



PAŃSTWOWA WYŻSZA
SZKOŁA ZAWODOWA W NYSIE

Sprawozdanie z badania społecznej oceny

oddziaływania projektu transgranicznego CZ.3.22/2.2.00/08.00037

realizowanego w ramach

Programu Operacyjnego Współpracy Transgranicznej
Republika Czeska – Rzeczpospolita Polska 2007-2013

Odbudowa parku w Głucholazach i budowa parku w Jeseniku

22.2 Poprawa warunków rozwoju przedsiębiorczości i turystyki

22.2.2 Wspieranie rozwoju turystyki

Nysa, wrzesień 2013 r.

Spis treści

1. Opracowanie narzędzi badawczych.....	3
2. Wyniki – opis, analiza, interpretacja, wnioski.....	12
• Strona polska projektu.....	12
• Strona czeska projektu.....	38
• Porównanie oceny projektów w aspekcie transgranicznym...	56
3. Wnioski końcowe.....	61
4. Zalecenia.....	64
5. Załącznik.....	65
• Formularze kwestionariuszy ankietowych.....	65

1. Opracowanie narzędzi badawczych

Ankiety zostały przygotowane na podstawie wniosku o dofinansowanie realizacji projektu oraz założeń wypracowanych przez Najwyższą Izbę Kontroli. Opracowano narzędzie (**matryca analityczna**), służące do sformułowania pytań ankietowych, weryfikujących realizację celów deklarowanych we wniosku, efektu promocyjnego, celowości inwestycji i optymalizacji (prawnej, etycznej, ekonomicznej i organizacyjnej) jej realizacji. Matryca analityczna przekłada powyższe warunki na parametry ogólnopisowe, a te z kolei na parametry weryfikowalne empirycznie (będące składnikami parametrów opisowych), umożliwiające zgromadzenie danych (odpowiedzi respondentów). Drugim narzędziem, pozwalającym przyporządkować sumarycznie zgromadzonym danym wartości punktowe, a następnie kategorie opisowe (określające stopień realizacji poszczególnych celów), jest **matryca analityczno-interpretacyjna**. Przygotowano dwa rodzaje algorytmów dla matrycy analityczno-interpretacyjnej, zamieniających wartości procentowe na punktowe, zgodnie ze zmiennością kryteriów oceny poszczególnych parametrów. Odpowiednio: algorytm oznaczony grecką literą α odnosi się do pytań nr 1, 2, 4, 5, 6, 10, 12 i korelacji M2/5 i M2/6, algorytm oznaczony literą β jest związana z pytaniem 7, a algorytm oznaczona literą γ odnosi się do pytania nr 3 (zob. załącznik). Paralelnie, wobec algorytmów dla matrycy analityczno-interpretacyjnej, raport odwołuje się do analizy opisowo-wyjaśniającej (szczególnie w przypadku pytań 8, 9, 11). Algorytm δ przyporządkowuje wartościom punktowym końcową ocenę punktową i ocenę jakościową.

a) Analiza wniosku

Cele:

- wzmacnianie konkurencyjności/rozwój potencjału ekonomicznego (rekreacyjnego),
- odnawianie tradycji kulturalnej w zakresie hydroterapii (krioterapii),
- rozwój bogactwa turystycznego,
- rozwój turystyki na pograniczu polsko-czeskim (zwiększenie ilości odwiedzających),
- poprawa warunków turystyki i rekreacji,
- ożywienie transgranicznego ruchu turystycznego w kontekście wykorzystania walorów rekreacyjnych i terapeutycznych.

Cele operacyjne:

- budowa i rozbudowa parku,
- promocja walorów rekreacyjnych i terapeutycznych.

Grupy docelowe:

- mieszkańcy pogranicza,
- goście uzdrowisk,

- turyści krajowi i zagraniczni.

Promocja:

- tablice,
- strony internetowe,
- ulotki, broszury.

b) opracowanie matrycy analitycznej

Cele	Cele operacyjne	Parametry ogólne (opisowe)	Parametry mierzalne	Numer pytania
Jakość inwestycji	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik)	Jakość inwestycji	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	1
			Skala poprawy jakości	1
Odnawianie tradycji w zakresie hydroterapii	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Efekt promocyjny w zakresie hydroterapii	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	1
			Korzystanie z hydroterapii	3
Wzmacnianie konkurencyjności Rozwój potencjału ekonomicznego (rekreacyjnego)	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Atrakcyjność turystyczna (kontekst funkcjonalno-społeczny)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	2 P
			Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	4
			Beneficjenci	5
			Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a	M2/5

			Beneficjenci	
			Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a zasadność inwestycji	M2/6
			Zasadność inwestycji	6
Poprawa warunków turystyki i rekreacji Rozszerzenie potencjału rekreacyjnego i terapeutycznego/ Rozwój bogactwa turystycznego	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Atrakcyjność turystyczna i rekreacyjna (kontekst infrastruktury)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	2
			Skala zwiększenia częstotliwości/ skala zwiększenia ilości odwiedzających	2
			Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	1
			Skala poprawy walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	1
			Beneficjenci	5
			Zasadność inwestycji	6
			Zasadność inwestycji a miejsce zamieszkania	6/M1
Ożywienie transgranicznego ruchu turystycznego w kontekście wykorzystania walorów hydroterapii	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Efekt transgraniczny	Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	5
			Korzystanie z hydroterapii	3

Wiedza o projekcie, źródłach finansowania	Tablice, strony internetowe, ulotki, broszury	Efekt promocyjny	Zasięg kanałów promocyjnych	M1/11
			Wiedza dotycząca źródła finansowania	10
			Znajomość nazwy programu	12
Dobro publiczne	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Odpowiedni dobór celów inwestycyjnych (odpowiednie wydatkowanie środków ze względu na cel)/ optymalizacja celów	Zasadność inwestycji	6
			Skala zasadności	6
			Beneficjenci	5
		Praworządność i racjonalność (optymalizacja środków)	Uczciwość i rzetelność	7
			Rodzaje i przykłady nieprawidłowości	8
			Beneficjenci	5

c) przygotowanie kwestionariusza ankietowego

Ankieta składa się z czterech grup pytań:

- pytania sprawdzające zakres realizacji celów sformułowanych we wniosku oraz oddziaływanie projektu na grupy docelowe (1-5),
- pytania określające zasadność inwestycji, rzetelność i uczciwość jej wykonania (6-9),
- pytania weryfikujące wiedzę na temat inwestycji (10-12),
- pytania ustalające podstawowe dane (miejsce zamieszkania i status społeczno-zawodowy), dotyczące ankietowanych (metryczka)

oraz części wprowadzającej, posiadającej charakter informacyjno-instruktażowy.

d) opracowanie algorytmów dla matryc analityczno-interpretacyjnych

Założenia, w oparciu o które przygotowano matrycę analityczno-interpretacyjną:

- w odpowiedziach wyróżniono podpunkty związane z pozytywną (dodatnią) wartością zmiany generowanej przez inwestycję, wartością zerową i wartością negatywną (ujemną),
- społecznej ocenie efektu inwestycji (pozytywnej wartości) przypisano wartość od 0,01-100%,
- w wartość procentową wprowadzono 4 przedziały: w algorytmie α 0,01-25%, 25,01-50%, 50,01-75%, 75,01-100%, w matrycy γ 0,01-10%, 10,01-20%, 20,01-30%, 30,01-100%, które powiązano z przedziałami wartości punktowej: 0,4-2, 2,4-4, 4,4-6, 6,4-8 oraz kategoriami opisowymi: mała/niska, przeciętna, duża/dobra, bardzo duża/bardzo dobra. W algorytmie β części od 0,01% do 50% nadano charakterystykę ujemną, a części od 50,01% do 100% nadano charakterystykę dodatnią. W części ujemnej najniższą wartością jest -8, a najwyższą -0,8; w części dodatniej najniższą wartością jest 0,8, a najwyższą 8; algorytmie γ 4 przedziały posiadają następujący układ – od 0,01 do 10%, od 10,01 do 20%, od 20,01 do 30% oraz od 30,01% do 100% .
- każdemu z parametrów przypisano taką samą wagę w zakresie spełniania celu,
- na podstawie matryc dokonano oceny każdego ze składników poszczególnych celów, agregacji składników i oceny celów, a także oceny całości projektu.

Algorytm (α) interpretacji wartości procentowych

Wartość procentowa	Kategoria	Wartość punktowa	
$x \leq 25\%$	mała/niska	0,01-5%	0,4
		5,01%-10%	0,8
		10,01%-15%	1,2
		15,01%-20%	1,6
		20,01%-25%	2
$25\% < x \leq 50\%$	przeciętna	25,01%-30%	2,4
		30,01%-35%	2,8
		35,01%-40%	3,2
		40,01%-45%	3,6
		45,01%-50%	4
$50\% < x \leq 75\%$	duża/dobra	50,01%-55%	4,4
		55,01%-60%	4,8
		60,01%-65%	5,2
		65,01%-70%	5,6
		70,01%-75%	6
$x > 75\%$	bardzo duża/bardzo dobra	75,01%-80%	6,4
		80,01%-85%	6,8
		85,01%-90%	7,2
		90,01%-95%	7,6
		95,01%-100%	8

Algorytm (γ) interpretacji wartości procentowych

Wartość procentowa	Kategoria	Wartość punktowa	
$x \leq 10\%$	mała(y)	0,01-2%	0,4
	mała(y)	2,01%-4%	0,8
	mała(y)	4,01%-6%	1,2
	mała(y)	6,01%-8%	1,6
	mała(y)	8,01%-10%	2
$10\% < x \leq 20\%$	przeciętna	10,01%-12%	2,4
	przeciętna	12,01%-14%	2,8
	przeciętna(y)	14,01-16%	3,2
	przeciętna(y)	16,01%-18%	3,6
	przeciętna(y)	18,01%-20%	4
$20\% < x \leq 30\%$	duża(y)	20,01%-22%	4,4
	duża(y)	22,01%-24%	4,8
	duża(y)	24,01%-26%	5,2
	duża(y)	26,01%-28%	5,6
	duża(y)	28,01%-30%	6
$x > 30\%$	bardzo duża(y)	30,01%-44%	6,4
	bardzo duża(y)	44,1%-58%	6,8
	bardzo duża(y)	58,01%-72%	7,2
	bardzo duża(y)	72,01%-86%	7,6
	bardzo duża(y)	86,01%-100%	8

Algorytm (β) interpretacji wartości procentowych

Wartość procentowa	Kategoria	Wartość punktowa	
$x \leq 25\%$	bardzo mała	0,01-5%	- 8
	bardzo mała	5,01%-10%	- 7,2
	bardzo mała	10,01%-15%	- 6,4
	bardzo mała	15,01%-20%	-5,6
	bardzo mała	20,01%-25%	- 4,8
$25\% < x \leq 50\%$	mała	25,01%-30%	- 4
	mała	30,01%-35%	-3,2
	mała	35,01-40%	-2,4
	mała	40,01%-45%	-1,6
	mała	45,01%-50%	-0,8
$50\% < x \leq 75\%$	przeciętna	50,01%-55%	0,8
	przeciętna	55,01%-60%	1,6
	przeciętna	60,01%-65%	2,4
	duża	65,01%-70%	3,2
	duża	70,01%-75%	4
$x > 75\%$	duża	75,01%-80%	4,8
	bardzo duża	80,01%-85%	5,6
	bardzo duża	85,01%-90%	6,4
	bardzo duża	90,01%-95%	7,2
	bardzo duża	95,01%-100%	8

Algorytm (δ) przypisujący sumarycznym wartościom punktowym końcową wartość punktową oraz ocenę opisową

Wartość punktowa	Końcowa wartość punktowa	Ocena
0,01-2	0,1-2	niska
2,01-4	2,1-4	przeciętna
4,01-6	4,1-6	dobra
6,01-8	6,1-8	bardzo dobra

Proces gromadzenia danych

Ankietyzację przeprowadzono w dniach 29 i 30 lipca 2013 r. na terenie Głucholaz i Jesenika. Trzy ankieterki, studentki Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Nysie, informowały ankietowanych o celu badania i sposobie wypełniania ankiety, prosiły o wypełnienie ankiet, następnie po ok. 30 min. zbierały ankiety. Łącznie zebrano 177 ankiet na terenie Głucholaz i 203 ankiety na terenie Jesenika.

Zespół uczestniczący w przygotowaniu badań, gromadzeniu, agregowaniu i przetwarzaniu danych oraz analizie danych:

Doc. dr Tomasz Drewniak (Kierownik Studium Nauk Podstawowych PWSZ w Nysie) –

przygotowanie modelu badań, wzorców ankiet, koordynacja badań, opracowanie techniki agregacji danych, analiza i interpretacja danych,

Julia Badacz (studentka kierunku *zarządzanie inżynierią produkcji*) – ankietyzacja, agregacja danych, koordynacja ankietyzacji,

Sylwia Dudzic (studentka kierunku *zarządzanie inżynierią produkcji*) – ankietyzacja, agregacja danych, komputerowe przetwarzanie danych,

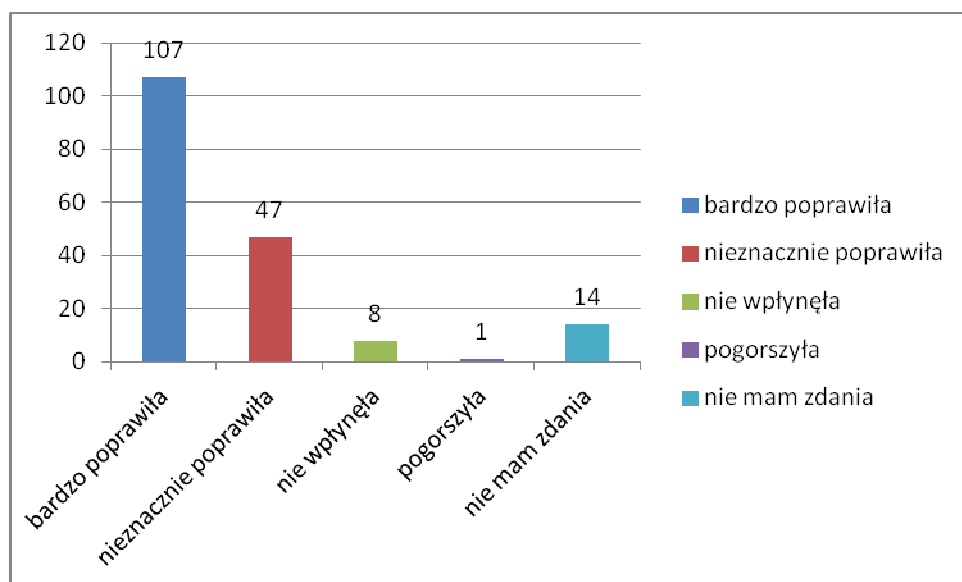
Katarzyna Strauchmann (studentka kierunku *filologia angielska*) – ankietyzacja, agregacja danych.

2. Wyniki – opis, analiza, interpretacja, wnioski

Strona polska

1. Jak rewaloryzacja Parku Zdrojowego w Głuchołazach wpłynęła na jego walory rekreacyjne, lecznicze i estetyczne?

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
bardzo poprawiła	107	60,5%
nieznacznie poprawiła	47	26,5%
nie wpłynęła	8	4,5%
pogorszyła	1	0,5%
nie mam zdania	14	8%

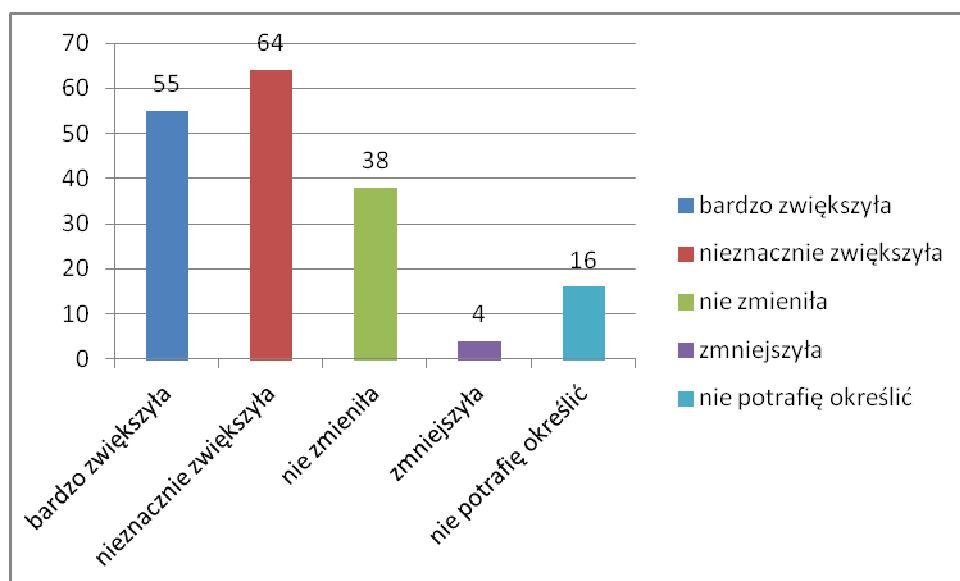


60,5% ankietowanych uważa, że rewaloryzacja Parku Zdrojowego w Głuchołazach w znacznym stopniu poprawiła jego walory **rekreacyjne, lecznicze i estetyczne**. 26,5% dostrzega nieznaczną poprawę. Zdaniem 4,5% ankietowanych remont nie zmienił stanu Parku Zdrojowego w Głuchołazach. 0,5% wskazuje na negatywny wpływ rewaloryzacji na stan Parku Zdrojowego w Głuchołazach, a 8% nie ma zdania w tej kwestii.

Wniosek: Ogółem poprawę stanu (widoczność zmiany stanu technicznego) Parku Zdrojowego w Głuchołazach dostrzega łącznie 87% ankietowanych, co – zgodnie z przyjętą metodą interpretacji – oznacza **bardzo dobrą ocenę jakości inwestycji**. Skala zmiany jakości, tj. stosunek procentowy osób zauważających znaczną poprawę do osób wskazujących na nieznaczną poprawę wynosi 69,5% do 30,5% (**duży stopień poprawy jakości – realizacji jakości maksymalnej**). Wartość bezwzględna zmiany jakości wynosi 86,5%.

2. Jak rewaloryzacja Parku Zdrojowego w Głuchołazach wpłynęła na częstotliwość korzystania przez Panią/Pana z części zdrojowej Głuchołaz?

Odpowiedź	Ilość osób	Wartość procentowa
bardzo zwiększyła	55	31%
nieznacznie zwiększyła	64	36%
nie zmieniła	38	21,5%
zmniejszyła	4	2,5%
nie potrafię określić	16	9%

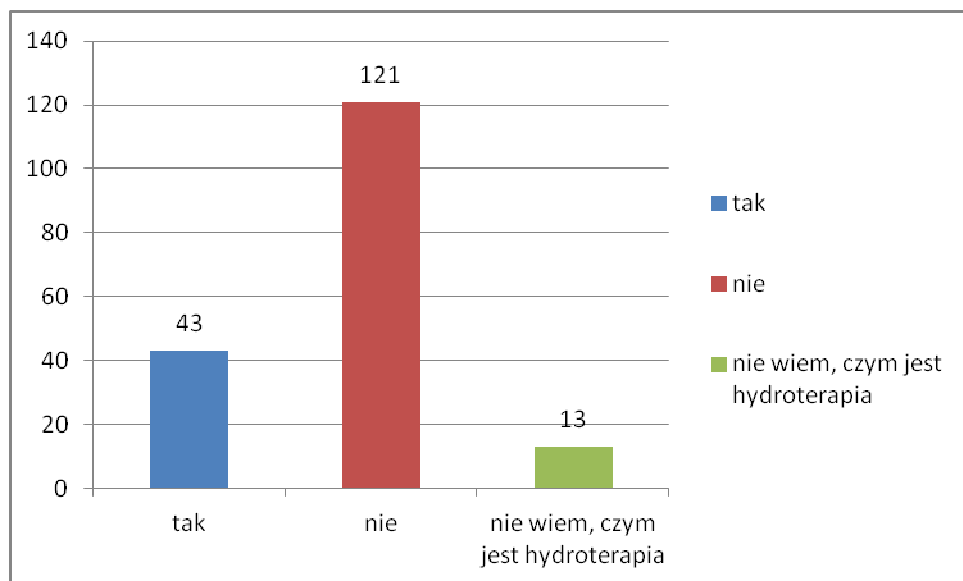


31% ankietowanych znacznie częściej korzysta z Parku Zdrojowego w Głuchołazach niż przed jego rewaloryzacją. U 36% ankietowanych nastąpił nieznaczny przyrost częstotliwości. U 21,5% ankietowanych remont Parku Zdrojowego w Głuchołazach nie wpłynął na częstotliwość korzystania z części zdrojowej Głuchołaz. 2,5% korzysta z części zdrojowej Głuchołaz rzadziej niż przed remontem Parku Zdrojowego, a 9% nie jest w stanie określić wpływu rewaloryzacji parku na częstotliwość korzystania z części zdrojowej Głuchołaz.

Wniosek: U 67% ankietowanych, rewaloryzacja Parku Zdrojowego wpłynęła na zwiększenie częstotliwości korzystania z części zdrojowej Głuchołaz, z czego u 45% nastąpił znaczny wzrost częstotliwości, a u 55% nieznaczny. Wzrost częstotliwości należy – zgodnie z przyjętymi kryteriami – ocenić jako dobry (wysoki).

3. Czy korzysta Pani/Pan z hydroterapii?

Odpowiedź	Ilość osób	Wartość procentowa
tak	43	24%
nie	121	68,5%
nie wiem, czym jest hydroterapia	13	7,5%

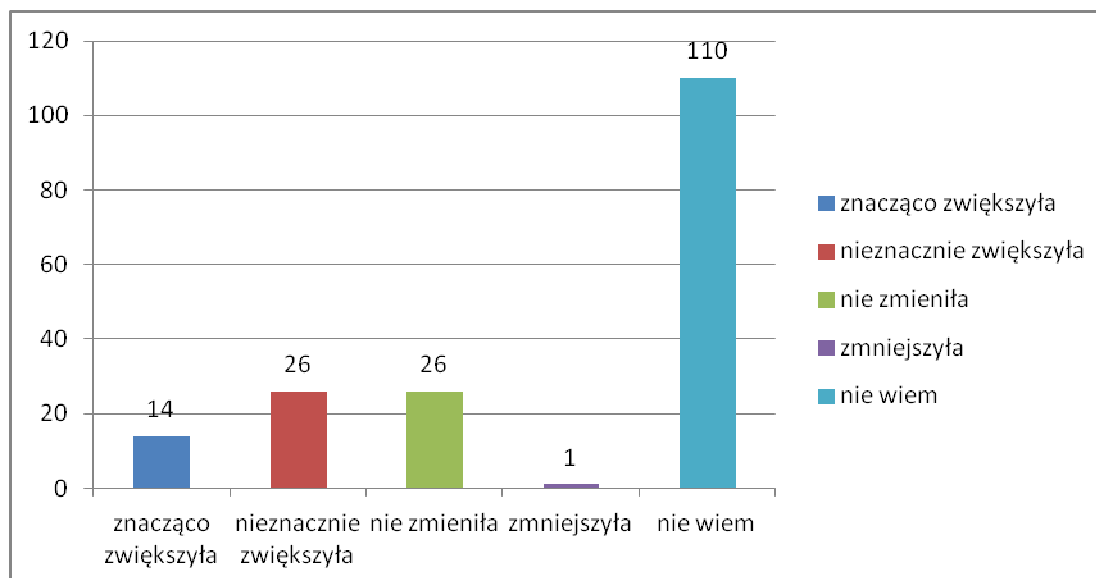


26% ankietowanych korzysta z hydroterapii, 68,5% nie stosuje wodolecznictwa, a 7,5% nie wie, czym jest hydroterapia.

Wniosek: Zgodnie przyjętymi kryteriami, poziom korzystania z hydroterapii należy określić jako dobry.

4. Jak na ilość turystów z Czech wpłynęła rewaloryzacja Parku Zdrojowego?

Odpowiedź	Ilość osób	Wartość procentowa
znacząco zwiększyła	14	8%
nieznacznie zwiększyła	26	14,6%
nie zmieniła	26	14,6%
zmniejszyła	1	0,6%
nie potrafię określić	110	62,2%

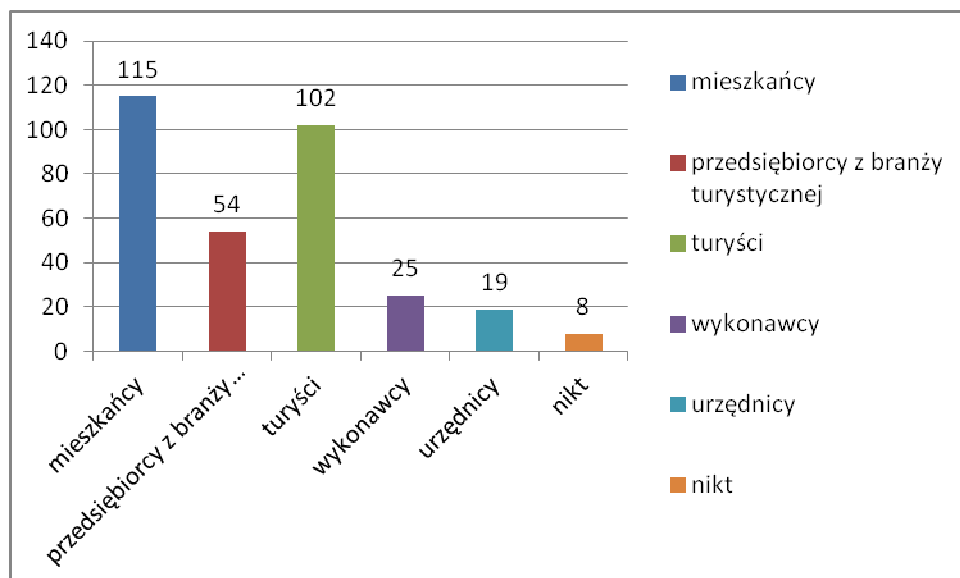


8% respondentów wiąże rewaloryzację Parku Zdrojowego ze znacznym zwiększeniem ilości turystów z Czech. Według 14,6% ankietowanych ilość turystów zwiększyła się nieznacznie. 14,6% nie dostrzega wpływu rewaloryzacji Parku Zdrojowego w Głuchołazach na ilość turystów z Czech. 0,6% uważa, że jest to wpływ negatywny, a 62,2% nie wyraża w tej kwestii określonej opinii.

Wniosek: rewaloryzacja Parku Zdrojowego w Głuchołazach tylko w niewielkiej mierze (22,6%) wpłynęła na zwiększenie liczby turystów z Czech.

5.Kto skorzystał na rewaloryzacji Parku Zdrojowego?

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
mieszkańcy	115	35,6%
przedsiębiorcy z branży turystycznej	54	16,7%
turyści	102	31,6%
wykonawcy	25	7,7%
urzednicy	19	5,9%
nikt	8	2,5%

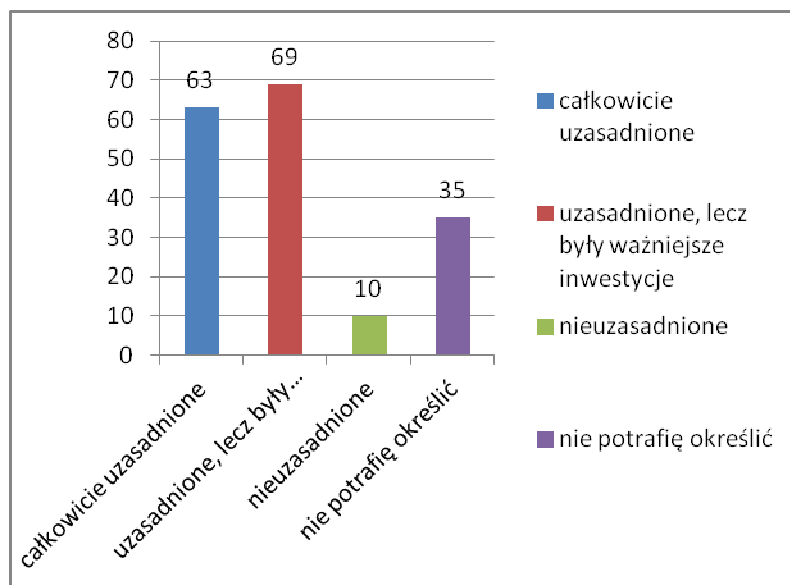


Odpowiedzi wskazujące na beneficjentów rewaloryzacji Parku Zdrojowego w Głuchołazach rozkładają się następująco: 35,6% - mieszkańcy, 16,7% - przedsiębiorcy z branży turystycznej, 31,6% - turyści, 7,7% - wykonawcy, 5,9% - urzędnicy i 2,5% - nikt.

Wniosek: Suma procentowa grup docelowych projektu (mieszkańcy, przedsiębiorcy/rolnicy, turyści) wynosi 83,9%. Oznacza to bardzo wysoki poziom oddziaływania projektu na grupy docelowe. Najważniejszymi grupami docelowymi są mieszkańcy i turyści.

6.Czy wydatkowanie pieniędzy publicznych na rewaloryzację Parku Zdrojowego było:

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
całkowicie uzasadnione	63	35,5%
uzasadnione, lecz były ważniejsze inwestycje	69	39%
nieuzasadnione	10	5,5%
nie potrafię określić	35	20%

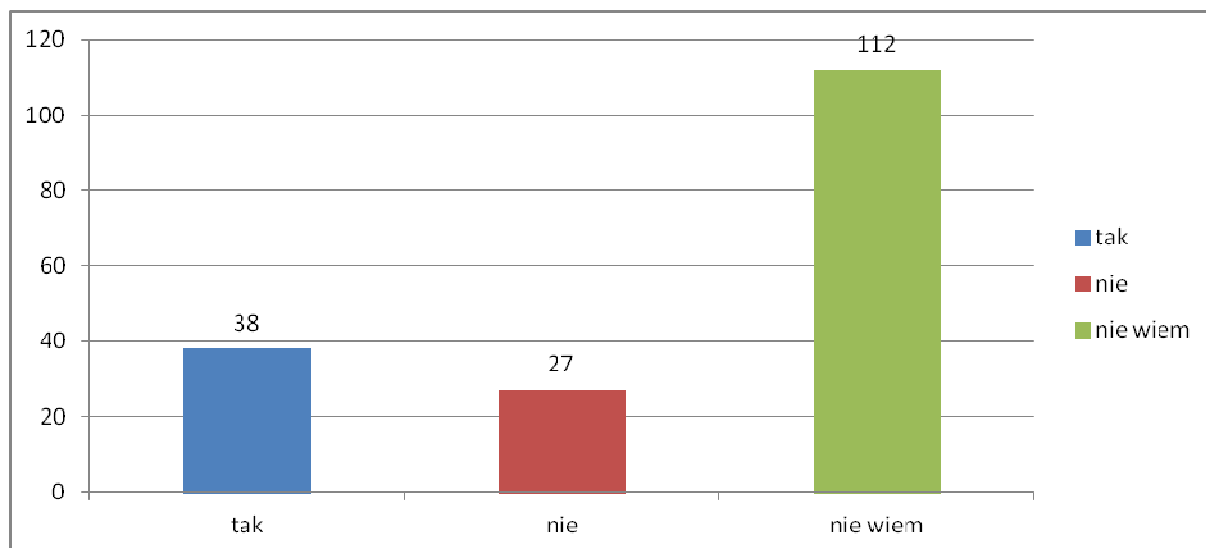


Na całkowitą zasadność inwestycji wskazuje 35,5% ankietowanych. 39% uważa rewaloryzację Parku Zdrojowego za uzasadnioną, ale jednocześnie zaznacza, iż zasadność ta posiada charakter warunkowy – najpierw należało zrealizować inwestycje ważniejsze ze względu na dobro (potrzeby) społeczności lokalnej. 5,5% ankietowanych sądzi, że rewaloryzacja była nieuzasadniona. 20% nie zajmuje stanowiska w kwestii zasadności inwestycji.

Wniosek: Większość ankietowanych (74,5%) uważa, że rewaloryzacja Parku Zdrojowego została należycie zidentyfikowana. Zarazem 39% uważa, że w hierarchii potrzeb społeczności lokalnej istnieją (istniały) cele ważniejsze niż powyższa inwestycja. Jeżeli przyjrzymy się skali zasadności (stosunkowi procentowemu zasadności całkowitej do warunkowej), to całkowita zasadność inwestycji wynosi 47%, a zasadność warunkowa 53%. W opiniach ankietowanych zaznacza się przewagę przekonania o warunkowym charakterze inwestycji.

7.Czy inwestycja w Parku Zdrojowym była realizowana rzetelnie i uczciwie?

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
tak	38	21,5% (58,5%)
nie	27	15,5% (41,5%)
nie wiem	112	63%

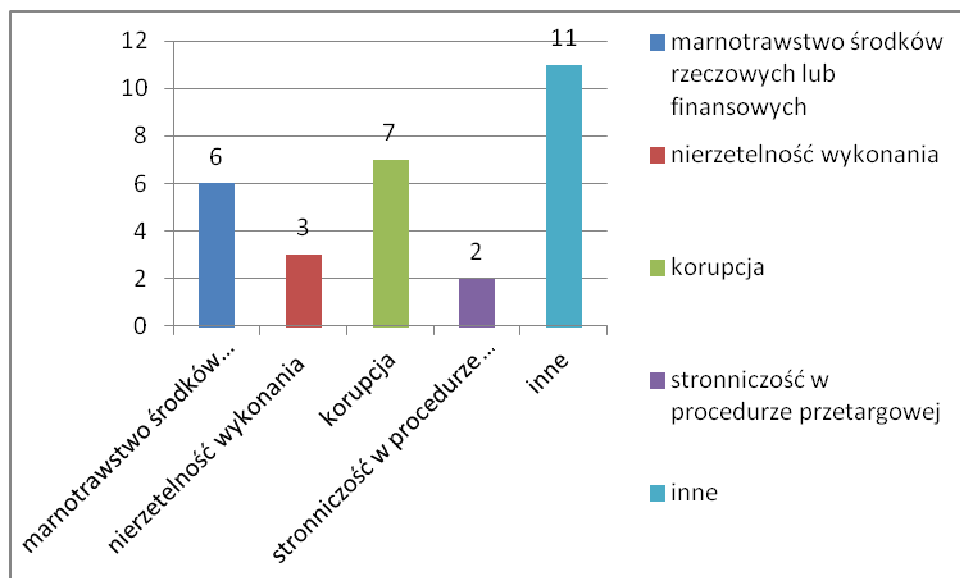


W powyższym pytaniu odpowiedzi „nie wiem” nadano znaczenie selektywne – tj. pozwalające wyodrębnić osoby, które nie potrafią udzielić jednoznacznej odpowiedzi, dlatego odpowiedzi „tak” i „nie” sumowane są do 100%. Konsekwentnie: 58,5% zajmujących stanowisko w kwestii rzetelności i uczciwości rewaloryzacji Parku Zdrojowego uważa, że była ona realizowana rzetelnie i uczciwie, a 41,5% wskazuje na występowanie nieprawidłowości podczas realizacji remontu.

W ankietach wskazano na nieprawidłowości w trakcie realizacji inwestycji (29 wskazań):

8. Jakie rodzaje nieprawidłowości miały miejsce podczas realizacji inwestycji?

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
marnotrawstwo środków rzeczowych lub finansowych	6	20,5%
nierzetelność wykonania	3	10,5%
korupcja	7	24%
stronniczość w procedurze przetargowej	2	7%
inne	11	38%



Wśród określonych w ankiecie rodzajów nieprawidłowości dominują korupcja (24%) i marnotrawstwo środków rzeczowych i finansowych (20,5%), za nimi sytuuje się nierzetelność wykonania (10,5%). 38% wskazań dotyczyło „innych” rodzajów nieprawidłowości, aniżeli określone w ankiecie. 7% wskazań odnosiło się do naruszenia zasady bezstronności w procedurze przetargowej.

Ankietowani mogli przedstawić opis nieprawidłowości (pyt.9), które prezentuje poniższe zestawienie:

1. dzierżawa parku,
2. sprzedaż muszli i hotelu,
3. zbyt długi czas realizacji inwestycji,
4. zdewastowane kąpielisko,
5. niezadbane domki,
6. kradzież materiałów budowlanych,
7. zmiana miejsca (lokalizacji – T.D.) basenu.

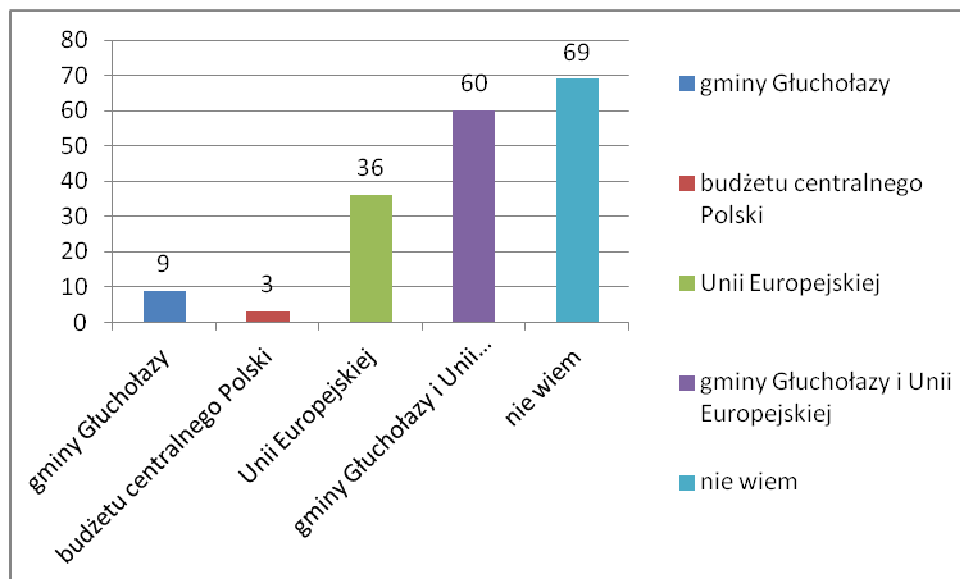
Wniosek (pkt.7,8,9): Przykłady nieprawidłowości można podzielić na dotyczące:

- procesu realizacji inwestycji (3, 6),
- oczekiwań mieszkańców co do optymalizacji zakresu inwestycji (4, 5, 7),
- niejasności statusu prawnego terenu inwestycji i jego otoczenia (1, 2).

Ankietowani (wskazujący na rodzaje i przykłady nieprawidłowości) oceniają, iż remont Parku Zdrojowego w Głuchołazach mógłby być zrealizowany w sposób bardziej optymalny pod względem dostosowania procesu realizacji inwestycji do potrzeb mieszkańców, gdyby w odpowiedni sposób zagospodarowano miejsce i jego otoczenie oraz gdyby lepiej wykorzystano zasoby rzeczowe i finansowe. Wobec niejasności związanych z kwestią własności Parku Zdrojowego, część ankietowanych jest przekonana, że właścicielem Parku nie jest Gmina Głuchołazy i że pieniądze publiczne wydatkowane są na rzecz (hipotetycznego?) właściciela.

10.Z jakich środków była finansowana rewaloryzacja Parku Zdrojowego?

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
gminy Głucholązy	9	5%
budżetu centralnego Polski	3	1,5%
Unii Europejskiej	36	20,5%
gminy Głucholązy i Unii Europejskiej	60	34%
nie wiem	69	39%



Ankietowani wskazują następujące źródła pochodzenia środków finansujących realizację inwestycji:

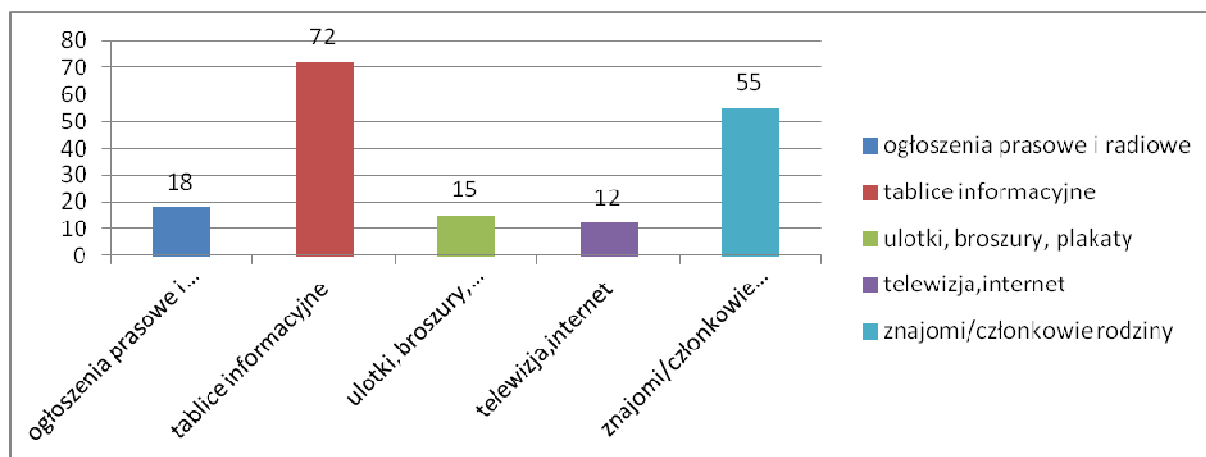
gmina Głucholązy (5%), budżet centralny Polski (1,5%), Unia Europejska (20,5%), gmina Głucholązy i Unia Europejska (34%). 39% ankietowanych deklaruje brak wiedzy w zakresie źródeł finansowania remontu.

Tylko 34% ankietowanych udzieliło odpowiedzi prawidłowej, choć zarazem 20,5% wskazało na finansowanie pochodzące z Unii Europejskiej, a 5% na wyłączenie korzystanie z zasobów lokalnych. 25,5% badanych udzieliło odpowiedzi charakteryzującej się częściową adekwatnością.

Czynnikiem wpływającym na poziom wiedzy o źródłach finansowania projektu jest promocja, która wykorzystuje różnicowanie kanałów informacyjnych.

11.Z jakich źródeł pochodzą Pani/Pana informacje na temat finansowania rewaloryzacji Parku Zdrojowego?

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
ogłoszenia prasowe i radiowe	18	10,5%
tablice informacyjne	72	42%
ulotki, broszury, plakaty	15	8,5%
telewizja, internet	12	7%
znajomi/członkowie rodziny	55	32%

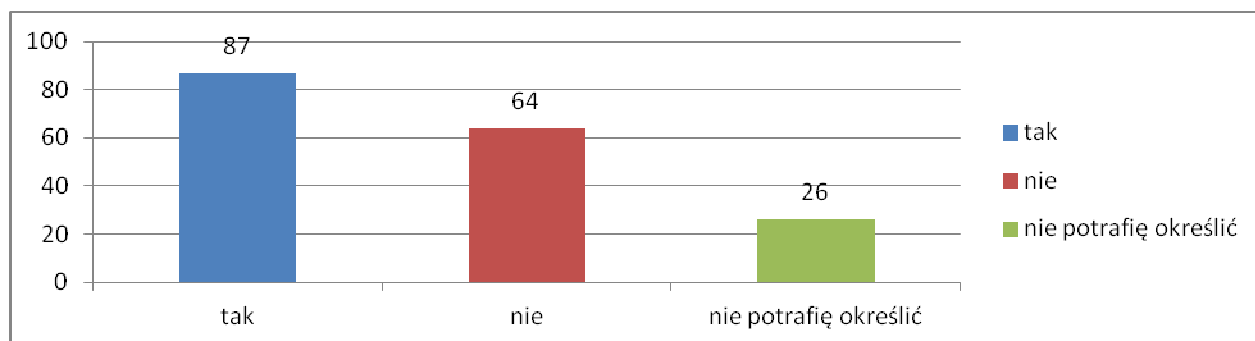


Kanałem informacyjnym, charakteryzującym się największą widocznością są tablice informacyjne – 42% odpowiedzi wskazało właśnie na nie. 32% odpowiedzi wskazuje na znajomych i członków rodziny. Na zbliżonym poziomie sytuuje się odsetek wskazań związanych z ogłoszeniami prasowymi i radiowymi, ulotkami oraz telewizją i internetem (odpowiednio: 10,5%, 8,5% i 7%).

Wniosek: wiedza o projekcie jest skorelowana ze stycznością przestrzenną i funkcjonalną z Parkiem Zdrojowym oraz z interakcjami społecznymi (łącznie 74%).

12. Czy zetknęła/zetknął się Pani/Pan z nazwą Program Operacyjny Współpracy Transgranicznej Republika Czeska-Rzeczpospolita Polska 2007-2013?

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
tak	87	49%
nie	64	36%
nie potrafię określić	26	15%

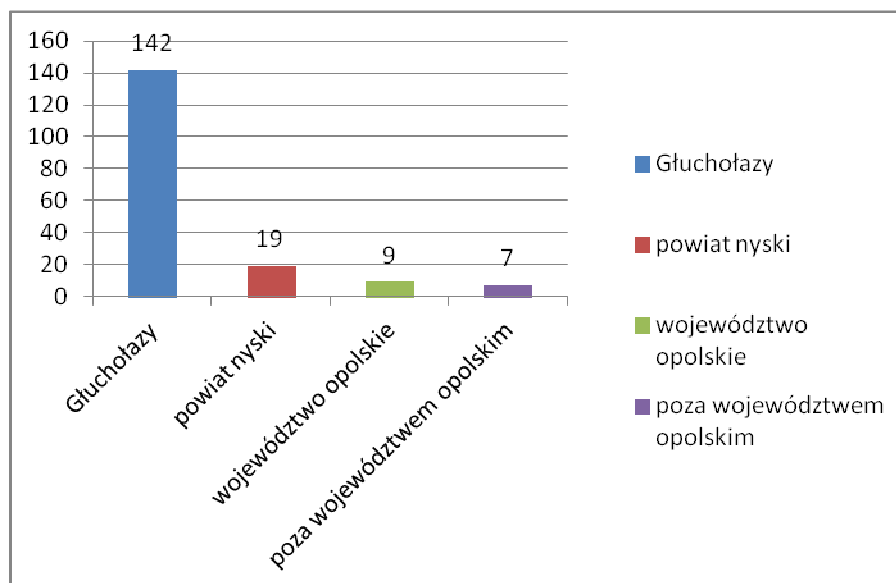


49% ankietowanych zetknęło się z nazwą *Program Operacyjny Współpracy Transgranicznej 2007-2013*, 36% wskazuje, że nigdy nie spotkało się z tą nazwą, a 15% ankietowanych nie jest w stanie zająć jednoznacznego stanowiska. Rozpoznawalność nazwy sytuuje się na poziomie przeciętnym (bliskim dobrego).

Dane ankietowanych

1. Miejsce zamieszkania

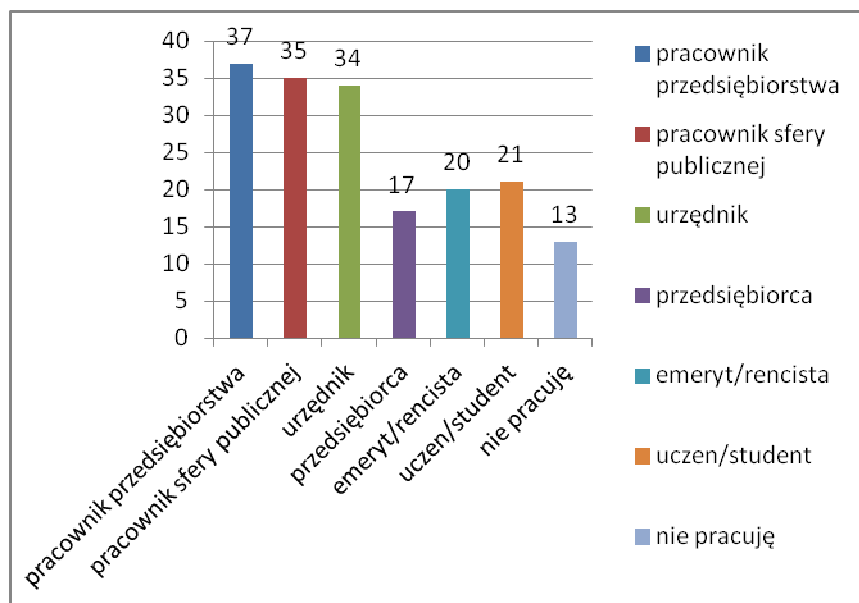
Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
Głucholazy	142	80%
powiat nyski	19	11%
województwo opolskie	9	5%
poza województwem opolskim	7	4%



80% ankietowanych mieszka w Głucholazach, 11% na terenie powiatu nyskiego, 5% w województwie opolskim, a 4 % poza województwem opolskim. Większość ankietowanych pozostaje w bezpośredniej styczności przestrzennej (społecznej) z Parkiem Zdrojowym w Głucholazach.

2. Status zawodowy

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
pracownik przedsiębiorstwa	37	21%
pracownik sfery publicznej	35	19,5%
urzędnik	34	19,5%
przedsiębiorca	17	9,5%
emeryt/rencista	20	11%
uczeń/student	21	12%
nie pracuję	13	7,5%



Charakterystyka zróżnicowania zawodowego ankietowanych: pracownicy przedsiębiorstwa – 21%, pracownicy sfery publicznej – 19,5%, urzędnicy – 19,5%, przedsiębiorcy – 9,5%, emeryci/renciści – 11%, uczniowie/studenci – 12%, niepracujący – 7,5%.

Korelacje danych

1. Miejsce zamieszkania a zwiększenie częstotliwości korzystania z Parku Zdrojowego

	Głucholazy	powiat nyski	województwo opolskie	poza województwem opolskim
Znacząco zwiększyła	39	8	4	3
Nieznacznie zwiększyła	55	3	2	3
Nie zmieniła	33	4	1	1
Zmniejszyła	5	0	0	0
Nie potrafię określić	10	4	2	0
Wzrost częstotliwości	66%	58%	67%	86%

Rozkład wzrostu częstotliwości korzystania z Parku Zdrojowego w Głucholazach w zestawieniu z miejscem zamieszkania przedstawia się następująco: największy odsetek wzrostu częstotliwości ma miejsce u osób mieszkających poza województwem opolskim (86%) i u osób mieszkających w województwie opolskim, ale poza powiatem nyskim (67%). 66% mieszkańców Głucholaz częściej korzysta z części zdrojowej miasta niż przed remontem Parku Zdrojowego. Taka sama zależność zachodzi u 58% mieszkańców powiatu nyskiego.

Wniosek: rewaloryzacja Parku Zdrojowego nie tylko zwiększyła atrakcyjność turystyczną Głuchołaz, ale wpłynęła pozytywnie na jakość życia mieszkańców miasta (poprawiła warunki codziennej rekreacji mieszkańców Głuchołaz). Park można traktować jako najważniejszą atrakcję turystyczno-rekreacyjną części zdrojowej Głuchołaz.

2. Miejsce zamieszkania a beneficjenci

	Głuchołazy	powiat nyski	województwo opolskie	poza województwem opolskim
Mieszkańcy	84 (33,5%)	15 (41,7%)	8 (42%)	4 (33,3%)
Przedsiębiorcy/rolnicy	41 (16%)	4 (11,1%)	3 (16%)	4 (33,3%)
Turyści	80 (32%)	15 (41,7%)	6 (31,5%)	4 (33,3%)
Wykonawcy	19 (7,5%)	2 (5,5%)	2 (10,5%)	0
Urzednicy	20 (8%)	0	0	0
Nikt	7 (3%)	0	0	0

Wyniki zależności pomiędzy miejscem zamieszkania a postrzeganiem beneficjentów rewaloryzacji Parku Zdrojowego: grupy docelowe projektu stanowią dla mieszkańców Głuchołaz 81,5% beneficjentów inwestycji, dla mieszkańców powiatu nyskiego 94,5%, dla mieszkańców województwa opolskiego 89,5%, a dla osób mieszkających poza województwem opolskim 100%.

Wniosek: postrzeganie beneficjentów projektu jest silnie skorelowane z miejscem zamieszkania – wraz z oddalaniem się od Głuchołaz rośnie odsetek wskazań wiążących beneficjentów inwestycji z grupami docelowymi (następuje wzrost jednoznaczności pozytywnego oddziaływania na grupy docelowe – jest ono w części wynikiem nieznanomości kontekstu społeczno-funkcjonalnego inwestycji).

3. Status zawodowy (przedsiębiorcy, pracownicy przedsiębiorstw) a postrzeganie beneficjentów projektu

	Przedsiębiorcy i pracownicy przedsiębiorstw
Mieszkańcy	35 (32%)
Przedsiębiorcy z branży turystycznej	20 (18%)
Turyści	32 (29,5%)
Wykonawcy	13 (12%)
Urzednicy	7 (6,5%)
Nikt	2 (2%)

79% wskazań pochodzących od osób związanych z sektorem prywatnej przedsiębiorczości (przedsiębiorcy, pracownicy przedsiębiorstw) wiąże się z grupami docelowymi. Procent wskazań związanych z pozytywnym wpływem rewaloryzacji Parku Zdrojowego na interesy przedsiębiorców z

branży turystycznej jest wyższy u przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw (18%) od wyniku uzyskanego wśród wszystkich ankietowanych (16,7%).

Wniosek: stymulujący (korzystny) wpływ rewaloryzacji Parku Zdrojowego na branżę turystyczną dostrzegany jest przez ankietowanych związanych z sektorem prywatnej przedsiębiorczości.

4. Status zawodowy (przedsiębiorcy/rolnicy, pracownicy przedsiębiorstw) a ocena zasadności inwestycji

	Przedsiębiorcy i pracownicy przedsiębiorstw
Całkowicie uzasadniona	14 (26%)
Uzasadniona, lecz były ważniejsze inwestycje	24 (44,5%)
Nieuzasadniona	3 (5,5%)
Nie potrafię określić	13 (24%)
Zasadność całkowita i warunkowa	60,5%
Całkowita zasadność	36,8%

Powyższy wniosek znajduje potwierdzenie w opiniach dotyczących zasadności inwestycji: 60,5% osób związanych z sektorem prywatnej przedsiębiorczości (przedsiębiorcy, pracownicy przedsiębiorstw) uważa inwestycję za zasadną. Odsetek ankietowanych stwierdzających całkowitą zasadność rewaloryzacji wynosi 26%, a warunkową 44,5%.

Wniosek: przedsiębiorcy i pracownicy przedsiębiorstw w mniejszym zakresie niż pozostali ankietowani (74,5%) uznają rewaloryzację Parku Zdrojowego za uzasadnioną (60,5%), a także całkowicie uzasadnioną (26% do 35,5%). Bardziej wyraźnie zaznacza się tutaj tendencja do sytuowania rewaloryzacji Parku Zdrojowego wśród inwestycji o charakterze warunkowym (44,5% do 39%). Niższy też jest odsetek wskazujących na zasadność całkowitą (36,8% do 47%).

5. Miejsce zamieszkania a zasadność inwestycji

	Głucholazy	powiat nyski	województwo opolskie	poza województwem opolskim
całkowicie uzasadnione	50	9	4	1
uzasadnione, lecz były ważniejsze inwestycje	59	4	3	2
nieuzasadnione	9	0	0	1
nie potrafię określić	24	6	2	3
zasadność	77%	68%	78%	43%

Najwyższą ocenę zasadności inwestycji prezentują mieszkańcy województwa opolskiego (78%) i Głucholaz (77%). 68% mieszkańców powiatu nyskiego i 43% osób mieszkających poza województwem opolskim uważa rewaloryzację Parku Zdrojowego za zasadną.

Wniosek: ocena zasadności rewaloryzacji Parku Zdrojowego ma wśród mieszkańców Głucholaz – pomimo wysokiego odsetka opinii pozytywnych – tendencję do polaryzacji (zaznaczają się opinie (6%) wskazujące na całkowitą nie trafność inwestycji). Z kolei osoby pochodzące spoza województwa opolskiego wyraźniej dostrzegają konieczność realizacji inwestycji, które – w większym stopniu niż rewaloryzacja Parku Zdrojowego – podniosłyby atrakcyjność turystyczną Głucholaz i jakość życia mieszkańców.

6. Zasięg kanałów promocyjnych: miejsce zamieszkania i źródła wiedzy o projekcie

	Głucholazy	powiat nyski	województwo opolskie	poza województwem opolskim
Ogłoszenia prasowe i radiowe	18	1	1	0
Tablice informacyjne	52	7	3	1
Ulotki, broszury, plakaty	12	1	2	0
Telewizja, internet	9	1	2	0
Od znajomych, członków rodziny	32	6	1	0

Wniosek: Najważniejszym kanałem informacyjnym (bez względu na miejsce zamieszkania) są tablice informacyjne. W społeczności lokalnej dopełniane są one poprzez informacje pochodzące od znajomych i członków rodziny. Na obszarze lokalnym i regionalnym wiedza o projekcie dystrybuowana jest różnorodnymi kanałami.

Matryca analityczno-interpretacyjna cz. 1: ustalenie wartości procentowej poszczególnych parametrów

Cele główne	Cele operacyjne	Parametry ogólne (opisowe)	Parametry mierzalne	Numer pytania	Wartość procentowa
Jakość inwestycji	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik)	Jakość inwestycji	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	1	87%
			Skala poprawy jakości	1	69,5%
Odnawianie tradycji w zakresie hydroterapii	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Efekt promocyjny w zakresie hydroterapii	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	1	87%
			Korzystanie z hydroterapii	3	24%
Wzmacnianie konkurencyjności Rozwój potencjału ekonomicznego (rekreacyjnego)	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Atrakcyjność turystyczna (kontekst funkcjonalno-społeczny)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	2	66%
			Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	4	22,6%
			Beneficjenci	5	83,9%
			Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a beneficjenci	M2/5	79%
			Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a zasadność inwestycji	M2/6	60,5%

			Zasadność inwestycji	6	74,5%
Poprawa warunków turystyki i rekreacji Rozszerzenie potencjału rekreacyjnego i terapeutycznego Rozwój bogactwa turystycznego	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Atrakcyjność turystyczna i rekreacyjna (kontekst infrastruktury)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	2	66%
			Skala zwiększenia częstotliwości/ skala zwiększenia ilości odwiedzających	2	45%
			Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	1	89%
			Skala poprawy walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	1	69,5%
			Beneficjenci	5	83,9%
			Zasadność inwestycji	6	74,5%
			Zasadność inwestycji a miejsce zamieszkania	6/M1	x
Ożywienie transgranicznego ruchu turystycznego w kontekście wykorzystania walorów hydroterapii	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Efekt transgraniczny	Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	4	22,6%
			Korzystanie z hydroterapii	3	24%
Wiedza o projekcie, źródłach finansowania	Tablice, strony internetowe, ulotki, broszury	Efekt promocyjny	Zasięg kanałów promocyjnych	M1/11	x
			Wiedza dotycząca źródła finansowania	10	34%

			Znajomość nazwy programu	12	49%
Dobro publiczne	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Odpowiedni dobór celów inwestycyjnych (odpowiednie wydatkowanie środków ze względu na cel)/ optymalizacja celów	Zasadność inwestycji	6	74,5%
			Skala zasadności	6	47%
			Beneficjenci	5	83,9%
		Praworządność i racjonalność (optymalizacja środków)	Uczciwość i rzetelność	7	58,5%
			Rodzaje i przykłady nieprawidłowości	8	x

Matryca analityczno-interpretacyjna cz. 2: ustalenie stopnia społecznej oceny realizacji poszczególnych celów (wartość punktowa)

Cele	Cele operacyjne	Parametry ogólne (opisowe)	Parametry mierzalne	Wartość procentowa	Wartość punktowa
Jakość inwestycji	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik)	Jakość inwestycji	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	87%	7,2
			Skala poprawy jakości	69,5%	5,6
Odnawianie tradycji w zakresie hydroterapii	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Efekt promocyjny w zakresie hydroterapii	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	87%	7,2
			Korzystanie z hydroterapii	24%	4,8
Wzmacnianie konkurencyjności Rozwój potencjału ekonomicznego (rekreacyjnego)	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Atrakcyjność turystyczna (kontekst funkcjonalno-społeczny)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	66%	5,6
			Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	22,6%	2
			Beneficjenci	83,9%	6,8
			Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a beneficjenci	79%	6,4
			Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a	60,5%	5,2

			zasadność inwestycji		
			Zasadność inwestycji	74,5%	6
Poprawa warunków turystyki i rekreacji Rozszerzenie potencjału rekreacyjnego i terapeutycznego Rozwój bogactwa turystycznego	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Atrakcyjność turystyczna i rekreacyjna (kontekst infrastruktury)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	66%	5,6
			Skala zwiększenia częstotliwości/ skala zwiększenia ilości odwiedzających	45%	3,6
			Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	89%	7,2
			Skala poprawy walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	69,5%	5,6
			Beneficjenci	83,9%	6,8
			Zasadność inwestycji	74,5%	6
			Zasadność inwestycji a miejsce zamieszkania	x	x
Ożywienie transgranicznego ruchu turystycznego w kontekście wykorzystania walorów hydroterapii	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Efekt transgraniczny	Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	22,6%	2
			Korzystanie z hydroterapii	24%	4,8

Wiedza o projekcie, źródłach finansowania	Tablice, strony internetowe, ulotki, broszury	Efekt promocyjny	Zasięg kanałów promocyjnych	x	x
			Wiedza dotycząca źródła finansowania	34%	2,8
			Znajomość nazwy programu	49%	4
Dobro publiczne	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Odpowiedni dobór celów inwestycyjnych (odpowiednie wydatkowanie środków ze względu na cel)/ optymalizacja celów	Zasadność inwestycji	74,5%	6
			Skala zasadności	47%	4
			Beneficjenci	83,9%	6,8
		Praworządność i racjonalność (optymalizacja środków)	Uczciwość i rzetelność	58,5%	1,6
			Rodzaje i przykłady nieprawidłowości	x	x

Syntetyczne przedstawienie społecznej oceny realizacji poszczególnych celów (1)

Cele główne	Parametry ogólne (opisowe)	Parametry mierzalne	Wartość punktowa	Sumaryczna wartość punktowa
Jakość inwestycji	Jakość inwestycji	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	7,2	6,4
		Skala poprawy jakości	5,6	
Odnawianie tradycji w zakresie hydroterapii	Efekt promocyjny w zakresie hydroterapii	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	7,2	6
		Korzystanie z hydroterapii	4,8	
Wzmacnianie konkurencyjności Rozwój potencjału ekonomicznego (rekreacyjnego)	Atrakcyjność turystyczna (kontekst funkcjonalno-społeczny)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	5,6	5,33
		Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	2	
		Beneficjenci	6,8	
		Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a beneficjenci	6,4	
		Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a zasadność	5,2	

		inwestycji		
		Zasadność inwestycji	6	
Poprawa warunków turystyki i rekreacji/ Rozszerzenie potencjału rekreacyjnego i terapeutycznego/ Rozwój bogactwa turystycznego	Atrakcyjność turystyczna i rekreacyjna (kontekst infrastruktury)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	5,6	5,8
		Skala zwiększenia częstotliwości/ skala zwiększenia ilości odwiedzających	3,6	
		Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	7,2	
		Skala poprawy walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	5,6	
		Beneficjenci	6,8	
		Zasadność inwestycji	6	
		Zasadność inwestycji a miejsce zamieszkania	x	x
Ożywienie transgranicznego ruchu turystycznego w kontekście wykorzystania walorów hydroterapii	Efekt transgraniczny	Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	2	3,4
		Korzystanie z hydroterapii	4,8	
Wiedza o projekcie, źródłach finansowania	Efekt promocyjny	Zasięg kanałów promocyjnych	x	x

		Wiedza dotycząca źródeła finansowania	2,8	3,4
		Znajomość nazwy programu	4	
Dobro publiczne	Odpowiedni dobór celów inwestycyjnych (odpowiednie wydatkowanie środków ze względu na cel)/ optymalizacja celów	Zasadność inwestycji	6	5,6
		Skala zasadności	4	
		Beneficjenci	6,8	
	Praworządność i racjonalność (optymalizacja środków)	Uczciwość i rzetelność	1,6	1,6
		Rodzaje i przykłady nieprawidłowości	x	x

Syntetyczne przedstawienie społecznej oceny realizacji poszczególnych celów (ocena jakościowa)

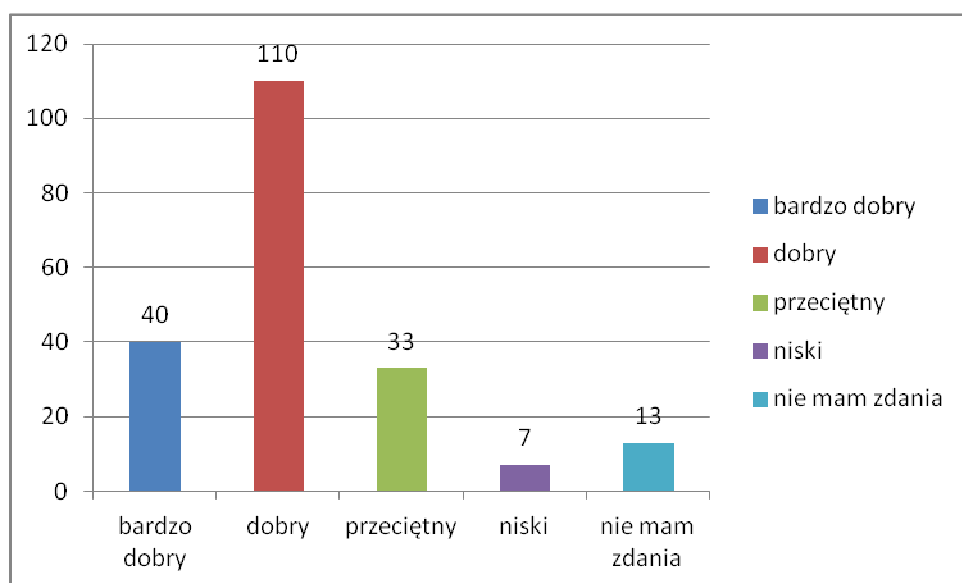
Cele główne	Parametry ogólne (opisowe)	Sumaryczna wartość punktowa	Ocena jakościowa
Jakość inwestycji	Jakość inwestycji	6,4	Bardzo dobra
Odnawianie tradycji w zakresie hydroterapii/	Efekt promocyjny w zakresie hydroterapii	6	Dobra
Wzmacnianie konkurencyjności Rozwój potencjału ekonomicznego (rekreacyjnego)	Atrakcyjność turystyczna (kontekst funkcjonalno-społeczny)	5,33	Dobra
Poprawa warunków turystyki i rekreacji/ Rozszerzenie potencjału rekreacyjnego i terapeutycznego/ Rozwój bogactwa turystycznego	Atrakcyjność turystyczna i rekreacyjna (kontekst infrastruktury)	5,8	Dobra
Ożywienie transgranicznego ruchu turystycznego w kontekście wykorzystania walorów hydroterapii	Efekt transgraniczny	3,4	Przeciętna
Wiedza o projekcie, źródłach finansowania	Efekt promocyjny	3,4	Przeciętna
Dobro publiczne	Odpowiedni dobór celów inwestycyjnych (odpowiednie wydatkowanie środków ze względu na cel)/ optymalizacja celów	5,6	Dobra
	Praworządność i racjonalność (optymalizacja środków)	1,6	Niska

Sumaryczna społeczna ocena końcowa projektu wynosi **4,68** (w skali ośmiopunktowej) – oznacza to, że ocena społeczna projektu sytuuje się na **poziomie dobrym**.

Strona czeska

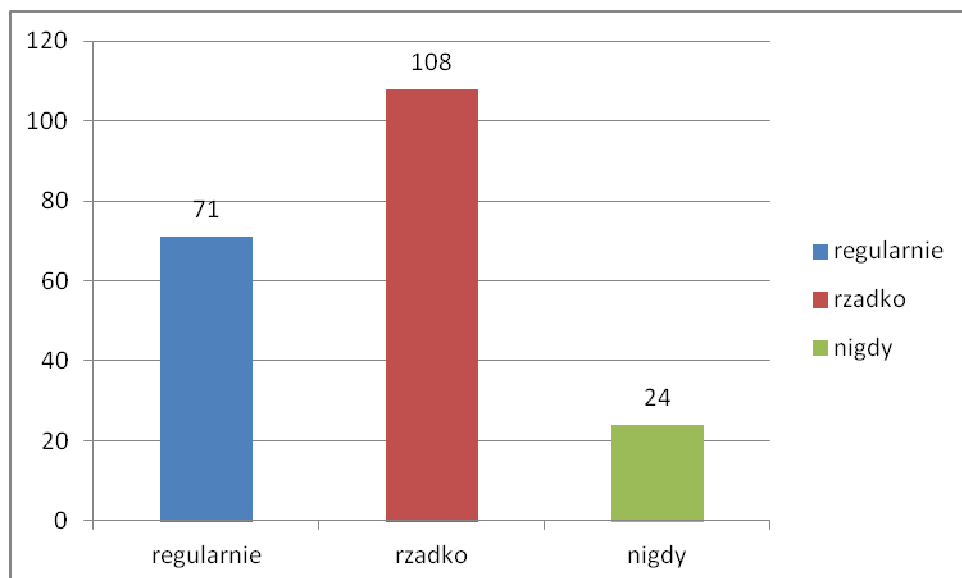
1. Proszę określić poziom walorów rekreacyjnych, leczniczych i estetycznych parku w Jeseniku:

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
bardzo dobry	40	20%
dobry	110	54%
przeciętny	33	16%
niski	7	3,5%
nie mam zdania	13	6,5%



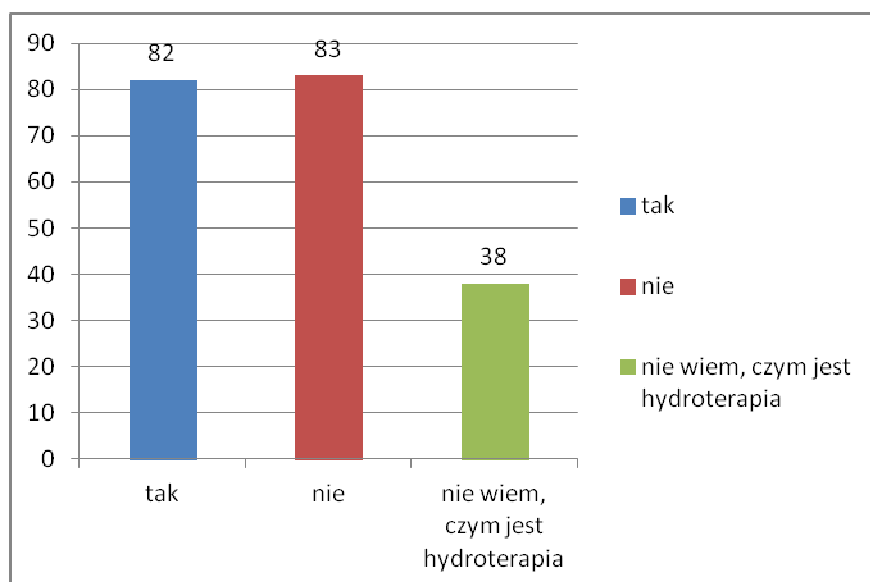
2. Jak często korzysta Pani/Pan z parku w Jeseniku?

Odpowiedź	Ilość osób	Wartość procentowa
regularnie	71	35%
rzadko	108	53%
nigdy	24	12%



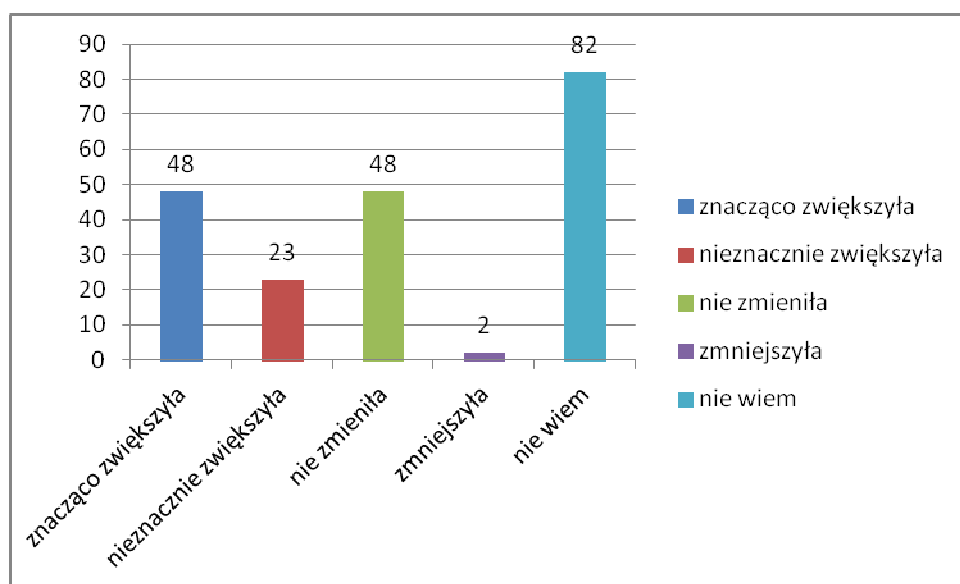
3. Czy korzysta Pani/Pan z hydroterapii?

Odpowiedź	Ilość osób	Wartość procentowa
tak	82	40%
nie	83	41%
nie wiem, czym jest hydroterapia	38	19%



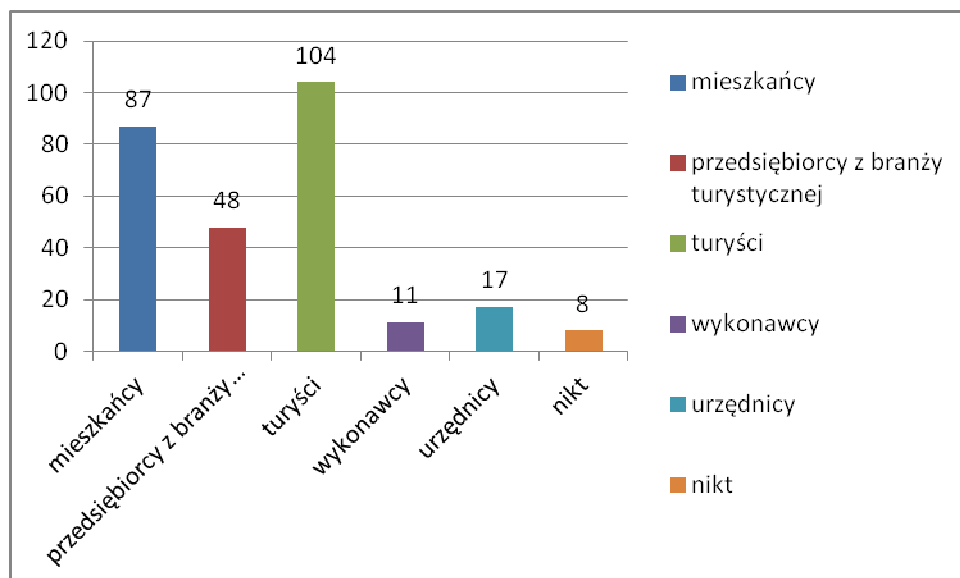
4. Jak na ilość turystów z Polski wpłynęła budowa parku w Jeseniku?

Odpowiedź	Ilość osób	Wartość procentowa
znacząco zwiększyła	48	24%
nieznacznie zwiększyła	23	11%
nie zmieniła	48	24%
zmniejszyła	2	1%
nie wiem	82	40%



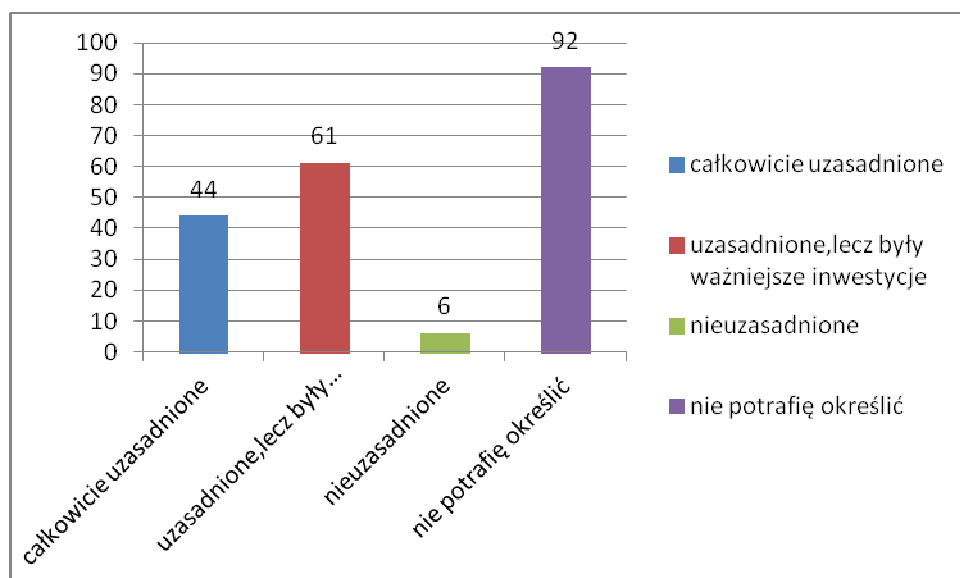
5. Kto skorzystał na budowie parku w Jeseniku?

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
mieszkańcy	87	31,5%
przedsiębiorcy z branży turystycznej	48	17,5%
turyści	104	38%
wykonawcy	11	4%
urzędnicy	17	6%
nikt	8	3%



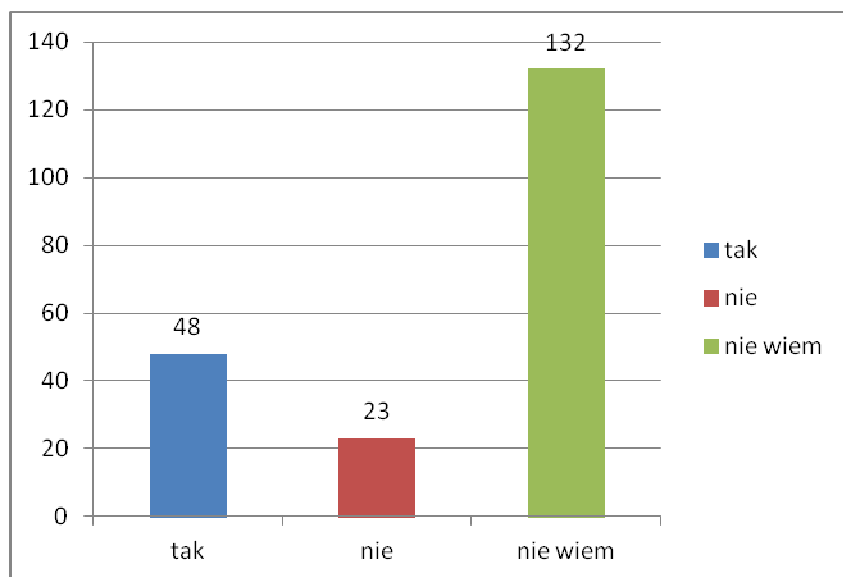
6.Czy wydatkowanie pieniędzy na budowę parku w Jeseniku było:

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
całkowicie uzasadnione	44	21,5%
uzasadnione, lecz były ważniejsze inwestycje	61	30%
nieuzasadnione	6	3%
nie potrafię określić	92	45,5%



7.Czy inwestycja była realizowana rzetelnie i uczciwie?

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
tak	48	23,5% (67,5%)
nie	23	11,5% (32,5%)
nie wiem	132	65%



8.Jakie rodzaje nieprawidłowości miały miejsce podczas realizacji inwestycji?

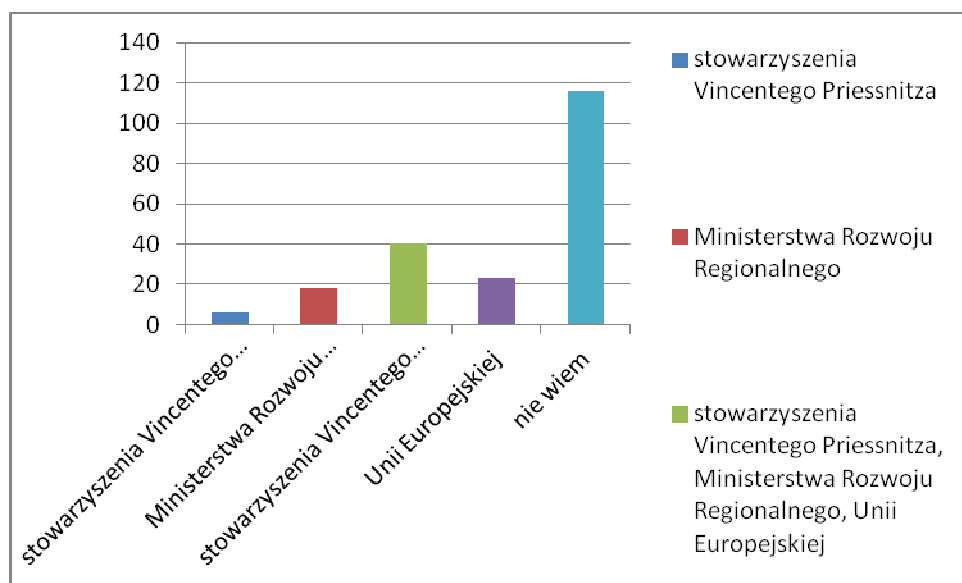
Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
marnotrawstwo środków rzeczowych lub finansowych	9	36%
nierzetelność wykonania	0	
korupcja	7	28%
stronniczość w procedurze przetargowej	5	20%
inne	4	16%

10. Spis przykładów nieprawidłowości:

(został przesłany w osobnym pliku w formie zdjęć)

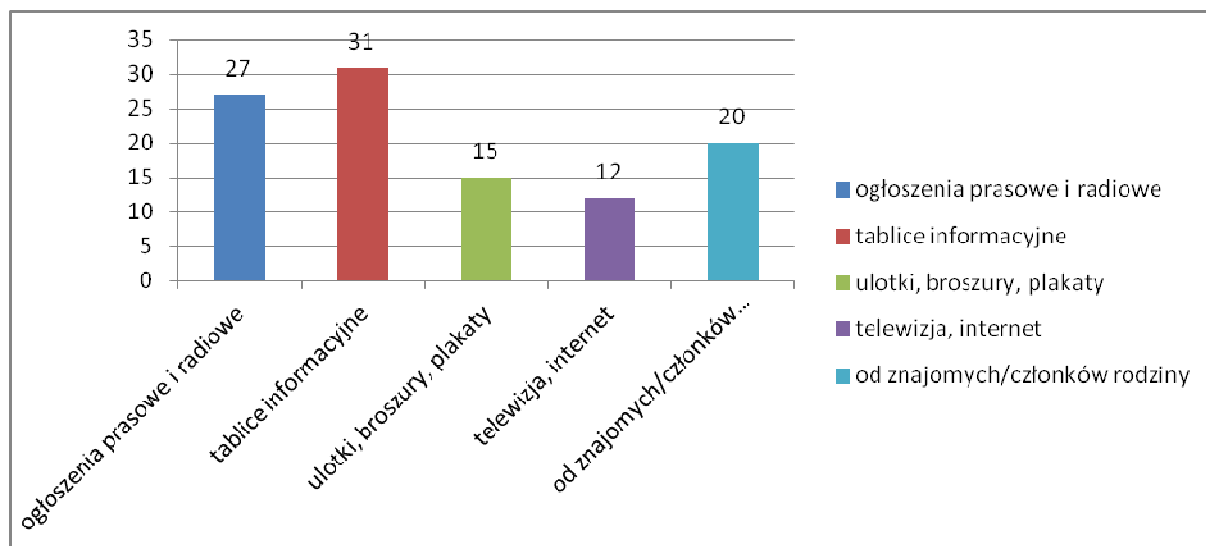
11. Z jakich środków była finansowana budowa parku w Jeseniku?

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
stowarzyszenia Vincentego Priessnitza	6	3%
Ministerstwa Rozwoju Regionalnego	18	9%
stowarzyszenia Vincentego Priessnitza, Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, Unii Europejskiej	40	20%
Unii Europejskiej	23	11%
nie wiem	116	57%



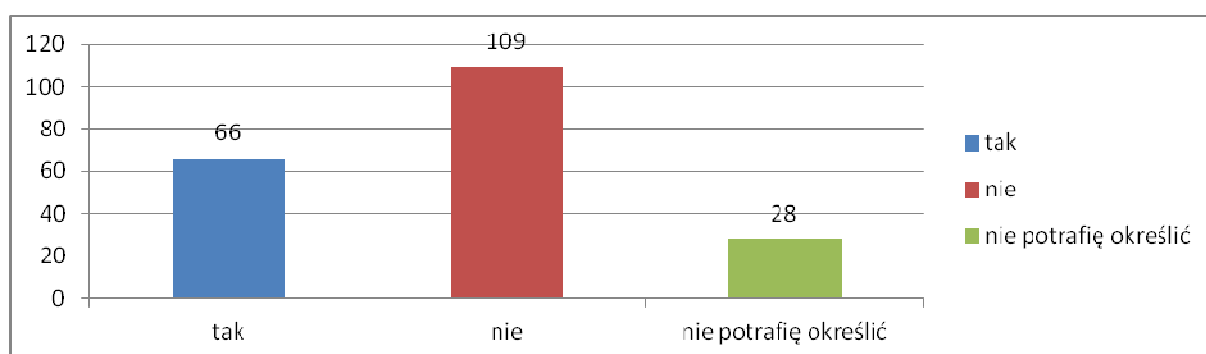
11.Z jakich źródeł pochodzą Pani/Pana informacje na temat finansowania budowy Parku?

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
ogłoszenia prasowe i radiowe	27	25,5%
tablice informacyjne	31	29,5%
ulotki, broszury, plakaty	15	14,5%
telewizja, internet	12	11,5%
znajomi/członkowie rodziny	20	19%



13. Czy zetknęła/zetknął się Pani/Pan z nazwą Program Operacyjny Współpracy Transgranicznej Republika Czeska-Rzeczpospolita Polska 2007-2013?

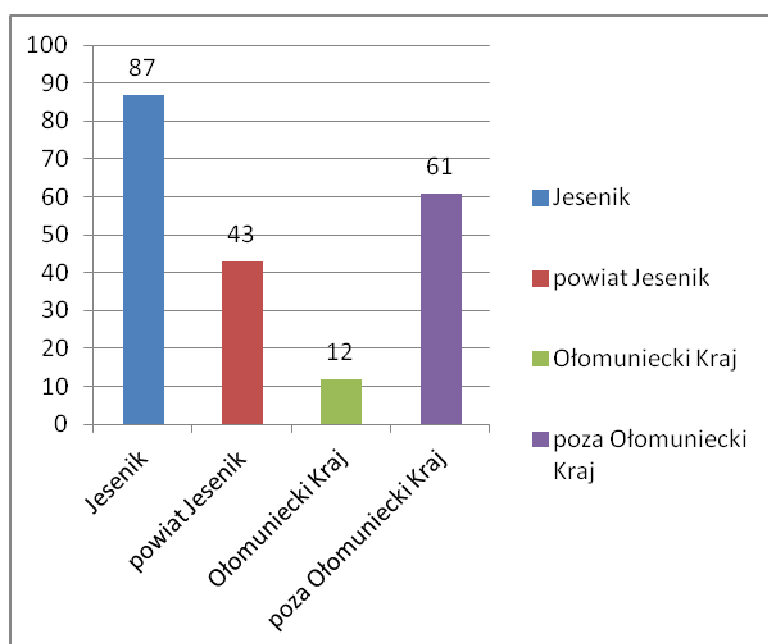
Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
tak	66	32,5%
nie	109	53,7%
nie potrafię określić	28	13,8%



Dane ankietowanych

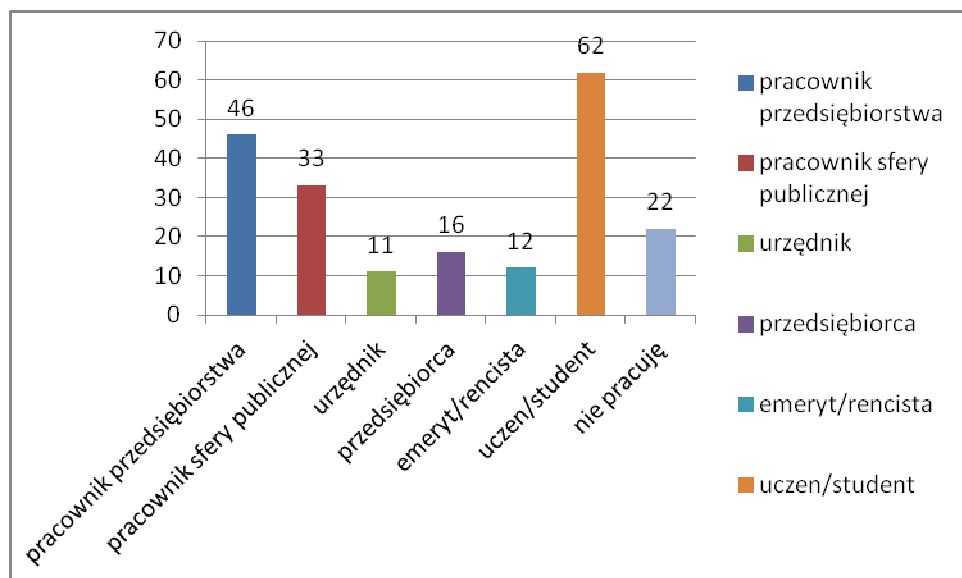
1. Miejsce zamieszkania

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
Jesenik	87	43%
powiat Jesenik	43	21%
Ołomuniecki Kraj	12	6%
poza Ołomunieckim Krajem	61	30%



2. Status zawodowy

Odpowiedź	Ilość	Wartość procentowa
pracownik przedsiębiorstwa	46	22,5%
pracownik sfery publicznej	33	16%
urzędnik	11	5,5%
przedsiębiorca	16	8%
emeryt/rencista	12	6%
uczeń/student	62	30,5%
nie pracuję	23	11,5%



Korelacje danych:

1. Miejsce zamieszkania a częstotliwość korzystania z parku

	Jesenik	powiat Jesenik	Ołomuniecki Kraj	poza Ołomunieckim Krajem
regularnie	34	10	5	22
rzadko	46	29	5	28
nigdy	7	4	2	11
	91%	91%	83%	78%

2. Miejsce zamieszkania a beneficjenci

	Jesenik	powiat Jesenik	Ołomuniecki Kraj	poza Ołomunieckim Krajem
Mieszkańcy	42 (34%)	16 (30%)	1 (7%)	27 (29,5%)
Przedsiębiorcy/rolnicy	24 (19,5%)	9 (17%)	5 (36%)	16 (17,5%)
Turyści	38 (31%)	18 (34%)	6 (43%)	43 (46,5%)
Wykonawcy	6 (5%)	3 (6%)	1 (7%)	1 (1%)
Urzednicy	12 (9,5%)	3 (6%)	1 (7%)	1 (1%)
Nikt	1 (1%)	4 (7%)	0	4 (4,5%)

3. Status zawodowy (przedsiębiorcy, pracownicy przedsiębiorstw) a postrzeganie beneficjentów projektu

	Przedsiębiorcy i pracownicy przedsiębiorstw
Mieszkańcy	25 (29,4%)
Przedsiębiorcy z branży turystycznej	15 (17,6%)
Turyści	32 (37,6%)
Wykonawcy	4 (4,7%)
Urzednicy	4 (4,7%)
Nikt	5 (5,8%)

4. Status zawodowy (przedsiębiorcy/rolnicy, pracownicy przedsiębiorstw) a ocena zasadności inwestycji

	Przedsiębiorcy i pracownicy przedsiębiorstw
Całkowicie uzasadniona	13 (21)
Uzasadniona, lecz były ważniejsze inwestycje	18 (29%)
Nieuzasadniona	0
Nie potrafię określić	31 (50%)

5. Miejsce zamieszkania a zasadność inwestycji

	Jesenik	powiat Jesenik	Ołomuniecki Kraj	poza Ołomunieckim Krajem
całkowicie uzasadnione	12	12	2	18
uzasadnione, lecz były ważniejsze inwestycje	37	13	4	7
nieuzasadnione	3	0	0	3
nie potrafię określić	35	18	6	33
zasadność	56%	58%	50%	41%

6.Zasięg kanałów promocyjnych: miejsce zamieszkania i źródła wiedzy o projekcie

	Jesenik	powiat Jesenik	Ołomuniecki Kraj	poza Ołomunieckim Krajem
Ogłoszenia prasowe i radiowe	20	4	0	3
Tablice informacyjne	20	4	0	7
Ulotki, broszury, plakaty	12	1	1	4
Telewizja, internet	7	2	1	1
Od znajomych, członków rodziny	6	8	2	5

Matryca analityczno-interpretacyjna cz. 1: ustalenie wartości procentowej poszczególnych parametrów

Cele	Cele operacyjne	Parametry ogólne (opisowe)	Parametry mierzalne	Numer pytania	Wartość procentowa
Jakość inwestycji	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik)	Jakość inwestycji	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	1	74%
			Skala poprawy jakości	1	26%
Odnawianie tradycji w zakresie hydroterapii	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Efekt promocyjny w zakresie hydroterapii	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	1	74%
			Korzystanie z hydroterapii	3	40%
Wzmacnianie konkurencyjności Rozwój potencjału ekonomicznego (rekreacyjnego)	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Atrakcyjność turystyczna (kontekst funkcjonalno-społeczny)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	2	88%
			Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	4	35%
			Beneficjenci	5	87%
			Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a beneficjenci	M2/5	84,6%
			Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a zasadność inwestycji	M2/6	50%

			Zasadność inwestycji	6	51,5%
Poprawa warunków turystyki i rekreacji Rozszerzenie potencjału rekreacyjnego i terapeutycznego Rozwój bogactwa turystycznego	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Atrakcyjność turystyczna i rekreacyjna (kontekst infrastruktury)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	2	88%
			Skala zwiększenia częstotliwości/ skala zwiększenia ilości odwiedzających	2	40%
			Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	1	74%
			Skala poprawy walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	1	27%
			Beneficjenci	5	87%
			Zasadność inwestycji	6	51,5%
			Zasadność inwestycji a miejsce zamieszkania	6/M1	
Ożywienie transgranicznego ruchu turystycznego w kontekście wykorzystania walorów hydroterapii	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Efekt transgraniczny	Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	4	35%
			Korzystanie z hydroterapii	3	40%
Wiedza o projekcie, źródłach finansowania	Tablice, strony internetowe, ulotki, broszury	Efekt promocyjny	Zasięg kanałów promocyjnych	M1/11	x
			Wiedza dotycząca źródła finansowania	10	11%

			Znajomość nazwy programu	12	32,5%
Dobro publiczne	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Odpowiedni dobór celów inwestycyjnych (odpowiednie wydatkowanie środków ze względu na cel)/ optymalizacja celów	Zasadność inwestycji	6	51,5%
			Skala zasadności	6	42%
			Beneficjenci	5	87%
		Praworządność i racjonalność (optymalizacja środków)	Uczciwość i rzetelność	7	67,5%
			Rodzaje i przykłady nieprawidłowości	8	

Matryca analityczno-interpretacyjna cz. 2: ustalenie stopnia społecznej oceny realizacji poszczególnych celów (wartość punktowa)

Cele	Parametry ogólne (opisowe)	Parametry mierzalne	Wartość procentowa	Wartość punktowa	Sumaryczna wartość punktowa
Jakość inwestycji	Jakość inwestycji	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	74%	6	4
		Skala poprawy jakości	26%	2	
Odnawianie tradycji w zakresie hydroterapii	Efekt promocyjny w zakresie hydroterapii	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	74%	6	6,2
		Korzystanie z hydroterapii	40%	6,4	
Wzmacnianie konkurencyjności Rozwój potencjału ekonomicznego (rekreacyjnego)	Atrakcyjność turystyczna (kontekst funkcjonalno-społeczny)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	88%	7,2	5,4
		Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	35%	2,8	
		Beneficjenci	87%	7,2	
		Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a beneficjenci	84,6%	6,8	
		Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a zasadność inwestycji	50%	4	

		Zasadność inwestycji	51,5%	4,4	
Poprawa warunków turystyki i rekreacji Rozszerzenie potencjału rekreacyjnego i terapeutycznego Rozwój bogactwa turystycznego	Atrakcyjność turystyczna i rekreacyjna (kontekst infrastruktury)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	88%	7,2	5,07
		Skala zwiększenia częstotliwości/ skala zwiększenia ilości odwiedzających	40%	3,2	
		Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	74%	6	
		Skala poprawy walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	27%	2,4	
		Beneficjenci	87%	7,2	
		Zasadność inwestycji	51,5%	4,4	
		Zasadność inwestycji a miejsce zamieszkania	x	x	
Ożywienie transgranicznego ruchu turystycznego w kontekście wykorzystania walorów hydroterapii	Efekt transgraniczny	Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	35%	3,2	4,8
		Korzystanie z hydroterapii	40%	6,4	
Wiedza o projekcie, źródłach finansowania	Efekt promocyjny	Zasięg kanałów promocyjnych	x		
		Wiedza dotycząca źródła finansowania	11%	1,2	2

		Znajomość nazwy programu	32,5%	2,8	
Dobro publiczne	Odpowiedni dobór celów inwestycyjnych (odpowiednie wydatkowanie środków ze względu na cel)/ optymalizacja celów	Zasadność inwestycji	51,5%	4,4	5,07
		Skala zasadności	42%	3,6	
		Beneficjenci	87%	7,2	
	Praworządność i racjonalność (optymalizacja środków)	Uczciwość i rzetelność	67,5%	3,2	3,2
		Rodzaje i przykłady nieprawidłowości			

Syntetyczne przedstawienie społecznej oceny realizacji poszczególnych celów (ocena jakościowa)

Parametry ogólne (opisowe)	Sumaryczna wartość punktowa	Ocena jakościowa
Jakość inwestycji	4	Przeciętna
Efekt promocyjny w zakresie hydroterapii	6,2	Bardzo dobra
Atrakcyjność turystyczna (kontekst funkcjonalno-społeczny)	5,4	Dobra
Atrakcyjność turystyczna i rekreacyjna (kontekst infrastruktury)	5,07	Dobra
Efekt transgraniczny	4,8	Dobra
Efekt promocyjny	2	Niska
Odpowiedni dobór celów inwestycyjnych (odpowiednie wydatkowanie środków ze względu na cel)/ optymalizacja celów	5,07	Dobra
Praworządność i racjonalność (optymalizacja środków)	3,2	Przeciętna

Sumaryczna społeczna ocena końcowa projektu wynosi **4,47** (w skali ośmiopunktowej) – oznacza to, że ocena społeczna projektu sytuuje się na **poziomie dobrym**.

Porównanie oceny projektów w aspekcie transgranicznym

Porównanie procentowe oceny poszczególnych celów projektów Głuchołazy-Jesenik

Cele	Cele operacyjne	Parametry ogólne (opisowe)	Parametry mierzalne	Wartość procentowa (strona polska)	Wartość procentowa (strona czeska)
Jakość inwestycji	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik)	Jakość inwestycji	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	87%	74%
			Skala poprawy jakości	69,5%	26%
Odnawianie tradycji w zakresie hydroterapii/	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Efekt promocyjny w zakresie hydroterapii	Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	87%	74%
			Korzystanie z hydroterapii	24%	40%
Wzmacnianie konkurencyjności/ Rozwój potencjału ekonomicznego (rekreacyjnego)	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Atrakcyjność turystyczna (kontekst funkcjonalno-społeczny)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	66%	88%
			Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	22,6%	35%
			Beneficjenci	83,9%	87%
			Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a beneficjenci	79%	84,6%

			Beneficjenci: status zawodowy (przedsiębiorcy/ pracownicy przedsiębiorstw) a zasadność inwestycji	60,5%	50%
			Zasadność inwestycji	74,5%	51,5%
Poprawa warunków turystyki i rekreacji/ Rozszerzenie potencjału rekreacyjnego i terapeutycznego/ Rozwój bogactwa turystycznego	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jeseník) Promocja hydroterapii	Atrakcyjność turystyczna i rekreacyjna (kontekst infrastruktury)	Zwiększenie ilości odwiedzających/ częstotliwości korzystania z parku	66%	88%
			Skala zwiększenia częstotliwości/ skala zwiększenia ilości odwiedzających	45%	40%
			Poprawa walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	89%	74%
			Skala poprawy walorów rekreacyjnych, funkcjonalnych, turystycznych	69,5%	27%
			Beneficjenci	83,9%	87%
			Zasadność inwestycji	74,5%	51,5%
			Zasadność inwestycji a miejsce zamieszkania	x	x
Ożywienie transgranicznego ruchu	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i	Efekt transgraniczny	Zwiększenie ilości turystów z Czech/Polski	22,6%	35%

turystycznego w kontekście wykorzystania walorów hydroterapii	budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii		Korzystanie z hydroterapii	24%	40%
Wiedza o projekcie, źródłach finansowania	Tablice, strony internetowe, ulotki, broszury	Efekt promocyjny	Zasięg kanałów promocyjnych	x	x
			Wiedza dotycząca źródła finansowania	34%	11%
			Znajomość nazwy programu	49%	32,5%
Dobro publiczne	Rozbudowa parku (Głuchołazy) i budowa parku (Jesenik) Promocja hydroterapii	Odpowiedni dobór celów inwestycyjnych (odpowiednie wydatkowanie środków ze względu na cel)/ optymalizacja celów	Zasadność inwestycji	74,5%	51,5%
			Skala zasadności	47%	42%
			Beneficjenci	83,9%	87%
		Praworządność i racjonalność (optymalizacja środków)	Uczciwość i rzetelność	58,5%	67,5%

Porównanie punktowe oceny poszczególnych celów projektów Głucholazy-Jesenik

Cele główne	Parametry ogólne (opisowe)	Sumaryczna wartość punktowa (Głucholazy)	Ocena jakościowa (Głucholazy)	Sumaryczna wartość punktowa (Jesenik)	Ocena jakościowa (Jesenik)
Jakość inwestycji	Jakość inwestycji	6,4	Bardzo dobra	4	Przeciętna
Odnawianie tradycji w zakresie hydroterapii	Efekt promocyjny w zakresie hydroterapii	6	Dobra	6,2	Bardzo dobra
Wzmacnianie konkurencyjności Rozwój potencjału ekonomicznego (rekreacyjnego)	Atrakcyjność turystyczna (kontekst funkcjonalno-społeczny)	5,33	Dobra	5,4	Dobra
Poprawa warunków turystyki i rekreacji Rozszerzenie potencjału rekreacyjnego i terapeutycznego/ Rozwój bogactwa turystycznego	Atrakcyjność turystyczna i rekreacyjna (kontekst infrastruktury)	5,8	Dobra	5,07	Dobra
Ożywienie transgranicznego ruchu turystycznego w kontekście wykorzystania walorów hydroterapii	Efekt transgraniczny	3,4	Przeciętna	4,8	Dobra
Wiedza o projekcie, źródłach finansowania	Efekt promocyjny	3,4	Przeciętna	2	Niska

Dobro publiczne	Odpowiedni dobór celów inwestycyjnych (odpowiednie wydatkowanie środków ze względu na cel)/ optymalizacja celów	5,6	Dobra	5,07	Dobra
	Praworządność i racjonalność (optymalizacja środków)	1,6	Niska	3,2	Przeciętna

3. Wnioski końcowe

1. Sumaryczna społeczna ocena końcowa projektu wynosi **4,68** (w skali ośmiopunktowej) – oznacza to, że ocena społeczna projektu sytuuje się na **poziomie dobrym**. Z ośmiu celów projektu 1 otrzymał ocenę bardzo dobrą (jakość inwestycji), 4 – ocenę dobrą, 2 – przeciętną, a 1 – niską.
2. Najwyższą ocenę punktową uzyskały następujące cele projektu: **jakość inwestycji (6,4), odnawianie tradycji w zakresie hydroterapii (6), poprawa warunków turystyki i rekreacji (5,8) oraz poszerzenie oferty dla turystów (5,33) i odpowiedni dobór celów inwestycyjnych (5,6)**. Z kolei najniższą ocenę otrzymały cele: **optymalizacja realizacji inwestycji, tj. zgodność inwestycji z normami prawnymi, etycznymi i ekonomicznymi (1,6), wiedza o projekcie i źródłach finansowania (3,4) oraz ożywienie transgranicznego ruchu turystycznego w kontekście wykorzystania walorów hydroterapii (3,4)**. Rozpiętość punktowa pomiędzy celem najwyżej ocenianym (**jakość inwestycji**), a celem ocenianym najniżej (**zgodność inwestycji z normami prawnymi, etycznymi i ekonomicznymi**) – oznacza, iż nadanie obiektowi wysokiego poziomu walorów funkcjonalnych **mogło zostać** – zdaniem ankietowanych – **zrealizowane w bardziej racjonalny sposób, tj. przy efektywniejszym wykorzystaniu środków i trafniejszym uwzględnieniu dobra publicznego** (zob. pkt.5).
3. W następstwie rewaloryzacji Parku Zdrojowego nastąpiło **zwiększenie atrakcyjności turystycznej Głucholaz oraz poprawa warunków funkcjonowania przedsiębiorczości w branży turystycznej**. Inwestycja wpłynęła na **poprawę jakości życia mieszkańców** (66% mieszkańców Głucholaz korzysta częściej niż przed remontem z części zdrojowej, która stała się swoistym centrum rekreacyjnym). **Projekt spełnia też w bardzo wysokim stopniu oczekiwania grup docelowych (83,9%)**, jednocześnie tylko w niewielkim zakresie realizuje efekt transgraniczny (22,6% ankietowanych wskazuje na zwiększenie liczby turystów z Czech).
4. Oczekiwania społeczne (najwyraźniej zaznaczające się wśród przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw oraz ankietowanych pochodzących spoza województwa opolskiego) wskazują na **konieczność realizacji inwestycji bardziej efektywnie wpływających na atrakcyjność turystyczną Głucholaz/warunki funkcjonowania przedsiębiorczości/jakość życia mieszkańców** aniżeli rewaloryzacja Parku Zdrojowego. Stąd też 39% ankietowanych (44,5% wskazań wśród przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw) wskazuje na warunkową zasadność inwestycji. Oznacza to też, że ankietowani nie postrzegają Głucholaz jako miejscowości, której funkcjonowanie determinowane jest wyłącznie przez atrakcyjność turystyczną.
5. Zdaniem ankietowanych inwestycja mogłaby zostać zrealizowana w sposób bardziej optymalny, gdyby uwzględniono następujące warunki: (1) realizację inwestycji o większym znaczeniu ze względu na dobro (potrzeby) społeczności lokalnej, (2) odpowiednie zagospodarowanie otoczenia Parku Zdrojowego, (3) uporządkowanie własności terenu Parku Zdrojowego (i jego otoczenia). Ankietowani **oczekują bardziej optymalnego zintegrowania rewaloryzacji Parku Zdrojowego w Głucholazach z wykorzystaniem/remontem innych zasobów turystycznych/rekreacyjnych części zdrojowej miasta**.

6. Sumaryczna społeczna ocena efektów rewaloryzacji Parku Zdrojowego w Głuchołazach (4,68) jest wyższa od oceny efektów budowy Parku w Jeseniku (4,47). Oba projekty oceniane są na poziomie dobrym, a różnica w ocenie wynosi 0,21 pkt. w skali ośmiopunktowej. Porównując zakres realizacji celów wniosku w kontekście transgranicznym, należy stwierdzić, że:

- rewitalizacja Parku Zdrojowego w Głuchołazach jest wyżej oceniana niż budowa parku w Jeseniku pod względem jakości inwestycji i jej zasadności (74,5% do 51,5%),
- park w Jeseniku w większym zakresie odpowiada oczekiwaniom grup docelowych projektu (87% do 83,9%), w większym stopniu, w ocenie przedsiębiorców, służy lokalnej przedsiębiorczości w branży turystycznej (17,6% do 14%) oraz w większym stopniu wiąże się z nim efekt transgraniczny (4,8 do 3,4). Ankietowani w Jeseniku wyżej oceniają poziom rzetelności i uczciwości w realizacji inwestycji (3,2 do 1,6),
- na podobnym poziomie sytuuje się ocena przedsiębiorców i pracowników przedsiębiorstw, dotycząca korzystnego wpływu inwestycji na przedsiębiorczość w branży turystycznej (18% - Głuchołazy; 17,6% - Jesenik),
- bardziej efektywna promocja projektu ma miejsce po stronie polskiej: ankietowani w Głuchołazach posiadają większą wiedzę na temat źródeł finansowania oraz nazwy programu (3,4 do 2).

Reasumując, jeżeli Park Zdrojowy w Głuchołazach jest lepiej oceniany pod względem jakości wykonania (walorów rekreacyjnych, terapeutycznych, estetycznych) i stopnia realizacji jakości maksymalnej (69,5% do 26%), to w przypadku parku w Jeseniku większa jest funkcjonalność społeczna (zakres oddziaływania na grupy społeczne). Pomimo niższej oceny jakości inwestycji (74% do 87%), ankietowani w Jeseniku w mniejszym stopniu wskazują (32,5% do 41,5%) na naruszenia norm prawnych, ekonomicznych i moralnych podczas realizacji inwestycji. Ankietowanych w Polsce charakteryzuje:

- (1) niższy poziom zaufania do podmiotów (władz samorządowych, wykonawców, urzędników) realizujących inwestycje ze środków publicznych,
- (2) większy poziom zainteresowania dobrem wspólnym (interese publicznym)/ wyższy poziom podmiotowości obywatelskiej,
- (3) większe oczekiwania co do jakości projektów finansowanych ze środków publicznych.

7. Porównanie oceny końcowej rewaloryzacji Parku Zdrojowego w Głuchołazach (4,68) z sumarycznymi ocenami końcowymi projektów realizowanych w woj. opolskim (Głubczyce - 4,0; Prudnik - 4,76; Kałków - Velke Kunetice - 5,64), dolnośląskim (Mieroszów 4,19; Szklarska Poręba 4,16) oraz śląskim (Cieszyn 5,50; Krzyżanowice 4,21) sytuuje omawianą inwestycję nieco powyżej średniej oceny wszystkich projektów (4,63). **Rewaloryzacja Parku Zdrojowego w Głuchołazach jest zarazem najwyżej ocenianym projektem spośród inwestycji nie dotyczących infrastruktury drogowej, tj. inwestycji o zawężonym spektrum społeczno-funkcjonalnym.**

8. Na podstawie przedstawionych danych i analiz można sformułować konkluzję, że – zdaniem ankietowanych – istnieje niewykorzystany **potencjał racjonalizacyjny** (rezerwa racjonalizacyjna) w następujących sferach:

- (1) planowania inwestycji, optymalizującego jej funkcjonalność,
- (2) realizacji inwestycji (odpowiedniego wykorzystania zasobów),
- oraz (3) jej funkcjonowania (dostosowania do potrzeb użytkowników).

4. Zalecenia

Wyniki badań wskazują na możliwe obszary optymalizacji realizacji kolejnych projektów:

- zwiększenie nadzoru nad procesem realizacji inwestycji, umożliwiające zmniejszenie/wyeliminowanie nieprawidłowości,
- wypracowanie spójnej i zrównoważonej strategii (uwzględniającej i wyważającej interesy wszystkich grup docelowych) **doboru, planowania i realizacji inwestycji**, umożliwiającej optymalizację efektów społecznych i ekonomicznych,
- modyfikacja działań promocyjnych:
 - a) akcentowanie informacji dotyczących zaangażowania w realizację projektu środków własnych Gminy Głucholazy,
 - b) zwrócenie uwagi na kanał informacyjny (kanały informacyjne) efektywnie docierające do grup związanych z realizacją projektu,
- zwiększenie poziomu zaufania społecznego (szczególnie mieszkańców/przedsiębiorców względem administracji publicznej),
- większa transparentność działań na rzecz dobra wspólnego (lub też bardziej efektywny dialog władz samorządowych ze społecznością lokalną),
- zwiększenie zakresu partycypacji liderów społeczności lokalnej w kształtowaniu decyzji (strategii) inwestycyjnych (szczególnie przedsiębiorców),
- zwiększenie zainteresowania mieszkańców dobrem wspólnym (20% ankietowanych nie zajmuje w tej sprawie jednoznacznego stanowiska) oraz rozumienia różnicowania celów, składających się na dobro wspólne.

Opracowanie:

doc. dr Tomasz Drewniak

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nysie

5. Załącznik

Formularze kwestionariuszy ankietowych

Upraszamy prosimy Panią/Pana o wypełnienie ankiety, która dotyczy oceny polsko-czeskich projektów, realizowanych w Państwa Regionie. Badania prowadzone są przez Państwową Wyższą Szkołę Zawodową w Nysie na zlecenie Najwyższej Izby Kontroli.

Ankieta jest anonimowa. Jej celem jest poznanie Państwa opinii na temat realizacji projektów transgranicznych i ich oddziaływania na grupy docelowe. Państwa odpowiedzi pomogą w przygotowaniu rzetelnej oceny projektów i przyczynią się do efektywnego wykorzystania środków publicznych.

Odpowiedzi udziela się poprzez postawienie znaku „x” w odpowiedniej kratce □. W pytaniach, w których można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź, załączono uwagę „można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź”. W pytaniu bez odpowiedzi należy wpisać odpowiedź w miejsce zaznaczone kropkami. **Bardzo dziękujemy za wypełnienie ankiety!**

1. Jak rewaloryzacja Parku Zdrojowego w Głuchołazach wpłynęła na jego walory rekreacyjne, lecznicze i estetyczne?

- | | | |
|---|--|---------------------------------------|
| ☐ bardzo poprawiła | ☐ nieznacznie poprawiła | ☐ nie wpłynęła |
| ☐ pogorszyła | ☐ nie mam zdania | |

2. Jak rewaloryzacja Parku Zdrojowego w Głuchołazach wpłynęła na częstotliwość korzystania przez Panią/Pana z części zdrojowej Głuchołaz?

- | | | |
|--|---|---------------------------------------|
| ☐ bardzo zwiększyła | ☐ nieznacznie zwiększyła | ☐ nie zmieniła |
| ☐ zmniejszyła | ☐ nie potrafię określić | |

3. Czy korzysta Pani/Pan z hydroterapii?

- | | | |
|------------------------------|------------------------------|---|
| ☐ tak | ☐ nie | ☐ nie wiem, czym jest hydroterapia |
|------------------------------|------------------------------|---|

4. Jak na ilość turystów z Czech wpłynęła rewaloryzacja Parku Zdrojowego?

- | | | |
|--|---|---------------------------------------|
| ☐ znacząco zwiększyła | ☐ nieznacznie zwiększyła | ☐ nie zmieniła |
| ☐ zmniejszyła | ☐ nie wiem | |

5. Kto skorzystał na rewaloryzacji Parku Zdrojowego? (można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

- | | | |
|-------------------------------------|---|----------------------------------|
| ☐ mieszkańcy | ☐ przedsiębiorcy z branży turystycznej | ☐ turyści |
| ☐ wykonawcy | ☐ urzędnicy | ☐ nikt |

6. Czy wydatkowanie pieniędzy publicznych na rewaloryzację Parku Zdrojowego było:

- | | |
|---|---|
| ☐ całkowicie uzasadnione | ☐ uzasadnione, lecz były ważniejsze inwestycje |
| ☐ nieuzasadnione | ☐ nie potrafię określić |

7. Czy inwestycja w Parku Zdrojowym była realizowana rzetelnie i uczciwie?

- ☐ tak (nast. pyt. 10) ☐ nie ☐ nie wiem (nast. pyt. 10)

8. Jakie rodzaje nieprawidłowości miały miejsce podczas realizacji inwestycji? (można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

- ☐ marnotrawstwo środków rzeczowych lub finansowych ☐ nierzetelność wykonania
☐ korupcja ☐ stronnictwo w procedurze przetargowej ☐ inne

9. Prosimy o krótki opis przykładów nieprawidłowości:

.....
.....
.....
.....

10. Z jakich środków była finansowana rewaloryzacja Parku Zdrojowego?

- ☐ gminy Głuchołazy ☐ budżetu centralnego Polski ☐ Unii Europejskiej
☐ gminy Głuchołazy i Unii Europejskiej ☐ nie wiem (nast. pyt.12)

11. Z jakich źródeł pochodzą Pani/Pana informacje na temat finansowania rewaloryzacji Parku Zdrojowego? (można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

- ☐ ogłoszeń prasowych i radiowych ☐ tablic informacyjnych ☐ ulotek, broszur, plakatów
☐ telewizji, Internetu ☐ od znajomych/członków rodziny

12. Czy zetknęła/zetknął się Pani/Pan z nazwą Program Operacyjny Współpracy Transgranicznej Republika Czeska-Rzeczpospolita Polska 2007-2013?

- ☐ tak ☐ nie ☐ nie potrafię określić

METRYCZKA

Miejsce zamieszkania:

- ☐ Głuchołazy ☐ powiat nyski
☐ województwo opolskie ☐ poza województwem opolskim

Status zawodowy:

- ☐ pracownik przedsiębiorstwa ☐ pracownik sfery publicznej
☐ urzędnik ☐ przedsiębiorca ☐ emeryt/rencista
☐ uczeń/student ☐ nie pracuję
-

Bardzo dziękujemy za udzielenie szczerych odpowiedzi!

Uprzejmie prosimy Panią/Pana o wypełnienie ankiety, która dotyczy oceny czesko-polskich projektów, realizowanych w Państwa Regionie. Badania prowadzone są przez Państwową Wyższą Szkołę Zawodową w Nysie na zlecenie polskiej Najwyższej Izby Kontroli.

Ankieta jest anonimowa. Jej celem jest poznanie Państwa opinii na temat realizacji projektów transgranicznych i ich oddziaływania na grupy docelowe. Państwa odpowiedzi pomogą w przygotowaniu rzetelnej oceny projektów i przyczynią się do efektywnego wykorzystania środków publicznych.

Odpowiedzi udziela się poprzez postawienie znaku „x” w odpowiedniej kratce ☐. W pytaniach, w których można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź, załączono uwagę „można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź”. W pytaniu bez odpowiedzi należy wpisać odpowiedź w miejsce zaznaczone kropkami.
Bardzo dziękujemy za wypełnienie ankiety!

1. Proszę określić poziom walorów rekreacyjnych, leczniczych i estetycznych parku w Jeseniku:

- | | | |
|---------------------------------------|---|-------------------------------------|
| ☐ bardzo dobry | ☐ dobry | ☐ przeciętny |
| ☐ niski | ☐ nie mam zdania | |

2. Jak często korzysta Pani/Pan z parku w Jeseniku?

- | | | |
|-------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| ☐ regularnie | ☐ rzadko | ☐ nigdy |
|-------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|

3. Czy korzysta Pan/Pani z hydroterapii?

- | | | |
|------------------------------|------------------------------|---|
| ☐ tak | ☐ nie | ☐ nie wiem, czym jest hydroterapia |
|------------------------------|------------------------------|---|

4. Jak na ilość turystów z Polski wpłynęła budowa parku w Jeseniku?

- | | | |
|--|---|---------------------------------------|
| ☐ znacząco zwiększyła | ☐ nieznacznie zwiększyła | ☐ nie zmieniła |
| ☐ zmniejszyła | ☐ nie wiem | |

5. Kto skorzystał na budowie parku w Jeseniku? (można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

- | | | |
|-------------------------------------|---|----------------------------------|
| ☐ mieszkańcy | ☐ przedsiębiorcy z branży turystycznej | ☐ turyści |
| ☐ wykonawcy | ☐ urzędnicy | ☐ nikt |

6. Czy wydatkowanie pieniędzy publicznych na budowę parku w Jeseniku było:

- | | |
|---|---|
| ☐ całkowicie uzasadnione | ☐ uzasadnione, lecz były ważniejsze inwestycje |
| ☐ nieuzasadnione | ☐ nie potrafię określić |

7. Czy inwestycja była realizowana rzetelnie i uczciwie?

- | | | |
|--|------------------------------|---|
| ☐ tak (nast. pyt. 10) | ☐ nie | ☐ nie wiem (nast. pyt. 10) |
|--|------------------------------|---|

8. Jakie rodzaje nieprawidłowości miały miejsce podczas realizacji inwestycji? (można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

- ☐ marnotrawstwo środków rzeczowych lub finansowych ☐ nierzetelność wykonania
☐ korupcja ☐ stronnictwo w procedurze przetargowej ☐ inne

9. Prosimy o krótki opis przykładów nieprawidłowości:

.....
.....
.....
.....

10. Z jakich środków była finansowana budowa parku w Jeseniku?

- ☐ Společnost Vincenze Priessnitze ☐ Ministerstwa Rozwoju Regionalnego
☐ Společnost Vincenze Priessnitze, Ministerstwa Rozwoju Regionalnego i Unii Europejskiej
☐ Unii Europejskiej ☐ nie wiem (nast. pyt.12)

11. Z jakich źródeł pochodzą Pani/Pana informacje na temat finansowania budowy parku? (można zaznaczyć więcej niż 1 odpowiedź)

- ☐ ogłoszeń prasowych i radiowych ☐ tablic informacyjnych ☐ ulotek, broszur, plakatów
☐ telewizji, Internetu ☐ od znajomych/członków rodziny

12. Czy zetknęła/zetknął się Pani/Pan z nazwą Program Operacyjny Współpracy Transgranicznej Republika Czeska-Rzeczpospolita Polska 2007-2013?

- ☐ tak ☐ nie ☐ nie potrafię określić

METRYCZKA

Miejsce zamieszkania:

- ☐ Jeseník ☐ powiat Jeseník
☐ Olomuniecki Kraj ☐ poza Olomunieckim Krajem

Status zawodowy:

- ☐ pracownik przedsiębiorstwa ☐ pracownik sfery publicznej
☐ urzędnik ☐ przedsiębiorca ☐ emeryt/rencista
☐ uczeń/student ☐ nie pracuję
-

Bardzo dziękujemy za udzielenie szczerych odpowiedzi!