



Hodnocení informačních akcí

Oldřich Čepelka

27. února 2009

IREAS centrum, s.r.o.



K některým závěrům:

Jaké informační akce se konaly, jaký měly charakter?

- ❑ Rozhodujícími formami informačních akcí byly konference a semináře, a to jak celostátní, tak regionální (krajské).
 - ❑ Podle informací ze sociologických výzkumů, semináře, konference a školení pořádané agenturou CzechInvest hodnotili samotní uživatelé jako nejužitečnější a nejprínosnější akce.
-



Jaké informační akce se konaly, jaký měly charakter?

- ❑ Z výročních zpráv OPPP lze vyčíst, že celkem bylo uspořádáno 533 seminářů, kterých se účastnilo 26 300 osob. Zdroje informací však nejsou jednotné.
 - ❑ Efekty samostatných akcí řídicího a implementačních orgánů byly zesilovány akcemi dalších subjektů, které stojí mimo implementační strukturu OPPP (např. Hospodářská komora ČR). Pořadatelé mimo IS OPPP uspořádali v letech 2005-6 podle odhadů celkem zhruba 400 seminářů s 20 tisíci účastníky.
-



Jaké informační akce se konaly, jaký měly charakter?

- ❑ Nežadatelé o podporu se v podobné míře jako žadatelé účastnili celostátních konferencí a regionálních seminářů (především s pořadateli mimo IS OPPP), z různých důvodů se však žadatelé nestali.
-



Jaké typy informačních akcí jsou nejefektivnější pro dobrou informovanost o OPPP?

- ❑ Semináře a konference jsou představiteli cílových skupin (zejména VŠ, výzkumných institucí, inovačních center a Podnikatelských inkubátorů, ale i MSP) vnímány jako velice přínosný a důležitý zdroj informací a „je po něm poptávka“ pro možnost osobního styku a získání doplňujících informací a rad. Největší pozitivní ohlas na informační akce byl od malých a středních podniků, a to zejména na semináře v regionech.
-



Jaké typy informačních akcí jsou nejefektivnější pro dobrou informovanost o OPPP?

- Třetina dotázaných v sociologickém průzkumu je pro více individuálních akcí, zejména tzv. osobních konzultací v regionálních kancelářích CzechInvestu a čtvrtina pro více společných akcí (jako jsou semináře a školení) než dosud.



Vybraná doporučení

K otázkám – přehled, charakter a dostupnost informačních akcí

- Vstupní (motivační, základní informace podávající) semináře a setkání by měla sice jasně diferencovat mezi přijatelnými a nepřijatelnými záměry a žadateli, ale současně povzbudit váhající účastníky, aby si svou přijatelnost ověřili individuálním dotazem nebo konzultací (celostátní zelená linka, konzultace na RK, v poradenské agentuře apod.).
-



Vybraná doporučení

K otázkám – přehled, charakter a dostupnost informačních akcí

- Bylo by dobré, kdyby pořadatel dokázal alespoň stručnou informaci o obsahu akce (příp. o vstupních očekáváních pořadatele) vyvolat u zájemců autoselekcí. Méně informovaným pak nabídne jinou akci než „informačně pokročilým“. To je výhodné udělat i během jediného dne, máme-li k dispozici lektory, kteří by se museli na nový termín uvolňovat.
-



Vybraná doporučení

K otázkám – přehled, charakter a dostupnost informačních akcí

- Doporučujeme provádět informační akce ve „dvou vlnách“: pro širokou podnikatelskou veřejnost, resp. všechny potenciální žadatele např. z podnikatelské sféry, a poté, podle jejich konkrétního zájmu, specializované akce typu skupinových konzultací a odborně zaměřených seminářů. Cílem „první vlny“ by mělo být informovat co největší počet potenciálních žadatelů. Po obdržení základní informace by tyto potenciální žadatelé již využívali také jiné formy informování - např. velmi efektivní osobní konzultace v RK CzechInvestu.
-



Vybraná doporučení

K otázkám – přehled, charakter a dostupnost informačních akcí

- Největší účast na informačních akcích byla vždy při zaslání pozvánek e-mailem nebo poštou konkrétním podnikatelským subjektům. Informování pouze pomocí inzerátů a zpráv v periodikách a médiích a tiskových zpráv vydaných na internetu, zaručuje jen nízkou účast.
-



Vybraná doporučení

K otázkám – přehled, charakter a dostupnost informačních akcí

- Je vhodné dělat na konci každé informační akce její vyhodnocení. Jako vhodné se nám jeví vyplnění krátkého dotazníku, který by se týkal 1. obsahu, 2. přednášejících, lektorů, konzultantů apod., 3. organizace informační akce (místo, informační materiály, organizátoři, zázemí atd.), 4. možnosti dopsání různých návrhů a připomínek.
-



Vybraná doporučení

K otázkám – přehled, charakter a dostupnost informačních akcí

- Stěžejní význam pro informování zájemců patří internetu. Doporučuje se, aby informace byly poskytovány pomocí tzv. portálu, tj. jednoho místa, kde lze všechny informace snadno buď přímo najít, anebo dohledat na externích www zdrojích.
-



Vybraná doporučení

K otázkám – přehled, charakter a dostupnost informačních akcí

- Jsou rozdíly v informačním a motivačním účinku jednotlivých druhů komunikačních nástrojů. Jako nejvhodnější se proto i nadále jeví komunikační mix – současné použití různých komunikačních aktivit, nástrojů a cest. Internet, konference a semináře, zejména regionální, patří k nejproduktivnějším komunikačním a informačním formám. Ty by měly být kombinovány s dalšími druhy.
-



Vybraná doporučení

K otázkám – přehled, charakter a dostupnost informačních akcí

- ❑ Větší pozornost je třeba věnovat informování příjemců o aktivitách, které jsou nutné pro správnou realizaci projektů (včetně udržitelnosti jeho výstupů a výsledků). V úvahu přichází celý sortiment forem – od zelené linky a osobních konzultací, přes webové aplikace po „klasické“ regionální semináře a workshopy.
-



Děkuji za pozornost.

A je to !
