



ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ
ΚΑΙ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ
ΔΡΑΣΕΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΤΑΜΕΙΟΥ

Έρευνα κοινής γνώμης για το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο 2011

Σύνοψη Αποτελεσμάτων – Συμπεράσματα



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
"ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ"



Ειδική Υπηρεσία Συντονισμού & Παρακολούθησης Δράσεων ΕΚΤ
Μονάδα Δ' Δημοσιότητα ανθρωπίνων πόρων
Σεπτέμβριος 2011

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ο σχεδιασμός της έρευνας έγινε αρχικά από την ΕΥΣΕΚΤ με σκοπό τη δημιουργία ενός κοινού εργαλείου μεταξύ των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του ΕΚΤ για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των δράσεων επικοινωνίας που πραγματοποιούν. Ο σχεδιασμός ολοκληρώθηκε κατόπιν διαβούλευσης με τα 4 Ε.Π. του ΕΚΤ, από την οποία προέκυψε ένα κοινό ερωτηματολόγιο, οι άξονες διερεύνησης του οποίου ταυτίζονται με τους επικοινωνιακούς στόχους που τίθενται από κοινού στα Επικοινωνιακά Σχέδια Δράσης (Ε.Σ.Δ.) των ΕΠ/ΕΚΤ, και αφορούν:

- την ανάδειξη του ρόλου της Ε.Ε. στο ευρύ κοινό
- τη διασφάλιση της διαφάνειας όσον αφορά στην πρόσβαση στη χρηματοδότηση των Διαρθρωτικών Ταμείων
- την αύξηση της αναγνωρισιμότητας των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων.

Η δομή του ερωτηματολογίου επιτρέπει την εξαγωγή συμπερασμάτων για κάθε Ε.Π. ξεχωριστά, καθώς και συγκριτική ανάλυση τόσο μεταξύ τους όσο και με αντίστοιχη έρευνα που διενεργήθηκε το 2008.

Η διεξαγωγή της έρευνας ανατέθηκε στην εταιρεία MARC A.E.

Τεχνικά χαρακτηριστικά

ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	3.261 νοικοκυριά
ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ.....	Άνδρες και γυναίκες, 15 ετών και άνω, με αντιπροσωπευτικότητα των ομάδων κοινού του ΕΚΤ.
ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ.....	13-24 Ιουλίου 2011
ΠΕΡΙΟΧΗ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ.....	Πανελλαδική κάλυψη.
ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ.....	Τυχαία δειγματοληψία με χρήση κουπας
ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ.....	Τηλεφωνικές συνεντεύξεις βάσει ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου.
Η marc A.E	Είναι μέλος του ΣΕΔΕΑ (Σύλλογος Εταιριών Δημοσκοπήσης και Έρευνας Αγοράς), της ESOMAR (European Society Of Marketing Research), της WAPOR (World Association for Public Opinion Research) και τηρεί τον κανονισμό του Π.Ε.Σ.Σ. και τους διεθνείς κώδικες δεοντολογίας για τη διεξαγωγή και δημοσιοποίηση ερευνών κοινής γνώμης.

ΣΥΝΟΨΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

A) Ο βαθμός ανάδειξης της κοινοτικής συνδρομής, σε επίπεδο γνώσης και αντιλαμβανόμενης σημαντικότητάς της από τους πολίτες

Η μεγάλη πλειοψηφία των Ελλήνων πολιτών (72,4%), γνωρίζει ότι η Ε.Ε. χρηματοδοτεί στη χώρα μας προγράμματα σε κοινωνικούς τομείς, όπως η ανάπτυξη της απασχόλησης, η υγεία, η εκπαίδευση και δια βίου μάθηση, η κοινωνική ένταξη, η ισότητα των φύλων, η αναβάθμιση των δημοσίων υπηρεσιών κλπ. Αν και όλοι οι Έλληνες έχουν ακούσει γενικά για τα κονδύλια της Ε.Ε., το 27,6% φαίνεται να αγνοεί την κοινοτική συνδρομή στους τομείς αυτούς.

Από τους πολίτες που γνωρίζουν τον κοινωνικό ρόλο της ΕΕ, οι 8 στους 10 γνωρίζουν επίσης ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των χρημάτων για την υλοποίηση αυτών των προγραμμάτων προέρχεται από κονδύλια της κοινότητας.

Αυξημένη κατά 8,6 ποσοστιαίες μονάδες καταγράφεται η αναγνωρισιμότητα του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου στο διάστημα των τριών τελευταίων ετών. Το 28,2% των Ελλήνων πολιτών δηλώνει ότι έχει ακούσει ή διαβάσει κάτι για το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, έναντι ποσοστού 19,6% στην αντίστοιχη έρευνα του 2008.

Αυξημένη επίσης κατά 6 μονάδες καταγράφεται η πραγματική γνώση του ΕΚΤ - το ποσοστό δηλαδή όσων το αναγνωρίζουν ως χρηματοδοτικό εργαλείο της ΕΕ - που εκτιμάται σήμερα στο 16% του συνολικού πληθυσμού (έναντι 10% το 2008), ενώ σε χαμηλότερα ποσοστά (12,1%) εμφανίζεται η γνώση της σύνδεσης του ΕΚΤ με το ΕΣΠΑ.

Η συμβολή της Ε.Ε. και του ΕΚΤ αξιολογούνται ιδιαίτερα θετικά. Το 81,9% του συνολικού πληθυσμού θεωρεί τη συνεισφορά της κοινότητας και του ΕΚΤ στα προγράμματα αυτά ιδιαίτερα σημαντική (πολύ σημαντική 46,6%, αρκετά σημαντική 35,3%). Σχετικά περισσότερο σημαντική κρίνεται η συνδρομή της Ε.Ε. και του ΕΚΤ για την υλοποίηση προγραμμάτων στους τομείς της ανάπτυξης της απασχόλησης, της υγείας καθώς και στην εκπαίδευση και δια βίου μάθηση.

B) Η αναγνωρισιμότητα των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων που συγχρηματοδοτεί το ΕΚΤ

Το Ε.Π. «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» καταγράφει τη σχετικά μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα (47,4%) με γνωστότερες δράσεις την πρακτική άσκηση και μαθητεία στις επαγγελματικές σχολές του ΟΑΕΔ (67,8%), τα σχολεία δεύτερης ευκαιρίας (56,3%), τα 800 ολοήμερα δημοτικά (55,6%) και το Ψηφιακό σχολείο (52,6%).

Το 26,4% των Ελλήνων πολιτών δήλωσε ότι έχει ακούσει ή διαβάσει κάτι για το Ε.Π. του ΕΣΠΑ «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού». Είναι το δεύτερο σε αναγνωρισιμότητα Ε.Π. του ΕΚΤ στο ΕΣΠΑ με γνωστότερες δράσεις, τα προγράμματα για την ενίσχυση των Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών (66,6%), τα προγράμματα κατάρτισης ανέργων σε ΚΕΚ (63,2%) και τα προγράμματα εκμάθησης ελληνικής γλώσσας σε άνεργους μετανάστες, πρόσφυγες και παλιννοστούντες (55,3%).

Ο ένας στους τέσσερις Έλληνες πολίτες (24,5%) δήλωσε ότι έχει ακούσει ή διαβάσει κάτι για το Ε.Π. «Διοικητική Μεταρρύθμιση». Η πλέον γνωστή δράση του Ε.Π. «Διοικητική Μεταρρύθμιση» είναι το πρόγραμμα «Καλλικράτης» που καταγράφει με 93,3% την υψηλότερη αναγνωρισιμότητα στο σύνολο των δράσεων όλων των Ε.Π. του ΕΚΤ στη χώρα μας. Ιδιαίτερα γνωστή καταγράφεται και η «Ηλεκτρονική Συνταγογράφηση» με ποσοστό αναγνωρισιμότητας 73,3% επί του συνολικού πληθυσμού.

Το Ε.Π. «Εθνικό Αποθεματικό Απροβλέπτων», καταγράφεται ως το λιγότερο γνωστό Επιχειρησιακό Πρόγραμμα του ΕΚΤ στην Ελλάδα. Μόλις το 5,3% του συνολικού πληθυσμού δήλωσε ότι έχει ακούσει ή διαβάσει κάτι για αυτό.

Όσον αφορά τις πηγές πληροφόρησης, η τηλεόραση, ακολουθούμενη από τις εφημερίδες και το Internet καταγράφεται ως πρώτο μέσο από όσους δηλώνουν ότι έχουν ακούσει ή διαβάσει κάτι τόσο για το ΕΚΤ όσο και τα ΕΠ του, με διαφοροποίηση στα ποσοστά ανά ΕΠ/ΕΚΤ.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η αναγνωρισιμότητα όλων των Ε.Π. του ΕΚΤ στο ΕΣΠΑ εμφανίζουν σε σχέση με την αντίστοιχη έρευνα του 2008 σημαντική στατιστικά αύξηση. Η αναγνωρισιμότητα του ΕΠΕΔΒΜ αυξήθηκε τα τελευταία 3 χρόνια κατά 8,3%, του ΕΠΑΝΑΔ κατά 4,1%, και του ΕΠΔΜ κατά 4,2 %.

Σημειώνεται επίσης ότι οι βασικές δράσεις κάθε προγράμματος εμφανίζουν υψηλότερα ποσοστά αναγνωρισιμότητας σε σχέση με την αναγνωρισιμότητα του Ε.Π. που εντάσσονται.

Ως ιδιαίτερα σημαντικό αξιολογείται το ότι η πλειοψηφία των πολιτών που γνωρίζουν τα Ε.Π. του ΕΚΤ στο ΕΣΠΑ αναφέρουν ότι έχουν σχηματίσει θετική εικόνα για αυτά, παρά τις διαφοροποιήσεις των ποσοστών ανά Ε.Π.

Γ) Το επίπεδο πρόσβασης του κοινού στην πληροφόρηση σχετικά με τους μηχανισμούς χρηματοδότησης των ΕΠ/ΕΚΤ.

Το ενδιαφέρον για περισσότερη πληροφόρηση σχετικά με τις δράσεις των Ε.Π. του ΕΚΤ καταγράφεται υψηλό και διαρκώς εντονότερο. Το σχετικά μεγαλύτερο ενδιαφέρον καταγράφεται για τις δράσεις του ΕΠΑΝΑΔ (59,4%) και του ΕΠΕΔΒΜ (50,6%). Για ενημέρωση σχετικά με δράσεις του ΕΠΔΜ ενδιαφέρεται το 47,7% και για τις δράσεις του ΕΠΕΑΑ, παρά τη χαμηλή αναγνωρισιμότητά του, ενδιαφέρεται το 32,3% των πολιτών.

Παρά την αύξηση της αναγνωρισιμότητας του ΕΚΤ και των Ε.Π. του, από τα στοιχεία της έρευνας προκύπτει ότι οι 6 περίπου στους 10 πολίτες από αυτούς που εξέφρασαν ενδιαφέρον για ενημέρωση σχετική με τις δράσεις των Ε.Π./ΕΚΤ, δεν γνωρίζουν πού ακριβώς να απευθυνθούν για περισσότερη πληροφόρηση.

Το πρόβλημα της προσβασιμότητας εμφανίζεται εντονότερο στις μεγαλύτερες ηλικίες, στα άτομα στοιχειώδους εκπαίδευσης, στις ανενεργές γυναίκες, στις αγροτικές περιοχές, στην Ανατολική Μακεδονία & Θράκη, στην Ήπειρο και τα μικρότερα νησιά του Αιγαίου.

Από όσους δηλώνουν ότι γνωρίζουν πού να απευθυνθούν, το Internet και τα ΚΕΠ αναδεικνύονται ως οι επικρατέστερες πηγές πληροφόρησης, με υπεροχή του Internet στις ηλικίες από 15 έως 54 ετών και αντίστοιχα με υπεροχή των ΚΕΠ στις ηλικίες άνω των 55 ετών.

Μεγάλη διακύμανση καταγράφεται στα ποσοστά αναγνώρισης του οικείου Υπουργείου ως αρμόδιου φορέα για το αντίστοιχο Ε.Π., με πρώτο το Υπουργείο Παιδείας (72,6%), ενώ ακολουθούν το Υπουργείο Εσωτερικών (36,5%), το Υπουργείο Εργασίας (29,9%), και το Υπουργείο Ανάπτυξης (16,1%).

Όσον αφορά τις επιθυμητές πηγές αναλυτικής ενημέρωσης για τα προγράμματα του ΕΚΤ, το Internet προκρίνεται στην πρώτη θέση των προτιμήσεων με 46,1%, ποσοστό που στους νέους ηλικίας 15-34 ετών αγγίζει το 70%, και στην επόμενη ηλικιακή κατηγορία ξεπερνά το 57%. Ακολουθείται από τα ΜΜΕ (25,3%) και το τηλέφωνο (8,1%).

ΒΑΣΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το υψηλό ποσοστό γνώσης της συνεισφοράς της ΕΕ στους κοινωνικούς τομείς παρέμβασης, σε συνδυασμό με την αντιλαμβανόμενη από τους πολίτες υψηλή σημαντικότητα της συνεισφοράς αυτής καθώς και την αυξημένη αναγνωρισιμότητα του ΕΚΤ ως βασικό χρηματοδοτικό εργαλείο της, καταδεικνύουν ένα υψηλό επίπεδο ανάδειξης του ρόλου της ΕΕ στην ελληνική κοινωνία.

Η αύξηση της αναγνωρισιμότητας των Ε.Π. σε συνδυασμό με την καταγραφή των ΜΜΕ (τηλεόραση, εφημερίδες) ως βασικές πηγές πληροφόρησης, αντικατοπτρίζει σε κάποιο βαθμό την αποτελεσματικότητα των αντίστοιχων δράσεων δημοσιότητας.

Αντιστοίχως, η αύξηση της αναγνωρισιμότητας του ΕΚΤ και η σύνδεσή του με το ΕΣΠΑ μπορούν εν μέρει να αποδοθούν στις σχετικές δράσεις δημοσιότητας, λαμβάνοντας υπόψιν και άλλους παράγοντες που εκτιμούμε πως έχουν παίξει ρόλο συμπληρωματικά, όπως:

- η ενιαία επικοινωνιακή ταυτότητα του ΕΚΤ και των προγραμμάτων του και η σύνδεσή της με αυτήν του ΕΣΠΑ
- Το αυξημένο ενδιαφέρον των πολιτών για τα προγράμματα του ΕΚΤ, λόγω της οικονομικής κρίσης που διανύει η χώρα
- η συγκέντρωση των πόρων του ΕΚΤ στο ΕΣΠΑ σε 4 Ε.Π. – έναντι των 19 Ε.Π. στο Γ' ΚΠΣ.

Τα υψηλά ποσοστά αναγνωρισιμότητας των δράσεων κάθε προγράμματος τα οποία σε αρκετές περιπτώσεις είναι αισθητά υψηλότερα από την αναγνωρισιμότητα του ίδιου του προγράμματος, οφείλονται προφανώς στο γεγονός ότι οι δράσεις από τη φύση τους είναι πιο συγκεκριμένες και αγγίζουν πραγματικές ανάγκες των πολιτών, με αποτέλεσμα η δημοσιότητα που τις πλαισιώνει να είναι πιο αποτελεσματική. Το γεγονός αυτό τις αναδεικνύει σε κατάλληλα οχήματα προσέγγισης του κοινού για την προβολή τόσο του οικείου προγράμματος όσο και του ΕΚΤ.

Τα πραγματικά ποσοστά των πολιτών που γνωρίζουν που να απευθυνθούν ώστε να ενημερωθούν για τις δράσεις που τους ενδιαφέρουν είναι σχετικά χαμηλά, ενώ αξιοσημείωτο είναι πως δεν παρουσιάζουν βελτίωση σε σχέση με τα αντίστοιχα ευρήματα της σχετικής έρευνας του 2008. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με την αυξημένη επιθυμία των πολιτών για ενημέρωση, καταδεικνύει την ανάγκη να δοθεί ακόμα μεγαλύτερη έμφαση στη διευκόλυνση της πρόσβασης των πολιτών στην πληροφόρηση, ενδεχομένως και μέσω του εμπλουτισμού ή ανασχεδιασμού των υφιστάμενων σχετικών μεθόδων.

Όσον αφορά τα μέσα επικοινωνίας, η τηλεόραση και οι εφημερίδες φαίνεται να συνδέονται περισσότερο με μια «επιφανειακή» γνώση των Ε.Π. ενώ το Internet με μια πιο αναλυτική και πραγματική γνώση. Ιδιαίτερα έντονα μάλιστα καταγράφεται η ανερχόμενη επιρροή του διαδικτύου καθώς εμφανίζει πολύ αυξημένα ποσοστά ως πηγή της έως τώρα αλλά της περαιτέρω επιθυμητής ενημέρωσης, σε όλες τις κατηγορίες κοινού.