



BENDRASIS PROGRAMAVIMO DOKUMENTAS

PROJEKTĄ REMIA
LIETUVOS RESPUBLIKA

PROJEKTĄ IŠ DALIES FINANSUOJA
EUROPOS SĄJUNGA
Europos regioninės
plėtros fondas



**BALTIJOS TYRIMAI
THE GALLUP ORGANIZATION**

**APKLAUSA APIE 2004 – 2006
METŲ EUROPOS SĄJUNGOS
STRUKTŪRINIŲ FONDŲ
PARAMOS VIEŠINIMĄ**

Užsakovas: Lietuvos Respublikos Ūkio ministerija

2007 m. gegužė



INFORMACIJA APIE TYRIMĄ

- Šis tyrimas vyko pagilinto interviu metodu. Jame dalyvavo 15 atstovų iš įmonių, gavusių ES struktūrinių fondų 2004-2006 metais paramą savo vykdomiems projektams, 5 konsultacinių įmonių, konsultuojančių tokių projektų rengimo klausimais ir 20 nacionalinės ir regioninės žiniasklaidos (televizijos, radijo, spaudos, elektroninės žiniasklaidos bei naujienų agentūrų) atstovų, rengiančių informaciją šiais klausimais. Respondentų atrankai naudota LVPA duomenų bazė ir Ūkio ministerijos duomenų bazė.
- Vienas interviu vidutiniškai truko 45 minutes.



PAGRINDINIAI TYRIMO REZULTATAI



INFORMACIJOS ŠALTINIAI

- Apie galimybę pasinaudoti Ūkio ministerijos 2004 – 2006 metais administruota ES struktūrinių fondų parama tyrimo dalyviai sužinojo iš įvairių šaltinių. Dažniausiai nurodomi šie šaltiniai:

A. Įmonių atstovai:

- LVPA interneto svetainė (94 proc.)
- Ūkio ministerijos interneto svetainė (69 proc.)
- Skambučiai į Ūkio ministeriją ir LVPA (44 proc.)
- Žinių svetainės internete (44 proc.)
- Lankymasis LVPA skyriuose (38 proc.)
- Seminarai, konferencijos (31 proc.)
- Verslo partneriai (31 proc.)
- Nacionaliniai laikraščiai (25 proc.)

Rečiau minėti šaltiniai - LTV, komercinės TV stotys, regioninės TV stotys, radijas, regioninė spauda, specializuoti leidiniai / bukletai.



INFORMACIJOS ŠALTINIAI

B. Žiniasklaidos atstovai:

- LTV (75 proc.)
- Nacionaliniai laikraščiai (75 proc.)
- Žinių svetainės internete (75 proc.)
- Ūkio ministerijos interneto svetainė (58 proc.)
- Seminarai, konferencijos (50 proc.)
- Kolegos, pažįstami (42 proc.)
- LVPA interneto svetainė (42 proc.)
- Skambučiai į LVPA ar Ūkio ministeriją (42 proc.)
- Vietinė, regioninė spauda (42 proc.)
- Radijas (42 proc.)
- Komerčinės TV stotys (42 proc.)

Rečiau minėti šaltiniai - regioninės TV stotys, lankymasis LVPA skyriuose, specializuoti leidiniai / bukletai.



INFORMACIJOS ŠALTINIAI

- Siekdami sužinoti apie 2004 – 2006 metų ES struktūrinių fondų projektus, kuriems paramą teikė Ūkio ministerija ir LVPA, tyrimo dalyviai naudojo daugeliu informacijos šaltinių. Dažniausiai nurodomi šie šaltiniai:

A. Įmonių atstovai:

- LVPA interneto svetainė (81 proc.)
- Ūkio ministerijos interneto svetainė (75 proc.)
- Skambučiai į Ūkio ministeriją ir LVPA (44 proc.)
- Žinių svetainės internete (38 proc.)
- Lankymasis LVPA skyriuose (38 proc.)

Rečiau minėti šaltiniai - seminarai/konferencijos, regioninė spauda, LTV, verslo partneriai.



INFORMACIJOS ŠALTINIAI

B. Žiniasklaidos atstovai:

- Ūkio ministerijos interneto svetainė (50 proc.)
- Žinių svetainės internete (50 proc.)
- LVPA interneto svetainė (50 proc.)
- Nacionaliniai laikraščiai (42 proc.)
- LTV (33 proc.)

Rečiau minėti šaltiniai - nacionalinės komercinės TV stotys, regioninės TV stotys, radijo stotys, vietinė spauda, lankymasis LVPA skyriuose, skambučiai į LVPA ar Ūkio ministeriją, specializuoti leidiniai / bukletai, seminarai, konferencijos, kolegos, pažįstami.



INFORMACIJOS ŠALTINIAI

- Svarbiausi informacijos šaltiniai, siekiant sužinoti apie 2004 – 2006 metų ES struktūrinių fondų projektus, kuriems paramą teikė Ūkio ministerija ir LVPA, tyrimo dalyviams buvo :

A. Įmonių atstovams:

- LVPA interneto svetainė (50 proc.)
- Žinių svetainės internete (19 proc.)
- Ūkio ministerijos interneto svetainė (13 proc.)

Rečiau minėti šaltiniai - verslo partneriai, lankymasis LVPA skyriuose, skambučiai į Ūkio ministeriją ir LVPA.

B. Žiniasklaidos atstovams:

- Ūkio ministerijos interneto svetainė (33 proc.)

Rečiau minėti šaltiniai – LVPA interneto svetainė, žinių svetainės internete, kolegos, pažįstami, LTV, vietinė spauda.



INFORMACIJOS ŠALTINIAI

- Norėdami daugiau sužinoti apie Ūkio ministerijos ir LVPA koordinuojamus 2004 – 2006 metų ES struktūrinių fondų projektus, tyrimo dalyviai naudotusi daugeliu šaltinių. Dažniausiai nurodyti :

A. Įmonių atstovams:

- LVPA interneto svetainė (81 proc.)
- Žinių svetainės internete (44 proc.)
- Ūkio ministerijos interneto svetainė (44 proc.)
- Skambučiai į Ūkio ministeriją ir LVPA (44 proc.)
- Lankymasis LVPA vietos skyriuose (38 proc.)

Rečiau minėti šaltiniai - LTV, seminarai ir konferencijos, verslo partneriai, nacionaliniai laikraščiai.



INFORMACIJOS ŠALTINIAI

B. Žiniasklaidos atstovams:

- Ūkio ministerijos interneto svetainė (67 proc.)
- LVPA interneto svetainė (42 proc.)
- Žinių svetainės internete (33 proc.)
- Skambučiai į Ūkio ministeriją ir LVPA (33 proc.)

Rečiau minėti šaltiniai – LTV, komercinės TV stotys, radijas, nacionaliniai laikraščiai, lankymasis LVPA skyriuose.



INFORMACIJOS ŠALTINIAI

Kalbėdami apie savo įmonės projektą, vykdytą ES paramos lėšomis, įmonių atstovai teigė, kad svarbiausi informacijos šaltiniai, iš kurių sužinojo apie tai, kaip pasirengti projektui, buvo:

- LVPA (50 proc.)
- Konsultantai (31 proc.)
- Ūkio ministerija (13 proc.)
- Verslo partneriai (6 proc.)
- Internetas, elektroninis paštas (6 proc.)
- Konsultacinės įmonės (6 proc.)



INFORMACIJOS ŠALTINIAI

Įmonių atstovai dar minėjo tokius informacijos šaltinius, kuriais naudojami, norėdami sužinoti ar gauti daugiau informacijos apie tai, kaip pasirengti projektui: TV, spauda, Finansų ministerija, ESFA, seminarus, dalomąją medžiagą, Verslo žinias, vietinius LVPA skyrius, radiją.

Įgyvendinamos projektus, įmonės dažniausiai naudojami tokiais informacijos šaltiniais:

- LVPA (50 proc.)
- Konsultantų paslaugomis (19 proc.)
- Informacija internetu (19 proc.)
- Seminarais (19 proc.).

Rečiau minimi tokie šaltiniai, kaip Ūkio ministerija, spauda, verslo partneriai, auditoriai, informaciniai stendai.



INFORMACIJOS ŠALTINIAI

Dauguma tyrime dalyvavusių įmonių atstovų teigė, kad iš jų minėtų informacijos šaltinių gautos informacijos užteko. Tik vienas respondentas teigė, kad tokios informacijos trūko.

Papildomą ar trūkstamą informaciją patogiausia gauti internetu, elektroniniu paštu, naudojant televiziją, iš LVPA, Ūkio ministerijos bei kitų valstybės institucijų.



INFORMACIJOS ŠALTINIAI

Dauguma tyrime žiniasklaidos atstovų teigė, kad iš Ūkio ministerijos ir LVPA gautos informacijos apie ES struktūrinių fondų projektus užteko (58 proc.). Trečdalis žiniasklaidos atstovų teigė, kad informacijos trūko. Dažniausiai jie pasigedo tikslesnės informacijos, statistinių duomenų, apibendrintų duomenų, informacijos, kodėl vėluoja projektai.

Žiniasklaidos atstovams patogiausiai informaciją gauti internetu ir elektroniniu paštu (82 proc.). Tarp kitų galimų informacijos šaltinių dar buvo paminėti spauda, pranešimai spaudai, informacija telefonu.

Du trečdaliai tyrime dalyvavusių žiniasklaidos atstovų norėtų naujausią informaciją apie Ūkio ministerijos ir LVPA įgyvendinamus ES struktūrinių fondų lėšomis remiamus projektus gauti reguliariai, patogiausia forma – internetas / elektroninis paštas. Tokią informaciją pageidaujama gauti kuo dažniau, kai tik yra naujienų, ar bent kartą per mėnesį.



DOMĖJIMASIS PROJEKTAIS

Tyrimė dalyvavę įmonių atstovai domisi papildoma informacija apie Ūkio ministerijos ir LVPA įgyvendinamus ES struktūrinių fondų lėšomis remiamus įgyvendinamus ir jau įgyvendintus projektus. Tie, kas tokia informacija nesidomi, teigė, kad tokiai informacijai nėra poreikio, labiau domina kito (2007 – 2013 metų) projektai.

Besidomintys tokia informacija labiausiai norėtų sužinoti apie įgyvendintų projektų rezultatus, kokie konkrečiai projektai buvo remiami, kiek lėšų gavo, kokios įmonės gavo paramą, iš kokių ūkio sričių, su kokiomis problemomis susidūrė įmonės, įgyvendinančios projektus, kokios yra bendradarbiavimo su kitomis įmonėmis perspektyvos.



DOMĖJIMASIS PROJEKTAIS

Žiniasklaidos atstovai tokia informacija domisi kiek rečiau, tačiau ir tarp jų besidominčių yra daugiau nei pusė. Nesidomintys sakė, kad nėra poreikio tokiai informacijai.

Žiniasklaidos atstovai norėtų sužinoti apie tai, kokie projektai buvo įgyvendinti, kokios įmonės ir kiek lėšų gavo, kokios yra tų projektų pritaikymo galimybės, kaip juos vertina ekspertai, su kokiomis problemomis susiduriama.

Tiek įmonėms, tiek žiniasklaidai informaciją patogiausia gauti internetu.

Kalbėdami apie tai, kaip geriausiai pateikti informaciją visuomenei, ir įmonių atstovai, ir žiniasklaidos atstovai teigė, kad efektyviausia priemonė būtų televizija, nes jos auditorija didžiausia. Dar minima spauda (tiek vietinė, tiek nacionalinė), nes ją skaito daug žmonių.

Tyrimo dalyviai mano, kad efektyvios informavimo formos būtų internetas ir radijas, nes jos pasiekia tikslines grupes.

Dar siūlytos tokios formos, kaip informacija paštu bei vieši renginiai, leidžiantys informaciją pateikti tiesiogiai.



DOMĖJIMASIS PROJEKTAIS

Ir projektų vykdytojams, ir žiniasklaidos atstovams informaciją apie projektus patogiausia gauti internetu ir elektroniniu paštu. Projektų vykdytojai dar minėjo Ūkio ministerijos raštus bei informaciją Verslo žiniuose.

Internetas ir elektroninis paštas patogiausi todėl, kad informacija gaunama operatyviai, taupo laiką, informacija lengvai pasiekiamą, galima pateikti išsamią, konkrečią informaciją. Svarbu ir tai, kad gaunama informacija išsaugoma. Tiek internetas, tiek elektroninis paštas prienami absoliučiai daugumai įmonių ir žurnalistų. Be to, gavus informaciją elektroniniu paštu, galima pasitikslinti neaiškumus, pateikti papildomus klausimus.



INFORMACINĖS PRIEMONĖS

A. TRUMPAMETRAŽIAI FILMAI APIE SĖKMINGAI ĮGYVENDINTUS PROJEKTUS

Respondentai buvo prašomi pareikšti savo nuomonę, ką reikėtų rodyti tokiuose filmuose.

Interviu metu buvo siūlomi tokie dalykai:

- būtina aptarti projekto naudą, rodyti konkrečios įmonės pavyzdį, nuo ko pradėta ir koks galutinis rezultatas. Jei įmonė modernizuota už paramos lėšas, galima parodyti, kaip atrodė prieš projektą, ir kaip jį pabaigus;
- paaiškinti, kiek laiko projektas truko;
- parodyti konkrečių asmenų iniciatyvumą, siekiant paramos ir paaiškinti, kodėl pasirinktas būtent tas projektas ir jam suteikta parama;
- parodyti, kokią įtaką žmonių gyvenimo pagerėjimui turėjo konkretaus projekto rezultatai. Pastebėta, kad tai neturėtų būti tiesioginė reklama, bet subtilesnė informacija, mažiau propagandinė.



INFORMACINĖS PRIEMONĖS

- pageidaujama patarimų, kaip pasinaudoti galima parama (galėtų kalbėti įmonių, vykdyusių projektus, darbuotojai, ekspertai);
- pažymėta, kad filmuose neturėtų būti lentelių, skaičių. Geriau rodyti žmones – keistus, kitokius, nei įprasta. Pageidaujama ekspertų, oponentų nuomonės, paprastų žmonių vertinimų;
- žiniasklaidos atstovai pageidauja ne tik teigiamų, bet ir nesėkmės atvejų parodymo, paaiškinimo, kas ir kodėl nepasisekė, su kokiais sunkumais susidurta;
- pageidaujama, kad filmukai būtų trumpi ir suprantami paprastam žmogui.

Du trečdaliai tyrime dalyvavusių įmonių atstovų sutiktų, kad apie jų organizacijos vykdytą projektą būtų sukurtas toks filmas.



INFORMACINĖS PRIEMONĖS

B. LAUKO REKLAMOS STENDAI, INFORMUOJANTYS APIE PARAMĄ

Respondentai buvo prašomi pareikšti savo nuomonę, kas turėtų būti pateikta tokiuose stenduose.

Interviu metu buvo siūlomi tokie dalykai:

- akcentuoti sėkmę, poveikį Lietuvai ir regionui;
- informaciją pateikti kaip palinkėjimą ar gerą žinią žmogui, o ne informaciją apie projektus. Geriau pateikti informaciją, kur žmogus gali gauti ką nors naudingo, vertingo. Informuoti apie tai, kur kreiptis paramos, per kiek laiko, kokios vykdymo datos (pradžia – pabaiga);
- pageidaujama vaizdinės informacijos, nuotraukų (ne skaičių); galima rodyti įmonių vaizdus prieš projektą ir jam pasibaigus;
- informuoti, kas gavo paramą, kiek, ką nuveikė;
- pageidaujama, kad informacija būtų pateikta pačių žmonių kalba, ne sausai, teksto turi būti nedaug, tik pagrindinė informacija.

Dauguma tyrime dalyvavusių įmonių atstovų palankiai žiūrėjo į stendų naudojimą informavimui, tuo tarpu trečdalis žurnalistų ir dalis konsultantų mano, kad stendai nebūtų informatyvūs ir jų rengimas yra lėšų švaistymas.



INFORMACINĖS PRIEMONĖS

B. RADIO LAIDOS IR REPORTAŽAI, INFORMUOJANTYS APIE PARAMĄ

Respondentai buvo prašomi pareikšti savo nuomonę, kas turėtų būti pateikta tokiose laidose.

Interviu metu buvo siūlomi tokie dalykai:

- organizuoti diskusines laidas, aptariant problemas, su kuriomis tenka susidurti;
- kalbinti žmones, galinčius papasakoti, kaip pasikeitė jų gyvenimas įgyvendinus vieną ar kitą projektą;
- informuoti apie būsimus projektus, būsimą 2007-2013 metų paramą; akcentuoti naujienas;
- reportažuose kalbėti apie pavykusius ir nepavykusius projektus; pateikti konkrečius pavyzdžius;
- aptarti konkrečius projektus, jų rezultatus;
- pateikti informaciją, kada reikia teikti paraiškas, kur gauti informacijos, kokios skiriamos lėšos;
- pateikti ekspertų, analitikų, Europos Komisijos atstovų vertinimus.



INFORMACINĖS PRIEMONĖS

Absoliuti dauguma tyrimo dalyvių teigė, kad jiems būtų įdomios radijo laidos, kuriose pateikiamas interviu su paramos gavėjais (94 proc. įmonių ir 83 proc. žiniasklaidos atstovų); naujienos apie paramos rezultatus (atitinkamai 81 proc. ir 92 proc.), laidos, kuriose pristatomi konkretūs projektai (atitinkamai 88 proc. ir 75 proc.). Kiek mažiau domintų radijo laidos, kuriose kalbama su paramą administruojančių institucijų atstovais (domina 69 proc. įmonių atstovų ir 42 proc. žiniasklaidos atstovų).



INFORMACINĖS PRIEMONĖS

C. INFORMACIJA SPAUDOJE APIE PROJEKTUS, VYKDOMUS PARAMOS LĖŠOMIS

Respondentai buvo prašomi pareikšti savo nuomonę, kas turėtų būti pateikta tokiose publikacijose.

Interviu metu buvo siūlomi tokie dalykai:

- skelbti informaciją apie sėkmę, problemas ir kaip jas galima spręsti;
- parodyti konkrečius pavyzdžius, įmones;
- informuoti apie tai, kur galima rasti informaciją apie projektus, kur kreiptis patarimo;
- informuoti apie vykdomus projektus, jų eigą, rezultatus, skirtas lėšas, vykdymo terminus;
- informuoti apie padėtį rajonuose, kaip konkrečiose vietovėse vyksta projektų darbai;
- informacija turėtų būti pateikiama gyvai, ne sausai, kad žmonės atkreiptų dėmesį.



INFORMACINĖS PRIEMONĖS

D. INFORMACIJA INTERNETE APIE PARAMĄ IR PROJEKTUS, VYKDOMUS PARAMOS LĖŠOMIS

Respondentai buvo prašomi pareikšti savo nuomonę, kokia informacija turėtų būti pateikta ir kokiuose tinklapiuose.

Interviu metu buvo siūlomi tokie dalykai:

- organizuoti diskusijas internete;
- informacija, kiek lėšų panaudojama;
- informuoti, kiek ir kokių projektų remiama; koks laikotarpis;
- informuoti apie išskylančias problemas, teikti patarimus;
- aptarti konkrečius projektus – lėšas, trukmę, dalyvaujančių darbuotojų skaičių ir pan.;
- informacija internete turėtų būti trumpa, su iliustracijomis;
- teikti nuorodas į LVPA, Ūkio ministerijos svetaines;
- stengtis pateikti informaciją įdomią įvairioms tikslinėms grupėms;
- paaiškinti, kodėl vieni gauna paramą, o kiti – ne;

Siūloma tokią informaciją skelbti LVPA tinklapyje, Ūkio ministerijos svetainėje; www.delfi.lt; www.alfa.lt; kituose populiariuose naujienų portaluose.



INFORMACINĒS PRIEMONĒS

D. LANKSTINUKAI APIE PARAMAĀ IR PROJEKTUS, VYKDOMUS PARAMOS LĒSOMIS

Respondenti buvo prašomi pareikšti savo nuomonę, kokia informacija turėtų būti pateikta lankstinukuose.

Interviu metu buvo siūlomi tokie dalykai:

- pateikti nuorodas į LVPA, Ūkio ministerijos svetaines, informaciją apie tai, kur kreiptis, kontaktinę informaciją;
- informaciją apie konkrečiai paremtus projektus;
- informacija turėtų būti tokia pat, kaip stenduose;
- pateikti datas – kada pradžia, kada pabaiga, kokie dokumentai reikalingi paramai gauti;
- aptarti konkrečių projektų rezultatus;
- lankstinukai galėtų būti tarsi pradžiamokslis pradedantiesiems;
- informacija turėtų būti pateikiama paprastai ir suprantamai, su konkrečiais pavyzdžiais.



INFORMACINĖS PRIEMONĖS

Tiek įmonių atstovai, tiek žurnalistai į lankstinukus žiūri gana skeptiškai – didelė dalis tyrime dalyvavusių žmonių sakė, kad tai mažiausiai efektyvi priemonė ir jos būtų galima atsisakyti.

Patogiausia lankstinukus gauti iš konsultantų (75 proc. tokį būdą įvertino kaip patogų), paštu į darbą (75 proc.), LVPA regioniniuose skyriuose (75 proc.). Mažiau patogų lankstinukus gauti paštu į namus (patogų 44 proc.), verslo ir turizmo centruose (56 proc.).



POPULIARIAUSI INFORMACIJOS ŠALTINIAI

Respondentai buvo prašomi pasakyti, kokias žiniasklaidos priemones dažniausiai žiūri, klauso ar skaito.

Tyrimo dalyviai dažniausiai žiūri LTV (75 proc.), LNK (43 proc.), TV3 (39 proc.), rečiau BTV (7 proc.) ir vietines TV stotis (4 proc.).

Mėgstamiausios TV laidos – Panorama (39 proc., ypač tarp žurnalistų) ir žinios apskritai (36 proc.). Dar paminėtos tokios laidos, kaip Pinigų karta, Prašau žodžio, Popietė su A. Čekuoliu, Labas rytas, Negali būti, Be pykčio, Iššūkis žvaigždėms, Stilius.

Dažniausiai klausomos radijo stotys – Lietuvos radijas (29 proc.), Žinių radijas (21 proc.), M1 (14 proc.), M1 plus (11 proc.), Radiocentras (7 proc.), Lietus (7 proc.).

Mėgstamiausiomis radijo laidomis tyrimo dalyviai dažniausiai vadino žinių laidas apskritai bei Ryto garsus (LR1).

Dažniausiai skaitomi laikraščiai – Lietuvos rytas (71 proc.), Verslo žinios (29 proc.), regioninė spauda (11 proc.), Respublika ir Lietuvos žinios (po 11 proc.).

Dažniausiai skaitomi žurnalai – Žmonės (29 proc.), Veidas (11 proc.).

Dažniausiai lankomos svetainės – delfi.lt, elta.lt, LVPA svetainė, lrt.lt, alfa.lt.



PAGEIDAVIMAI ES PARAMOS VIEŠINIMUI

Respondentai buvo prašomi pateikti pastabas ar siūlymus, ką reikėtų tobulinti, kaip geriau viešinti ES paramą, administruojamą LVPA ir Ūkio ministerijos.

Dažniausi pageidavimai – mažinti biurokratizmą, daugiau lankstumo, pateikti daugiau apibendrintos, susistemintos informacijos.

Pageidaujama aiškiau pateikti paraiškų vertinimo kriterijus, mažinti pateikiamų dokumentų skaičių.

Pageidaujama trumpinti paraiškos nagrinėjimo terminus, nes nelieka laiko pasinaudoti lėšomis.

Konsultantai pageidavo, kad LVPA organizuojamuose seminaruose dalyvautų nors 2 agentūros darbuotojai, pasirošę atsakyti į klausimus (dažnai eiliniai darbuotojai negali atsakyti į klausimus, tad pageidaujama vadovų dalyvavimo).



PAGRINDINĖS IŠVADOS



PAGRINDINĖS IŠVADOS

- Tyrimas parodė, kad:
 - Įmonių atstovams svarbiausi informacijos šaltiniai apie galimybę pasinaudoti Ūkio ministerijos administruojama ES struktūrinių fondų parama buvo LVPA ir Ūkio ministerijos svetainės, o žiniasklaidos atstovams – LTV, laikraščiai ir žinių svetainės internete bei Ūkio ministerijos ir LVPA svetainės;
 - Rengiantis projektams ir juos įgyvendinant, įmonėms svarbią informaciją suteikė LVPA, konsultantai ir Ūkio ministerija;
 - Šių šaltinių suteikta informacija įmonės liko patenkintos. Patogiausi šaltiniai gauti papildomą informaciją – internetas bei elektroninis paštas;
 - Žiniasklaidos atstovai naujausią informaciją apie Ūkio ministerijos ir LVPA įgyvendinamus projektus norėtų gauti reguliariai, geriausia – internetu ar elektroniniu paštu;



PAGRINDINĖS IŠVADOS

- Įmonių atstovai domisi papildoma informacija apie minėtus projektus – visu pirma, jų rezultatus, konkrečius projektus, skirtas lėšas, problemas;
- Žiniasklaidos atstovams įdomu, kokie projektai remiami, kiek skiriama lėšų, kokie rezultatai ir kaip jie pritaikomi;
- Tyrimo dalyviai mano, kad informaciją apie remiamus projektus visuomenei pateikti geriausia per televiziją, nes jos auditorija didžiausia. Be to, efektyvi būtų ir informacija spaudoje. Atskiroms tikslinėms grupėms informuoti verta naudoti internetą.



PAGRINDINĖS IŠVADOS

- Kuriant trumpametražius filmus apie sėkmingai įgyvendintus projektus, tyrimo dalyvių nuomone reikėtų rodyti konkrečius pavyzdžius, parodyti projekto naudą, palyginti situaciją prieš ir po projekto. Naudinga pateikti patarimus, kaip pasinaudoti parama, pasitelkiant ekspertus ar įmonių, vykdančių projektus, atstovus. Dauguma tyrime dalyvavusių įmonių atstovų sutiktų, kad filmas būtų sukurtas apie jų įmonę;
- Lauko reklamos stendai buvo vertinami kaip nelabai efektyvi informavimo priemonė. Jei jie būtų naudojami, juose turėtų būti vaizdinė informacija, naudojama pačių žmonių kalba. Pageidaujama, kad būtų akcentuojama projektų sėkmė, poveikis regionui ir Lietuvai;
- Radijo laidos ir reportažai apie projektus būtų naudingi, galėtų vykti diskusijų forma, kalbinant projektų vykdytojus, aptariant problemas ir pateikiant konkrečius pavyzdžius;



PAGRINDINĖS IŠVADOS

- Spaudoje pageidaujama informuoti apie konkrečių projektų rezultatus, padėtį rajonuose, skiriamas lėšas;
- Internete norima matyti informaciją apie skirtas lėšas, vykdymo terminus, konkrečius projektus. Čia informacija turėtų būti pritaikoma skirtingoms tikslinėms grupėms.
- Lankstinukai vertinami kaip mažiausiai efektyvi informavimo priemonė. Jei jie būtų naudojami, verta juose pateikti nuorodas į kitus informacijos šaltinius, svetaines, kontaktinę informaciją, pristatyti konkrečius projektus.