
- d) Trudno powiedzieć

**12. Czy uważasz, że działania podejmowane przez CIL w powiecie zawierciańskim są ważne i potrzebne, aby lepiej zintegrować społeczność lokalną?**

- a) Zdecydowanie tak
- b) Raczej tak
- c) Raczej nie



- d) Zdecydowanie nie
- e) Trudno powiedzieć

**Dlaczego?.....**

**13. Czy wiesz, że istnieje możliwość przekazania 1% podatku dochodowego od osób fizycznych na rzecz CIL, które przeznaczane są na działania o charakterze społecznym/charytatywnym?**

- a) Tak
- b) Nie

**14. Czy chciałbyś/aś przekazać 1% swojego podatku dochodowego na rzecz CIL w celu wsparcia rozwoju społeczności lokalnej?**

- a) Zdecydowanie tak
- b) Raczej tak
- c) Raczej nie
- d) Zdecydowanie nie
- e) Trudno powiedzieć

**15. Czy Twoim zdaniem wspierając naszą organizację poprzez przekazanie 1% podatku dochodowego możesz w realny sposób wpłynąć na wygląd i funkcjonowanie powiatu zawierciańskiego?**

- a) Zdecydowanie tak
- b) Raczej tak
- c) Raczej nie
- d) Zdecydowanie nie
- e) Trudno powiedzieć

**16. Czy twoim zdaniem działania prowadzone przez CIL są rzetelne, wiarygodne i efektywne prowadzone?**

- a) Zdecydowanie tak
- b) Raczej tak
- c) Raczej nie

- d) Zdecydowanie nie
- e) Trudno powiedzieć

Dlaczego?.....

*Dziękujemy za poświęcony czas i udzielenie odpowiedzi.*

#### IV. Interpretacja wyników badań

W badaniu wzięło udział 60 pełnoletnich mieszkańców powiatu zawierciańskiego: 30 kobiet i 30 mężczyzn (zob. wykres 1).

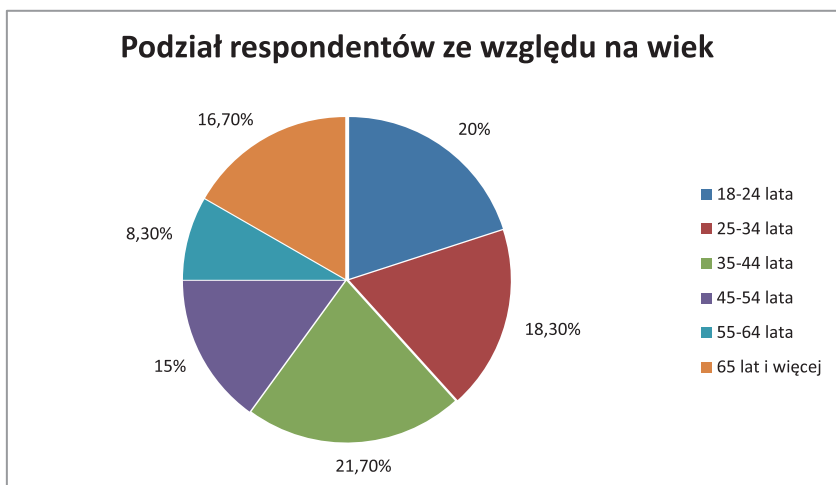
Wykres 1: Struktura płci respondentów



Wśród respondentów najwięcej było osób w wieku 35-44 lata (21,7% ogółu badanych). Drugą najliczniejszą grupą badanych były osoby w wieku 18-24 lata (20%). Liczebność kolejnych grup respondentów przedstawia się następująco: 25-34 (18,3%),

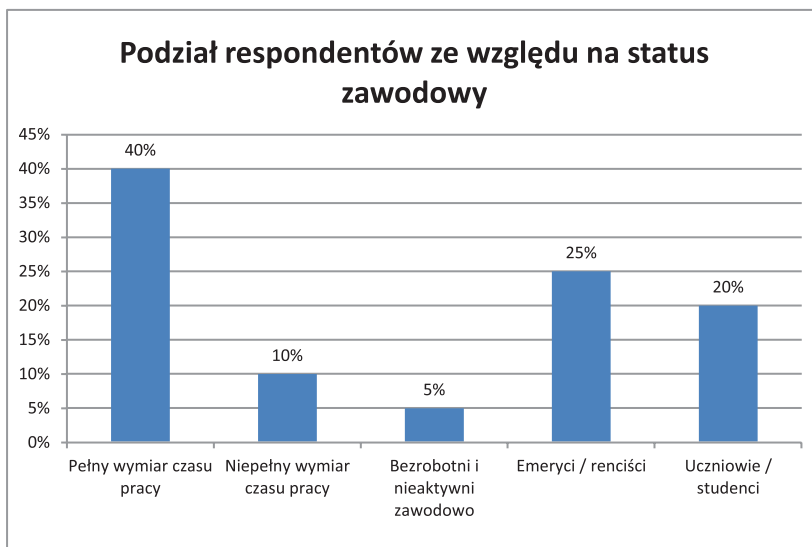
65 lat i więcej (16,7%), 45-54 lata (15%) oraz najmniej liczna grupa osób w wieku 55-64 lat (8,3%). Podsumowując ten obszar badań można stwierdzić, że trzema najliczniejszymi grupami badanych były osoby w wieku od 18 do 44 roku życia (razem 60% ogółu badanych). Strukturę wieku przedstawia wykres nr 2.

Wykres 2: Struktura wieku respondentów



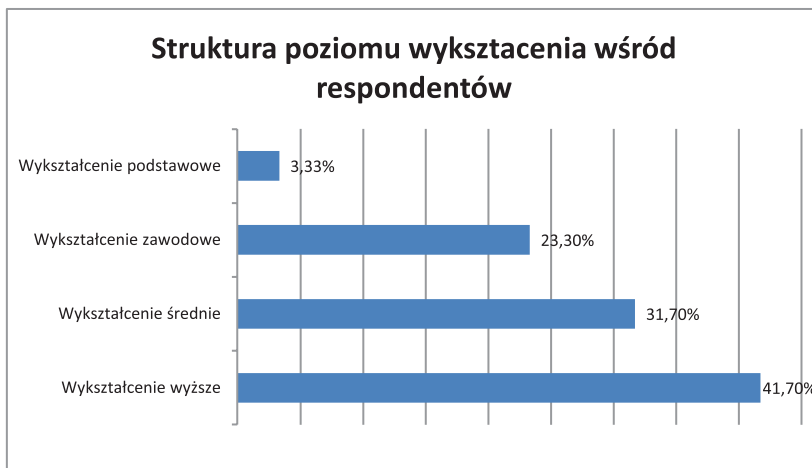
Większość respondentów zapytana o status zawodowy wskazała na wykonywanie pracy w pełnym wymiarze czasu (40% - 24 osoby). Drugą najliczniejszą grupą byli emeryci i renciści (25% - 15 osób). Kolejną liczną grupą byli uczniowie/studenci (20% - 12 osób). Najmniej licznymi grupami wśród respondentów były osoby pracujące w niepełnym wymiarze czasu pracy (10%) i osoby bezrobotne lub nieaktywne zawodowo (5%). Zależność tę przedstawia wykres nr 3.

Wykres 3: Struktura zatrudnienia respondentów



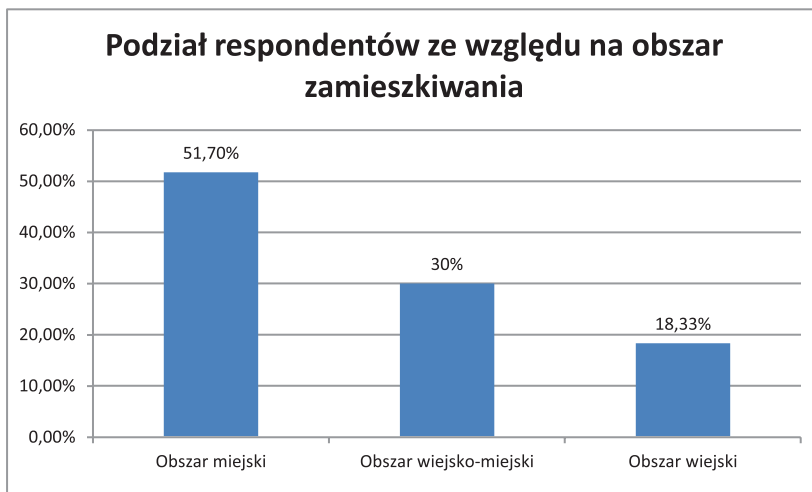
Wśród badanych najwięcej było osób z wykształceniem wyższym (41,7% - 25 osób) oraz średnim (31,7% - 19 osób). Respondenci z wykształceniem zawodowym stanowili 23,3% badanych. Najmniej liczną grupą były osoby z wykształceniem podstawowym (3,33% ogółu badanych). Strukturę poziomu wykształcenia wśród badanych prezentuje wykres nr 4.

Wykres 4: Struktura wykształcenia respondentów



Podział respondentów ze względu na obszar zamieszkiwania przedstawia się następująco: obszar miejski – 51,7%, obszar wiejsko-miejski – 30%, obszar wiejski – 18,33%. Odpowiedzi wskazane przez respondentów przedstawia wykres nr 5.

Wykres 5: Podział respondentów ze względu na obszar zamieszkiwania



Pytanie nr 1 polega na uszeregowaniu działań realizowanych przez CIL poprzez przyznanie największej liczby punktów tym cyklicznym działaniom CILu, które respondenci uważają za najważniejsze. Udzielone przez respondentów odpowiedzi były silnie zróżnicowane, o czym świadczą dość wyrównane wyniki badania. Można zauważyć jednak, że niektóre z realizowanych przez CIL działań cieszą się szczególną popularnością.

W badaniu można było przyznać od 1 do 7 punktów – im więcej, tym dane działanie cieszyło się większą aprobatą danego respondenta. Najwięcej punktów (206) otrzymało działanie związane z wymianami młodzieżowymi, które CIL koordynuje. Działania międzynarodowe CIL, związane z integracją europejską w ramach programu Erasmus+ cieszą się największą popularnością i co za tym idzie – rozpoznawalnością wśród odbiorców działań CIL.

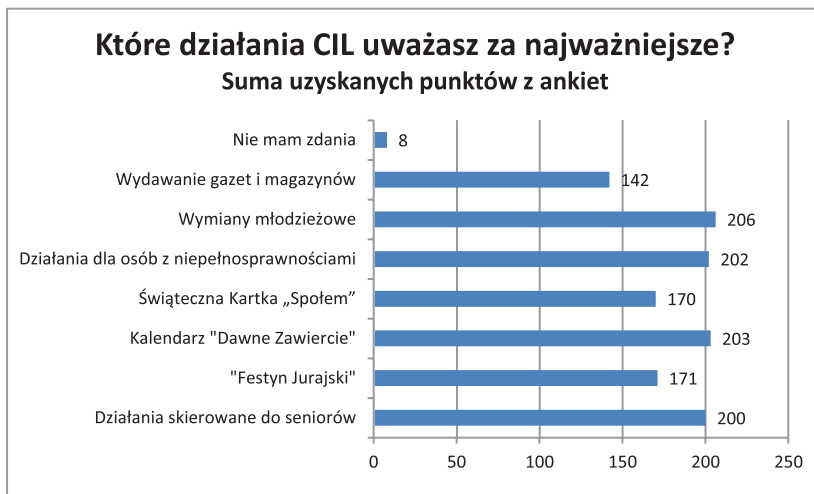
Kolejne miejsca zajmują: Kalendarz „Dawne Zawiercie” (łącznie 203 punkty), działania skierowane do osób z niepełnosprawnościami (202 punkty) oraz działania skierowane do seniorów (200 punktów). O wysokiej popularności tych działań świadczyć może stosunkowo duży odsetek osób będących w jakimś sensie beneficjentami realizowanych działań. Zarówno kalendarz „Dawne Zawiercie”, jak i działania skierowane do osób z niepełnosprawnościami oraz do seniorów charakteryzują się wymiernymi korzyściami i rezultatami (zatrudnienie osób z niepełnosprawnościami, egzemplarze kalendarza ze starymi fotografiami Zawiercia docierające do wielu lokalnych odbiorców, spotkania i warsztaty organizowane dla seniorów). Można założyć, że większość respondentów mogła być beneficjentami któregoś z tych działań lub mogła wcześniej słyszeć o tego typu działaniach, których odbiorcami byli inni ludzie, mieszkańcy powiatu zawierciańskiego znani badanej osobie, lub osoby, z którymi utożsamia się ona przez samo miejsce zamieszkania.

Kolejne wyniki: Festyn Jurajski (171 punktów), świąteczna kartka Społem (170 punktów) czy wydawanie gazet (142 punkty) świadczą o dużo mniejszej rozpoznawalności i aprobachie respondentów względem tych działań. Na niższe wyniki tych działań może mieć wpływ brak wspomnianej wcześniej wymierności tych działań i wyraźnych korzyści wynikających z ich realizacji dla beneficjentów, lub kojarzenie danego działania z inną organizacją / firmą (jak w przypadku „Społem”).

Część respondentów zaznaczyła odpowiedź „nie mam zdania” co świadczy o tym, że nie spotkały się one wcześniej z wymienionymi działaniami lub nie posiadają wiedzy na temat korzyści płynących z realizacji tych działań.

Wykres nr 6 prezentuje udzielone przez respondentów odpowiedzi. Przy poszczególnych odpowiedziach widnieje łączna liczba punktów przyznanych przez respondentów w odniesieniu do danego działania realizowanego przez CIL.

Wykres 6: Ranking najważniejszych zdaniem respondentów działań CIL



Tezę zawartą w interpretacji odpowiedzi udzielonych przez respondentów na powyższe pytanie uzasadnia ponadto analiza odpowiedzi udzielonych przez badanych na pytanie nr 9 „Czy kiedykolwiek byłeś odbiorcą działań naszej organizacji?”.

Większość ankietowanych, bo aż 80% zadeklarowało fakt bycia odbiorcą działań CIL. Jedynie 20% wskazało na brak uczestnictwa w działaniach CIL. Potwierdza to w pewnym stopniu hipotezę, że najważniejszymi zdaniem respondentów działaniami CIL to te, które przynoszą wymierne korzyści uczestnikom. Wykres nr 7 przedstawia udział respondentów w jednym z działań realizowanych przez Centrum Inicjatyw Lokalnych.



Wykres 7: Udział respondentów w działaniach realizowanych przez CIL



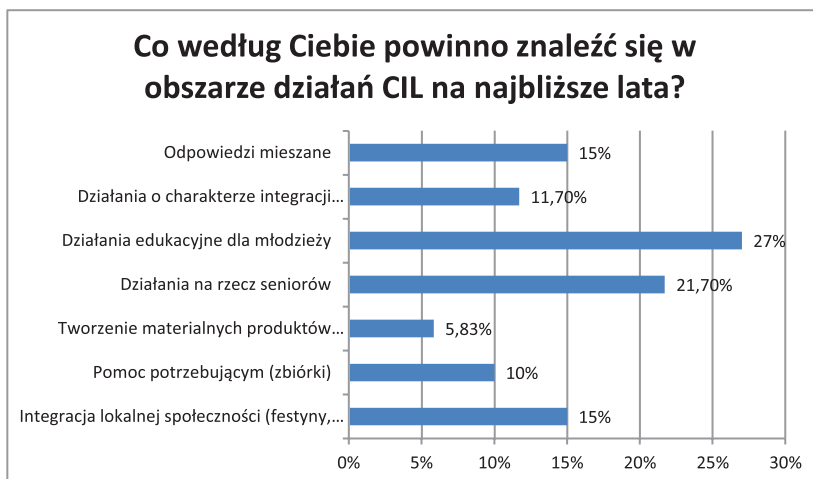
Rozpoznawalność poszczególnych działań CIL oraz związany z tym poziom zadowolenia z ich realizacji wyraża się również w oczekiwaniach respondentów odnośnie przyszłej działalności CIL.

Najwięcej respondentów, bo 27% wskazało na działania edukacyjne dla młodzieży jako na działanie CIL, które powinno być realizowane w przyszłości. Następnym w kolejności wysokim wynikiem są tutaj działania skierowane do seniorów (21,7%). Jak wynikało to z analizy odpowiedzi udzielonych na poprzednie pytania, działania CIL skierowane do młodzieży oraz do seniorów są jednymi z najbardziej rozpoznawalnych i najwyżej cenionych wśród respondentów. Są to działania, które posiadają wymierne korzyści, takie jak udział w kursie, szkoleniu czy wymianie. Sprzyjają one ponadto rozwojowi uczestników tychże działań.

Do innych działań, na które uczestnicy zwrócili szczególną uwagę należą „integracja lokalnej społeczności (festyny, spotkania) – 15%, a także „działania

o charakterze integracji międzykulturowej” – 11,7% oraz „pomoc potrzebującym (zbiórki)”. To co wyróżnia się w zaznaczanych tutaj odpowiedziach to występowanie swego rodzaju wymiernego charakteru działań oraz wymiaru związanego z równie istotnymi korzyściami niematerialnymi, takimi jak integracja, zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym. Odpowiedzi udzielone przez respondentów przedstawione są na wykresie nr 8.

Wykres 8: Sugerowany przez respondentów kierunek działań CIL w przyszłości

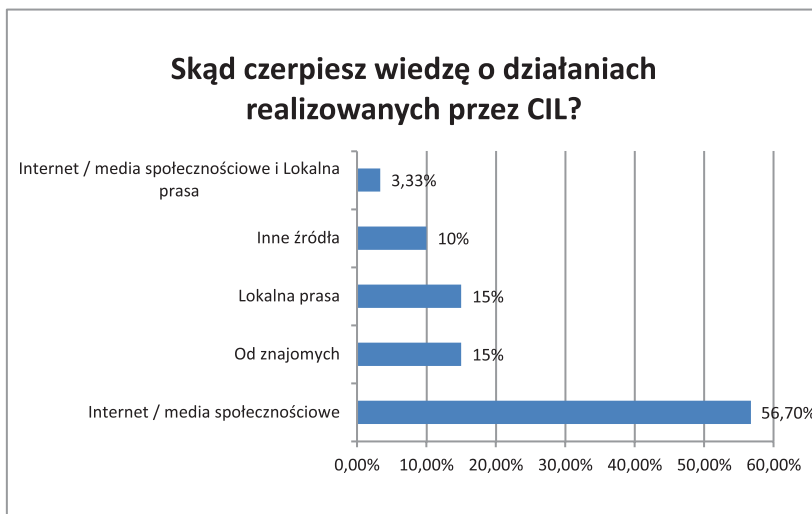


Na pytanie „Skąd czerpiesz wiedzę na temat realizowanych przez nas działań?” respondenci w znaczącej mierze odpowiedzieli, że dowiadują się o realizowanych przez CIL działaniach z Internetu i mediów społecznościowych (aż 56,7% badanych). Do tego wyniku należy dodać 3,33% badanych, którzy zaznaczyli przy tym pytaniu 2 różne odpowiedzi, wskazując, że czerpią wiedzę z Internetu i mediów społecznościowych oraz z lokalnej prasy. Łącznie aż 60% badanych czerpie wiedzę o realizowanych przez CIL działaniach z Internetu i mediów społecznościowych. Wynik ten można wiązać z tym, że aż 60% ogółu badanych to osoby w wieku 18-44 lata.

Można wysnuć stąd wnioszek, że w młodszych grupach wiekowych najbardziej popularnym medium są Internet i media społecznościowe.

Po 15% badanych dowiaduje się o działach CIL od znajomych lub z lokalnej prasy. Łączny odsetek badanych w wieku 45-64 i 65+ jest zbliżony do powyższych wartości. Wynosi on bowiem odpowiednio 15% i 16,7%. Można zatem mniemać, że starsze grupy wiekowe wolą tradycyjne źródła informacji takie jak prasa lub poczta pantoflowa. Na „inne źródła” pozyskiwania wiedzy o realizowanych przez CIL działaniach wskazało 10% respondentów. Odpowiedzi udzielone przez respondentów symbolizuje wykres nr 9.

Wykres 9: Źródła wiedzy respondentów o działaniach realizowanych przez CIL

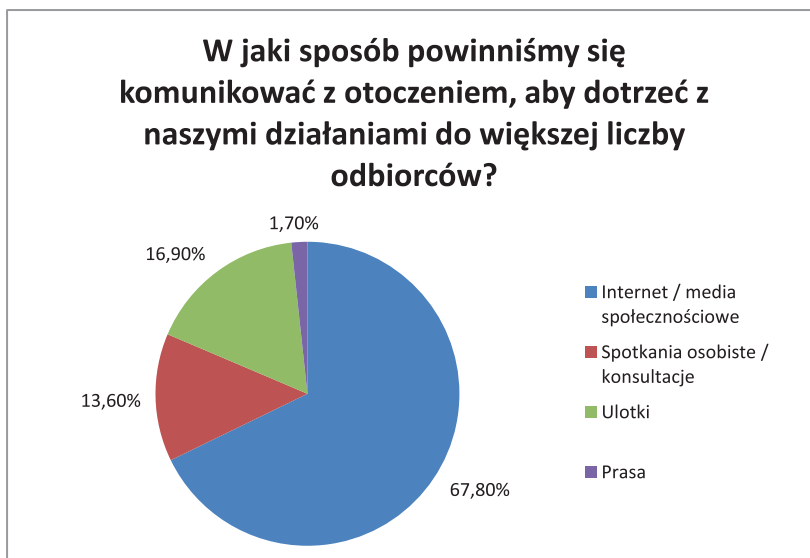


Odpowiedzi udzielone na następne pytanie w ankiecie (nr 5) „W jaki sposób twoim zdaniem powinniśmy się komunikować z otoczeniem, aby dotrzeć z naszymi

działaniami do większej liczby odbiorców?” potwierdzają w pewnym sensie przyzwyczajenia respondentów ukazane w odpowiedzi na poprzednie pytanie.

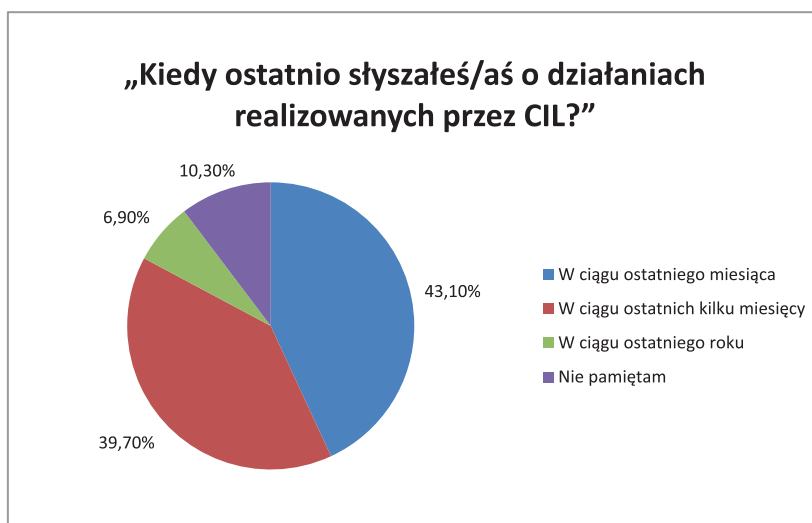
Bardzo zbliżony odsetek badanych wskazał bowiem na Internet i media społecznościowe jako najlepsze możliwe medium służące do informowania opinii publicznej o realizowanych działaniach organizacji – 61%.W odpowiedzi na niniejsze pytanie 13,6% badanych wskazało na to, że to dzięki spotkaniom przedstawicieli CIL z odbiorcami dowiadywaliby się oni w najlepszy sposób o realizowanych przez CIL działaniach. Odpowiada to preferencjom (wskazanym przez respondentów przy udzielaniu odpowiedzi na poprzednie pytanie) dotyczącym dowiadywania się o działaniach organizacji z przekazu bezpośredniego. Z kolei odpowiedzi udzielone przy poprzednim pytaniu przez grupę odbiorców, która wskazała na to, że dowiadują się o działaniach CIL z prasy, odpowiadają opiniom udzielonym na niniejsze pytanie: 1,7% badanych najchętniej dowiadywałoby się o działaniach CIL z prasy, a 16,9% z ulotek (zob. wykres 10).

Wykres 10: Sugerowany przez respondentów sposób informowania odbiorców o realizowanych przez CIL działaniach



Na pytanie nr 6 „Kiedy ostatnio słyszałeś/aś o działaniach realizowanych przez CIL?” przytłaczający odsetek respondentów wskazał na odpowiedź „w ciągu ostatniego miesiąca” (43,1%) lub w „ciągu ostatnich kilku miesięcy” (39,7%). Oznacza to, że ponad 80% badanych przyznaje, że działania promocyjne CIL są skuteczne co najmniej jeśli chodzi o sam fakt dotarcia do odbiorców ze swoją marką. Odpowiedzi udzielone przez respondentów zaprezentowane są na wykresie nr 11.

Wykres 11: Kiedy respondenci ostatnio słyszeli o działaniach realizowanych przez CIL?



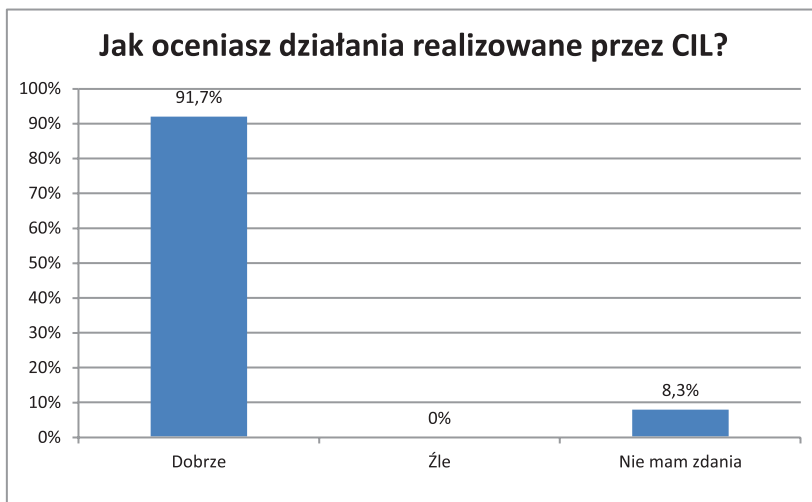
W odpowiedzi na pytanie nr 3 „Jak oceniasz nasze działania promocyjne?” 36,7% badanych wskazało odpowiedź „bardzo dobrze”, 31,7% - „dobrze”, 21,7% - „średnio”, 5% - „słabo”, 3,3%. Oznacza to, że środki przekazu, przez które informacje o realizowanych działaniach CIL trafiają do respondentów, jak również forma komunikatów promocyjnych są adekwatne do większości oczekiwań badanych osób. Odpowiedzi udzielone przez respondentów na niniejsze pytanie są zaprezentowane na wykresie nr 12.

Wykres 12: Ocena respondentów odnośnie działań promocyjnych CIL



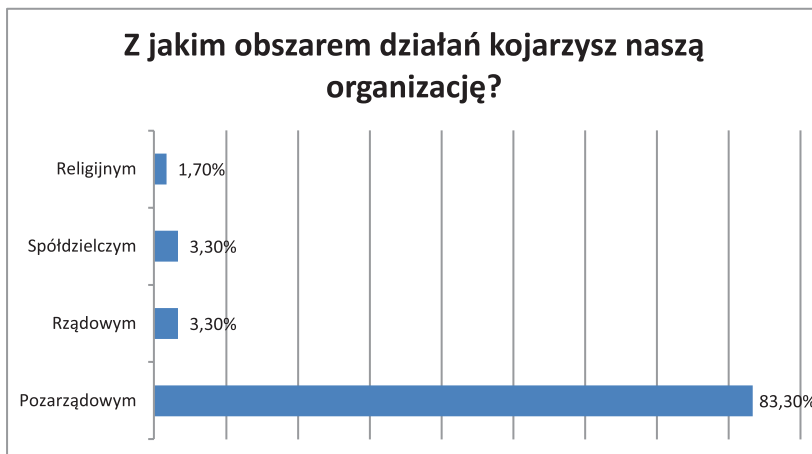
Respondenci oceniają w niniejszych badaniach aktywność Centrum Inicjatyw Lokalnych pozytywnie. W odpowiedzi na pytanie nr 7 „Jak postrzegasz aktywność Centrum Inicjatyw Lokalnych?” aż 91,7% badanych uznało, że dobrze ocenia działania CIL. Pozostałe odpowiedzi wskazują na brak opinii badanych w tej kwestii (8,3%). Świadczy to o zadowoleniu osób, które były beneficjentami działań CIL oraz zaufaniu tych, którzy nie uczestniczyli w działaniach realizowanych przez CIL. Wykres nr 13 obrazuje odpowiedzi udzielone przez badanych na niniejsze pytanie.

Wykres 13: Ocena działań CIL przez respondentów



Na pytanie nr 8 „Z jakim obszarem działań kojarzysz naszą organizację?” większość badanych udzieliła odpowiedzi „pozarządowym” (83,3%). Pozostałe odpowiedzi udzielone na to pytanie to: „rządowym” (3,3%), „spółdzielczym” (3,3%), „religijnym” (1,7%) oraz „nie wiem” (8,3%). Świadczy to o wysokiej świadomości respondentów, dotyczącej ram funkcjonowania Centrum Inicjatyw Lokalnych jako organizacji pozarządowej, działającej w ramach sektora ekonomii społecznej. Odpowiedzi udzielone na niniejsze pytanie prezentuje wykres nr 14.

Wykres 14: „Z jakim obszarem działań kojarzysz naszą organizację?”

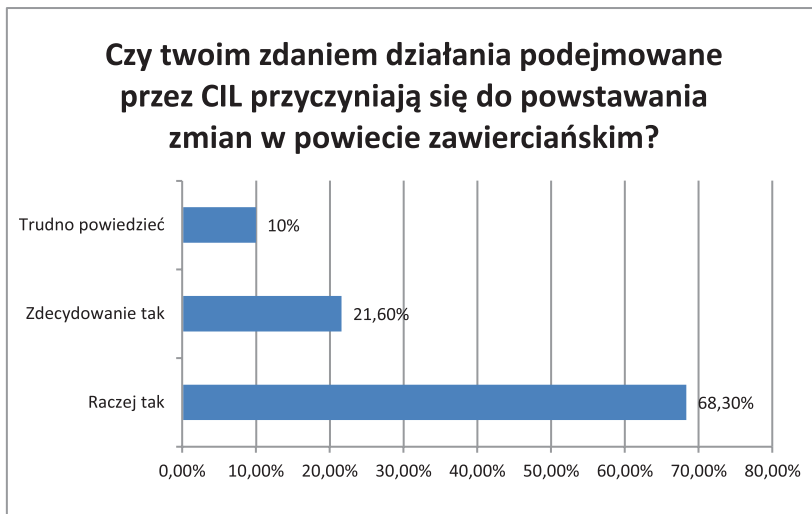


Z odpowiedziami udzielonymi na pytanie nr 7 korespondują opinie respondentów udzielone w odpowiedzi na pytanie nr 10 („Czy twoim zdaniem działania podejmowane przez CIL przyczyniają się do powstawania zmian w powiecie zawierciańskim?”) i 11 („Jak oceniłbyś/oceniłabyś charakter zmian powstałych w powiecie dzięki działalności CIL?”).

Na pytanie nr 10 respondenci udzielili w większości odpowiedzi umiarkowanie twierdzącej („Raczej tak” - 68,3%) oraz zdecydowanie twierdzącej („Zdecydowanie tak” – 21,7%). Nikt z respondentów nie wskazał na wyraźny brak skuteczności działań CIL jeśli chodzi o wywoływanie zmian w powiecie zawierciańskim. Jednakże 10% badanych wskazało na odpowiedź „trudno powiedzieć”. Rozkład odpowiedzi symbolizuje wykres nr 15.

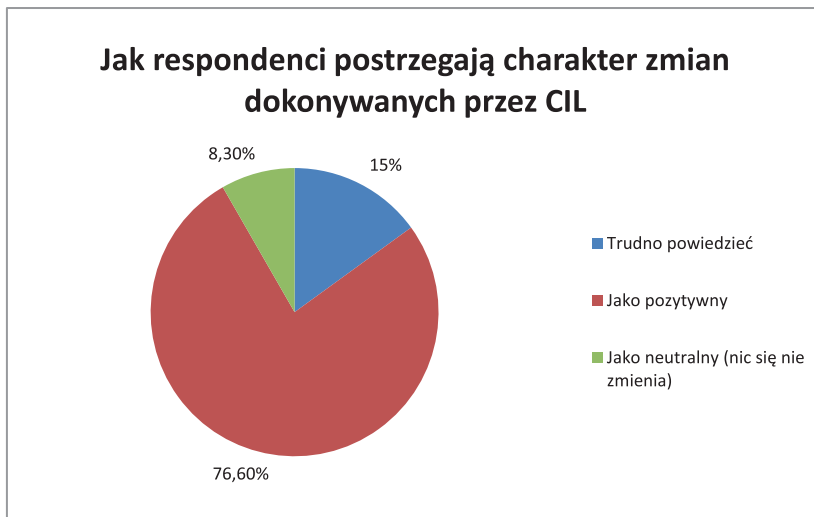


Wykres 15- Skuteczność działań CIL w odniesieniu do zmiany w powiecie zawierciańskim



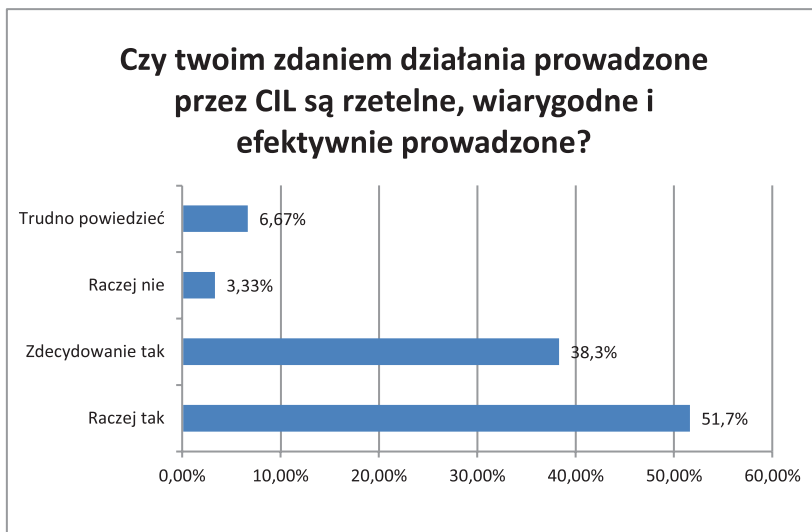
Charakter dokonywanych przez CIL zmian ma według respondentów wydźwięk pozytywny. Aż 76,7% wskazało na to, że zmiany wywoływane przez CIL mają pozytywny charakter, 8,3% wskazało na to, że są one neutralne, a 15% uważa, że „trudno powiedzieć” jaki charakter mają owe zmiany. Wskazuje to na widoczność i wymierność rezultatów działań realizowanych przez Centrum Inicjatyw Lokalnych. Odpowiedzi udzielone przez respondentów na niniejsze pytanie prezentuje wykres nr 16.

Wykres 16: Postrzeżenie przez respondentów charakteru zmian dokonywanych przez CIL



Odpowiedzi udzielone przez respondentów na pytanie nr 16 („Czy twoim zdaniem działania prowadzone przez CIL są rzetelne, wiarygodne i efektywnie prowadzone?”) potwierdzają pozytywny odbiór działań realizowanych przez Centrum Inicjatyw Lokalnych. Aż 51,7% badanych wskazuje na odpowiedź „raczej tak”, a 38,3% „zdecydowanie tak” (co daje łączną sumę 90% badanych pozytywnie nastawionych do działań CIL). Odmiennego zdania („raczej nie” jest 3,33% badanych), a odsetek osób niezdecydowanych to 6,67% („trudno powiedzieć”). Odpowiedzi udzielone na niniejsze pytanie zostały zobrazowane na wykresie nr 17.

Wykres 17: Rzetelność, wiarygodność i efektywność działań CIL



Respondenci argumentowali swoją opinię na temat stopnia rzetelności, wiarygodności i efektywności działań realizowanych przez CIL w następujący sposób: „Jesteście widoczni na każdym kroku”; „Wszystkie informacje na temat prowadzonych działań są dostępne na stronie internetowej i Facebook co oceniam pozytywnie.”; „Widzę efekty działań wśród znajomych”; „Efekty działań są widoczne w szkołach, na uniwersytetach trzeciego wieku.”; „Doceniam dobrą organizację i pomoc potrzebującym.”; „Sposób prowadzenia działań jest przejrzysty i ciekawy”; „Nie mam zastrzeżeń. szkolenia organizowane przez CIL były bardzo rozwijające i rzetelnie prowadzone”. Odwoływali się więc oni w swoich wypowiedziach do transparentności działań oraz do dobrego funkcjonowania wymiaru promocyjnego i informacyjnego Centrum Inicjatyw Lokalnych, a także do wymiernych korzyści jakie przynoszą działania CIL.

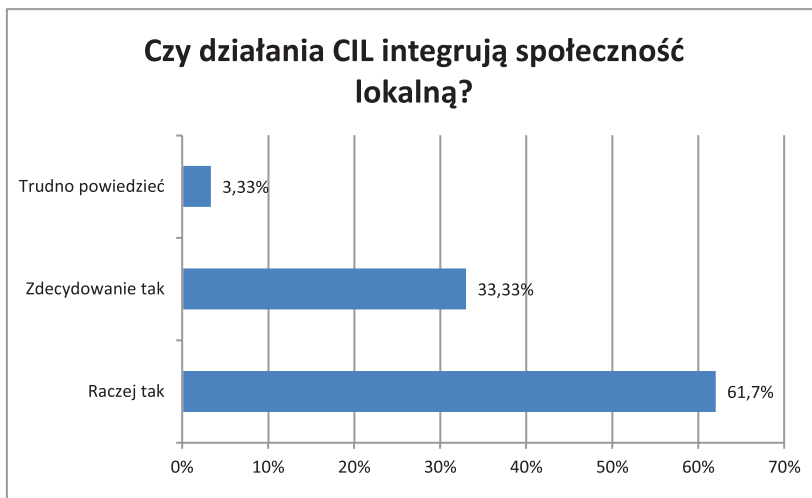
Wypowiedź, która wskazywała na niewystarczający stopień rzetelności, wiarygodności i efektywności działań CIL została uargumentowana w następujący sposób: „Moim zdaniem mało widoczne”.

Oznacza to, że respondenci wiążą rzetelność, wiarygodność oraz efektywność działań prowadzonych przez CIL z ich „widocznością”, obecnością w mediach społecznościowych, ale także z wpływem jaki wywołuje aktywność CIL na poszczególnych przedstawicieli lokalnej społeczności. Wspomniany zostaje tutaj ponownie wymiar korzyści jakie przynoszą działania CIL dla poszczególnych beneficjentów działań. Korzyści traktowane są tutaj jako miernik rzetelności, wiarygodności i efektywności.

Jak było to już wcześniej wspomniane, korzyści nie zawsze związane są z występowaniem materialnych rezultatów prowadzonych działań. Czasami beneficjenci działań CIL czerpią korzyści o charakterze niematerialnym, związanym np. z budowaniem poczucia tożsamości lokalnej i poczucia przynależności do wspólnoty lokalnej.

Badani respondenci wyrażają opinię o działaniach realizowanych przez CIL, jako zawierających potencjał integracyjny w odniesieniu do lokalnej społeczności. W odpowiedzi na pytanie nr 12 „Czy uważasz, że działania podejmowane przez CIL w powiecie zawierciańskim są ważne i potrzebne, aby lepiej zintegrować społeczność lokalną?” aż 61,7% wskazało na odpowiedź „raczej tak”, a 33,3% „zdecydowanie tak”. Jedynie 2 badanych (3,33%) nie chcieli się jednoznacznie wypowiadać w tej kwestii. Zależność tę przedstawia poniższy wykres. Uzyskane tu wyniki prezentuje wykres nr 18.

Wykres 18: „Czy uważasz, że działania podejmowane przez CIL w powiecie zawierciańskim są ważne i potrzebne, aby lepiej zintegrować społeczność lokalną?”



Respondenci, udzielając odpowiedzi na powyższe pytanie zostali poproszeni o uzasadnienie swojej decyzji. Odpowiadali wówczas w następujący sposób: „Ludzie korzystają na tego typu działaniach, poznają się.”; „Integrują seniorów i pomagają w edukacji”; „Szkolenia, Kongres Zdrowia Seniorów”; „Aktywizują społeczność lokalną”; „Szkolenia, festyny, kalendarz Dawne Zawiercie”; „Bo ludzie z różnych stron powinni się znać”; „ponieważ łączą pokolenia”; „intensyfikowanie kontaktów”; „Szczególnie ciekawe i potrzebne są działania edukacyjne dla młodych ludzi i seniorów”; „Ludzie się spotykają”; „W ostatnim czasie w związku z wojną takie organizacje przywracają wiarę w człowieka”; „Wszystkie działania inspirujące ludzi są ważne i potrzebne.”; „Rozwijają możliwości w naszym otoczeniu”; „Można się spotkać”; „Są ważne ponieważ angażują młodych ludzi do działania”; „Ludzie powinni znać się wzajemnie i poznawać własne środowisko”.

Respondenci potwierdzając integrującą funkcję działań realizowanych przez CIL argumentowali swoje decyzje czasem wymieniając konkretne działania CIL, takie jak „szkolenia”, wydarzenia skupiające lokalną społeczność „Kongres Zdrowia

Seniorów”, czy „festyny”, a czasem wskazywali na związane z tym potrzeby społeczne takie jak możliwość spotkania a także integrację międzypokoleniową. Respondenci wskazywali również na działania edukacyjne jako sprzyjające lokalnej integracji.

Niniejsza ankieta miała na celu również zbadanie stanu świadomości respondentów na temat programów CIL umożliwiających wpływanie na zmianę lokalnej rzeczywistości poprzez przekazanie 1% od swojego podatku dochodowego.

Na pytanie nr 13 „Czy wiesz, że istnieje możliwość przekazania 1% podatku dochodowego od osób fizycznych na rzecz CIL, które przeznaczane są na działania o charakterze społecznym/charytatywnym?” 80% badanych potwierdziło, że wie o takiej możliwości, a 20% respondentów o tym nie wiedziało.

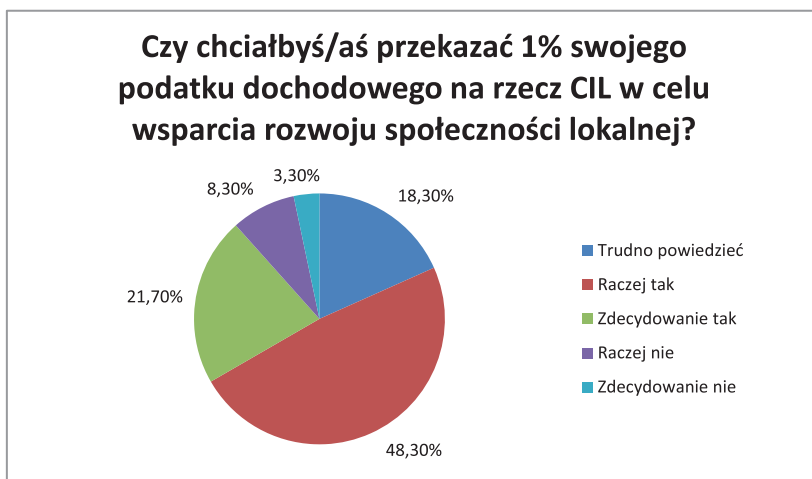
Wykres 19: Fakt posiadania wiedzy respondentów odnośnie możliwości przekazania 1% podatku na CIL



Z kolei na pytanie nr 14 „Czy chciałbyś/aś przekazać 1% swojego podatku dochodowego na rzecz CIL w celu wsparcia rozwoju społeczności lokalnej?” (zob. wykres 20) respondenci odpowiedzieli w następujący sposób: 48,3% „raczej

tak”, 21,7% „zdecydowanie tak”, 18,3% „trudno powiedzieć”, 8,3% „raczej nie”, 3,3% „zdecydowanie nie”. Można stąd wnioskować, że osoby, które wyraziły chęć przekazania swojego 1% na rzecz CIL są przekonane co do zasadności działań CIL, co wynika z odpowiedzi udzielonych na wcześniej analizowane pytania dotyczące oceny działań CIL. Z kolei osoby, które nie wyraziły chęci przekazania 1% podatku albo nie są przekonane do działań realizowanych przez CIL, albo też przekazują swój 1% podatku na inne organizacje. Do tej ostatniej grupy osób, które mogą być niezdecydowane jeśli chodzi o przekazanie 1% podatku na CIL, zaliczają się również osoby, które wskazały w swojej odpowiedzi opcję „trudno powiedzieć”. Świadczy o tym fakt, że w odpowiedziach udzielonych na pytania o ocenę działalność CIL taki odsetek badanych respondentów nie wyrażał negatywnych ocen. Jeśli już ktoś odnosił się negatywnie do realizowanych przez CIL działań, to odbywało się to w dużo mniejszej skali.

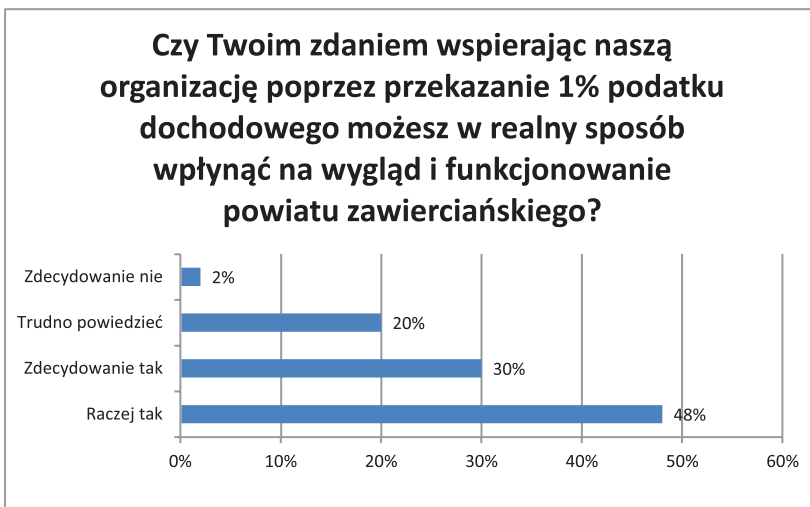
Wykres 20: Chęć przekazania przez respondentów 1% podatku na CIL



Na pytanie nr 15 „Czy Twoim zdaniem wspierając naszą organizację poprzez przekazanie 1% podatku dochodowego możesz w realny sposób wpłynąć na wygląd i funkcjonowanie powiatu zawierciańskiego?” respondenci udzielili odpowiedzi wskazujących na dużą sprawczość akcji związanych z przekazywaniem 1%.

Aż 48,3% badanych wskazało, że przekazanie 1% podatku dochodowego raczej wpływa na wygląd i funkcjonowanie powiatu zawierciańskiego („raczej tak”). Bardziej zdecydowanych w tym poglądzie było 30% ankietowanych („zdecydowanie tak”). Kolejną liczną grupą opinii była odpowiedź „trudno powiedzieć” (20%). Jedynie 1,7% badanych odpowiedziało, że przekazanie 1% podatku „zdecydowanie nie” ma wpływu na pozytywne zmiany w powiecie zawierciańskim. Wykres nr 21 przedstawia udzielone przez respondentów odpowiedzi.

Wykres 21: Postrzeganie sprawczości przekazywania 1% na CIL w odniesieniu do wywoływania zmian w powiecie zawierciańskim





## V. Wnioski

Jednym z wniosków, który nasuwa się w wyniku interpretacji niniejszych badań jest fakt, że najbardziej popularnymi działaniami CIL wśród odbiorców są te, które przynoszą pewne wymierne korzyści indywidualnym uczestnikom.

Największą popularnością wśród respondentów cieszyły się bowiem działania skierowane do mieszkańców lokalnej społeczności, których odbiorcami byli indywidualni beneficjenci, otrzymujący indywidualne korzyści z faktu uczestnictwa w tych działaniach, takie jak certyfikaty, zaświadczenia, kalendarze. Szczególnie wśród młodych odbiorców działań CIL (których wśród badanych respondentów było najwięcej) wszelkiego rodzaju szkolenia, warsztaty i wymiany młodzieżowe skutkują otrzymaniem certyfikatu uczestnictwa, pozwalającego na uatrakcyjnienie ich życiorysów przed wejściem na rynek pracy.

Dlatego też najpopularniejszymi działaniami CIL są zdaniem badanych działania skierowane do młodzieży, do seniorów i do osób z niepełnosprawnościami – innymi słowy, wszystkie te, w ramach których beneficjenci otrzymują wymierne korzyści.

O ile integracja lokalnej społeczności w postaci festynów jest również ważna dla respondentów, o tyle indywidualny wymiar rozwoju w wyniku szkolenia, albo domowy kalendarz z archiwalnymi zdjęciami ze swojego miasta może być postrzegany jako coś bardziej dla nich atrakcyjnego i przynoszącego im wymierne korzyści (nie tylko materialne, ale także związane z wymiarem swoistej lokalnej integracji właśnie – jak w przypadku kalendarza „Dawne Zawiercie”).

Oczekiwania lokalnej społeczności odnośnie działań realizowanych przez CIL w przyszłości odnoszą się w dużym stopniu do działań na rzecz młodzieży i seniorów, co można wiązać ze wskazanym wyżej czynnikiem korzyści dla beneficjentów, jakie przynosi uczestnictwo w tego typu aktywnościach.

Wśród oczekiwania badanych respondentów w odniesieniu do przyszłych działań CIL znajduje się również silna potrzeba integracji społecznej i międzyludzkiej, zarówno w formie festynów jak i zbiórek dla potrzebujących.

Respondenci postrzegają działania CIL jako wywołujące pozytywną zmianę w powiecie zawierciańskim. Przyznają oni, że działania CIL mają znaczenie m.in. właśnie w kwestii integracji lokalnej społeczności.

Preferowane media z których respondenci czerpią wiedzę o realizowanych przez CIL działaniach są związane z ich wiekiem. O ile młodszy badani chętniej czerpią wiedzę na temat realizowanych przez CIL działaniach z Internetu i mediów społecznościowych, o tyle starsi raczej z ulotek, prasy i za pośrednictwem poczty pantoflowej. Warto pamiętać o tym gdy decydujemy się na promocję danego działania. Gdy jest ono adresowane do określonej grupy odbiorców warto wziąć pod uwagę preferowany przez nich kanał komunikacji.

Rzetelność, wiarygodność i efektywność działań CIL wiązana jest przez respondentów z obecnością komunikatów informacyjnych i promocyjnych CIL w mediach oraz z transparentnością działań, a także odnoszona jest do wymiernych korzyści jakie przynoszą beneficjentom działania CIL.

Działania CIL można określić jako posiadające wymiar rozwojowy, integrujący i materialny. Różni odbiorcy, na różnym etapie życia oczekują od tego typu organizacji czegoś innego. Stąd też bierze się różnorodność opinii i popularności poszczególnych działań realizowanych przez Centrum Inicjatyw Lokalnych, pomimo, że każda z aktywności CIL zawiera w sobie pierwiastek każdego z tych wymiarów.

Tego typu badania pozwalają na zrozumienie głosu społeczności. Miarą rozwoju organizacji jest uwrażliwienie się na swoich odbiorców. Przeprowadzenie tego typu badań pozwala na uzyskanie od odbiorców naszych działań niezwykle cennej informacji zwrotnej, która może stać się podstawą naszego dalszego rozwoju.





*fot. Michałina Smaga*

**Piotr Jarosz** (1986 r.) - magister, absolwent socjologii na Politechnice Śląskiej w Gliwicach (specjalność: socjologia społeczności lokalnych), studia podyplomowe MBA (zarządzanie podmiotem ekonomii społecznej) w Wyższej Szkole Bankowej w Chorzowie. Od 2017 r. pracuje jako specjalista ds. zarządzania projektami oraz specjalista ds. kontaktów międzynarodowych. Współtworzył i współkoordynował m.in. projekty programu Erasmus+ z zakresu Edukacji dorosłych pn. „Aktywny cyber-senior” oraz „Mobilność kadry edukacyjnej środowisk senioralnych kluczem do aktywności seniorów” (2018/2019 r.). Prowadzi doradztwo dla szkół i organizacji pozarządowych w zakresie realizacji projektów z programu Erasmus+. Autor i prowadzący szkolenia z języka angielskiego dla osób z niepełnosprawnościami oraz dla seniorów. Autor opracowania pt. „Wdrożenie pracy zdalnej jako szansa na zwiększenie efektywności pracy w organizacji” (wyd. CIL, Zawiercie 2021 r.), będącego efektem przeprowadzonych przez autora badań, których celem było zdiagnozowanie sposobu funkcjonowania wymiaru interpersonalnego w różnego rodzaju polskich organizacjach, realizujących pracę w trybie zdalnym – w tym w organizacjach społecznych i podmiotach ekonomii społecznej (branża III sektora).